



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Relazione annuale 2011

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro



Indice

1. L'ecosistema digitale

| | |
|--|----|
| 1.1. Introduzione | 15 |
| 1.2. La catena del valore | 18 |
| 1.3. Le reti | 23 |
| 1.3.1. Le reti NGAN su rete fissa | 24 |
| 1.3.2. Le reti a banda larga su rete mobile | 30 |
| 1.3.3. La digitalizzazione delle reti televisive e l'andamento del processo di <i>switch-over</i> | 34 |
| 1.4. I servizi e le piattaforme | 36 |
| 1.5. I contenuti | 45 |
| 1.6. La <i>net neutrality</i> | 54 |
| 1.7. Le prospettive regolamentari | 59 |

2. Il settore delle comunicazioni

| | |
|--|-----|
| 2.1. Il contesto internazionale | 65 |
| 2.1.1. Le telecomunicazioni | 65 |
| 2.1.2. L'audiovisivo | 74 |
| 2.2. Il contesto nazionale | 84 |
| 2.2.1. Le telecomunicazioni | 84 |
| 2.2.2. La televisione | 117 |
| 2.2.3. La radio | 128 |
| 2.2.4. L'editoria | 132 |
| 2.2.5. Internet | 147 |
| 2.2.6. La pubblicità | 156 |
| 2.2.7. L'evoluzione del quadro normativo in Italia | 165 |

3. Gli interventi dell'Autorità

| | |
|---|-----|
| 3.1. Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica | 171 |
| 3.2. I servizi di telecomunicazione su rete fissa | 184 |
| 3.3. I servizi di telecomunicazione su rete mobile | 194 |
| 3.4. I servizi e le reti a banda larga | 203 |
| 3.5. Le controversie tra operatori nelle comunicazioni elettroniche | 209 |

| | |
|---|------|
| 3.6. Il Sistema integrato delle comunicazioni e i singoli mercati che lo compongono | .215 |
| 3.7. L'Informativa economica di sistema | .218 |
| 3.8. I procedimenti in materia di posizioni dominanti e di attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel SIC | .220 |
| 3.9. I servizi di <i>media</i> audiovisivi | .223 |
| 3.10. La televisione digitale terrestre | .225 |
| 3.11. Il servizio pubblico radiotelevisivo | .234 |
| 3.12. Gli obblighi connessi all'esercizio dell'attività radiotelevisiva | .269 |
| 3.13. Le autorizzazioni satellitari e le autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive | .274 |
| 3.14. Le comunicazioni commerciali | .278 |
| 3.15. La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione | .283 |
| 3.16. La pubblicazione e la diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa | .286 |
| 3.17. La tutela dei minori e degli utenti | .290 |
| 3.18. La tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica | .295 |
| 3.19. La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e il diritto di cronaca sportiva | .298 |
| 3.20. La comunicazione politica | .304 |
| 3.21. Il Registro degli operatori di comunicazione | .315 |
| 3.22. Il Catasto nazionale delle infrastrutture di diffusione | .321 |
| 3.23. L'attività ispettiva | .323 |
| 3.24. I rapporti con i consumatori e gli utenti | .326 |
| 3.25. La qualità dei servizi e la trasparenza delle offerte agli utenti finali | .331 |
| 3.26. Gli obblighi di servizio universale | .340 |
| 3.27. Le attività di vigilanza e sanzione a tutela dell'utenza | .342 |
| 3.28. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica | .349 |
| 3.29. Le controversie tra utenti ed operatori | .351 |
| 3.30. Le indagini conoscitive | .355 |
| 3.31. La tutela giurisdizionale in ambito nazionale | .361 |

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

| | |
|---|------|
| 4.1. I rapporti istituzionali | .375 |
| 4.1.1. I rapporti internazionali | .375 |
| 4.1.2. I rapporti con le istituzioni nazionali e con il Ministero dello sviluppo economico | .383 |

| | | |
|--------|---|------|
| 4.1.3. | I rapporti con le università e gli enti di ricerca | .391 |
| 4.1.4. | Il programma di ricerca "Servizi e Contenuti per le Reti di Nuova Generazione" | .393 |
| 4.1.5. | La Guardia di finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni | .395 |
| 4.2. | Gli organismi strumentali e ausiliari | .401 |
| 4.2.1. | I Comitati regionali per le comunicazioni | .401 |
| 4.2.2. | Il Consiglio nazionale degli utenti | .427 |
| 4.2.3. | Gli organi di <i>governance</i> degli Impegni di Telecom Italia | 428 |
| 4.3. | L'organizzazione dell'Autorità | .433 |
| 4.3.1. | L'organizzazione e le risorse umane | .433 |
| 4.3.2. | Il Comitato etico | .437 |
| 4.3.3. | Il sistema dei controlli | .438 |
| 4.3.4. | Il bilancio | .439 |
| | <i>Acronimi</i> | .441 |

Indice delle figure

1. L'ecosistema digitale

| | | |
|-------------|--|----|
| Figura 1.1. | La catena del valore dell'ecosistema digitale..... | 18 |
| Figura 1.2. | Previsioni dell'andamento e della tipologia del traffico dati su rete mobile (2010-2015) | 23 |
| Figura 1.3. | Standard rilasciati dal 3GPP (1999-2011) | 30 |
| Figura 1.4. | Evoluzione delle reti mobili | 31 |
| Figura 1.5. | Assegnazione delle bande a 800 MHz e a 2600 MHz..... | 32 |
| Figura 1.6. | Il processo di <i>switch-over</i> in Europa..... | 35 |
| Figura 1.7. | Evoluzione dei servizi <i>online</i> | 37 |
| Figura 1.8. | Ricavi mondiali dei servizi <i>cloud</i> (miliardi di dollari) | 41 |

2. Il settore delle comunicazioni

| | | |
|--------------|--|----|
| Figura 2.1. | I servizi tlc nel mondo – Variazione % dei ricavi (2007-2010) | 67 |
| Figura 2.2. | I servizi tlc nel mondo – ARPU mensile (2007-2010, euro)..... | 68 |
| Figura 2.3. | I servizi tlc nel mondo – Abbonati internet (2007-2010, milioni) | 69 |
| Figura 2.4. | I servizi tlc in Europa – Diffusione della fibra (giugno 2010) | 69 |
| Figura 2.5. | I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi (2007-2010) | 71 |
| Figura 2.6. | I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2009-2010, euro) | 71 |
| Figura 2.7. | I servizi tlc in Europa – Ripartizione dei ricavi per paese (2010, in %)..... | 72 |
| Figura 2.8. | I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010)..... | 72 |
| Figura 2.9. | I servizi tlc in Europa – ARPU mensile per paese (2008-2010, euro)..... | 73 |
| Figura 2.10. | I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro) | 76 |
| Figura 2.11. | I servizi televisivi nel mondo – Variazione dei ricavi per fonte di reddito e per area geografica (2010 in %) | 77 |
| Figura 2.12. | I servizi televisivi nel mondo – Variazione delle TV <i>households</i> per area geografica (2010 in %) | 77 |
| Figura 2.13. | I servizi televisivi nel mondo – ARPU in euro dei servizi televisivi a pagamento e tasso di penetrazione della <i>pay-tv</i> (2010)..... | 78 |
| Figura 2.14. | I servizi televisivi nel mondo – TV <i>households</i> per tecnologia e per area geografica (2010 in %) | 79 |
| Figura 2.15. | I servizi televisivi in Europa – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro) | 80 |
| Figura 2.16. | I servizi televisivi in Europa – Ricavi per paese (2010, in %)..... | 81 |
| Figura 2.17. | I servizi televisivi in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010) ... | 81 |
| Figura 2.18. | I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per paese (2009-2010, milioni) ... | 82 |
| Figura 2.19. | I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per paese e per tecnologia (2010 in %) | 83 |
| Figura 2.20. | I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per tipologia (2006-2010 in %) ... | 83 |
| Figura 2.21. | TLC e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (1997=100) | 86 |
| Figura 2.22. | Indice dei prezzi alla produzione dei servizi tlc (2006=100) | 86 |
| Figura 2.23. | Dinamica delle principali tariffe pubbliche (2000=100)..... | 87 |
| Figura 2.24. | Dinamica dei prezzi nelle tlc in Europa (1998=100) | 87 |
| Figura 2.25. | Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2010 in %)..... | 90 |
| Figura 2.26. | Accessi a larga banda su rete fissa (2008-2010)..... | 94 |
| Figura 2.27. | Incrementi netti degli accessi a larga banda (2005-2010, milioni)..... | 95 |

| | |
|---|-----|
| Figura 2.28. Quote di mercato di Telecom Italia nella larga banda (2008-2011, %) | 96 |
| Figura 2.29. Quote di mercato nella larga banda (dic. 2010, %) | 96 |
| Figura 2.30. Rapporto tra ricavi servizi dati e servizi fonia vocale (%) | 108 |
| Figura 2.31. Terminali UMTS/HSDPA (milioni) | 110 |
| Figura 2.32. Sim-dati e <i>connect card</i> (milioni) | 111 |
| Figura 2.33. Traffico dati su rete mobile (2007=100) | 111 |
| Figura 2.34. <i>Mobile Number Portability</i> (2005-2010, milioni) | 115 |
| Figura 2.35. Analisi dinamica dell' <i>audience</i> media annuale (2000-2011) | 121 |
| Figura 2.36. Mezzi di informazione in Italia e negli USA (2010) | 123 |
| Figura 2.37. Vendite medie giornaliere di quotidiani (1995-2010 in migliaia) | 137 |
| Figura 2.38. Distribuzione degli investimenti pubblicitari <i>online</i> in Italia nel 2009 | 155 |
| Figura 2.39. Distribuzione degli investimenti pubblicitari <i>online</i> negli Stati Uniti nel 2009 | 155 |

3. *Gli interventi dell'Autorità*

| | |
|---|-----|
| Figura 3.1. Numero di portabilità del numero mobile effettuate in ciascun anno (2002-2010 in milioni) | 196 |
| Figura 3.2. Operatori iscritti al Registro suddivisi per attività (31 marzo 2011 in %) | 320 |
| Figura 3.3. Numero di giornate ispettive effettuate (%) | 323 |
| Figura 3.4. Operatori interessati dall'attività ispettiva (%) | 324 |
| Figura 3.5. Campi dell'attività ispettiva (%) | 324 |
| Figura 3.6. Contatti per tipologia di soggetto (%) | 327 |
| Figura 3.7. Segnalazioni pervenute al <i>contact center</i> per tipologia di servizio (1 maggio 2010-31 marzo 2011) | 328 |
| Figura 3.8. Fonia fissa: problematiche più frequentemente segnalate | 329 |
| Figura 3.9. Fonia mobile: problematiche più frequentemente segnalate | 329 |
| Figura 3.10. Logo del sito "Misura Internet" | 331 |
| Figura 3.11. Profili di pdf rilasciati: statistiche delle velocità e dei sistemi operativi (%) | 334 |
| Figura 3.12. Tecnologie di accesso <i>wireless</i> | 335 |
| Figura 3.13. Andamento Indice di Qualità Globale (2007-2011) | 340 |
| Figura 3.14. Segnalazioni e denunce per tipologia di mittente | 342 |
| Figura 3.15. Segnalazioni e denunce per regione di provenienza (%) | 343 |
| Figura 3.16. Segnalazioni e denunce per operatore | 343 |
| Figura 3.17. Segnalazioni e denunce per principali casistiche | 345 |
| Figura 3.18. Procedimenti avviati per operatore | 348 |

4. *L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione*

| | |
|---|-----|
| Figura 4.1. Il programma di ricerca SCREEN | 394 |
| Figura 4.2. Mappa dei Co.re.com. | 401 |
| Figura 4.3. Istanze di conciliazione (2008 - 2010 in migliaia) | 405 |
| Figura 4.4. Efficacia del processo di conciliazione (2009 - 2010, in %) | 406 |
| Figura 4.5. Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità | 433 |
| Figura 4.6. La struttura dell'Autorità | 435 |

Indice delle tabelle

1. *L'ecosistema digitale*

| | |
|--|----|
| Tabella 1.1. Regolamentazione dei mercati 4 e 5 in Europa (2011) | 27 |
|--|----|

2. *Il settore delle comunicazioni*

| | |
|--|-----|
| Tabella 2.1. I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per area geografica (2009-2010, miliardi di euro) | 76 |
| Tabella 2.2. L'economia italiana nel 2009-2010 | 85 |
| Tabella 2.3. Incidenza delle tlc nell'economia (2009-2010 in %) | 85 |
| Tabella 2.4. Le tlc fisse e mobili in Italia – Ricavi lordi (miliardi di euro) | 88 |
| Tabella 2.5. Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro) | 88 |
| Tabella 2.6. Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro) | 89 |
| Tabella 2.7. Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)..... | 89 |
| Tabella 2.8. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro) | 90 |
| Tabella 2.9. Spesa finale degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%) | 91 |
| Tabella 2.10. Variazione % dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2009/2010) | 92 |
| Tabella 2.11. Rete fissa – Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro) | 93 |
| Tabella 2.12. Tipologie contrattuali dei servizi <i>broadband</i> (%) | 93 |
| Tabella 2.13. Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti) | 94 |
| Tabella 2.14. Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (%) | 95 |
| Tabella 2.15. Accessi fisici alla rete fissa (migliaia)..... | 99 |
| Tabella 2.16. Diffusione degli accessi alla rete fissa (dicembre 2010, in % delle famiglie) | 100 |
| Tabella 2.17. Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato (dic. 2010, %) | 101 |
| Tabella 2.18. Diffusione degli accessi a larga banda (dicembre 2010 in % delle famiglie) | 102 |
| Tabella 2.19. Diffusione della larga banda nelle unità abitative (dic. 2010, %) | 103 |
| Tabella 2.20. Accessi a banda larga – Quote di mercato (dic. 2010, %) | 104 |
| Tabella 2.21. Spesa finale degli utenti per operatore (%) | 105 |
| Tabella 2.22. Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%) | 105 |
| Tabella 2.23. Distribuzione dei ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%) | 106 |
| Tabella 2.24. Distribuzione dei ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%) | 106 |
| Tabella 2.25. Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro) | 107 |
| Tabella 2.26. Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti) | 108 |
| Tabella 2.27. Componente <i>on-net</i> dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale)..... | 109 |
| Tabella 2.28. Ricavi da servizi voce per direttrice (miliardi di euro) | 109 |
| Tabella 2.29. Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro) | 110 |
| Tabella 2.30. Ricavi unitari per SIM attiva (euro/anno) | 112 |
| Tabella 2.31. Ricavi unitari per <i>user</i> (euro/anno) | 112 |
| Tabella 2.32. Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati (euro/cent) | 113 |
| Tabella 2.33. Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%) | 113 |
| Tabella 2.34. Quote di mercato nei servizi voce e dati (%) | 114 |
| Tabella 2.35. Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (migliaia)..... | 114 |
| Tabella 2.36. Sim attive per operatore..... | 114 |
| Tabella 2.37. <i>Mobile Number Portability</i> : distribuzione tra operatori (%) | 116 |
| Tabella 2.38. Utenti di operatori mobili virtuali | 116 |
| Tabella 2.39. Ricavi voce e dati nella telefonia mobile virtuale | 117 |

| | |
|--|-----|
| Tabella 2.40. Ricavi complessivi della televisione..... | 119 |
| Tabella 2.41. Ricavi complessivi della televisione per tipologia | 120 |
| Tabella 2.42. Ricavi per operatore | 121 |
| Tabella 2.43. Ascolti televisivi per piattaforma | 122 |
| Tabella 2.44. Mezzi per informarsi (marzo 2010, % individui che si informano) | 122 |
| Tabella 2.45. <i>Audience</i> dei principali telegiornali italiani nel 2010..... | 123 |
| Tabella 2.46. Offerta televisiva nazionale in chiaro (2010): i principali canali | 125 |
| Tabella 2.47. Tv gratuita – Quote di mercato dei principali operatori (%)..... | 126 |
| Tabella 2.48. Tv a pagamento – Quote di mercato dei principali operatori (%)..... | 128 |
| Tabella 2.49. L’offerta radiofonica nazionale | 130 |
| Tabella 2.50. Radio – Ricavi da attività caratteristiche..... | 131 |
| Tabella 2.51. Radio – Ricavi complessivi per impresa..... | 132 |
| Tabella 2.52. Ricavi complessivi dell’editoria | 134 |
| Tabella 2.53. Editoria – Ricavi da attività caratteristiche..... | 135 |
| Tabella 2.54. Editoria – Ricavi complessivi per impresa (%) | 136 |
| Tabella 2.55. Editoria quotidiana – Ricavi da attività caratteristiche | 137 |
| Tabella 2.56. Quotidiani – Diffusione media giornaliera nei principali paesi (2008-2009) | 138 |
| Tabella 2.57. Quotidiani – Abbonamenti su totale vendite nei principali paesi (%) | 139 |
| Tabella 2.58. Quotidiani in Italia per tipologia | 140 |
| Tabella 2.59. Diffusione dei principali quotidiani in Italia (ordinati per tiratura netta annua 2009) | 142 |
| Tabella 2.60. Editoria quotidiana – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)..... | 144 |
| Tabella 2.61. Lettura dei periodici per tipologia (2010) | 145 |
| Tabella 2.62. Editoria periodica – Ricavi da attività caratteristiche | 146 |
| Tabella 2.63. Editoria periodica – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)..... | 146 |
| Tabella 2.64. Internet – Utenti attivi (gennaio 2011) | 147 |
| Tabella 2.65. La fruizione di internet in Italia..... | 148 |
| Tabella 2.66. Le prime 10 società sul <i>web</i> in termini di <i>audience</i> (febbraio 2011) | 149 |
| Tabella 2.67. Utilizzo delle fonti di informazione <i>online</i> (2010 in % individui che si informano su internet) | 150 |
| Tabella 2.68. I primi 15 siti sul <i>web</i> in termini di <i>audience</i> | 151 |
| Tabella 2.69. I primi 15 siti degli operatori dei <i>media</i> classici (gennaio 2009 – gennaio 2011) | 153 |
| Tabella 2.70. Stima della distribuzione della raccolta pubblicitaria <i>online</i> per categoria..... | 154 |
| Tabella 2.71. Stima del settore della raccolta pubblicitaria <i>online</i> in Italia | 156 |
| Tabella 2.72. Ripartizione dei ricavi da pubblicità (nazionale e locale) per mezzo | 157 |
| Tabella 2.73. Numero inserzionisti (pubblicità nazionale e locale) per mezzi classici e internet (display)..... | 157 |
| Tabella 2.74. Investimenti pubblicitari (pubblicità nazionale) per mezzi classici e internet (display)..... | 158 |
| Tabella 2.75. Ripartizione investimenti pubblicitari mezzi classici e internet (display), valori percentuali (2010) | 160 |
| Tabella 2.76. Principali centri <i>media</i> attivi in Italia (2010)..... | 163 |

3. Gli interventi dell’Autorità

| | |
|--|-----|
| Tabella 3.1. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile a partire dal 1° luglio 2010 (eurocent/min, IVA esclusa) | 187 |
| Tabella 3.2. Controversie tra operatori di comunicazione elettronica (1 maggio 2010 - 30 aprile 2011) | 214 |

| | | |
|---------------|---|-----|
| Tabella 3.3. | Ricavi complessivi del SIC e delle relative aree economiche (2008-2009) | 217 |
| Tabella 3.4. | Principali soggetti operanti nel SIC (2008-2009, in %)..... | 217 |
| Tabella 3.5. | Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni | 220 |
| Tabella 3.6. | La struttura dell'indice di servizio pubblico | 236 |
| Tabella 3.7. | L'importanza dei generi ai fini del ruolo di servizio pubblico | 237 |
| Tabella 3.8. | L'immagine della Rai come servizio pubblico | 238 |
| Tabella 3.9. | L'immagine della Rai come impresa | 239 |
| Tabella 3.10. | I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Rai..... | 241 |
| Tabella 3.11. | I valori dell'IQP di Rai Uno | 242 |
| Tabella 3.12. | I valori dell'IQP di Rai Due | 242 |
| Tabella 3.13. | I valori dell'IQP di Rai Tre | 243 |
| Tabella 3.14. | I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Rai | 244 |
| Tabella 3.15. | I valori dell'IVP di Rai Uno | 245 |
| Tabella 3.16. | I valori dell'IVP di Rai Due | 245 |
| Tabella 3.17. | I valori dell'IVP di Rai Tre..... | 246 |
| Tabella 3.18. | IQP e IVQ dei programmi di Cultura, scienza, ambiente..... | 247 |
| Tabella 3.19. | IQP e IVQ dei programmi di Attualità | 248 |
| Tabella 3.20. | IQP e IVQ dei Telegiornali..... | 248 |
| Tabella 3.21. | IQP e IVQ dei programmi di Approfondimento informativo..... | 249 |
| Tabella 3.22. | Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri | 250 |
| Tabella 3.23. | Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri (%) | 251 |
| Tabella 3.24. | Rai – La programmazione per minori delle reti televisive generaliste terrestri... | 251 |
| Tabella 3.25. | Rai – Programmi per rete finanziati con il canone | 252 |
| Tabella 3.26. | Rai – Programmi per genere e rete finanziati con il canone e sottotitolati | 259 |
| Tabella 3.27. | Rai – Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3 (1 gennaio - 31 dicembre 2010) | 264 |
| Tabella 3.28. | Portali Rai – Fruizione mensile e giornaliera | 265 |
| Tabella 3.29. | Portali Rai – Il pubblico (media mese 2010) | 265 |
| Tabella 3.30. | Portali Rai – Tipo di connessione (%)..... | 265 |
| Tabella 3.31. | Portali Rai – Domini di provenienza | 266 |
| Tabella 3.32. | Portali Rai – Contenuti pubblicati nel 2010..... | 266 |
| Tabella 3.33. | Rai – Contabilità separata 2009 (milioni di euro)..... | 268 |
| Tabella 3.34. | Obblighi vigenti in capo ai fornitori di servizi di media audiovisivi lineari..... | 269 |
| Tabella 3.35. | Classificazione delle istanze di deroga pervenute..... | 271 |
| Tabella 3.36. | Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi..... | 274 |
| Tabella 3.37. | Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite..... | 275 |
| Tabella 3.38. | Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva..... | 280 |
| Tabella 3.39. | Diritti di cronaca sportiva – Procedimenti sanzionatori | 300 |
| Tabella 3.40. | Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale | 308 |
| Tabella 3.41. | Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di informazione politica ... | 309 |
| Tabella 3.42. | Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di sondaggi politico-elettorali | 310 |
| Tabella 3.43. | Provvedimenti adottati nel periodo non elettorale in materia di informazione politica | 312 |
| Tabella 3.44. | Procedimenti registrati nel Registro (maggio 2009-marzo 2011) | 319 |
| Tabella 3.45. | Codici di classificazione delle segnalazioni | 346 |

| | |
|---|-----|
| Tabella 3.46. Procedimenti sanzionatori avviati e relativi provvedimenti adottati | 346 |
| Tabella 3.47. Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie | 351 |
| Tabella 3.48. Fattispecie di disservizio indennizzabili | 353 |

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

| | |
|---|-----|
| Tabella 4.1. Pareri resi all'AGCM in merito alle operazioni di concentrazione e alle fattispecie di abuso di posizione dominante..... | 387 |
| Tabella 4.2. Co.re.com. Abruzzo – Controversie operatore-utente..... | 408 |
| Tabella 4.3. Co.re.com. Basilicata – Controversie operatore-utente..... | 409 |
| Tabella 4.4. Comitato provinciale per le comunicazioni di Bolzano – Controversie operatore-utente | 410 |
| Tabella 4.5. Co.re.com. Calabria – Controversie operatore-utente | 411 |
| Tabella 4.6. Co.re.com. Campania – Controversie operatore-utente | 412 |
| Tabella 4.7. Co.re.com. Emilia Romagna – Controversie operatore-utente | 413 |
| Tabella 4.8. Co.re.com. Friuli Venezia Giulia – Controversie operatore-utente..... | 414 |
| Tabella 4.9. Co.re.com. Lazio – Controversie operatore-utente..... | 415 |
| Tabella 4.10. Co.re.com. Liguria – Controversie operatore-utente | 416 |
| Tabella 4.11. Co.re.com. Lombardia – Controversie operatore-utente | 417 |
| Tabella 4.12. Co.re.com. Marche – Controversie operatore-utente..... | 418 |
| Tabella 4.13. Co.re.com. Molise – Controversie operatore-utente | 419 |
| Tabella 4.14. Co.re.com. Piemonte – Controversie operatore-utente | 420 |
| Tabella 4.15. Co.re.com. Puglia – Controversie operatore-utente | 421 |
| Tabella 4.16. Co.re.com. Toscana – Controversie operatore-utente..... | 423 |
| Tabella 4.17. Comitato provinciale per le comunicazioni di Trento – Controversie operatore-utente | 424 |
| Tabella 4.18. Co.re.com. Umbria – Controversie operatore-utente..... | 425 |
| Tabella 4.19. Co.re.com. Valle d'Aosta – Controversie operatore-utente..... | 426 |
| Tabella 4.20. Co.re.com. Veneto – Controversie operatore-utente | 427 |
| Tabella 4.21. Autorità – Pianta organica..... | 436 |
| Tabella 4.22. Autorità – Personale in servizio | 436 |

L'ecosistema digitale



1.1. Introduzione

L'industria delle comunicazioni e dell'informazione, nella fase iniziale degli anni Dieci, ha registrato un'accelerazione del processo di convergenza che contraddistingue, da tempo, il settore e che, verosimilmente, nei prossimi anni, contribuirà a determinare un nuovo equilibrio concorrenziale e un nuovo assetto dell'ambiente delle telecomunicazioni e dei *media*, ovverosia dell'ecosistema digitale.

La convergenza delle infrastrutture di rete è un fenomeno osservato da anni, dal momento in cui ciascuna rete di comunicazione – le reti telefoniche e quelle via cavo, le reti satellitari come anche la televisione digitale terrestre – può veicolare, in modo sempre crescente, una pluralità di servizi, tra loro in una certa misura sovrapponibili. La produzione e il consumo dei servizi di telefonia e di accesso a internet in postazione fissa e in mobilità, dei servizi televisivi e radiofonici, nonché di quelli editoriali sono stati oggetto di una profonda trasformazione in virtù della digitalizzazione del segnale, che ha uniformato i sistemi di trasmissione dell'audio (inclusa la voce), dei video (inclusa la televisione) e dei dati (incluso l'accesso a internet). Di conseguenza, il settore ha assunto una configurazione sempre più in senso multi-rete e multi-servizio, in cui un ruolo centrale è stato svolto dai soggetti economici che detengono le reti e forniscono i servizi tradizionali, quali la voce, l'accesso a internet e i servizi radiotelevisivi, benché altri soggetti abbiano contribuito, in modo sostanziale e con crescente pervasività, all'evoluzione dell'industria.

Allo stato attuale, tra i principali soggetti economici dell'ecosistema digitale, al fianco degli operatori di rete e dei fornitori di servizi, vi sono le imprese – la cui presenza concorre ad accelerare il processo di convergenza – che forniscono servizi di aggregazione dei contenuti e delle applicazioni, nonché di gestione dei clienti e dei pagamenti. A tali attività è sotteso il funzionamento di piattaforme, luoghi fisici o virtuali, in cui sono forniti servizi di intermediazione tra i gestori delle reti, i produttori di contenuti, le imprese che sviluppano *software* e *hardware*, e i clienti finali. Le grandi *internet company* quali Yahoo, Google, YouTube, eBay, Skype, Facebook – i c.d. *over-the-top* –, le imprese manifatturiere e i fornitori di *software* rappresentano casi paradigmatici, che di recente hanno occupato la ribalta. Tuttavia sono numerose le piattaforme rinvenibili nei meccanismi di funzionamento del settore. A titolo esemplificativo, si pensi al settore dei *media* in cui gli editori (televisivi, della carta stampata e *online*), gli utenti (telespettatori e lettori) e gli inserzionisti pubblicitari necessitano di piattaforme capaci di consentire l'interazione tra le parti e di dare luogo alla relativa transazione: funzioni alle quali hanno tradizionalmente contribuito le concessionarie di pubblicità e i centri *media* e che oggi, nell'ecosistema digitale, sono in trasformazione. Pertanto, le attività inerenti alla gestione delle piattaforme, che sono da sempre una proprietà del settore, assumono oggi una nuova centralità, in quanto si presentano con rinnovate forme e funzionalità. In tal senso, il settore è altresì connotato in senso multi-piattaforma.

La natura multi-rete, multi-servizio e multi-piattaforma trasforma l'ecosistema digitale. Sul versante dell'offerta, le imprese che operano nei diversi livelli che compongono la filiera produttiva sono incentivate a estendere le proprie attività lungo l'intera catena del valore in ragione di una duplice motivazione. Dal punto di vista tecnologico, la digitalizzazione facilita l'espansione delle attività: ciascuna impresa è incen-

tivata ad ampliare le proprie funzioni al di fuori del perimetro d'azione tradizionalmente occupato, in quanto, a fronte degli ingenti costi (e investimenti) necessari alla produzione del primo esemplare di un bene o servizio, i costi di riproduzione diventano trascurabili, e al limite tendono ad annullarsi. Dal punto di vista economico e commerciale, la nuova configurazione del settore contribuisce a modificare il valore relativo delle diverse attività: il peso dei ricavi derivanti dalle attività di rete e dalla fornitura dei servizi tradizionali assume meno rilievo, mentre una parte consistente del mercato dipende dalla valorizzazione delle attività di intermediazione e dei servizi e contenuti multimediali, anche per il tramite dell'azione svolta dalle piattaforme.

Sul versante della domanda, gli utenti beneficiano di nuovi strumenti per soddisfare i bisogni di comunicazione e di informazione attraverso la disponibilità di diversi mezzi di ricezione del segnale e di una varietà di forme di acquisizione e scambio delle informazioni. Gli utenti, in misura crescente, consumano una pluralità di servizi in forma congiunta, nel senso che acquistano i servizi dietro la corresponsione di un unico prezzo (e un unico pagamento). Ciò è vero per i servizi voce e di accesso a internet e, in taluni casi, per i servizi televisivi. Più recente è il fenomeno dell'acquisizione congiunta di servizi erogati su diverse reti di comunicazione (c.d. *cross-selling*). Difatti, il mercato ha registrato, negli ultimi tempi, la diffusione di piani tariffari che valorizzano in un unico importo la fornitura di determinate quantità di traffico voce e di accesso internet, sia da rete fissa che su rete mobile (mediante le *internet key*). Tali pratiche commerciali non riguardano solo il settore delle telecomunicazioni, bensì l'intero comparto, come testimoniato dall'acquisto di servizi televisivi erogati via satellite congiuntamente ai servizi tlc; oppure, nel settore editoriale, la presenza di abbonamenti che consentono di scaricare il prodotto editoriale *online* e di ricevere la copia stampata. La convergenza commerciale sembra destinata, in prospettiva, a intensificarsi nel prossimo futuro.

D'altronde, la convergenza tecnologica e commerciale non significa che le diverse reti e le diverse piattaforme siano percepite dall'utente quali strumenti fungibili e tra loro sostituibili. I servizi di comunicazione e informazione, in funzione delle reti su cui sono veicolati, possono mostrare differenti caratteristiche obiettive – in termini di prezzo, qualità, finalità d'uso, nonché condizioni di concorrenza e struttura della domanda e dell'offerta – grazie alle quali non risultano atti a soddisfare bisogni costanti dei consumatori. Pertanto, le diverse infrastrutture di rete non sono necessariamente in concorrenza, attuale o potenziale, l'una con l'altra nell'ipotetico mercato onnicomprensivo delle comunicazioni digitali.

Inoltre, la convergenza tecnologica e commerciale che investe l'industria delle comunicazioni e dell'informazione incide sulla fornitura di servizi aventi un impatto sociale di particolare rilievo poiché afferiscono a principi costituenti la società moderna quali il pluralismo dell'informazione, la salvaguardia delle diversità culturali, la tutela di determinate fasce della popolazione (ad esempio, i minori e le minoranze linguistiche), la cui protezione e promozione si estende oltre l'applicazione delle metodologie peculiari del diritto e dell'economia della concorrenza.

L'Autorità, alla luce del cambiamento in corso, concretamente lavora nel nuovo contesto intervenendo, laddove necessario, su specifici ambiti che attengono alle reti, alle piattaforme, ai servizi e ai contenuti. Inoltre, intensa è l'attività di studio aperta al confronto con gli *stakeholder*, come testimoniato, nell'ultimo anno, dai lavori inerenti al Libro bianco sui contenuti digitali e al Libro bianco sul rapporto tra *media* e minori, alle indagini conoscitive, concluse o in corso, concernenti "Il diritto d'autore sulle reti

di comunicazione elettronica" (che ha condotto alla pubblicazione dei "Lineamenti di provvedimento concernente l'esercizio delle competenze dell'Autorità nell'attività di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica" - delibera n. 668/10/CONS), "Garanzie dei consumatori e tutela della concorrenza con riferimento ai servizi VoIP e *peer-to-peer* su rete mobile" (delibera n. 39/11/CONS), il settore della raccolta pubblicitaria (delibera n. 402/10/CONS), nonché alle numerose consultazioni pubbliche, tra cui si segnalano la "Consultazione pubblica in materia di regolamentazione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione" (delibere nn. 1/11/CONS e 301/11/CONS) e quella sulla neutralità della rete (delibera n. 40/11/CONS).

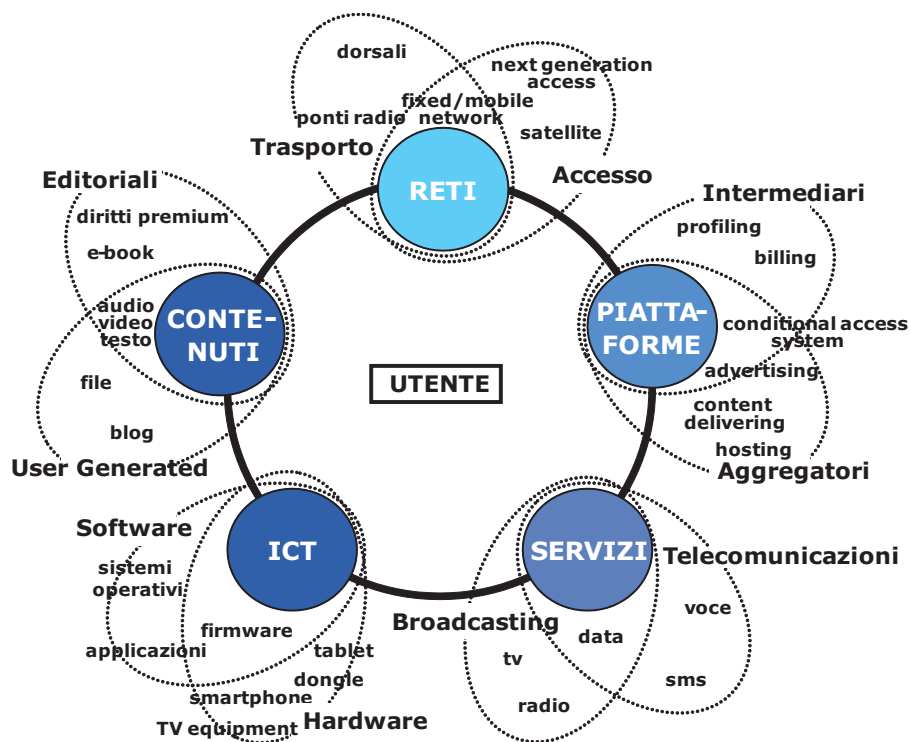
Nello svolgimento delle attività regolamentari e di studio, il punto di partenza è necessariamente rappresentato dall'analisi della catena del valore, della sua evoluzione e delle relative forze che concorrono al cambiamento.

1.2. La catena del valore

L'industria delle comunicazioni si compone di una pluralità di livelli cui corrispondono diverse e numerose attività – che attengono a funzioni fisiche e logiche, ad applicazioni, a servizi e a contenuti – per mezzo delle quali sono forniti beni agli utenti finali. Le attività in questione presentano tra loro legami verticali, nella misura in cui costituiscono beni intermedi necessari per la produzione del prodotto finale, e una dimensione orizzontale, che afferisce a funzioni contigue seppure separate ai fini della fornitura dei servizi agli utenti. Ciascun livello è gestito da una pluralità di soggetti diversi e distinti che si dispongono lungo la catena del valore e, in taluni casi, tendono a svolgere più attività.

Più in dettaglio, la catena del valore è caratterizzata dall'azione di cinque soggetti principali (Figura 1.1), la cui portata – data l'ampiezza delle attività in questione – è di seguito sinteticamente tratteggiata.

Figura 1.1. La catena del valore dell'ecosistema digitale



Fonte: elaborazione dell'Autorità

Gli operatori di rete rappresentano l'insieme dei soggetti titolari del diritto di installazione, esercizio e fornitura di reti di comunicazioni elettroniche e di impianti di diffusione del segnale radio-televisivo. Ciascuna rete è suddivisa, schematicamente, in una

parte di trasporto (i collegamenti internazionali, le dorsali nazionali, gli archi regionali e gli anelli metropolitani) e in una parte di accesso, relativa all'ultimo tratto che rilega gli impianti più periferici della rete e l'utente finale. A seconda dello specifico supporto, *wired* o *wireless*, utilizzato nel segmento dell'accesso, si qualifica la natura del fornitore: operatore di rete fissa (ad esempio telefonia pubblica e *cable-tv*) oppure di rete radio (*inter alia*, telefonia mobile, satellite e *digital terrestrial television*). Infine, altro tratto saliente che vale richiamare è costituito dal fatto che gli operatori di rete utilizzano le proprie infrastrutture per la fornitura di servizi ad altre imprese di comunicazione (*wholesale*) oppure direttamente agli utenti finali (*retail*).

Gli operatori di piattaforma comprendono l'insieme dei soggetti che forniscono, come detto, servizi di aggregazione dei contenuti e delle applicazioni, nonché di gestione dei clienti e dei loro pagamenti, sulla base di luoghi fisici o virtuali (le piattaforme) in cui sono svolte funzioni di intermediazione tra i gestori delle reti, i produttori di servizi e contenuti, le imprese che sviluppano *software* e *hardware*, e i clienti finali. Le attività in questione attengono alla ricerca e all'accesso ai contenuti e ai servizi di comunicazione, e sottendono la disponibilità di sistemi di gestione dei clienti (*billing*, profilazione, *customer relationship management*, etc.) e dei servizi (ad esempio, quelli per la formazione dei *bouquet* di programmi oppure dei panieri di servizi voce e dati proposti agli utenti finali). Le funzioni di intermediazione interessano anche altri segmenti dell'ecosistema digitale: il settore della raccolta pubblicitaria, come visto, presuppone l'incontro tra editori e inserzionisti pubblicitari che acquistano spazi (nei programmi, nei siti, nella carta stampata) al fine di catturare l'attenzione dei consumatori (c.d. *eye-balls*). Ulteriore ambito è rappresentato dai sistemi di accesso condizionato in cui il gestore dei decodificatori (*set-top-box*) regola il flusso del traffico attraverso una serie di interfacce quali i sistemi di criptaggio del segnale (*conditional access system*), i sistemi informativi (*electronic program guides*) e i sistemi di gestione delle applicazioni (*application programming interfaces*), di cui detiene i diritti di sfruttamento. Tratto comune dei menzionati casi, come di altri possibili esempi rinvenibili nel settore, è la funzione di controllo esercitata dai gestori delle piattaforme che, in tal senso, risultano i "guardiani dei cancelli" (*gatekeeper*)¹.

Le attività delle piattaforme sono intimamente legate all'erogazione delle diverse tipologie di servizi che caratterizzano il settore in quanto aggregano, in misura diversa a seconda della tipologia del mezzo, servizi voce e di connettività, servizi *media* lineari e non lineari, servizi delle comunicazioni elettroniche e servizi della società dell'informazione (spingendosi anche oltre questi confini nel momento in cui consentono, ad esempio, nuove forme di pagamento e nuovi canali di distribuzione di prodotti di largo consumo). Le classi di prestazioni in questione, in ogni caso, richiedono l'attuazione di peculiari funzionalità nella fornitura di ciascun servizio che le compone. La responsabilità della predisposizione dello specifico servizio è pertanto distinta dalla responsabilità di chi cura le attività di aggregazione e, in tal senso, è individuata la figura del fornitore di servizi, che si declina in funzione della specifica attività svolta: ad esempio, fornitore del servizio voce, del servizio di connettività, dei servizi radiofonici e dei servizi televisivi.

Strumentali alle attività dei gestori delle reti e delle piattaforme, nonché dei fornitori di servizi sono una serie di prodotti (tradizionalmente afferenti al settore del-

1 In generale, è talvolta operata una distinzione tra piattaforme abilitative (strumentali alle attività di intermediazione tra i diversi soggetti che operano sul lato dell'offerta) e piattaforme di contenuti (volte principalmente al soddisfacimento dei bisogni degli utenti finali).

Information and Communication Technology) che oggi incidono in misura maggiore sull'assetto dell'industria dei servizi di comunicazione. Difatti, i dispositivi ICT concorrono alla determinazione dei livelli di consumo dei servizi di connettività (si pensi all'impatto della diffusione degli *smartphone* e dei *dongle* sulla domanda di capacità di banda nelle reti mobili, nonché dei televisori HD sulla richiesta di contenuti in alta definizione), di specifici servizi (ad esempio, i servizi VoIP su rete fissa e mobile a seguito dello sviluppo sul terminale d'utente di specifici *software* contraddistinti da una maggiore semplicità d'uso e più efficienti sistemi di compressione), dei servizi *media* non lineari (in corrispondenza della disponibilità di televisori che incorporano funzionalità di rete, c.d. *net-tv*), nonché dei servizi di editoria elettronica (il cui sviluppo corre parallelamente all'introduzione di *e-reader* e *tablet* più sofisticati). L'evoluzione dei terminali e, in generale, degli apparati *hardware*, dei *software* applicativi e dei sistemi operativi incide anche sul funzionamento delle piattaforme: si pensi alla modifiche introdotte dall'aggregatore YouTube (al fine di ottimizzare la riproduzione dei filmati su diverse tipologie di dispositivi mobili), come pure allo sviluppo della piattaforma iTunes (le cui modifiche sono legate all'introduzione di nuovi *device* sul mercato). I fornitori ICT, ossia le imprese manifatturiere e i produttori di *software*, rappresentano perciò un quarto soggetto che gioca un ruolo rilevante nell'industria².

I fornitori di contenuti – altra figura che compone la catena del valore – svolgono una funzione nevralgica nei meccanismi dell'ecosistema digitale. I contenuti informativi e di intrattenimento sono fruiti dagli utenti, come visto, per il tramite di reti, piattaforme e dispositivi elettronici il cui successo commerciale dipende anche dalla capacità dei contenuti in essi disponibili di catturare l'interesse degli utenti. I contenuti in questione sono molteplici: dal singolo evento – sportivo, cinematografico o musicale – ai palinsesti radio-televisivi e ai prodotti dell'editoria quotidiana e periodica, da prodotti tipici del settore – audio, video, immagini – a nuovi prodotti quali l'editoria elettronica (ad es. i c.d. *e-books*) e i giochi elettronici interattivi (*online gaming*). Peraltro, al fianco dei consueti fornitori di contenuti, ossia le imprese editoriali della televisione e della carta stampata, sempre maggiore rilevanza assume il fenomeno dei contenuti generati dagli stessi utenti (c.d. *user generated content*), in virtù del quale è introdotto il termine *prosumer*, crasi di *producer* e *consumer*.

La catena del valore dell'ecosistema digitale è composta, dunque, da numerose attività per cui si parla, in diverse occasioni, di allungamento della filiera produttiva. Difatti, se in passato sussisteva un legame stretto tra la gestione delle reti e la fornitura dei servizi, oggi tale rapporto è più tenue e trovano maggiore spazio gli operatori delle piattaforme, i fornitori di ICT e i fornitori di contenuti.

Il processo in atto di progressiva differenziazione dei profili di competenza, azione e responsabilità lungo la catena del valore è riconducibile al fatto che l'intelligenza tende a distribuirsi ai margini delle reti. Difatti, in passato, la produzione di un nuovo servizio dipendeva dal "centro". La commercializzazione dei servizi "richiamato su occupato" e "identificazione del chiamante" oppure del televideo ha richiesto preliminarmente l'aggiornamento delle centrali di trasmissione. Oggi, la realizzazione di nuovi servizi è spesso il frutto di innovazioni prodotte in un contesto fortemente decentralizzato e rese disponibili sul *web* dai punti terminali delle reti. Nei servizi di telecomunicazione tale *trend* è reso evidente – e al tempo stesso agevolato – dalla rapida diffu-

2 Al riguardo, benché i fornitori di ICT incidano in alcuni casi in modo sostanziale sul funzionamento dell'industria, occorre sottolineare come questi soggetti non rientrino nel tradizionale perimetro dell'azione regolamentare.

sione degli *smartphone* (per l'appunto "telefoni intelligenti") e nel comparto audiovisivo si osserva un arricchimento delle funzionalità offerte dagli apparati di ricezione, siano *set-top-box* o televisori. Più in generale, l'intelligenza migra verso i terminali e, soprattutto, verso i produttori che utilizzano tecnologie in grado di rendere disponibili servizi prodotti all'esterno delle reti. Ne sono esempio servizi come le *chat*, creati da giovani produttori indipendenti, nell'ambito di un processo di innovazione tecnologica connotato dal fenomeno che negli Stati Uniti viene comunemente definito come *garage-economy*. Altro esempio è rappresentato dalla diffusione delle *Content Delivery Network* (CDN), soluzioni tecniche che consentono di gestire i contenuti presso server collocati ai confini delle reti, in prossimità degli utenti finali, in modo tale da ridurre la quantità di traffico gestito sulle reti per l'erogazione, fra l'altro, di servizi quali i *video-on-demand*³.

Tale processo è legato alla disarticolazione della catena del valore, con gli operatori di piattaforma e di servizi che svolgono adesso in maniera autonoma funzioni che tradizionalmente erano invece offerte direttamente dai gestori delle reti. Ciò implica, pertanto, la de-compartmentazione delle attività svolte dai singoli operatori e la loro successiva ricomposizione in un nuovo assetto dell'ecosistema digitale. Il terreno in cui prende corpo il cambiamento è rappresentato tanto dai mercati all'ingrosso nei quali i diversi attori della catena del valore scambiano i beni intermedi, quanto dai mercati al dettaglio dei servizi di comunicazione destinati agli utenti finali in cui tali *input* sono utilizzati.

A livello *wholesale*, proprio in virtù dell'allungamento della catena del valore e dell'ampliamento delle attività svolte dalle imprese, il numero degli scambi cresce in misura netta: ciascun attore interagisce con i soggetti economici che si trovano a monte e a valle della filiera produttiva e che si dispongono lungo la dimensione verticale e orizzontale dell'industria. D'altro canto, nuovi fenomeni di integrazione possono verificarsi. In particolare, nelle telecomunicazioni si osserva ad esempio la crescita di operatori, tradizionalmente legati alla fornitura di servizi, che hanno costruito proprie piattaforme di aggregazione e iniziato un processo di infrastrutturazione. Nell'audiovisivo, invece, alcuni fornitori di ICT hanno sfruttato la loro posizione nel settore della produzione di *device*, per proporre proprie piattaforme di gestione dei contenuti.

Allo stesso tempo, i soggetti economici che operano nei mercati al dettaglio, a fronte dell'evoluzione tecnologica e di mercato, modificano le proprie strategie commerciali, in ragione della natura multi-rete, multi-prodotto e multi-piattaforma del settore. I prezzi, le quantità e la qualità dei prodotti costituiscono, ovviamente, le variabili strategiche utilizzate nel nuovo contesto concorrenziale.

In particolare, i soggetti attivi nell'industria delle comunicazioni ricorrono, in misura sempre crescente, alla fissazione di prezzi non lineari. Le tariffe a due stadi rappresentano uno strumento tradizionalmente adottato dagli operatori del settore (ad esempio, lo scatto alla risposta nella telefonia). Relativamente comune è il ricorso a forme di *pricing* fondate sul *windowing* e sul *versioning* dei prodotti, ossia la commercializzazione di servizi e contenuti attraverso una sequenza di versioni. Ciò vale nella distribuzione dei film (attraverso il cinema, l'*home video*, la *pay-tv* e la televisione gratuita), dei libri (*hardcover* e *paperback*), dei dispositivi (con versioni *basic* e *premium*), ma anche nell'accesso a internet, laddove la segmentazione avviene in base alla capa-

³ L'introduzione di reti di distribuzione dei contenuti consente, tuttavia, di ovviare unicamente ai problemi di congestione nella *core network*, permanendo inalterate le criticità sui segmenti di accesso e di *backhaul*.

cià di banda offerta. Inoltre, sono in decisa espansione, come visto, le forme di *pricing* che propongono un paniere (*bundle*) di servizi dietro la corresponsione di un unico pagamento, nonché il *tiering*, ossia una forma di *bundling* misto in cui i diversi panieri sono ordinati gerarchicamente tra loro, e la c.d. *prioritisation*, ossia la costruzione di corsie preferenziali per alcune tipologie di dati a cui corrisponde una differenziazione dei prezzi.

In generale, la differenziazione dei prezzi è utilizzata al fine di recuperare i costi fissi sostenuti dall'impresa attraverso schemi di *pricing* articolati in funzione della disponibilità a pagare dell'utente e in modo tale da minimizzare l'impatto sulle quantità consumate dagli utenti medesimi. Pertanto, tali schemi di *pricing* possono incrementare l'efficienza allocativa del sistema e, in una certa misura, erodere eventuali extra-profitti in quanto intensificano la concorrenza sui prezzi. D'altronde, le tecniche di differenziazione dei prezzi in esame possono altresì produrre una diminuzione del benessere dei consumatori⁴ e, in taluni casi, essere il veicolo attraverso il quale alcune imprese costruiscono barriere all'ingresso di altri concorrenti e barriere al cambiamento per i propri utenti.

La differenziazione dei prezzi presuppone, di conseguenza, l'introduzione di meccanismi che influenzano la quantità e la qualità dei servizi consumati. Il tema è tanto più rilevante nella misura in cui incide sulle quantità acquistate oppure sulla qualità di servizi, quali quelli forniti nell'ecosistema digitale, la cui disponibilità si riflette sulla vita sociale e culturale di un Paese. In tal senso, i canoni della teoria economica non sono sufficienti a cogliere per intero l'insieme degli interessi in gioco.

Il *policy maker*, pertanto, che promuove la concorrenza e concorre a tutelare la libertà di espressione, il pluralismo dell'informazione all'interno dei diversi *media* e il rispetto delle diversità culturali, nonché a vigilare sull'applicazione degli obblighi posti in capo alle imprese editoriali che operano nell'ecosistema digitale è chiamato a tenere in considerazione le implicazioni derivanti dalle nuove logiche, tecniche e commerciali, che contraddistinguono il settore.

Ciò vale nelle singole decisioni che il regolatore adotta, con continuità, sui diversi dossier aperti, riguardanti i diversi anelli della catena del valore dell'ecosistema digitale, le reti, i servizi e le piattaforme, nonché i contenuti.

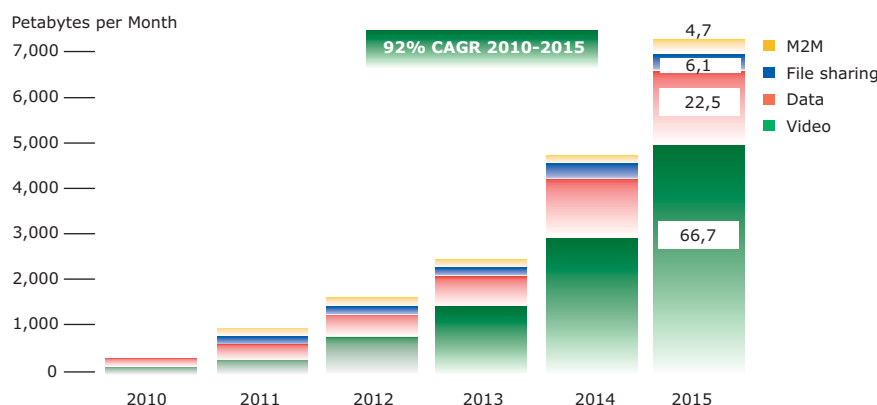
4 A titolo esemplificativo, il *bundling* può risultare inefficiente in quanto il telespettatore o l'utente di servizi tlc è indotto a consumare taluni servizi in quantità eccessiva oppure, in assenza di offerte disaggregate delle singole componenti, alcuni utenti potrebbero essere esclusi dall'accesso a determinati servizi.

1.3. Le reti

L'ecosistema digitale si configura, come visto, in senso multi-rete. In tale ambito, il *policy-maker* individua le modalità più appropriate per assicurare la manutenzione delle reti esistenti e per promuovere la realizzazione di nuove reti in grado di trasportare, fino alle sede dell'utente, il segnale digitale. Peraltro, l'espansione della domanda di contenuti e servizi digitali impone la necessità di disporre di reti con elevata capacità trasmissiva, in termini di velocità di banda, specificamente nel tratto dell'accesso.

Recenti proiezioni elaborate dalla società Cisco, infatti, indicano un aumento di quattro volte del volume del traffico dati a livello mondiale nel periodo 2009-2014, corrispondente ad un tasso annuo di crescita composto pari al 34% e riportano un incremento ancor più sostenuto nel settore mobile⁵. In particolare, con riferimento al traffico dati in mobilità, Cisco prevede che, nel quinquennio 2010-2015, il traffico dati su rete mobile, a livello mondiale, aumenterà di ventisei volte, attestandosi a circa settantacinque *exabyte* nell'intero 2015, corrispondente a un tasso annuale di crescita composto del 92% nel periodo considerato (Figura 1.2)⁶.

Figura 1.2. Previsioni dell'andamento e della tipologia del traffico dati su rete mobile (2010-2015)



Fonte: Cisco

L'installazione di reti di accesso di nuova generazione è, pertanto, un obiettivo prioritario del *policy maker* in quanto lo sviluppo delle *Next Generation Access Network* (NGAN) rappresenta un fattore trainante per la crescita dell'intero ecosistema digitale. Sul punto, il Consiglio europeo ha approvato nel 2010 la *EU 2020 Strategy*, com-

⁵ "Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2009-2014", 2 giugno 2010.

⁶ "Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2010-2015", 1 febbraio 2011. Riguardo alla composizione del traffico, ossia alla segmentazione dello stesso in relazione ai servizi erogati, secondo le previsioni Cisco, il traffico video generato su rete mobile rappresenterà, nel 2015, il 66% del traffico complessivo. Seguiranno il *mobile web* (22,5%), il *mobile p2p* (6,1%) e il *mobile machine-to-machine* (4,7%).

prendente anche l'Agenda Digitale. Si tratta di un progetto strategico che punta a rilanciare l'economia dell'Unione europea nel prossimo decennio al fine di conseguire elevati livelli di occupazione, produttività e massimizzare la coesione sociale. In particolare, l'Agenda Digitale europea indica come obiettivo principale la promozione della banda larga presso il maggiore numero possibile di cittadini attraverso una strategia atta a garantire la copertura di tutta la popolazione mediante larga banda di base entro il 2013, da portare a 30 Mbps entro il 2020 e a garantire al contempo 100 Mbps ad almeno metà delle famiglie entro la stessa data.

In linea con le previsioni contenute nell'Agenda digitale e con le attività intraprese nel corso degli anni, la Commissione europea, negli ultimi dodici mesi, ha adottato diverse misure volte a garantire servizi *broadband* a tutti i cittadini dell'Unione e a promuovere la realizzazione di reti NGAN. Tra questi si segnalano la comunicazione "La banda larga in Europa: investire nella crescita indotta dalla tecnologia digitale", la raccomandazione del 20 settembre 2010 "relativa all'accesso regolamentato alle reti di accesso di nuova generazione", adottata a seguito di un elaborato *iter* di consultazione degli *stakeholder*, e la proposta inerente ai programmi di lavoro in materia di politiche dello spettro radio. Tali provvedimenti attribuiscono ai regolatori nazionali compiti di estremo rilievo.

Difatti, al conseguimento degli obiettivi formulati in sede europea concorre, in misura significativa, l'azione delle autorità nazionali di regolamentazione che – sulla base, da un lato, delle indicazioni provenienti dal livello europeo e, dall'altro, delle specifiche circostanze dei mercati nazionali – declinano i loro interventi inerenti alle reti a banda larga *wired* e *wireless*, senza sottacere quelli connessi al processo di *switch-over* che interessa le reti terrestri di diffusione del segnale radio-televisivo.

■ 1.3.1. Le reti NGAN su rete fissa

Le Autorità nazionali di regolamentazione (ANR), al fine di contribuire allo sviluppo di reti NGAN, sono chiamate a contemperare l'esigenza di favorire gli investimenti e la garanzia dell'equilibrio concorrenziale fra gli operatori proprietari dell'infrastruttura e gli operatori che forniscono servizi agli utenti finali sulla base dei servizi di accesso acquistati a livello *wholesale*.

Tali tematiche, di recente, sono state nuovamente oggetto dell'intervento del legislatore europeo nella direttiva 2009/140/CE e, per le specifiche tecniche e operative, nella raccomandazione relativa all'accesso regolamentato alle NGAN. In generale, il quadro regolamentare sottolinea l'opportunità di tenere conto, nella definizione degli obblighi di accesso alla rete, di fattori quali: la fattibilità tecnica ed economica dell'installazione e dell'uso di risorse concorrenti a fronte del ritmo di evoluzione del mercato e della natura e tipo di interconnessione e/o accesso proposti; i rischi connessi ai progetti d'investimento, attraverso il riconoscimento agli investitori di un ragionevole premio di rischio sul capitale investito; la possibilità di diversificare il rischio di investimento, favorendo accordi di cooperazione tra gli investitori e le parti che richiedono accesso. La raccomandazione NGAN, come detto, traduce i principi e le previsioni dettate dalle direttive in processi tecnici e operativi la cui applicazione informa le attività delle ANR (cfr. box 1 per una sintesi delle principali previsioni contenute nella raccomandazione).

Box 1 - La raccomandazione del 20 settembre 2010 "relativa all'accesso regolamentato alle reti di accesso di nuova generazione"

La Commissione, nel dettare gli indirizzi della raccomandazione, ha inteso favorire lo sviluppo del mercato unico rafforzando la certezza del diritto e promuovendo sul mercato dei servizi a banda larga e, in particolare, nella transizione alle reti di accesso di nuova generazione, gli investimenti, l'innovazione e la concorrenza effettiva, considerati fattori rilevanti per lo sviluppo del mercato e per la crescita della coesione sociale.

L'ambito di applicazione della raccomandazione riguarda principalmente le misure correttive da imporre agli operatori che risultano disporre di un significativo potere di mercato (SMP) nei mercati dell'accesso all'ingrosso alle infrastrutture fisiche di rete (mercato 4 della raccomandazione 2007/879/CE) e dell'accesso a banda larga all'ingrosso (mercato 5 della raccomandazione 2007/879/CE). Le raccomandazioni attengono a quattro profili di analisi, di seguito schematicamente riportati.

1) Variazione geografica - La Commissione ritiene opportuno che le ANR esaminino le differenze tra le condizioni concorrenziali nelle diverse zone geografiche al fine di verificare se la definizione di mercati geografici subnazionali o l'imposizione di misure correttive differenziate siano giustificate.

2) Accesso all'ingrosso alle infrastrutture fisiche di rete - La Commissione evidenzia la necessità di imporre rimedi regolamentari in relazione al servizio di accesso alle infrastrutture di ingegneria civile dell'operatore SMP, ove la capacità delle condutture lo consenta. In particolare, è prevista l'imposizione, da parte delle ANR, dell'obbligo di accesso alle infrastrutture di ingegneria civile in conformità al principio di equivalenza, a prezzi orientati ai costi, in grado di riflettere il valore effettivo dell'infrastruttura interessata, nonché dell'obbligo di pubblicazione tempestiva di una offerta di riferimento, entro sei mesi dalla data di presentazione della richiesta. In merito all'applicazione del principio di equivalenza per l'accesso alle infrastrutture di ingegneria civile dell'operatore SMP sono fornite numerose specifiche tecniche – relative al livello di informazione che l'operatore SMP deve rendere disponibile, alle modalità di richiesta e fornitura dell'accesso, agli indicatori del livello del servizio, ai contenuti minimi dell'offerta di riferimento, ai controlli svolti dall'ANR e alla gestione delle asimmetrie informative – la cui applicazione trova nel regolatore nazionale la sede naturale.

Nel caso in cui un operatore SMP installi una rete FTTH (*Fiber To The Home*), la raccomandazione prevede l'obbligo di accesso al segmento di terminazione (segmento di rete NGA che collega l'abitazione del cliente finale al primo punto di distribuzione della rete, compreso il cablaggio all'interno di un edificio), declinato in conformità al principio di equivalenza, sulla base di prezzi orientati ai costi e un premio di rischio che tenga conto degli eventuali rischi supplementari e quantificabili incorsi dall'operatore SMP, corredato degli obblighi di trasparenza e non discriminazione nell'accesso (indicando altresì la pubblicazione di un'offerta di riferimento entro sei mesi dalla richiesta).

Sempre con riferimento al caso di installazione ad opera dell'operatore SMP di una rete FTTH, le ANR dovrebbero, in linea di principio, rendere obbligatorio l'accesso disaggregato alla rete in fibra. Eventuali eccezioni potrebbero essere giustificate solo in zone geografiche in cui la presenza di numerose infrastrutture alternative, come le reti FTTH e/o il cavo, combinata con offerte di accesso competitive, possa dar luogo a una concorrenza effettiva nei mercati a valle. In particolare, la Commissione stabilisce che le ANR possano disporre l'obbligo di fornitura di servizi accessori, quali la cubicazione e il *backhaul*, gli obblighi di trasparenza, non discriminazione e predisposizione tempestiva della offerta di riferimento. Il prezzo di accesso alla rete in fibra disaggregata dovrebbe essere orientato ai costi, tenendo nel debito conto il rischio supplementare e quantificabile di investimento sostenuto dall'operatore SMP.

Infine, nei casi in cui l'operatore SMP installi una rete FTTN (*Fiber To The Node*), la Commissione raccomanda l'imposizione di un obbligo di accesso disaggregato alla sottorete in rame, integrato da misure di *backhaul* e misure correttive accessorie quali la coubicazione. La raccomandazione prevede che l'offerta di riferimento sia predisposta il prima possibile e comunque entro sei mesi dalla data in cui l'ANR ha imposto l'obbligo di concedere l'accesso. È infine raccomandato che il prezzo di accesso a tutti gli elementi sia orientato ai costi.

3) Accesso a larga banda all'ingrosso - Per quanto attiene al mercato 5 individuato dalla raccomandazione 2007/879/CE, la Commissione raccomanda che, qualora si riscontrino un significativo potere di mercato, si mantengano o modifichino le misure correttive di accesso a banda larga all'ingrosso per i servizi esistenti e i loro sostituti nella catena. Al riguardo è opportuno che le ANR prendano in considerazione la fornitura di diversi prodotti all'ingrosso che riflettono al meglio, in termini di larghezza di banda e qualità, le caratteristiche tecnologiche delle infrastrutture NGA. Si raccomanda l'applicazione di principi di non discriminazione e si richiede che le ANR obblighino l'operatore SMP a rendere disponibili i nuovi prodotti di accesso a banda larga all'ingrosso di norma almeno sei mesi prima che l'operatore stesso o la sua filiale al dettaglio mettano in commercio i propri corrispondenti servizi al dettaglio di reti NGA, a meno che non esistano altre efficaci misure di salvaguardia contro eventuali forme di discriminazione. È previsto l'orientamento ai costi dei prezzi sui prodotti di accesso a banda larga all'ingrosso, tenendo conto delle differenze in termini di larghezza di banda e qualità delle varie offerte all'ingrosso.

4) Migrazione - Nella disciplina della migrazione dalla rete in rame alla rete in fibra, la Commissione raccomanda che gli obblighi esistenti per l'operatore SMP con riguardo ai mercati 4 e 5 restino in vigore e non siano invalidati da modifiche apportate all'architettura e alla tecnologia delle reti esistenti, tranne che in presenza di specifici accordi tra le parti. In assenza di tali accordi, le ANR dovrebbero garantire che gli operatori alternativi siano informati dell'eventuale dismissione di punti di interconnessione, quali la centrale di commutazione della rete locale, con almeno cinque anni di anticipo, tenendo conto, se del caso, della situazione nazionale. La durata del periodo di preavviso può essere ridotta qualora al punto di interconnessione sia fornito un accesso pienamente equivalente.

In questo contesto, le misure regolamentari intraprese dalle singole ANR negli ultimi 12 mesi appaiono convergere verso lo sviluppo delle reti a banda larga e ultralarga nel solco dei principi comuni e delle metodologie indicati dalla Commissione. Difatti, sulla scorta delle previsioni delineate nel quadro regolamentare comunitario e, in particolare, nella raccomandazione NGAN, le autorità nazionali di regolamentazione, compresa l'AGCOM, hanno attivamente operato al fine di promuovere la concorrenza e incentivare gli investimenti nello sviluppo delle reti di accesso di nuova generazione attraverso l'analisi delle condizioni concorrenziali vigenti nelle diverse aree del territorio (c.d. variazione geografica), la declinazione degli obblighi per consentire l'accesso all'ingrosso alle infrastrutture fisiche di rete e l'accesso a banda larga all'ingrosso, nonché le forme più appropriate di gestione del processo di migrazione dalle reti in rame alle reti in fibra (c.d. migrazione).

Sul piano dell'attività svolta dalle singole ANR, appare rilevante effettuare una ricognizione delle principali esperienze straniere, in cui è possibile individuare, *prima facie*, degli indirizzi comuni circa la modulazione degli obblighi in relazione ai diversi mercati in esame (Tabella 1.1).

Tabella 1.1. *Regolamentazione dei mercati 4 e 5 in Europa (2011)*

| Paese | Mercati nazionali | Cavidotti | Segmento terminale | Unbundling | Fibra spenta | Bitstream |
|-------|-------------------|-----------|--------------------|------------|--------------|-----------|
| AT | ✓ | ✓ | ✓ | X | | |
| DE | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DK | ✓ | ✓ | | X | | |
| ES | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FI | X | X | X | ✓ | | |
| FR | ✓ | ✓ | ✓ | X | X | X |
| IE | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| IT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| NL | ✓ | X | X | ✓ | ✓ | ✓ |
| NO | ✓ | ✓ | ✓ | X | | |
| PT | X | ✓ | ✓ | X | X | ✓ |
| SE | ✓ | X | X | ✓ | | |
| UK | X | ✓ | X | X | X | ✓ |

Legenda: ✓ Obbligo imposto o proposto X Obbligo non previsto

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Cullen International e singole ANR

Avuto riguardo alla caratterizzazione geografica dei mercati dell'accesso – che è propedeutica all'imposizione di obblighi specifici in capo a un'impresa avente significativo potere di mercato (SMP) –, la maggioranza delle autorità nazionali (ad esempio, in Francia, Olanda, Germania, Italia e Spagna) hanno mantenuto la definizione nazionale dei mercati 4 (*unbundling*, o accesso alle componenti passive operanti a livello fisico) e 5 (*bitstream*, accesso alle componenti attive non operanti a livello fisico) così come definiti dalla raccomandazione del 2007, mentre in taluni Paesi è stata proposta la segmentazione geografica del solo mercato 5 (è il caso del Portogallo e del Regno Unito) in mercati sub-nazionali, in ragione del grado concorrenziale raggiunto nelle singole zone.

In ordine all'accesso all'ingrosso alle infrastrutture fisiche di rete si registra, innanzitutto, un generale ricorso agli obblighi volti a consentire l'accesso alle infrastrutture di ingegneria civile dell'operatore SMP: eccezioni sono rinvenibili nei Paesi bassi e in alcuni Paesi scandinavi. L'accesso al segmento di terminazione nel caso di FTTH è ampiamente previsto, in special modo nei Paesi più popolosi dell'Unione. La fornitura del servizio di accesso disaggregato alla rete in fibra è caratterizzato, invece, da due approcci distinti. Diversi paesi (ad esempio, Francia, Spagna e Portogallo) non hanno previsto l'applicazione immediata della misura regolamentare; in Francia, d'altronde, nelle zone meno densamente popolate, è previsto l'obbligo di accesso simmetrico al segmento terminale esteso fino a raccogliere un minimo di 300 unità immobiliari. Il Regno Unito, infine, ha previsto l'obbligo di accesso nella forma sostitutiva del servizio VULA (*Virtual Unbundling Local Access*). D'altro canto, altrettanti regolatori hanno imposto l'*unbundling* della fibra, generalmente prevedendo un controllo dei prezzi basato sull'orientamento al costo e una remunerazione ragionevole del capitale investito.

Per quanto riguarda il servizio *bitstream*, una ANR (ARCEP) non ha imposto alcun obbligo, prevedendone l'eventuale applicazione in una prospettiva futura, mentre le altre Autorità lo hanno applicato, prevalentemente con il calcolo del prezzo orientato al costo. A titolo esemplificativo, OFCOM nel Regno Unito ha disposto l'obbligo di acces-

so a banda larga all'ingrosso, con orientamento ai costi dei prezzi, solo nelle aree che non mostrano un sufficiente grado di concorrenza. Il regolatore nazionale portoghese, analogamente, ha imposto l'obbligo di accesso *bitstream*, sia su rame che su fibra, in capo a Portugal Telecom solo nelle aree in cui non si registra un sufficiente grado di concorrenza.

Infine, vale osservare come le disposizioni in materia di procedure di migrazione e di investimento nelle infrastrutture siano state già introdotte in un numero limitato di casi, tra cui quello italiano.

La declinazione dei singoli obblighi sopramenzionati, benché contraddistinta da indirizzi comuni circa l'implementazione dell'intera gamma di strumenti previsti dalla raccomandazione, prevede altresì delle modulazioni in ragione delle specifiche circostanze di mercato accertate dal regolatore nazionale. Ciò vale, ad esempio, nella determinazione dei prezzi dei singoli servizi di accesso regolamentati per i quali il regolatore nazionale è chiamato a valutare, schematicamente, i costi che sarebbero sostenuti da un operatore efficiente e una congrua remunerazione del rischio, tenendo conto, fra l'altro, in quest'ultimo caso, dei seguenti fattori di incertezza relativi: i) alla domanda al dettaglio e all'ingrosso; ii) ai costi di installazione delle opere di ingegneria civile e di esecuzione gestionale; iii) ai progressi tecnologici; iv) alle dinamiche del mercato e all'evoluzione della situazione concorrenziale, come il grado di concorrenza basata sulle infrastrutture e/o del cavo; e v) alla situazione macroeconomica. Altro tema di rilievo, che impegna e impegnerà i regolatori nazionali, è la valutazione dei margini esistenti fra i prezzi all'ingrosso e i prezzi al dettaglio, al fine di garantire che siano sufficienti e tali da consentire l'ingresso di un concorrente efficiente nel mercato a valle.

Più in generale, è possibile rinvenire due modelli "polari" di regolamentazione come esemplificato dalle esperienze francese e britannica: da un lato, la Francia con il suo approccio volto a sviluppare condizioni concorrenziali basate sulle infrastrutture e, dall'altro lato, il Regno Unito che tende, invece, a predisporre rimedi di più alto livello per favorire condizioni di concorrenza sui servizi.

In particolare, ARCEP ha inteso adottare un modello regolamentare principalmente basato sull'implementazione delle condizioni concorrenziali delle infrastrutture. L'Autorità francese, in tale ottica, ha concentrato il quadro regolamentare sullo sviluppo della fibra nell'intero territorio nazionale, regolamentando le condizioni di accesso alle linee in fibra e alle relative infrastrutture con particolare attenzione al tratto terminale della rete. Più precisamente, il regolatore ha imposto a France Telecom l'obbligo di fornire accesso alle proprie infrastrutture civili a prezzi orientati ai costi, mentre non ha previsto alcun obbligo in relazione al *bitstream* della fibra, ancorché in futuro non sia escluso l'ampliamento al *bitstream* in fibra degli obblighi in capo a France Telecom, qualora non sia stato perseguito l'obiettivo di garantire l'equilibrio concorrenziale. Inoltre, ARCEP non ha emesso alcun obbligo asimmetrico a France Telecom in materia di accesso al *loop* in fibra, considerando adeguati gli obblighi simmetrici per la condivisione della parte terminale del *loop*. Al riguardo, peraltro, in forza di una legge nazionale, è stato imposto un obbligo simmetrico ad ogni "operatore di immobile" (l'operatore che per primo cabla un edificio) di fornire accesso al segmento di terminazione a condizioni ragionevoli e non discriminatorie. Infine, il 26 ottobre 2010, ARCEP ha notificato alla Commissione un progetto di misura che prevede, tranne in casi eccezionali debitamente giustificati, che il punto di distribuzione, nelle zone meno densamente popolate, debba essere localizzato in maniera tale da raccogliere non meno di 300 linee di utente, in modo tale che sia economicamente sostenibile accedervi per l'operatore.

Su posizioni diverse dalla precedente si colloca l'esperienza britannica: OFCOM ha inteso stimolare la crescita concorrenziale puntando sulla implementazione dei servizi. In particolare, l'Autorità britannica ha definito il mercato n. 4 di livello nazionale, imponendo a British Telecom (BT) l'obbligo di fornire accesso alle infrastrutture civili a prezzi orientati ai costi (con contestuale riconoscimento di un adeguato *risk premium*) e non ha previsto, invece, alcun obbligo di accesso al segmento terminale. OFCOM ha, inoltre, previsto l'obbligo di fornitura, in capo a BT – in tutte le aree dove l'operatore ha realizzato una rete NGA – del c.d. VULA sulle reti BT FTTH e FTTC a condizioni di equivalenza, considerandolo un servizio sostitutivo all'*unbundling*⁷. Inoltre, OFCOM ha introdotto una misura regolamentare di "Accesso alle Infrastrutture Fisiche" (PIA, *Public Infrastructure Access*), ivi inclusi i cavidotti e le palificazioni, per mezzo della quale è consentito agli operatori di rete alternativi di realizzare una rete in fibra ottica di accesso utilizzando infrastrutture di BT. OFCOM prevede, peraltro, che l'obbligo di riservare capacità all'interno delle infrastrutture fisiche sia simmetrico, il che implica che BT e gli operatori concorrenti operino allo stesso modo, evitando procedure che determinino inefficienze nell'utilizzo della capacità. In definitiva, secondo il regolatore inglese, il VULA rappresenta una misura attraente per gli operatori che intendono entrare sul mercato laddove BT ha già potenziato la sua rete di accesso locale; il PIA, invece, rappresenta una misura favorevole a quanti intendano investire nelle reti.

In questo contesto, ha avuto luogo in Italia un'intensa attività di regolamentazione orientata a promuovere gli investimenti nelle infrastrutture di rete di nuova generazione e a incoraggiare l'evoluzione verso servizi avanzati a larga banda. Lungo questa direttrice si collocano numerosi interventi dell'Autorità (cfr. cap. 3), tra cui si segnalano: la delibera n. 718/08/CONS, che ha accettato e reso obbligatori gli Impegni presentati da Telecom Italia, relativi, principalmente, al funzionamento della rete di accesso in postazione fissa della società medesima, nonché a misure relative alle reti di accesso di nuova generazione (ivi ascritte al Gruppo di Impegni n. 9); la delibera n. 731/09/CONS recante individuazione degli obblighi regolamentari cui sono soggette le imprese che detengono un significativo potere di mercato nei mercati dell'accesso alla rete fissa; la costituzione nell'ambito degli Impegni di un sistema di *governance*, all'interno del quale si inquadra l'attività del *Comitato NGN Italia*, cui è stato demandato il compito di predisporre una proposta di "Linee guida per la disciplina della transizione verso le reti NGN", con riferimento ai temi delle procedure di migrazione dal rame alla fibra ottica, dell'*unbundling* degli accessi in fibra, del *bitstream* e della condivisione delle infrastrutture; la delibera n. 1/11/CONS di avvio della consultazione pubblica in materia di regolamentazione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione; la delibera n. 510/10/CONS recante consultazione pubblica concernente l'approvazione del Regolamento in materia di diritti di installazione di reti di comunicazione elettronica per collegamenti dorsali e ubicazione e condivisione di infrastrutture.

Naturalmente, le misure inerenti all'accesso all'ingrosso alle infrastrutture fisiche di rete e a larga banda all'ingrosso rientrano in un insieme più ampio di strumenti a disposizione del regolatore al fine di promuovere la realizzazione di reti di nuova generazione nel segmento dell'accesso, la concorrenza nel settore e la diffusione dei

⁷ A differenza del servizio *unbundling*, tramite il VULA non viene fornita una linea fisica, ma una connessione virtuale che permette all'operatore alternativo di fornire servizi sulla nuova rete NGA di BT e di avere un link dedicato con il cliente e un sostanziale controllo del servizio finale (cfr. OFCOM, "Review of the wholesale local access market – Statement on market definition, market power determinations and remedies", pubblicato il 7 ottobre 2010).

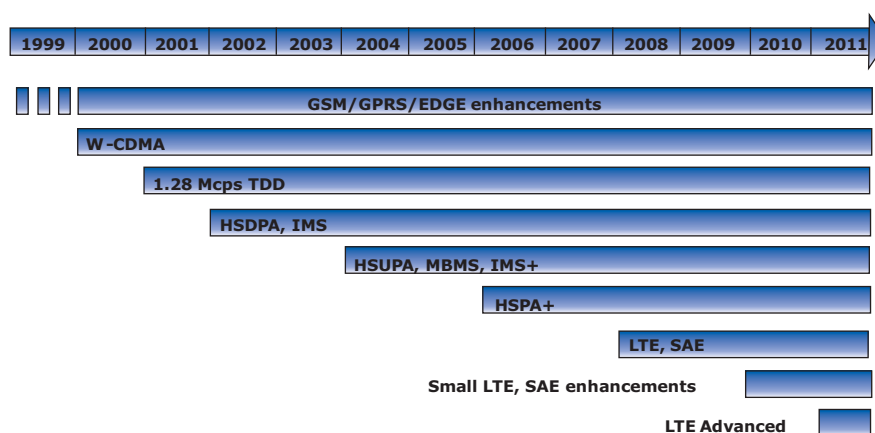
servizi a banda larga. Al riguardo, lo sviluppo delle reti di comunicazione in mobilità rappresenta, senz'altro, un ulteriore fattore trainante per la crescita dell'intero ecosistema digitale, in merito al quale il regolatore contribuisce, in modo significativo, alla determinazione degli incentivi in capo ai diversi soggetti attivi nella catena del valore.

■ 1.3.2. Le reti a banda larga su rete mobile

La telefonia cellulare ha conosciuto negli ultimi anni una crescita significativa a livello mondiale, sia in termini di diffusione che di utilizzo (cfr. cap. 2.1.1). Uno dei possibili fattori che mostrano tale sviluppo è il rapido susseguirsi delle "generazioni" di tecnologie cellulari: si è soliti parlare di *cambio generazionale* quando la telefonia mobile introduce una nuovo paradigma di comunicazione rispetto al precedente, ad esempio con servizi innovativi, maggiore capacità trasmissiva e ulteriori risorse spettrali utilizzate.

Il primo salto generazionale è avvenuto con il passaggio dal sistema cellulare TACS (*Total Access Communications System*) a quello GSM (*Global System for Mobile communications*), che ha segnato il passaggio dall'analogico al digitale, nonché l'introduzione di nuovi servizi quali quelli di messaggistica. In seguito, la necessità di offrire anche servizi dati agli utenti di telefonia mobile ha portato all'introduzione di una nuova generazione, ossia quella UMTS (*Universal Mobile Telephone System*). A oggi, le esigenze sempre più stringenti in termini di *coverage* e *throughput*, ossia di disponibilità del segnale e velocità di collegamento, hanno contribuito allo sviluppo di nuove tecnologie trasmissive: *inter alia*, quella LTE (*Long Term Evolution*), per la quale si parla di *quarta generazione* (4G). Come evidenziato nel grafico seguente (Figura 1.3), la rapida crescita della telefonia mobile si può osservare anche dalle numerose *release* proposte dal 3GPP (*3rd Generation Partnership Project*).

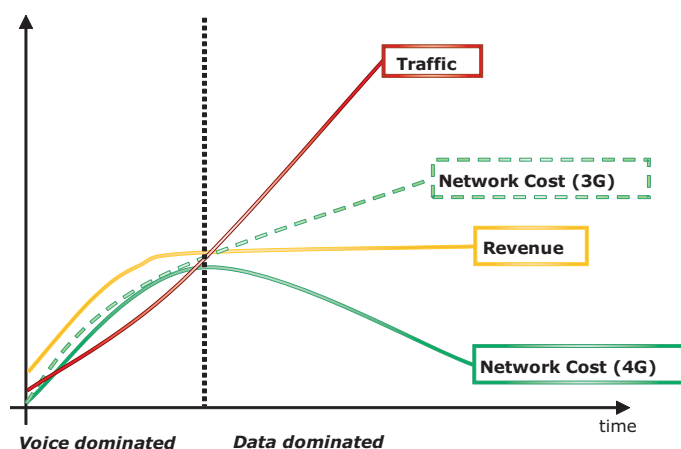
■ **Figura 1.3.** Standard rilasciati dal 3GPP (1999-2011)



Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Alcatel-Lucent

Tratteggiando l'evoluzione della telefonia cellulare in termini di volumi, ricavi e costi in unico grafico (Figura 1.4), si riesce a individuare un cambio di scenario negli ultimi anni, ossia un passaggio dai servizi *voice-based* a quelli *data-based*. Mentre il traffico rimane in aumento in entrambi gli scenari (seppure con diversi tassi), i ricavi sembrano assestarsi in questa seconda fase dominata dai servizi dati in mobilità, anche in ragione della diffusione tra gli utenti di tariffe *flat* o *semiflat*, che non comportano dunque un aumento delle entrate proporzionale a quello dei volumi. In tale scenario, i guadagni di redditività dell'impresa sono legati a una revisione degli schemi di *pricing* oppure all'ampliamento della gamma di servizi offerti e al contenimento dei costi unitari di produzione. Queste dinamiche spiegano, pertanto, l'esigenza per gli operatori di adottare nuove tecnologie che riducano sensibilmente i costi operativi unitari (i.e. in termini di euro/bit) in modo da preservare i ricavi, contrapponendo ai crescenti volumi spese minori per la gestione delle infrastrutture. Vale la pena ricordare che questo fenomeno non è attribuibile unicamente all'LTE, ma rappresenta una delle costanti presenti in ogni salto generazionale: anche in precedenza diversi *mobile network operator* sono passati dalle tecnologie 2G a quelle 3G al fine di ridurre i costi di gestione della rete e di fornire nuovi servizi all'utente finale.

Figura 1.4. Evoluzione delle reti mobili



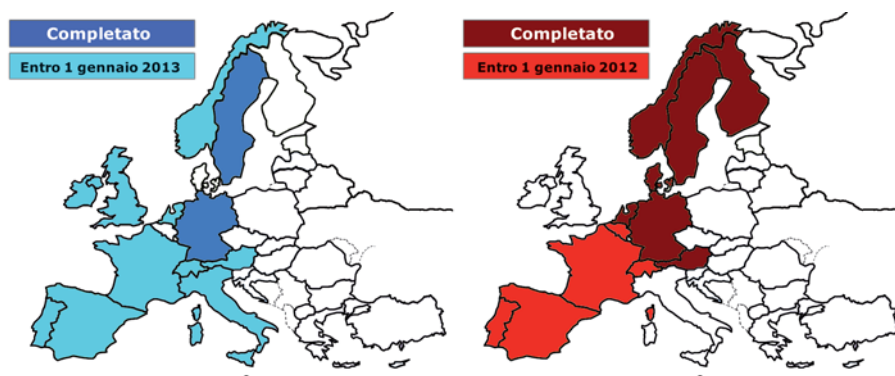
Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Alcatel-Lucent

Oltre ai ridotti costi operativi per bit, gli altri aspetti essenziali dell'LTE rispetto alla precedente generazione sono i minori consumi energetici dei terminali, un'architettura più semplice e maggiormente interoperabile con altri sistemi, nonché un uso più efficiente delle bande di frequenza. Nello specifico, il sistema 4G consente un'elevata flessibilità di gestione delle risorse frequenziali (con sei possibili ampiezze della banda di canale), in regioni dello spettro attualmente in uso ai sistemi GSM e/o UMTS (ad esempio 900 MHz e 1800 MHz) o a frequenze in corso di assegnazione (ad esempio 2600 MHz). Ovviamente, così come nelle precedenti generazioni di telefonia mobile, l'impiego ottimale delle risorse spettrali varia a seconda delle specifiche circostanze e, ad esempio, in ragione della conformazione del territorio e della densità abitativa.

Dal punto di vista regolamentare, l'impatto maggiore conseguente a ogni evoluzione generazionale è l'assegnazione delle necessarie risorse spettrali. In particolare, le ANR sono chiamate oggi a definire i piani di assegnazione delle frequenze alla luce del nuovo contesto tecnologico e di mercato. Teoricamente, le procedure di assegnazione delle risorse frequenziali sono declinate secondo tre diverse possibili metodologie. La prima consiste in una determinazione monocratica delle frequenze utilizzabili da determinati operatori: è questo il caso di frequenze utilizzate per esigenze di tipo strategico e tradizionalmente assegnate alle forze armate o comunque a organizzazioni nazionali. Diametralmente opposto è il caso delle frequenze *unlicensed*, ossia di quella parte di spettro che non è soggetta ad autorizzazioni per l'utilizzo, stante la bassa intensità del campo elettrico e il limitato raggio di propagazione (ad esempio per il Wi-Fi). Infine, vi è la possibilità di ricorrere ad una valorizzazione economica delle frequenze da assegnare.

Quest'ultima procedura è quella tradizionalmente legata alla licenza delle frequenze per la telefonia cellulare in ambito europeo. Rimangono invece differenti le tempistiche adottate nel continente per il rilascio delle diverse frequenze destinate ai servizi di telecomunicazione. In particolare, le bande di trasmissione a 800 MHz e a 2600 MHz – che potranno essere utilizzate nel *roll out* delle reti LTE – sono già state assegnate in Germania e Svezia, mentre altri paesi (*inter alia*, l'Austria, la Danimarca, la Finlandia, l'Italia, la Norvegia e i Paesi Bassi) hanno programmato le procedure di assegnazione per una sola delle due citate frequenze (Figura 1.5).

Figura 1.5. Assegnazione delle bande a 800 MHz e a 2600 MHz



Legenda: 800 MHz a sinistra, 2600 MHz a destra

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Cullen International

Inoltre, i regolatori nazionali proseguono i lavori nel campo del processo di *refarming* delle bande di frequenza a 900 e 1800 MHz al fine, fra l'altro, di consentire su queste bande – tradizionalmente caratterizzate dalla tecnologia GSM – la fornitura di servizi 3G/4G. Più precisamente, il processo può implicare modifiche ai piani nazionali delle frequenze, alle licenze (sia per consentire la realizzazione di servizi UMTS e LTE che per disegnare licenze *technology-neutral* per queste bande) e all'allocazione delle frequenze attraverso una loro redistribuzione. Al riguardo, l'Austria, la Danimar-

ca, la Finlandia, la Francia, la Germania, la Norvegia, i Paesi Bassi, il Portogallo, il Regno Unito, la Spagna, la Svezia, e la Svizzera hanno completato il *refarming* delle frequenze mentre il processo di redistribuzione e ristrutturazione è in corso in alcuni Paesi, tra cui l'Italia (cfr. par. 3.3).

In generale, a livello comunitario, si osserva come la Commissione europea abbia presentato, il 20 settembre 2010, al Parlamento e al Consiglio europeo una proposta legislativa al fine di stabilire il primo programma pluriennale di politica del radio spettro nella Comunità, in linea con quanto previsto dalla direttiva n. 2002/21/CE, come emendata dalla direttiva n. 2009/140/CE. In tale proposta di programma, in merito alla liberazione della banda a 800 MHz dai servizi esistenti (*broadcasting*) al fine della sua destinazione ai sistemi di comunicazione elettronica fissa e mobile a larga banda, all'art 6, comma 3, è stabilito che gli Stati membri, entro il 1° gennaio 2013, rendano la banda a 800 MHz disponibile per servizi di comunicazione elettronica in linea con le condizioni tecniche armonizzate emanate ai sensi della decisione della Commissione n. 676/2002/CE (decisione Spettro Radio), salva possibilità di proroga, per un tempo massimo prefissato, in casi obiettivamente giustificati. Il citato programma di politica dello spettro radio ha iniziato l'*iter* legislativo e non è stato ancora adottato.

Inoltre, benché sia condiviso in Europa il principio di valorizzazione della risorsa spettrale per i servizi mobili di comunicazione, va tuttavia rilevato come i diversi paesi possano adottare diversi meccanismi per l'assegnazione delle frequenze. Il primo metodo è un'assegnazione diretta sulla base di procedure deterministiche (*first-come-first-served*) o aleatorie (lotteria); una seconda opzione è indire una vera e propria asta, con l'assegnazione al maggior offerente; una terza possibile modalità è il cosiddetto *beauty contest*, nel quale il bene pubblico (le frequenze) è assegnato all'impresa che predispose il piano industriale che, in base a diversi criteri qualitativi, risulta maggiormente rispondente alle finalità pubbliche. Infine, è possibile optare per una soluzione intermedia tra le ultime due proposte.

In Italia, in particolare, è stata avviata, con la delibera 127/11/CONS, una consultazione pubblica sulle procedure e regole per l'assegnazione e l'utilizzo delle frequenze disponibili in banda 800, 1800, 2000 e 2600 MHz per sistemi terrestri di comunicazione elettronica e sulle ulteriori norme per favorire un'effettiva concorrenza nell'uso dello spettro elettromagnetico. Lo schema di assegnazione prevede attualmente un sistema di gara con un sistema omogeneo di offerta basato sul sistema consolidato dei *round* multipli simultanei ascendenti (*simultaneous multiple ascending round*).

Inoltre, varie ANR stanno ormai valutando la possibilità di introdurre (o, in taluni casi, di ampliare) forme di negoziazione di secondo livello delle risorse spettrali, come esemplificato nel 2010 dal regolatore inglese OFCOM in *Simplifying spectrum trading*. È stato infatti ipotizzato che un eventuale *secondary spectrum trading* porterebbe a più basse barriere all'ingresso, una maggiore efficienza spettrale, una migliore qualità del servizio, nonché ad un incremento del grado di concorrenzialità del settore (cfr. par. 3.3).

Pertanto, la crescita del settore dei servizi mobili a banda larga, che costituisce uno dei *driver* di crescita del mercato delle comunicazioni elettroniche (oltre a rappresentare un mezzo adatto a favorire la *e-inclusion* e il superamento del *digital divide*), investe numerose questioni regolamentari (a partire dalla gestione delle risorse spettrali per natura scarse) al centro, oggi e nel prossimo futuro, dell'azione delle ANR.

■ 1.3.3. La digitalizzazione delle reti televisive e l'andamento del processo di *switch-over*

L'azione del *policy maker* e, in particolare, delle autorità nazionali di regolamentazione del settore delle comunicazioni elettroniche contribuisce altresì al processo di digitalizzazione delle reti di diffusione del segnale radio-televisivo che utilizzano come supporto l'etere terrestre (c.d. *ground aerial*), nelle bande VHF, tra 174 e 230 MHz (per la radiodiffusione sonora e televisiva), e UHF, tra 470 e 862 MHz (per la radiodiffusione televisiva).

Difatti, a seguito di numerosi interventi – tra cui si menzionano le linee guida emanate dal Consiglio europeo nel 2005 in cui è stato fissato l'avvio della transizione al digitale a partire dal 2008 per tutti i Paesi membri dell'Unione e la comunicazione n. 204 dello stesso anno –, la Commissione europea, con la raccomandazione 2009/848/CE del 28 ottobre 2009, ha raccomandato agli Stati membri il completamento del processo di transizione al digitale entro il 1° gennaio 2012.

A regolare il passaggio dall'analogico al digitale per le reti televisive sono intervenute, inoltre, le disposizioni assunte nella Conferenza Regionale dell'ITU di Ginevra del giugno 2006 (RRC06) fissando alcune regole tecniche in relazione al processo di *switch-over*, ma anche alle modalità di utilizzo dello spettro, nonché alle forme di coordinamento internazionale.

In linea con le citate disposizioni internazionali, in molti paesi d'Europa il processo di transizione al digitale è stato avviato da tempo. La fase di transizione alla televisione digitale e il conseguente processo di spegnimento degli impianti analogici è, infatti, in corso di completamento in quasi tutti i paesi europei sotto il coordinamento delle diverse istituzioni pubbliche competenti, ivi incluse le ANR.

Più precisamente, alla fine del 2010, il passaggio al digitale era terminato in alcuni paesi tra cui la Danimarca, la Finlandia, la Germania, il Lussemburgo, la Norvegia, l'Olanda, la Spagna, la Svizzera, e la Svezia (Figura 1.6). Nei paesi dell'Europa orientale, la transizione al digitale, invece, è cominciata successivamente e la conclusione, con lo *switch-off* degli impianti analogici, è attesa nella seconda metà del decennio. Vi sono infatti paesi come la Russia, dove il processo di digitalizzazione non è ancora stato promosso a livello nazionale, sebbene sia stato delineato un programma per la gestione dello *switch-over*.

In particolare, il 2010 è stato un anno di forte accelerazione per l'avvento della televisione digitale terrestre (DTT). A fine dello scorso anno, i quattro grandi paesi europei in cui le reti terrestri rappresentano il mezzo di diffusione prevalente del segnale televisivo, ossia la Francia, il Regno Unito, la Spagna e l'Italia, hanno superato la soglia del 90% nella penetrazione della DTT nelle famiglie.

La Spagna ha completato la digitalizzazione delle reti televisive terrestri nel dicembre 2010. Il Governo spagnolo ha approvato, infatti, nel 2007 un calendario nazionale di *switch-off* suddiviso in tre fasi, di cui l'ultima si è conclusa alla fine dello scorso anno. Parallelamente, la penetrazione del digitale nelle famiglie è passata dal 43,7% del dicembre 2008 al 99,1% del dicembre 2010.

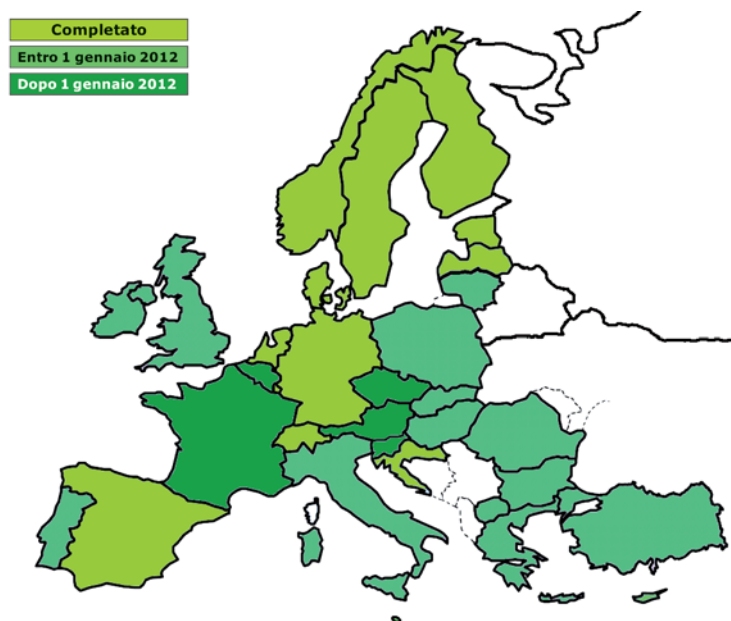
In Gran Bretagna, già a fine del 2010, 10 milioni di famiglie ricevevano il segnale televisivo per mezzo delle reti DTT. Le principali aree in cui il processo è stato completato sono il nord della Scozia, il Galles, le regioni sud-occidentale e nord-occidentale dell'Inghilterra, mentre lo *switch-over* è in corso nelle regioni centrali e nell'Anglia, in

Inghilterra, e nel sud della Scozia. Lo *switch-off* definitivo avrà luogo nel corso dei prossimi dodici mesi poiché, secondo le previsioni del Governo inglese, dovrebbero passare al digitale le restanti zone, compresa l'area di Londra, che sono attualmente servite anche dalle reti diffusive in tecnica analogica.

In Francia, a fine 2010 si avevano oltre 7 milioni di famiglie che ricevevano la DTT. Inoltre, sono passate al digitale nel febbraio 2011 le tre aree di Haute-normandie, Nord-Pas de Calais e Picardie, e nel mese di marzo l'Ile-de-France. La parte rimanente del territorio sarà interessata nei prossimi mesi, con lo *switch-off* definitivo previsto per novembre prossimo. Più precisamente, il programma prevede lo spegnimento degli impianti analogici, a maggio, nelle regioni Auvergne, Corsica e Costa azzurra, prima dell'estate nel Rhône e Provence Alpes, nella zona Alpes a settembre e, infine, a novembre, nelle regioni Midi Pyrénées e Languedoc Roussillon.

In Italia, il processo di spegnimento degli impianti televisivi in tecnica analogica è in fase di completamento. Le regioni *all digital* sono, attualmente, la Sardegna, il Lazio, la Campania, la Valle d'Aosta, il Piemonte, la Lombardia, il Veneto, l'Emilia Romagna, il Trentino e il Friuli Venezia Giulia (cfr. par. 3.10).

Figura 1.6. Il processo di switch-over in Europa



Fonte: Cullen International

1.4. I servizi e le piattaforme

L'ecosistema digitale è contraddistinto, oltre che dalla configurazione multi-rete sopra esaminata, dalla presenza di una pluralità di piattaforme, ossia i luoghi fisici o virtuali in cui sono svolte funzioni di intermediazione tra i gestori delle reti, i produttori di servizi e contenuti, le imprese che sviluppano *software* e *hardware* (i fornitori di ICT) e i clienti finali, attraverso l'aggregazione dei contenuti e delle applicazioni, nonché la fornitura di ulteriori prestazioni quali la gestione dei clienti e dei loro pagamenti. Internet rappresenta lo strumento privilegiato per la realizzazione di tali attività e costituisce il terreno in cui si confrontano le *internet company* (Yahoo, Google, Youtube, Skype), gli *internet service provider* e i gruppi editoriali, televisivi e della carta stampata.

In particolare, è in corso da alcuni anni un intenso dibattito, destinato a intensificarsi nel prossimo futuro, in relazione allo sviluppo della competizione nel mercato dei servizi su internet. Infatti, un percorso di costante mutazione è in atto nell'utilizzo di internet, che si è evoluto dallo scambio di *e-mail* e dalla consultazione di siti *online* alla fruizione di servizi multimediali, interattivi, fortemente personalizzati e caratterizzati da requisiti stringenti in termini di qualità del servizio e di *quality of experience*. Tale percorso di cambiamento si riflette e incide profondamente sulla catena del valore dell'ecosistema digitale, lungo la quale assumono rilievo i servizi a valore aggiunto: i servizi *online* orientati alle comunicazioni (servizi VoIP, *social networking*, *e-mail* ed *instant-messaging*), all'informazione (IPTV, *web radio*, editoria *online*), alla ricerca (motori di ricerca, *web directory*), all'intrattenimento (*streaming* audio e video, *file sharing*) e alle transazioni finanziarie. I servizi a valore aggiunto in questione sono, pertanto, il prodotto delle potenzialità offerte dal protocollo IP, in termini di istantaneità delle comunicazioni, di interattività e multimedialità, e dalla crescente capacità computazionale degli elaboratori elettronici; tali servizi, inoltre, sono in una certa misura fondati sui tradizionali servizi di telecomunicazione e radio-televisivi. In tal senso, si parla di servizi *over-the-top*, ossia di servizi disponibili su altre reti ed erogati attraverso internet "bypassando" gli operatori televisivi e di tlc, e per estensione di imprese *over-the-top* per indicare le più grandi *internet company*.

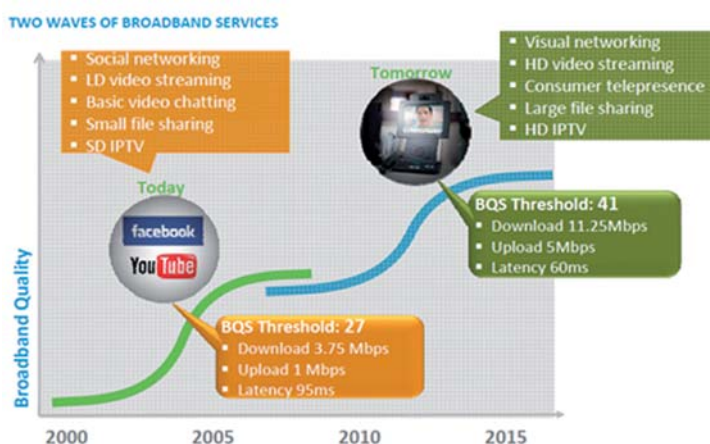
In questo quadro, gli *over-the-top*, i *broadcaster*, gli editori e gli operatori di tlc, ciascuno con le proprie specificità, entrano in diretta competizione. Si tratta di una concorrenza *nel* mercato, nella misura in cui i diversi servizi erogati assumono carattere di fungibilità, cui si affiancano i connotati della concorrenza *per* il mercato. Difatti, ogni piattaforma aggrega un'ampia gamma di servizi di comunicazione e informazione tale da soddisfare porzioni rilevanti dei bisogni dei consumatori. Inoltre, le esternalità di rete che contraddistinguono il sistema delle comunicazioni contribuiscono alla centralizzazione degli acquisti: quando una piattaforma ha raggiunto un numero di utilizzatori che oltrepassi una certa soglia critica, ogni nuovo utilizzatore comporta maggiori utilità per il consumatore e per gli altri utenti della piattaforma.

Pertanto, nel prossimo futuro, si intensificheranno le forme di concorrenza dinamica in cui potrebbero prendere corpo nuove forme di barriere: a livello *wholesale*, all'entrata di nuovi fornitori oppure all'innovazione, allorché il gestore della piattaforma ostacoli in modo indebito l'accesso a *input* essenziali; a livello *retail*, qualora siano introdotte barriere artificiali volte a impedire il cambio del fornitore. Naturalmente, la

presenza di una pluralità di piattaforme rappresenta di per sé una garanzia per il consumatore, che sceglie tra opzioni alternative.

Inoltre, l'interazione tra i diversi soggetti dipenderà dalla capacità trasmissiva delle reti e dai requisiti di qualità assicurati dai fornitori di connettività (Figura 1.7). Infatti, come rilevato da diversi analisti, si registrerà un progressivo innalzamento dei requisiti prestazionali che dovranno essere garantiti dalle reti, in ragione del continuo evolversi delle applicazioni e dei servizi. Se oggi il *social networking*, il *video streaming* a bassa definizione, il *video chatting* di base, la condivisione di *file* di dimensioni contenute e IPTV a definizione standard costituiscono il paniere di servizi di riferimento, in un più ampio orizzonte temporale, la qualità che le connessioni a banda larga dovranno supportare sarà commisurata alla necessità di abilitare l'erogazione di servizi più avanzati, quali il *visual networking*, il *video streaming* ad alta definizione, la condivisione di *file* di dimensioni ancora più rilevanti, la IPTV ad alta definizione⁸.

Figura 1.7. Evoluzione dei servizi online



Fonte: Broadband Quality Score 2009

Tale processo di evoluzione determina, del resto, un nuovo assetto concorrenziale dei due versanti del settore, risultando l'uno, quello dei servizi a valore aggiunto, sempre più remunerativo, delocalizzato e svincolato da costi fissi non recuperabili, ed essendo, invece, l'altro, quello dei servizi di connettività ad internet, caratterizzato da crescenti richieste di miglioramento delle prestazioni e aggiornamento delle infrastrutture. Dette istanze, che proprio dal versante dei contenuti provengono, premono per una transizione verso reti di nuova generazione, sia fisse che mobili.

Il nuovo equilibrio dell'ecosistema digitale dipenderà, pertanto, dal successo delle diverse strategie commerciali adottate dai *player* del settore. Infatti, l'aumento e le

⁸ Ad esempio, uno studio, commissionato da Cisco alle Università di Oxford e di Oviedo, valuta la qualità della connessione mediante la misurazione di tre fattori, la capacità di download, la capacità di upload e la latenza, i quali congiuntamente consentono di definire la qualità di connessioni per la gestione di applicazioni di rete specifiche, dalla telepresenza, al *video online*, al *social networking*. I tre fattori sono quindi combinati a comporre un unico indice, il "Broadband Quality Score", che fornisce un'indicazione di sintesi del livello di qualità offerto.

dinamiche del traffico sviluppato, sia su rete mobile che fissa, uniti all'esigenza di garantire adeguati livelli di qualità del servizio, hanno indotto i fornitori di connettività ad attuare specifiche *policy*, ridisegnare le proprie strategie commerciali e, in alcuni casi, ridefinire i propri modelli di *business*, al fine di operare nel nuovo contesto di mercato caratterizzato dalla presenza degli operatori *over-the-top*. Gli ISP si trovano, parallelamente, a rispondere a problematiche inerenti all'impiego delle risorse di rete, che, sebbene allocate dinamicamente, sono limitate e, in taluni casi, condivise tra più utenti e servizi: a fronte della onerosità di alcuni servizi (ad esempio, i servizi *bandwidth hungry* quali il *peer-to-peer*) e ferma restando la capacità produttiva disponibile, gli ISP sono chiamati, in ogni caso, a garantire l'integrità delle reti e la qualità dei servizi erogati. Sul versante dei *broadcaster* e degli editori, si registra la crescente diffusione, da un lato, di piattaforme volte alla fornitura dei servizi radio-televisivi ed editoriali attraverso internet e, dall'altro lato, la stipula di accordi commerciali con piattaforme e portali che dispongono di una consistente *customer base*.

Stante il quadro di evoluzione del traffico e dei servizi sin qui delineato e le criticità di cui si è detto riguardo all'impiego delle reti, molteplici sono le politiche attuate dai soggetti operanti lungo la catena del valore di internet, al fine di migliorare il proprio posizionamento nell'ambito dell'ecosistema digitale e rispondere alla tendenza degli altri agenti a occupare nuovi segmenti del mercato.

In prima istanza, sono da registrare le azioni intraprese dagli ISP volte a modificare i modelli di *pricing* dei servizi *retail*. Si assiste, infatti, a una sensibile concentrazione attorno alle offerte *bundle*, comprensive cioè di traffico dati e voce. Ad esempio, in Italia, le offerte congiunte acquistate dai consumatori dei servizi di comunicazione mobile e personale contano nel primo trimestre del 2010 circa 3,35 milioni di sottoscrizioni, evidenziando un trend crescente rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il *bundle* di servizi voce e dati riduce i benefici che l'utente trae nell'utilizzare, ad esempio, applicazioni VoIP di *provider* indipendenti dall'operatore che fornisce la connettività ad internet: il consumatore che dispone del traffico voce incluso nel prezzo mensile pagato all'operatore avrà, infatti, minore incentivo ad utilizzare servizi VoIP sostituiti.

Ulteriore strategia adottata dagli ISP, al fine di salvaguardare le proprie posizioni di mercato, prevede l'introduzione di servizi gestiti (c.d. *managed services*), intesi come l'offerta congiunta di servizi di accesso a internet, servizi di telecomunicazione e servizi della società dell'informazione, cui sono associati livelli di qualità certi e prestabiliti, e di sovente prezzi differenziati a seconda della qualità del servizio garantita al cliente finale. In tal senso, la convergenza delle attività di accesso e fornitura dei contenuti rappresenta uno strumento per fidelizzare il cliente, centralizzare la vendita di un paniere di servizi e disincentivare l'utente a cambiare il gestore dei servizi (c.d. *walled garden*).

In questo ambito, possono prendere forma accordi commerciali tra ISP ed editori, televisivi e della carta stampata. Tale approccio consente di coniugare i punti di forza degli ISP, quali la presenza radicata sul territorio, un'ampia *customer base*, la disponibilità di servizi affidabili e diffusi di *customer care*, agli elementi di successo degli editori, quali la riconosciuta qualità dei contenuti e dei sistemi di gestione della pubblicità e delle sponsorizzazioni. A tal riguardo, si menzionano, a titolo esemplificativo, i diversi accordi stipulati in Europa tra operatori di telecomunicazioni ed editori di programmi *premium* (prevalentemente calcio e sport).

Analogamente, possono essere stipulati accordi tra ISP e *over-the-top*. In questa fattispecie si inquadra, ad esempio, l'azione dell'operatore H3G, che, al fine di amplia-

re la gamma dei servizi offerti sia sul mercato italiano che su quello britannico, ha siglato un accordo con il VoIP *provider* Skype, in virtù del quale gli utenti attestati sulla rete H3G, che abbiano sottoscritto un abbonamento dati, possono effettuare chiamate gratuite all'interno della *community* Skype. Un ulteriore e più recente esempio in tale direzione è dato dall'acquisizione della *start up* Jajah, società israeliana specializzata nei servizi VoIP, e, nell'agosto 2010, del *social network* spagnolo Tuenti da parte dell'operatore Telefonica.

Parallelamente, gli operatori *over-the-top* entrano nel mercato dei terminali, come testimoniato dal recente lancio sul mercato (febbraio 2011) del modello *smartphone* HTC, creato appositamente per Facebook ed in grado di abilitare l'interazione diretta dell'utente con il *social network*. Allo stesso modo, gli *over-the-top* si propongono, in misura crescente, come fornitori di servizi tlc (si pensi a Google Voice) e di contenuti. In tale ambito, si evidenzia la recente tendenza di importanti *provider*, quali Google e Yahoo!, a realizzare CDN proprietarie per la distribuzione dei propri contenuti oppure le attività di un certo numero di fornitori di reti CDN indipendenti, quali Akamai ed EdgeCast, a cui rispondo gli ISP che offrono soluzioni CDN proprietarie ai fornitori di servizi *video-on-demand*.

Un'ulteriore strategia a disposizione degli ISP al fine di spostare a proprio favore il punto di equilibrio nei rapporti con gli *over-the-top* potrebbe vedere il ricorso a specifiche forme di *blocking* e di *traffic management*. In tal caso, gli operatori di rete possono avere l'interesse ad attuare tecniche di gestione del traffico, ad esempio, in riferimento a servizi *unmanaged*, allorché il detentore degli applicativi, non gestendo l'infrastruttura di accesso, fornisce esclusivamente *value added services*. Finalizzato a negare l'accesso a determinati servizi, applicazioni o contenuti, il *blocking* (in cui la trasmissione del segnale è impedita) è totale o parziale. Se nel primo caso l'accesso è assolutamente negato, nell'ipotesi di blocco parziale l'accesso risulta essere condizionato dall'adesione dell'utente a specifiche limitazioni imposte dall'ISP, quali ad esempio la sottoscrizione di offerte commerciali di fascia alta. Il *blocking* può trovare applicazione in riferimento a servizi *bandwidth hungry*, quali il *peer-to-peer* ed il *file sharing*, potenzialmente in grado di saturare la capacità di banda disponibile, e relativamente a servizi quali il VoIP, sostituiti dei servizi tradizionali erogati dagli ISP e la cui diffusione incide sulla distribuzione del reddito tra gli agenti lungo la catena del valore. Altre tecniche di gestione del traffico possono prevedere il ricorso a forme di *traffic shaping*, con limitazioni nella velocità di connessione, tipicamente attuate in modo selettivo, ossia intervenendo in via prioritaria su determinate tipologie di traffico, di utenti o di applicazioni che sviluppano un elevato consumo di banda; le limitazioni poste sono, in particolare, dettate dal superamento di determinate soglie di traffico, ad esempio nel mese, e sono applicate in modo continuativo oppure per un determinato periodo di tempo (solo in orari di picco di traffico e solo per il tempo necessario). Le menzionate pratiche non costituiscono *in re ipsa* un fallimento del mercato: si pensi alle forme di blocco del traffico attuate, in virtù di disposizioni di legge, al fine di evitare la diffusione di contenuti illegali oppure alle pratiche che si risolvono in miglioramenti del benessere dei consumatori.

Un'ulteriore linea strategica è rappresentata dalla creazione di *application store*, che consentono lo sviluppo e la distribuzione di applicazioni internet, il cui utilizzo da parte dell'utente è indipendente dalla tecnologia e dal *device* disponibile (in tale ambito, si inquadra l'alleanza *Wholesale Applications Community* – WAC, lanciata nel febbraio 2010 e che conta oggi 68 membri, tra i maggiori operatori telefonici a livello internazionale e i fornitori ICT). Tali *application store* si propongono di semplificare lo

sviluppo delle applicazioni, offrendo agli sviluppatori l'opportunità di realizzare prodotti compatibili con piattaforme di differenti operatori. Allo stesso tempo, alcuni *application store* ospitano applicazioni *web* selezionate in accordo a politiche commerciali aziendali oppure si basano su sistemi operativi chiusi e proprietari che limitano l'installazione di programmi e la fruizione di contenuti sui terminali d'utente e, in tal senso, si aprono questioni connesse alla neutralità delle applicazioni e dei terminali, che si affiancano alle problematiche connesse alla *net neutrality* (cfr. par. 1.6)⁹.

In questo contesto e in un'ottica di medio termine, interessanti prospettive sono disegnate dall'introduzione e dalla progressiva diffusione di tecnologie innovative quali il *cloud computing* e le *Near Field Communications* (NFC), idonee a incidere sui rapporti tra i *player* del settore e ad ampliare i confini dell'ecosistema digitale, con potenziali riflessi sull'azione del *policy maker*.

In particolare, l'affermarsi di servizi di *cloud computing* si candida a influenzare il punto di equilibrio dell'ecosistema digitale. La logica *cloud* si fonda, infatti, su uno spostamento della intelligenza dai *device* d'utente verso la "nuvola" (cfr. box 2): le applicazioni e, più in generale, le risorse computazionali, di immagazzinamento e di trattamento dei dati non sono più residenti nei terminali, bensì risultano delocalizzate in *data center* collocati in remoto. Viene dunque meno la necessità per l'utente di disporre di terminali evoluti ed è abilitata la trasferibilità delle applicazioni tra *device* di fornitori differenti, il che potrebbe consentire di rispondere all'esigenza, da più parti rappresentata, di neutralità dei terminali e degli *application store*.

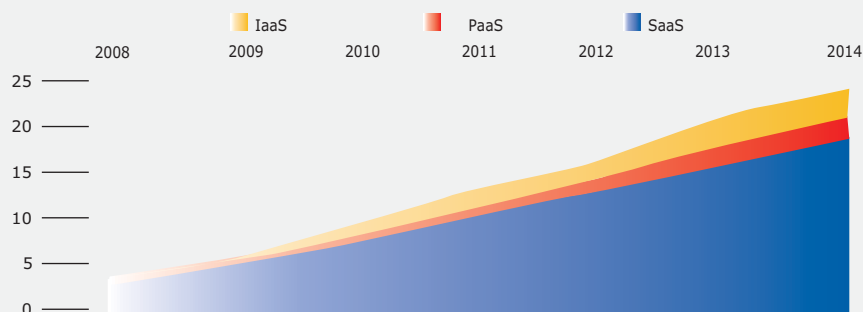
Box 2 - Il cloud computing

Il *cloud computing* (cfr. Relazione annuale 2010) comprende l'insieme delle tecnologie informatiche in grado di abilitare l'erogazione *on-demand* dei servizi di accesso ed utilizzo di risorse applicative (*Software as a Service, SaaS*), di piattaforme, strumenti e prodotti necessari allo sviluppo e al *delivery* di servizi (*Platform as a Service, PaaS*) e di risorse di elaborazione, memoria e comunicazione (*Infrastructure as a Service, IaaS*). Il *cloud computing* è quindi un paradigma che abilita l'accesso a un insieme di risorse condivise, configurabili secondo almeno due distinte modalità di *delivery*: rispettivamente il *cloud* pubblico ed il *cloud* privato. Nello scenario di *cloud* pubblico, i servizi, erogati via internet, sono contemporaneamente accessibili ad una pluralità di soggetti, anche se non in maniera interoperabile tra i singoli utilizzatori. Il *cloud* privato prevede, al contrario, che le risorse siano messe a disposizione di un unico soggetto utilizzatore. Una terza modalità di fornitura dei servizi prevede il ricorso ad un sistema *cloud* ibrido, in cui ad una struttura di *cloud* pubblico si affianca una struttura privata, eventualmente gestita da un *provider* indipendente, che fornisce risorse aggiuntive a livello di *software*, di piattaforme di sviluppo, di capacità computazionali, di *storage* o di infrastrutture di comunicazione.

Quanto al fatturato dei servizi *cloud*, una recente stima della società Yankee Group indica una crescita dei ricavi a livello mondiale del 30% annuo fino al 2014, anno in cui il fatturato di questi servizi è stimato in 22,3 miliardi di dollari (Figura 1.8). Attualmente, il valore di tali servizi si attesta attorno ai 10 miliardi e predominante sul mercato risulta il comparto SaaS, nonostante crescano i ricavi derivanti dai comparti PaaS e IaaS.

⁹ In questo quadro si colloca, ad esempio, l'avvio della piattaforma "Tim Store" di Telecom Italia, che gestisce le applicazioni, consentendo di fruire delle apps tramite terminali eterogenei (PC e *smartphone*). È atteso a breve il lancio del servizio anche da parte di Telefonica.

Figura 1.8. Ricavi mondiali dei servizi cloud (miliardi di dollari)



Fonte: Yankee Group, gennaio 2011

Gli analisti di settore indicano diversi vantaggi che conseguirebbero all'adozione di soluzione di *cloud computing* all'interno di aziende e pubbliche amministrazioni. Un primo beneficio è quantificato in termini di riduzione dei costi, grazie alla possibilità, da un lato, di condividere i costi a livello di sistema e, dall'altro, di tradurre i costi in conto capitale in costi operativi, riducendo le immobilizzazioni (ad esempio, secondo alcune stime – cfr. *Cloud Divided Report 2011* del *Centre for Economics and Business Research* – in Italia l'adozione di servizi ed applicazioni *cloud* sia nel settore privato che in quello pubblico consentirebbe in pochi anni risparmi per diversi miliardi di euro). Inoltre, l'utilizzo di risorse esterne (*hardware* e *software*) risulterebbe flessibile e adattabile in relazione alle specifiche esigenze dell'azienda, anche lungo la dimensione temporale: sarebbe possibile, cioè, incrementare l'utilizzo di risorse in corrispondenza dei periodi in cui più intensa è l'attività lavorativa, per poi diminuirlo nei periodi in cui la stessa diviene meno pressante. Sarebbero, infine, ridotti i costi di aggiornamento delle risorse informatiche, essendo queste acquisite dall'esterno, e drasticamente ridotti i tempi di implementazione. In ultima analisi, il *cloud computing* permette ad imprese e pubbliche amministrazioni di delegare in *outsourcing* i processi connessi allo sviluppo e all'esercizio delle risorse informatiche e concentrare la propria azione nelle attività rientranti nel cosiddetto *core business*.

Le maggiori criticità connesse all'adozione della logica *cloud* attengono, invece, alla tutela della *privacy*, della sicurezza, dell'integrità e del controllo dei dati. Al riguardo, assume rilievo la collocazione dei *data center* deputati all'immagazzinamento e trattamento degli stessi. Difatti, eventuali differenze nei livelli di protezione delle informazioni potrebbero costituire un disincentivo alla diffusione dei servizi di *cloud computing* tra gli utenti. Inoltre, la geografia del *cloud* incide sulle prestazioni del servizio erogato, in quanto l'accesso alle risorse informatiche da parte dell'utente rallentato nel caso in cui i *data server* siano collocati a grandi distanze. È dunque opportuno che l'utente mantenga un controllo costante sulla localizzazione dei dati all'interno del *cloud* e, in tal senso, l'affidabilità del servizio è uno degli elementi chiave affinché il paradigma *cloud* trovi un impiego diffuso.

Altro aspetto di rilievo attiene al tema della interoperabilità tra piattaforme di fornitori indipendenti (*Intercloud*). L'esigenza di un coordinamento tra le piattaforme deriva, infatti, dalla necessità di rendere scalabili le risorse e la potenza di calcolo, nonché di facilitare l'accesso ai servizi. La mancanza di standard e di interoperabilità tra le piattaforme risulterebbe invece in una limitazione alla possibilità per gli utenti di effettuare attività di migrazione verso piattaforme di diversi fornitori.

Oltre al *cloud computing*, un'altra innovazione tecnologica che potrebbe incidere sull'ecosistema digitale è rappresentata dalle *Near Field Communications (NFC)*, una tecnologia di connettività *wireless* in grado di abilitare una comunicazione tra dispositivi elettronici collocati nelle immediate vicinanze e capace di coniugare le funzionalità delle carte *contactless* con le caratteristiche tipiche dei servizi di rete radiomobile cellulare. In particolare, tale tecnologia fornisce ai *player* del settore opportunità di sviluppo in nuove aree di *business*, configurando nuovi ambiti di impiego delle reti mobili, ad esempio nel campo dei pagamenti e del credito, dei trasporti e della grande distribuzione (cfr. box 3).

Lo scenario attuale vede l'avvio di numerosi progetti e la stipula di diversi accordi di cooperazione, anche nella forma di *joint venture*, tra operatori di rete, *over-the-top*, *service provider* e fornitori ICT, allo scopo di promuovere lo sviluppo dei servizi mobili NFC e individuare opportuni modelli di *business*.

Google sperimenta attualmente servizi di pagamento elettronico e pubblicità tramite *smartphone* dotati di *chip NFC*, forniti da una società specializzata in soluzioni per la sicurezza nei pagamenti. Di recente, inoltre, ha firmato accordi con le aziende di servizi finanziari MasterCard e Citigroup, in virtù dei quali Google si candiderebbe a svolgere il ruolo di *broker* nell'ambito delle transazioni finanziarie eseguite via NFC, occupandosi di ricevere le informazioni di pagamento, di coordinare la spedizione e di inoltrare le informazioni sull'ordine al venditore per ultimare la transazione¹⁰.

Fortemente interessate a promuovere e acquisire posizioni nel mercato dei servizi NFC in mobilità sono anche Apple, impegnata nella progettazione di un *iPhone NFC* e già titolare di un brevetto per la trasmissione dei pagamenti da un cellulare ad un altro via NFC, e Research in Motion (RIM), che lavora a soluzioni per il supporto della tecnologia NFC su piattaforma BlackBerry OS/BlackBerry Tablet OS e che, in occasione del *Mobile World Congress 2011*, ha confermato il supporto alla tecnologia NFC nei prossimi palmari BlackBerry, la cui uscita è prevista nel corso del 2011. In risposta alle strategie di Google, Apple e RIM, Microsoft lavora all'integrazione della tecnologia NFC sul sistema operativo *Mobile Windows Phone*. Il gruppo, che detiene attualmente 14 brevetti pertinenti alle comunicazioni NFC, intende abilitare la fruizione, tramite *smartphone*, di servizi di pagamento in mobilità e funzioni quali la gestione dei buoni sconto o di tessere fedeltà all'interno di centri commerciali. Microsoft si propone di sviluppare il primo *smartphone Windows Phone 7* con tecnologia NFC in collaborazione con Nokia, che potrebbe installare il sistema operativo Microsoft sui propri terminali già nel corso del 2011.

Quanto alle iniziative intraprese dagli operatori di rete mobile, nel mese di novembre 2010, gli operatori statunitensi Verizon Wireless, AT&T e T-Mobile hanno costituito la *joint venture JV Isis*, allo scopo di avviare la commercializzazione di servizi NFC entro il 2012. Interesse riguardo ai servizi mobili NFC emerge anche da parte degli operatori europei quali Telecom Italia, Orange UK, Deutsche Telekom, France Telecom e Vodafone, che nel corso del *Mobile World Congress 2011* hanno confermato di collaborare allo scopo di accelerare lo sviluppo della tecnologia NFC e renderla più accessibile a partner come banche e rivenditori della grande distribuzione.

¹⁰ Google ha, altresì, avviato due progetti pilota a San Francisco e New York, dopo una serie di *trial* effettuati in Oregon, allo scopo di valutare l'impiego della tecnologia NFC nell'ambito del servizio *HotPot* per la geolocalizzazione e le recensioni; i nuovi servizi dovrebbero esser resi disponibili entro la fine dell'anno su terminali Nexus S sviluppati da Samsung con *firmware* GingerBread Android.

Lo sviluppo della tecnologia NFC è incentivata altresì dai lavori dell'Associazione GSM (GSMA) e del *Near Field Communication Forum*. Ravvisando nella standardizzazione della tecnologia NFC e negli aspetti connessi alla sicurezza delle transazioni tramite carta SIM fattori critici per il successo della tecnologia, la GSMA si propone di sviluppare forme di certificazione e di predisporre un insieme di norme atte a garantire l'interoperabilità dei servizi NFC. Attivo nell'ambito della definizione di specifiche per la tecnologia NFC è anche il *Near Field Communication Forum*, istituito nel 2004 al fine di promuovere l'adozione della tecnologia, garantire la modularità dell'architettura e l'interoperabilità tra dispositivi e servizi. Il Forum conta oggi 140 membri, inclusi operatori di telecomunicazione, aziende manifatturiere, sviluppatori di *software* e istituti finanziari.

Oltre all'azione degli operatori di telecomunicazione, degli *over-the-top* e dei fornitori di ICT, rileva infine evidenziare le iniziative intraprese di recente da aziende quali Visa e PayPal, società del gruppo e-Bay operante su circuito MasterCard, attive nel settore dei servizi finanziari e *e-commerce*, impegnate nella sperimentazione di servizi mobili NFC il cui lancio è annunciato per l'anno corrente.

Stanti le caratteristiche peculiari dei servizi di *cloud computing* e NFC, si delineano alcune aree di attenzione per il *policy maker*, rappresentate dai temi della sicurezza e dell'integrità delle reti, della continuità dei servizi erogati e dei conseguenti profili di tutela degli utenti, con specifico riferimento alla questione della trasparenza e della completezza dell'informativa contrattuale, nonché in materia di qualità e disponibilità dei servizi, da valutarsi rispetto a parametri oggettivi e tramite meccanismi di certificazione.

Box 3 - Le Near Field Communications

La tecnologia *Near Field Communication* (NFC) è una tecnologia di connettività *wireless* a corto raggio (standard ISO 18092), in grado di abilitare una comunicazione tra dispositivi elettronici compatibili NFC, collocati nelle immediate vicinanze, ossia nel raggio di quattro centimetri l'uno dall'altro, rendendo le transazioni NFC intrinsecamente sicure. La tecnologia NFC opera alla frequenza di 13,56 MHz e consente una velocità massima di trasferimento dati pari a 424 Kbit/s.

Tale tecnologia consente di coniugare i vantaggi delle carte *contactless* ("senza contatto"), come ad esempio alcune carte di credito e carte pre-pagate, con le funzionalità dei servizi di comunicazione mobile e personale. Infatti, unendo le funzionalità di carta *contactless* a quelle di telefono cellulare tradizionale, un terminale *NFC-enabled* (o *NFC Mobile Phone*) configura servizi avanzati e offre agli utenti la possibilità di fruire di numerose applicazioni in un ambiente personalizzato. In particolare, tra le funzionalità tipiche dei dispositivi NFC sono da annoverare l'interattività e la gestione da remoto di taluni servizi forniti agli utenti: da un lato, l'interattività, supportata dalle interfacce utente dei telefoni cellulari, è sfruttata per l'esecuzione di transazioni *contactless* o al fine di abilitare il controllo, l'attivazione e la disattivazione delle applicazioni disponibili; dall'altro lato, la disponibilità di un canale radiomobile permette di implementare peculiari funzioni di gestione da remoto, quali l'introduzione dinamica in ambienti operativi sicuri, il *download*, la personalizzazione, il blocco e lo sblocco di applicazioni. La gestione da remoto delle funzioni può essere eseguita in tempo reale, in modo tale che l'utente sia in grado di accedere a un nuovo servizio immediatamente dopo la sottoscrizione del medesimo. In aggiunta a ciò, un utente può chiedere al fornitore del servizio di bloccare le applicazioni NFC in caso di furto o smarrimento del

dispositivo, conferendo maggiore sicurezza al sistema, superiore a quella attualmente ottenibile tramite uso di carte *contactless*. Un cellulare con tecnologia NFC si configura, dunque, quale strumento in grado di abilitare l'interazione tra l'utente e una molteplicità di *service provider*.

Quanto agli usi principali della tecnologia, essa si presta ad essere efficacemente impiegata per molteplici scopi, che, seguendo un ordinamento per complessità e livello di criticità crescenti, sono da individuarsi nel collegamento tra dispositivi elettronici, quali ad esempio i componenti *wireless* in un sistema di *home office*, nell'accesso tramite *NFC Mobile Phone* a contenuti digitali residenti presso "*smart objects*", in cui sia integrato un *tag* o etichetta RFID (*Radio Frequency IDentification*), in transazioni *contactless* per pagamento, accesso e *ticketing*.

Il trasporto, in particolare, rappresenta l'iniziale scenario di impiego della tecnologia NFC, che conferisce automazione ad operazioni quali l'acquisto per via elettronica di biglietti da utilizzare per *seamless travelling*, il controllo del saldo o l'aggiornamento degli ordini da remoto. In merito all'impiego della tecnologia NFC nell'ambito di sistemi di pagamento, rileva evidenziare che un dispositivo mobile *NFC-enabled* supporta applicazioni per il pagamento compatibili con un'ampia varietà di lettori *contactless*. Peraltro, la semplicità dell'acquisto di un prodotto o servizio per il tramite di un telefono cellulare posto in prossimità di un lettore riflette le potenzialità offerte dalla tecnologia: la Sim d'utente memorizza informazioni relative a molteplici *account* (carte di credito, di debito, prepagate), consentendo agli utenti di selezionare dinamicamente gli strumenti di pagamento più idonei. Significativi benefici sono conseguiti anche in termini di sicurezza delle transazioni, essendo possibile ricorrere a *password* per l'avvio delle stesse, nonché, come detto, richiedere la disattivazione immediata dei servizi in caso di smarrimento o furto del terminale.

Infine, si rileva come l'ecosistema NFC mobile richieda lo svolgimento di diverse funzionalità che, in prima approssimazione, possono essere individuate nell'azione svolta dal *Trusted Service Manager* (TSM), dal *Mobile Network Provisioning* (MNP) e dal *Service Provisioning* (SP). Il TSM gestisce l'interazione tra i *service provider* e i dispositivi d'utente *NFC-enabled* attraverso la rete radiomobile e realizza la gestione da remoto della piattaforma multi-applicazione e delle relative funzionalità quali la gestione delle credenziali e delle chiavi per l'accesso alle applicazioni, il reperimento ed il *download* delle applicazioni, la personalizzazione delle applicazioni, il blocco, lo sblocco e la disabilitazione delle applicazioni in risposta alle richieste dell'utente o del fornitore di servizi. Tali attività possono essere svolte da operatori di rete mobile, da fornitori di servizi o da terzi. Il *Mobile Network Provisioning* fornisce le funzionalità di comunicazione mobile al fine di supportare la connettività tra *NFC Mobile Phone* e i *server* a distanza, si occupa dell'esercizio e della manutenzione della infrastruttura di rete, gestisce l'autenticazione dell'utente per assicurare che l'accesso ai servizi di rete sia consentito solo agli utenti accreditati, offre servizi di *customer care* con riferimento ai servizi di connettività. Questa funzionalità è tipicamente appannaggio dei *Mobile Network Operators* e dei *Mobile Virtual Network Operators*. Infine, il SP fornisce i servizi su cui sono abilitate le transazioni NFC e le funzioni di gestione degli utenti da remoto: si tratta, ad esempio, delle aziende della grande distribuzione, delle banche, dei fornitori di servizi di trasporto e, potenzialmente, di numerose imprese attive nel settore terziario.

1.5. I contenuti

Nel contesto multi-rete, multi-servizio e multi-piattaforma che caratterizza l'ecosistema digitale, i contenuti svolgono un ruolo dirimente nel gioco concorrenziale tra gli attori che operano nel settore, in quanto costituiscono un fattore in grado di orientare le scelte dei consumatori e, di conseguenza, il successo di una determinata piattaforma attiva su una specifica rete. Allo stesso tempo, il funzionamento dei meccanismi concorrenziali nel mercato dei contenuti è propedeutico a ulteriori incrementi della dimensione economica dell'industria, nonché alla crescita del Paese. Infatti, gli investimenti in capitale umano e sociale, che rendono possibile la creazione di nuovi contenuti, determinano processi di innovazione, di ricerca e sviluppo di cui beneficiano i diversi settori del tessuto economico e sociale. Peraltro, in un contesto dove la quantità di contenuti offerta cresce in misura esponenziale, si trasformano altresì le modalità e gli strumenti idonei "a tutelare i diritti fondamentali del cittadino, quali ad esempio la tutela del pluralismo e dei minori; 'diritti sensibili' che l'Autorità è chiamata a presidiare e che vanno ben oltre l'orizzonte del singolo inteso come *homo oeconomicus*", come sottolineato dal Presidente Calabrò, lo scorso gennaio, in occasione della pubblicazione del Libro bianco sui contenuti, che rappresenta un'analisi sistematica del settore, volta all'identificazione dei principali temi di carattere tecnologico, economico e giuridico-regolamentare destinati ad assumere crescente centralità nel dibattito sullo sviluppo della società dell'informazione.

Le attività del regolatore devono, pertanto, tenere in considerazione la profonda trasformazione che interessa il mondo dei contenuti e che sta modificando la struttura dell'ecosistema digitale, in termini di strategie e modelli di *business*, assetti proprietari, modalità di consumo, produzione e distribuzione dei contenuti. Infatti, la digitalizzazione dei contenuti e la pluralità di mezzi a disposizione per veicolare i prodotti editoriali all'utente finale presentano profili di non secondaria rilevanza per le autorità di regolazione dei mercati interessati da questi fenomeni. In effetti, da un lato, essi possono rappresentare fattori di pluralismo e concorrenza, in quanto idonei a determinare un ampliamento delle fonti di informazione e conoscenza per i consumatori, nonché delle attività svolte nell'ambito dell'industria; dall'altro, pongono questioni meritevoli di particolare attenzione quali – senza pretesa di esaustività – l'evoluzione dei rapporti tra i diversi *player* del settore, gli incentivi all'innovazione, la tutela dei minori, il ruolo del servizio pubblico e la tutela e la gestione dei diritti digitali. Questioni presenti nell'agenda dell'Autorità, come testimoniato, oltre che dai singoli interventi regolamentari e di vigilanza in materia, dalle attività di studio che hanno condotto alla pubblicazione del Libro bianco sui contenuti e, a breve, del Libro bianco sul rapporto tra *media* e minori.

In particolare, la trasformazione del quadro tecnologico e l'utilizzo sempre più pervasivo del linguaggio digitale hanno modificato la tradizionale distinzione operata tra i servizi che rientrano nel concetto di *broadcasting* e quelli che implicano un rapporto diretto tra fornitori e utenti. Si tratta più specificamente di individuare la linea di demarcazione tra servizi lineari e non lineari, nell'ambito dei servizi *media* audiovisivi, oggetto di disciplina in ambito europeo (ad esempio, la direttiva 2007/65/CE, che ha modificato la direttiva Televisione senza frontiere 89/552/CEE, abrogata e sostituita dalla direttiva 2010/13/UE del 10 marzo 2010) e nazionale (ad esempio, da ultimo, le deli-

bere nn. 606/10/CONS e 607/10/CONS in attuazione delle specifiche disposizioni del decreto Romani)¹¹.

Il servizio di *media* audiovisivo è il servizio che è sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi *media*, il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire una porzione considerevole di pubblico attraverso reti di comunicazioni elettroniche. Per siffatto servizio si intende, a mero titolo esemplificativo, la radiodiffusione televisiva analogica e digitale, la trasmissione continua in diretta quale il *live streaming*, la trasmissione televisiva su internet quale il *web casting* e il *video on demand*.

All'interno della più ampia nozione di servizi *media* audiovisivi, è introdotta la distinzione tra servizi lineari, ossia i servizi televisivi che i telespettatori ricevono passivamente (contenuti *push*) e servizi non lineari, cioè i servizi televisivi a richiesta che i telespettatori scelgono di vedere (contenuti *pull*). I servizi lineari, o *point-to-multi-point*, vengono elaborati da un singolo punto di trasmissione a molteplici punti di ricezione, secondo un palinsesto ricevuto dagli utenti con modalità e tempi decisi dal *broadcaster*.

I servizi non lineari o *point-to-point*, d'altro canto, sono elaborati da un singolo punto di trasmissione e inviati ad un singolo punto di ricezione, nel momento scelto dal destinatario. Tra i servizi non lineari si possono ricomprendere il *Video on Demand* (VOD), la *catch-up tv*, l'*Internet Protocol Television* (IPTV), la *web tv*. Il VOD è un servizio attraverso cui è possibile – in genere su richiesta, in tempo reale – la visione di contenuti audiovisivi e multimediali messi a disposizione del fornitore attraverso la creazione di una c.d. *library*. I servizi *catch-up tv* sono, invece, dei servizi che consentono all'utente di fruire in modo non lineare di contenuti audiovisivi trasmessi originariamente in modo lineare. Questo tipo di servizio consente all'utente di registrare e visualizzare in modo differito contenuti trasmessi in un palinsesto radiofonico o televisivo. L'IPTV permette di distribuire contenuti video agli utenti su reti IP private (c.d. servizi *managed* o servizi gestiti) e, in tal senso, rappresenta un chiaro esempio di convergenza tra servizi di telecomunicazione e audiovisivi. Tali servizi vengono offerti su una rete di distribuzione di contenuti di tipo *end-to-end*, dove l'operatore di rete controlla i parametri tecnici da un capo all'altro della connessione. Il servizio IPTV è basato su due differenti modalità di erogazione che configurano altrettanti servizi, il *video on demand*, già menzionato, e la *Broadcast TV* (BTV), che consiste nella fruizione contemporanea da parte degli utenti di canali televisivi tradizionali (*pay tv*) erogati in modalità *live*. La *web tv*, infine, trasmette prodotti audiovisivi agli utenti che ricevono il segnale tramite terminali evoluti, in modalità *streaming*, *on-line* o *download*. Tali contenuti possono essere prodotti in modo professionale o generati direttamente dagli utenti (tra questi rientrano anche i servizi *peer-to-peer*).

Pertanto, l'affermazione della televisione digitale e il pieno sfruttamento delle tecnologie esistenti determinano, in funzione della classe di servizi offerta, la de-compartimentazione delle attività e le successive ri-composizioni di competenze e responsabilità. Se, in passato, l'emittente svolgeva la duplice funzione di editore e operatore di

11 Recanti, rispettivamente, "Regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica ai sensi dell'art. 21, comma 1-bis, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici" e "Regolamento in materia di fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta ai sensi dell'articolo 22-bis del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici". Per una trattazione più approfondita delle delibere, si rinvia al par. 3.9.

rete, cioè componeva i palinsesti e li trasmetteva, allo stato attuale l'evoluzione del servizio televisivo verso forme avanzate di interattività e la convergenza sulla piattaforma digitale di servizi innovativi hanno delineato un'architettura dell'offerta più complessa. In questo quadro, gli editori tradizionali e i *broadcaster* sono entrati in concorrenza con i grandi gruppi internet, quali *Google* e *Yahoo*, che si occupano principalmente dell'aggregazione di contenuti in ambiente internet, ma anche con gli operatori di telecomunicazioni. Questi, da tradizionali fornitori di servizi di accesso e di connettività, sono oggi incentivati dal processo di convergenza a proporre altresì contenuti e servizi della società dell'informazione (attraverso i c.d. *managed services*). Di conseguenza, la diffusione di contenuti digitali incide sui rapporti che intercorrono tra i diversi *player* del settore e si riflette sia sulla distribuzione del reddito sia sulla produzione di servizi e, quindi, in un'ottica di medio-lungo periodo, sugli incentivi a investire e a innovare in contenuti.

Al riguardo, occorre rilevare come l'ecosistema digitale, a livello mondiale, e lo sviluppo di internet abbiano mostrato elevati livelli di innovazione sul versante dei contenuti in ragione della natura aperta della rete: ogni *content provider* (dai *blogger* ai proprietari di siti *web*, dalle piccole e medie imprese alle grandi imprese), in virtù dei costi relativamente ridotti necessari per acquistare un dominio, affittare uno spazio su un *server* e realizzare un sito, ha avuto l'opportunità di testare le proprie idee nel mercato e il relativo valore. In altri termini, la capacità degli utenti di divenire parte attiva nella catena del valore, contribuendo alla produzione dei contenuti (c.d. *user generated content*) e all'organizzazione dei contenuti, oltre ad avvicinare la domanda e l'offerta, rappresenta un fattore d'innovazione.

D'altronde, oltre alle modalità di interazione tra *broadcaster*, *over-the-top* e fornitori di connettività, il processo di digitalizzazione delle reti televisive incide direttamente sulle modalità di competizione tra le diverse piattaforme operanti sulle medesime reti (concorrenza intra-piattaforma) o su reti diverse (concorrenza inter-piattaforma). L'avvento del digitale ha prodotto, infatti, effetti sul grado di utilizzo delle diverse piattaforme televisive, sulla diffusione di nuovi contenuti e sui modelli di *business* degli editori televisivi. In particolare, a seguito dell'ampliamento del numero di programmi offerti a livello nazionale e locale, la digitalizzazione delle reti televisive ha accentuato la segmentazione del pubblico (ad esempio per *target*, per genere). In tal senso, l'avvento del digitale ha prodotto un'erosione degli ascolti riferibile ai tradizionali programmi generalisti, benché i grandi editori abbiano, di norma, recuperato ascolti in virtù dell'ampliamento dei programmi offerti, riuscendo in tal modo a preservare le quote complessive di *audience* storicamente detenute.

In parallelo alle questioni attinenti alla promozione della concorrenza sopra menzionate, il *policy maker* è chiamato altresì ad aggiornare continuamente, in ragione delle novità tecnologiche e di mercato, le modalità di declinazione e implementazione degli obblighi in capo ai produttori di contenuti e, *in primis*, agli editori di servizi radio-televisivi, sulla base di nuove disposizioni tecniche.

La diffusione di una pluralità di contenuti su diverse reti e piattaforme pone nuove sfide, a titolo esemplificativo, nell'ambito della tutela della *privacy*, sotto il profilo della sicurezza dei dati personali in rete (ad esempio, nei confronti dell'utilizzo illecito da parte di terzi), e dei fenomeni di tracciamento delle abitudini di navigazione finalizzate alla "profilazione" dell'utente.

Avuto specifico riguardo alle materie oggetto dei poteri di vigilanza delle autorità nazionali di settore, occorre sottolineare come la natura multi-rete e multi-piattafor-

ma dell'ecosistema digitale influenzi, *inter alia*, le modalità di fornitura del servizio pubblico televisivo, la figura del pluralismo dell'informazione e le forme di tutela di determinate fasce di telespettatori (ad esempio, i minori).

Il nuovo contesto digitale comporta, difatti, una trasformazione del ruolo e dei compiti del servizio pubblico radiotelevisivo, che può essere declinato, schematicamente, in ragione di due obiettivi tra loro complementari: la produzione e la diffusione di programmi appartenenti a specifici generi ritenuti socialmente rilevanti e la promozione del loro effettivo ascolto da parte dei telespettatori (cittadini). Nel contesto analogico, la realizzazione di tali obiettivi si muoveva in un quadro determinato dalla scarsità delle frequenze elettromagnetiche, che si rifletteva direttamente nella possibilità di trasmettere un numero limitato di programmi, e dall'impossibilità di escludere alcuni utenti dalla ricezione del segnale. Prevalleva, pertanto, il sistema *free-to-air* in cui le fonti di reddito erano rappresentate essenzialmente dal finanziamento pubblico e dalla pubblicità. Gli specifici vincoli tecnologici ed economici comprimevano lo spazio disponibile per ospitare un'ampia varietà di contenuti e riducevano, in capo ai diversi *broadcaster*, gli incentivi a produrre programmi di elevata qualità e a innovare. Il servizio pubblico aveva il compito, pertanto, di produrre programmi del genere e della qualità auspicata, promuovendo altresì la realizzazione di nuovi contenuti. Peraltro, la limitata varietà dell'offerta agevolava il conseguimento del secondo obiettivo, ovverosia l'effettivo ascolto del programma.

Allo stato attuale, l'ecosistema digitale è caratterizzato, invece, dalla disponibilità i) di tecniche di compressione del segnale che, pur in presenza di un numero finito di risorse frequenziali, consentono l'irradiazione di un ampio numero di programmi, ii) di sistemi di gestione del cliente che permettono di condizionare l'accesso ai contenuti al pagamento di specifici versamenti da parte dei telespettatori e iii) di una pluralità di mezzi di ricezione e fruizione dei contenuti (dai videoregistratori alle diverse forme di servizi non lineari sopra menzionati, attraverso le diverse reti installate, dal DTT alla DTH, dalle reti NGA a internet). Pertanto, il carattere multi-canale, multi-rete e multi-piattaforma rimuove taluni vincoli peculiari dell'ambiente analogico e apre maggiori opportunità, per gli editori televisivi, in termini di gamma di servizi offerti, qualità dei prodotti e incentivi a innovare.

In tale scenario, benché caratterizzato da un'offerta di contenuti più ampia, permangono le ragioni del servizio pubblico. Infatti, la produzione di determinati programmi appartenenti a generi di particolare valore per la società si basa sul presupposto che tali contenuti producono benefici sociali superiori al ritorno economico conseguito dal *broadcaster*: il passaggio dall'analogico al digitale non incide su tale aspetto, che semmai deve essere qualificato in virtù dell'incremento dei programmi distribuiti nelle diverse reti trasmissive. Ciò implica l'esigenza di definire, in maniera sempre più puntuale, i prodotti meritevoli del sostegno economico, aventi quindi carattere di servizio pubblico.

Nel contesto digitale mutano, altresì, le condizioni che sottendono la promozione dell'effettivo ascolto da parte dei telespettatori dei programmi ritenuti socialmente rilevanti, ossia il secondo obiettivo del servizio pubblico. Infatti, l'ampia gamma di servizi offerti implica minori spazi per i programmi di servizio pubblico. La sfida non può che essere sul terreno della qualità: solo programmi dall'alto profilo qualitativo avranno modo, nel nuovo contesto, di guadagnare l'attenzione di ampie porzioni di telespettatori.

Parallelamente, come rilevato nel Libro bianco sui contenuti, "[l]a stessa figura del pluralismo muta: esso non è più garantito solo dalla fissazione di limiti all'azione (uti-

lizzo delle frequenze, *audience*, ricavi), mentre, invece, divengono cruciali le regole per l'accesso agli strumenti di comunicazione. In questo panorama di grandi mutamenti, il servizio pubblico radiotelevisivo rimane il garante strutturale del pluralismo, sperimenta nuovi prodotti e nuovi processi, ha una responsabilità chiara circa la qualità e diversificazione della programmazione, riveste un ruolo di primo piano nelle problematiche di *cultural divide*. Il digitale, dunque, rappresenta una sfida e un'occasione per il servizio pubblico di recuperare o rafforzare il proprio ruolo e la propria identità, di adeguare la propria *mission* al nuovo contesto".

Oltre al ruolo del servizio pubblico e alla figura del pluralismo, sopra descritti, l'ecosistema digitale trasforma altresì le forme di tutela di determinate fasce sociali, quali ad esempio i minori e i meno abbienti.

In particolare, la vigilanza sui contenuti trasmessi assume nuova rilevanza. Al riguardo, con riferimento alle nuove prospettive nel campo della tutela dei minori, è d'uopo sottolineare come il carattere multi-rete e multi-piattaforma dell'ecosistema renda opportuna una crescente sensibilizzazione dei diversi *player* che diffondono contenuti ai minori e la promozione di un utilizzo dei diversi mezzi di comunicazione in modo sempre più informato, consapevole e responsabile. In questo contesto, – come rilevato nel Libro bianco sui contenuti –, a fronte delle diverse minacce per i minori, classificabili in tre categorie principali, adescamenti, molestie e contenuti problematici, gli strumenti di tutela adottabili possono presupporre interventi di natura: tecnologica (ad esempio, introducendo *firewall*, filtri e antivirus, disabilitando le chiamate telefoniche in uscita verso una o più categorie di numerazioni speciali, impostando specifici *software* tra cui si segnalano le recenti tecnologie PICS - *Platform for Internet Content Selection*); comportamentale, attraverso i codici di condotta (ossia, i codici di autoregolamentazione che, in base al d.lgs. 70/2003 sul commercio elettronico e al d.lgs. 206/2005 recante il codice del consumo, definiscono le regole di comportamento di coloro che vi aderiscono, individuando, fra l'altro, un soggetto responsabile o un organismo incaricato del controllo sulla loro applicazione, garantendo la protezione dei minori e la salvaguardia della dignità umana); educativa, ossia l'educazione di adulti, bambini e adolescenti, con l'obiettivo di rendere i minori utenti della rete attivi e consapevoli.

D'altra parte, l'ecosistema digitale, come detto, è caratterizzato dalla diffusione di forme di pagamento in capo ai telespettatori. Nell'attuale contesto di mercato, la presenza di servizi a pagamento nell'ambiente radio-televisivo pone il tema dell'accesso ai contenuti, nella misura in cui l'esborso monetario può costituire un freno, per il telespettatore, alla visione di determinati programmi. Benché l'acquisto dipenda in larga misura da scelte individuali, si possono verificare situazioni di esclusione, per ragioni economiche, di determinate fasce della popolazione. In parallelo, occorre tutelare alcuni eventi di particolare valore sociale e garantire la loro diffusione sulle piattaforme *free-to-air*. In tal senso opera il *policy maker*, ad esempio individuando la lista degli eventi sportivi che devono essere resi disponibili a tutti, così come in altre aree tipiche del servizio pubblico, quali la qualità dei contenuti trasmessi e la produzione di programmi ritenuti meritevoli di essere diffusi. Infatti, questi temi, tipici del mondo analogo, restano attuali nell'ecosistema digitale.

Un ulteriore tema di estremo rilievo, all'attenzione del *policy maker*, è rappresentato dalla corretta utilizzazione dei contenuti e delle opere d'ingegno veicolati nel contesto multi-rete, multi-piattaforma e multi-servizio che contraddistingue l'ecosistema digitale. In tale ambito, i meccanismi di protezione e di *enforcement* dei diritti degli autori nelle reti di comunicazione elettronica congiuntamente alla declinazione delle

garanzie volte ad assicurare un'effettiva concorrenza tra i diversi *player* del settore, inclusi i produttori di contenuti, nonché a promuovere gli investimenti strumentali alla produzione di contenuti innovativi individuano aree di attività per i regolatori del settore, fermi restando i poteri dell'autorità giudiziaria e il quadro normativo vigente.

Al riguardo, il *Telecom Package* del 2009 promuove il diritto di accesso a internet quale principio fondante dell'ordinamento comunitario, in quanto la garanzia di accesso alla rete appare funzionale all'esercizio delle libertà di espressione e di comunicazione che si manifestano attraverso l'utilizzo di reti di comunicazione elettronica. Peraltro, l'esercizio di tali libertà si interseca con i limiti derivanti dalla necessità di garantire strumenti di controllo dei contenuti da parte dei legittimi titolari, ponendo in primo piano il ruolo dei *policy maker*, chiamati a individuare un punto di equilibrio fra la libertà di circolazione dei contenuti in rete (artt. 15 e 21 Cost.), il diritto alla riservatezza (artt. 2 e 3 Cost.) e l'esercizio dell'iniziativa economica privata (art. 41 Cost.).

Si discute, pertanto, se il conseguimento di tale finalità comporti la predisposizione di nuove misure volte a modulare *ex ante* l'attività degli attori della catena del valore: titolari dei diritti autoriali e dei diritti connessi (autori e enti di gestione collettiva), operatori di rete, gestori delle piattaforme, fornitori di contenuti e servizi, utenti finali. Questi ultimi, in particolare, assumono nell'attuale contesto tecnologico e di mercato una nuova centralità. L'impiego delle tecnologie digitali, infatti, può comportare che l'utente stesso divenga autore di contenuti, la cui portata è ampliata a dismisura in ragione delle capacità trasmissive offerte dalle reti di nuova generazione.

A fronte degli scenari prospettati in rapporto agli attuali sviluppi tecnologici e di mercato, emerge l'esigenza di apprestare regole specifiche, atte a garantire un'adeguata modulazione delle misure volte a contrastare gli utilizzi illeciti dei contenuti su internet, in ragione della categoria di destinatari cui sono rivolte, sia essa quella dell'anonimo fruitore dei contenuti o dei soggetti che possono trarre profitto dalla commercializzazione non autorizzata (c.d. fenomeno della pirateria *online*).

In tale scenario, il dibattito sull'adeguatezza del quadro normativo applicabile in materia di tutela della proprietà intellettuale nel settore delle comunicazioni elettroniche investe diversi aspetti. Innanzitutto, rileva la durata della tutela riconosciuta alle opere dell'ingegno, che presenta implicazioni non secondarie in termini di stimolo all'innovazione e alla concorrenza, oltre che di tutela dei titolari dei diritti e garanzia di un'adeguata remunerazione.

Strettamente connesso a questo ultimo aspetto è un tema che assume particolare rilievo ai fini della regolamentazione nel settore delle comunicazioni elettroniche. L'industria, come visto, è contraddistinta da legami verticali tra i diversi livelli della filiera produttiva e dalla presenza di *gatekeeper* nell'accesso ad alcuni beni intermedi, che potrebbe potenzialmente incidere sul gioco concorrenziale e sugli incentivi a innovare e a investire nel settore. Infatti, tali incentivi dipendono dalla possibilità concessa agli *innovator* di appropriarsi dei frutti dello sforzo innovativo profuso. Il riconoscimento di un diritto di proprietà intellettuale è, però, nell'ecosistema digitale, condizione necessaria, ma talvolta non sufficiente. Se, infatti, l'accesso al mercato (ossia la commercializzazione del servizio o del contenuto innovativo) dipende dall'intermediazione svolta dalle piattaforme, l'innovatore è consapevole che il gestore della piattaforma potrebbe imporre forme di condivisione dei ricavi (*revenue sharing*) e in tal modo disincentivare la produzione di nuovi contenuti e servizi. D'altro canto, il gestore delle piattaforme e l'operatore di rete beneficerebbero di una fonte di ricavo addizionale idonea a finanziare gli investimenti in infrastrutture e reti a banda larga.

L'azione del regolatore volta a garantire l'effettiva attuazione (*enforcement*) della normativa in materia di diritto d'autore e a promuovere una concorrenza sostenibile, capace di incentivare gli investimenti e l'innovazione, nei mercati dei contenuti è interessata, inoltre, dalla diffusione delle tecniche di gestione del traffico veicolato sulle reti, il c.d. *traffic management*. Infatti, a fronte del continuo incremento di contenuti trasmesso agli utenti per mezzo di diverse reti e piattaforme, il *traffic management* rappresenta, in taluni casi, uno strumento in grado di consentire il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale.

In siffatto scenario, l'attività regolamentare si presenta quindi notevolmente complessa, poiché i valori in gioco sono numerosi, e fra di loro antinomici. In virtù di ciò, l'Autorità, nel febbraio 2010, ha pubblicato un'indagine conoscitiva relativa al diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, anche alla luce dei nuovi principi (quali l'accesso ad internet e la neutralità della rete) affermati dal pacchetto di direttive comunitarie adottato nel 2009.

All'esito dell'indagine conoscitiva, l'Autorità ha posto a consultazione pubblica, con la delibera n. 668/10/CONS, un insieme di iniziative concernenti l'esercizio delle competenze in materia di tutela del diritto d'autore (cfr. par. 3.18). L'azione dell'Autorità si inquadra nel dibattito internazionale inerente all'adeguatezza delle norme a tutela del diritto d'autore rispetto agli attuali sviluppi tecnologici e di mercato che ha condotto, negli ultimi anni, a importanti processi di riforma in diversi ordinamenti (cfr. box 4).

Box 4 - Il dibattito internazionale sul diritto d'autore

In ambito europeo, l'Agenda Digitale pubblicata nel maggio 2010 e rivisitata nel mese di agosto (Commissione europea, *Un'agenda digitale europea*, COM(2010) 245 definitivo/2), ha assunto tra gli obiettivi fondamentali dell'azione della Commissione quello di semplificare il quadro normativo in materia di gestione dei diritti autoriali e di acquisizione delle licenze transfrontaliere, attraverso misure volte a superare l'attuale frammentazione dei mercati. La circostanza che, in Europa, l'ambito di operatività delle licenze sia ancora largamente circoscritto ai confini nazionali dei singoli Stati membri è indicata come uno dei maggiori ostacoli alla libera circolazione dei contenuti digitali, nonché agli usi autorizzati e innovativi delle opere protette, la cui diffusione richiederebbe un contesto commerciale più flessibile e dei canali di distribuzione efficienti. In questa prospettiva, si propone il miglioramento della *governance*, la trasparenza nella gestione collettiva dei diritti e l'adozione di un regime giuridico differenziato in ragione delle tipologie di opere, tenendo conto che l'accesso ai contenuti digitali musicali presenta, ad esempio, problematiche distinte da quelle dell'editoria *online*. Si prefigura altresì una maggiore cooperazione delle pubbliche amministrazioni nella gestione delle informazioni e delle banche dati di servizi e applicazioni. Di particolare rilevanza sono le iniziative adottate con riguardo alla direttiva 2004/48/CE sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale (c.d. direttiva "enforcement"). Il 22 dicembre 2010 la Commissione europea ha infatti pubblicato una relazione sullo stato di attuazione della direttiva e indetto una consultazione pubblica, anche ai fini dell'analisi di impatto sulle proposte di modifica contestualmente avviata (Commissione, *Applicazione della direttiva 2004/48/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale*, COM/2010/0779 def). Tra gli aspetti di maggior interesse si rileva il riconoscimento dell'esigenza di promuovere l'offerta legale di contenuti digitali che, sino ad oggi, non è riuscita a tenere il passo della domanda. La relazione dedica ampio spazio al tema della responsabilità degli intermediari, a proposito dei quali è evidenziato il ruolo positivo delle procedure di *notice and take down* (aspetto affrontato anche dalla recente consultazione dell'Autorità).

Il dibattito sul diritto d'autore in internet ha coinvolto in realtà l'insieme delle istituzioni europee. In risposta alla consultazione della Commissione, il 22 settembre 2010, il Parlamento europeo ha approvato il controverso *Rapporto sull'applicazione dei diritti della proprietà intellettuale nel mercato interno*. Il documento propone l'introduzione di misure alternative al tradizionale approccio fondato su divieti e sanzioni, volte piuttosto a incoraggiare l'offerta legale attraverso la ricerca di soluzioni condivise tra gli attori coinvolti nella catena del valore (richiamando in particolare i fornitori di accesso a internet). Misure di questo tipo sono rappresentate dagli accordi volontari, in virtù dei quali gli *Internet Service Provider* (ISP) potrebbero impegnarsi a introdurre nuove modalità di offerta. Sebbene si tratti di un documento non vincolante, il Rapporto evidenzia la varietà di posizioni assunte dagli attori istituzionali che partecipano al dibattito europeo: la Risoluzione del Parlamento europeo del 10 marzo 2010 *sulla trasparenza e la situazione dei negoziati ACTA*, infatti, presenta un approccio diverso al problema delle misure tecniche di protezione del *copyright* digitale e alla possibilità che limitazioni all'accesso individuale a internet siano disposte da autorità diverse dall'organo giudiziario. Peraltro, la recente posizione assunta dal Parlamento europeo ha sollevato un vivace dibattito tra gli *stakeholder* circa il tema dell'impatto della pirateria *online* sull'occupazione, evidenziando l'importanza centrale che assume, nell'attuale contesto, il ricorso a metodologie di analisi oggettive e affidabili ai fini di una valutazione preliminare degli effetti delle riforme prospettate sul sistema economico e sociale.

Il quadro normativo europeo in materia di tutela del diritto d'autore lascia margini di discrezionalità ai legislatori nazionali circa l'adozione di regole, procedure e sistemi sanzionatori adeguati alla finalità di assicurare un'efficace tutela delle opere protette veicolate sulla rete internet.

In Francia, la riforma adottata con la *Loi* n. 669-2009 ha acquistato piena vigenza e operatività nell'ottobre 2010, a seguito di un difficile avvio caratterizzato dalle revisioni imposte dalla declaratoria di illegittimità costituzionale di alcune disposizioni contenute nell'impianto normativo originario, nonché dalla successiva resistenza manifestata da operatori e fornitori di servizi. Attualmente, la legge attribuisce pregnanti poteri di monitoraggio e contrasto alla pirateria *online* all'Autorità amministrativa HADOPI (*Haute Autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur l'internet*), che esercita prerogative di polizia telematica ed è titolare di un procedimento di contestazione delle infrazioni agli utenti che può concludersi, in ultima istanza, con l'applicazione di una sanzione pecuniaria o una misura di sospensione della connessione internet disposta dall'autorità giudiziaria. Il destinatario delle misure, in ogni caso, non è l'autore effettivo della violazione, bensì il titolare del contratto di abbonamento a internet.

Nel Regno Unito, il *Digital Economy Act* (DEA) del 2010 ha invece attribuito un ruolo centrale a Ofcom, in quanto Autorità di regolazione nel settore delle comunicazioni elettroniche. In particolare, il DEA ha conferito a Ofcom il compito di dare attuazione ai nuovi obblighi previsti per i fornitori di accesso a internet, volti a instaurare una procedura di notifica agli utenti delle violazioni che siano state contestate dai titolari dei diritti in base alla trasmissione di apposite segnalazioni. Gli ISP sono altresì tenuti a registrare il numero di segnalazioni operate dai titolari dei diritti nei confronti dei propri utenti e a fornire, su richiesta degli interessati, l'elenco anonimo delle notifiche ("copyright infringement list"), da cui sia possibile verificare quante violazioni siano riferibili a uno stesso utente. Dopo tre segnalazioni, è prevista l'applicazione di misure sanzionatorie di carattere tecnico o giuridico. In attuazione di tali disposizioni, Ofcom ha adottato una proposta di regolamento (*Online Copyright Infringement Initial Obligations Code*) che è stata sottoposta a consultazione pubblica nell'estate del 2010. Sulla base delle indicazioni fornite dal testo legislativo, la proposta di Ofcom ha riguardato l'adozione di un sistema volto ad assicurare l'attendibilità degli elementi probatori su cui si fondano le contestazioni agli utenti, basato su una procedura standardizza-

ta e orientata a un corretto bilanciamento tra i diritti autoriali e le libertà fondamentali degli utenti che si realizzano attraverso l'accesso a internet. In particolare, la proposta di regolamento descrive gli attori coinvolti, la reportistica necessaria per le segnalazioni e la tempistica delle segnalazioni. In definitiva, nella procedura di segnalazione e notifica proposta da Ofcom, il fornitore di accesso a internet si configura come l'interfaccia per lo scambio di informazioni tra il detentore e l'utente, in quanto l'applicazione delle misure di contrasto si fonda sulla possibilità di ricondurre un indirizzo IP sospetto a determinati utenti. L'ISP, tuttavia, è tenuto a garantire l'anonimato degli utenti identificati, in assenza di un diverso ordine di un giudice. La proposta di regolamento, inoltre, non prevede interruzioni dei servizi di connessione all'utente, ma rinvia l'adozione di disposizioni specifiche alla conclusione di un primo periodo di attuazione del DEA. Coerentemente con questo approccio gradualistico, è previsto l'impegno di Ofcom a monitorare e relazionare costantemente al Governo sull'efficacia delle disposizioni adottate. Il regolamento di Ofcom affronta altresì il tema della risoluzione delle controversie tra autori, ISP e utenti.

In ambito internazionale, l'esigenza di adeguare la materia del diritto d'autore agli attuali sviluppi tecnologici e di mercato ha condotto gli Stati a ricercare soluzioni condivise attraverso i negoziati relativi al Trattato ACTA (*Anti-Counterfeiting Trade Agreement*), recante nuove regole internazionali per la protezione della proprietà intellettuale e del diritto d'autore, anche di carattere *self-executing*. L'ultima versione consolidata del Trattato è stata approvata con riserva dopo i negoziati di Tokyo del 26 ottobre 2010. Le parti controverse riguardano per l'appunto gli obblighi di cooperazione da imporre agli ISP nella lotta alla pirateria, tra cui la comunicazione alle autorità competenti di informazioni rilevanti ai fini della repressione delle violazioni del *copyright*, il blocco dell'accesso e della trasmissione di contenuti illeciti, ai fini dell'esenzione da responsabilità del *provider*.

Mentre in ambito europeo si discute circa la compatibilità del quadro normativo vigente in materia di diritto d'autore con i principi fondamentali di libertà di accesso a internet e manifestazione del pensiero, negli Stati Uniti l'accordo ha sollevato un vivace dibattito anche in relazione al grado di trasparenza e di coinvolgimento del pubblico nei negoziati.

È indubbio che, nella materia considerata, le politiche adottate negli Stati Uniti siano destinate a produrre effetti sull'economia globale, in ragione dell'entità dell'industria musicale e cinematografica dell'economia statunitense e, di conseguenza, dei contenuti audiovisivi veicolati in internet. In particolare, nel marzo 2011 è stato presentato un Libro Bianco sulle possibili azioni da intraprendere (*White House, Administration's White Paper on Intellectual Property Enforcement Legislative Recommendations*, March 2011). Tra le innovazioni proposte vi è l'incriminazione di talune attività di *streaming* illegale, che si fonda sull'idea di contrastare il fenomeno della pirateria con misure deterrenti nei confronti dei *provider* che permettono lo scambio non autorizzato di opere protette su internet. Inoltre, si discute sulla possibilità di penalizzare i siti che non adottino misure di prevenzione adeguate, intervenendo sulla loro capacità di attrarre inserzionisti pubblicitari e ospitare transazioni economiche. Si propone, pertanto, l'adozione di una legge volta a integrare i contenuti controversi dell'accordo ACTA, coerentemente con i risultati pubblicati dal primo *Annual Report on Intellectual Property Enforcement*. La finalità perseguita dal Libro Bianco è di preservare gli usi legittimi delle opere protette *online*, puntando sul sostegno all'offerta legale e sulla cooperazione degli attori economici coinvolti. In tale prospettiva, le autorità statunitensi (IPEC) hanno avviato un'indagine conoscitiva sulla raccolta pubblicitaria *online*, finalizzata a individuare le misure più appropriate per colpire i siti illegali. Questa iniziativa è volta a esplorare la fattibilità di un tentativo di contrasto indiretto della pirateria, diretto cioè ad agire sulle fonti di remunerazione dei siti che distribuiscono illegalmente contenuti protetti, mediante forme di cooperazione con il mercato.

1.6. La net neutrality

La configurazione multi-rete, multi-piattaforma e multi-servizio dell'ecosistema digitale conduce, come visto, a un arricchimento della catena del valore, in cui operano numerosi soggetti: gli operatori di rete, i gestori delle piattaforme, i fornitori di servizi, i produttori di contenuti e i fornitori di servizi ICT. Peraltro, come specificato, ciascuna figura ricomprende, al suo interno, imprese che svolgono attività distinte. A titolo esemplificativo, gli operatori di rete, a seconda dello specifico supporto utilizzato nel segmento dell'accesso, sono qualificati quali operatori di rete fissa oppure di rete radio (*inter alia*, tlc mobili, satellite e DTT). Gli operatori di piattaforma sono identificabili nelle attività svolte dagli *over-the-top*, dagli *internet service provider* e dai grandi gruppi editoriali, radio-televisivi e della carta stampata. La fornitura dei servizi attiene a un'ampia gamma di attività – dai dati ai testi, dalla voce all'audio – così come i fornitori di ICT producono sia beni *hardware*, sia *software* e sistemi operativi. L'ecosistema digitale è contraddistinto, pertanto, da una pluralità di scambi, tanto più che i diversi attori del settore interagiscono nel mercato finale, in cui hanno luogo le transazioni con gli utenti, ma anche in mercati intermedi, in cui avvengono gli scambi tra operatori.

In ragione della pluralità degli attori che concorrono a definire la catena del valore dell'ecosistema digitale, e della pluralità di scambi e di interessi in gioco, ampio è il dibattito circa le forme più appropriate per l'intervento, laddove necessario, del *policy maker* al fine di garantire il perseguimento degli interessi pubblici che si sostanziano nella promozione della concorrenza e nella salvaguardia di diritti fondamentali, quali la libertà di espressione e il pluralismo dell'informazione. In questa cornice, si inquadra il dibattito concernente la neutralità della rete (c.d. *net neutrality*) e le sue diverse forme di declinazione. Principio in base al quale, in prima approssimazione, qualsiasi forma di comunicazione elettronica che sia veicolata da un operatore dovrebbe essere trattata senza distinzioni, vale a dire indipendentemente dal contenuto, dall'applicazione, dal servizio, dal terminale, nonché dal mittente e dal destinatario.

In particolare, il dibattito è incentrato sul rapporto tra il principio della *net neutrality* e il *traffic management*, ossia le diverse forme di gestione del traffico di rete rese disponibili dalle incessanti innovazioni tecnologiche. In considerazione dei potenziali effetti anticompetitivi o lesivi dei diritti degli utenti riconducibili in via ipotetica a siffatte pratiche, la riflessione in corso è volta ad analizzare come l'eventuale trattamento del segnale digitale possa incidere sulla fornitura dei servizi di accesso a internet e, di conseguenza, sui rapporti intercorrenti tra i diversi soggetti della catena del valore.

Il dibattito in questione, nel corso dell'ultimo anno, ha assunto crescente rilevanza nell'agenda internazionale ed europea (cfr. box 5 per una disamina dei principali documenti pubblicati dalle ANR negli ultimi dodici mesi). In tale contesto, numerose e rilevanti sono state le iniziative adottate dalle autorità chiamate a promuovere la concorrenza nei mercati delle comunicazioni elettroniche e, al contempo, garantire che i diritti fondamentali degli utenti, quali la libertà di manifestazione del pensiero e accesso all'informazione su internet, non entrino in un conflitto insanabile con altri interessi meritevoli di tutela. Avuto specifico riguardo all'ambito europeo, le problematiche connesse al tema della *net neutrality* sono state affrontate prevalentemente in un'ot-

tica esplorativa, attraverso la pubblicazione di indagini conoscitive, l'indizione di conferenze e consultazioni pubbliche volte all'instaurazione di un confronto costruttivo con i principali attori dei mercati interessati. Pertanto, la scelta dell'Autorità di avviare una consultazione del pubblico (delibera n. 40/11/CONS) volta ad acquisire elementi informativi sulle principali questioni evidenziate dal dibattito sulla *net neutrality* mostra piena coerenza con le principali iniziative dei regolatori europei (cfr. par. 3.30).

Box 5 - Il dibattito internazionale sul principio della neutralità della rete

La Commissione europea, il 30 giugno 2010, ha avviato una consultazione sulle principali problematiche legate al concetto di neutralità della rete, mediante pubblicazione del *Questionnaire for the public consultation on the open internet and net neutrality in Europe*. I principali temi sottoposti a consultazione hanno riguardato, in generale, la gestione del traffico internet in relazione al principio della neutralità della rete. Obiettivo della Commissione è stato approfondire le questioni, attuali e potenziali, inerenti alle specifiche tecniche di *traffic management*, avuto riguardo agli aspetti tecnici ed economici, nonché alle possibili compressioni che da quelli possono derivare ai diritti fondamentali degli utenti.

A seguito della consultazione pubblica, la Commissione ha pubblicato un rapporto di sintesi circa i contributi pervenuti all'istituzione europea dagli *stakeholder*. In dettaglio, le principali conclusioni, come sintetizzate dalla Commissione europea nel comunicato stampa IP/10/1482 del 9 novembre 2010, sono state le seguenti:

- a) "I partecipanti ritengono che il *quadro normativo UE rivisto in materia di telecomunicazioni, adottato nel 2009, fornisca gli strumenti di base per affrontare le problematiche legate alla neutralità della rete*. La vasta maggioranza dei partecipanti ritiene che l'efficacia di tali norme non debba essere valutata finché queste non verranno recepite e applicate a livello nazionale.
- b) In generale, le parti interessate ritengono che la gestione del traffico è un elemento necessario ed essenziale per gestire la rete in modo sicuro ed efficiente. Tuttavia, alcuni partecipanti hanno espresso preoccupazione in relazione al fatto che questo strumento possa essere usato in modo improprio per favorire un servizio a scapito di un altro. I programmi di "*packet inspection*" possono inoltre minacciare la *privacy*.
- c) Diversi partecipanti hanno espresso *preoccupazione per i nuovi modelli di impresa basati su internet che potrebbero causare in futuro problemi di neutralità* e hanno chiesto alla Commissione di chiarire la distinzione tra i concetti di "*best effort*" e "servizi gestiti".
- d) Il BEREC, l'Organismo dei regolatori europei delle comunicazioni elettroniche, *ha messo in guardia su possibili problemi di discriminazione che potrebbero causare effetti anticoncorrenziali*, le possibili conseguenze a lungo termine per l'economia di internet in termini di innovazione e libertà di espressione e le incertezze per i consumatori dovute alla mancanza di trasparenza.
- e) *I rappresentanti del settore sono complessivamente soddisfatti delle attuali strutture di mercato*, ma alcuni fornitori di contenuti temono che eventuali modifiche ai meccanismi di fissazione dei prezzi (ad es. il pagamento per la fornitura di contenuti) possano finire per rappresentare una tassa sull'innovazione.
- f) Molti partecipanti hanno espresso preoccupazione per il blocco dei servizi telefonici via internet (il protocollo VoIP) e lo strozzamento della banda (*bandwidth throttling*)."

Infine, la Commissione europea, il 19 aprile u.s., ha pubblicato la comunicazione *The open internet and net neutrality in Europe*. Nella presentazione del documento, la Commissione ha sottolineato l'esigenza di garantire che cittadini e imprese possano accedere facilmente a un'internet aperta e neutrale e a tal fine ha annunciato che "vigilerà affinché le nuove norme di telecomunicazione dell'UE sulla trasparenza, la qualità del servizio e la possibilità di cambiare operatore, che entreranno in vigore il 25 maggio 2011, siano applicate in modo da garantire che il principio di un'internet aperta e neutrale sia rispettato nella pratica. Ad esempio, la Commissione presterà attenzione in particolare all'esistenza di restrizioni generalizzate di servizi e applicazioni leciti e al fatto che le connessioni a banda larga dei cittadini e delle imprese siano veloci come indicato nella pubblicità dei fornitori di servizi internet".

Tra i contributi pervenuti nell'ambito della consultazione pubblica indetta dalla Commissione, merita particolare rilievo il documento prodotto dal BEREC (*Response to the European Commission's consultation on the open internet and net neutrality in Europe - 30 September 2010*), alla cui stesura l'Autorità ha partecipato attivamente e in cui si evidenzia il "ruolo sociale ed economico" di una rete internet aperta, data la crescente rilevanza strategica che le comunicazioni elettroniche vanno assumendo nella società contemporanea. Il BEREC, inoltre, condivide la posizione della Commissione, secondo cui l'adozione di regole europee *ad hoc* per la *net neutrality* è da ritenersi prematura poiché, allo stato attuale, la disciplina posta dal nuovo quadro regolamentare appare sufficiente a indirizzare le antinomie tra *net neutrality* e *traffic management*. Tuttavia, il BEREC ritiene necessaria una costante attività di monitoraggio delle effettive condizioni di neutralità e apertura di internet, in quanto propedeutica all'eventuale imposizione di livelli minimi di qualità dei servizi e, più in generale, all'adozione di specifiche misure di regolazione *ex ante* da parte delle ANR.

Il dibattito europeo sulla neutralità della rete non è stato alimentato soltanto dalle istituzioni dell'ordinamento europeo. Nel 2010, diverse ANR hanno adottato iniziative in materia di *net neutrality*, volte soprattutto a valutare l'opportunità di introdurre una regolamentazione *ad hoc* sulla gestione del traffico internet e sulle misure da adottare.

Nel Regno Unito, OFCOM ha avviato a giugno 2010 una consultazione pubblica che si è conclusa nel settembre dello stesso anno. Nel documento di consultazione – *Discussion Document "Traffic Management and Net Neutrality"* – OFCOM chiede contributi informativi in materia di *traffic management* e impatto sulla *net neutrality*, anche in previsione di futuri interventi regolamentari. In particolare, tra le principali questioni affrontate vi sono l'esigenza di ottenere dati relativi all'entità dei problemi di congestione del traffico e al potenziale impatto delle pratiche di *traffic management* sui rapporti economici tra gli attori della catena del valore e sugli incentivi all'innovazione. Inoltre, l'indagine è volta ad alimentare un dibattito circa il grado di efficacia dell'attuale sistema di tutela degli utenti e, in particolare, degli obblighi di trasparenza informativa riguardo alle tecniche di gestione del traffico internet attivate dagli ISP.

Sostanzialmente diversa è la posizione dell'autorità di settore francese. ARCEP, nel maggio 2010 ha sottoposto a consultazione pubblica un documento di approfondimento sulla *net neutrality* con l'obiettivo di approfondire le questioni relative alla trasparenza e alla non discriminazione nell'accesso ai contenuti, servizi e applicazioni presenti sulla rete, ai livelli minimi di qualità dei servizi e allo sviluppo e innovazione delle reti e dei servizi. A seguito della consultazione pubblica, l'ARCEP, a settembre 2010, ha pubblicato delle Linee Guida, valevoli sia per le reti fisse che per quelle mobili, con l'obiettivo generale di sostenere l'adozione di *best practices* a garanzia della neutralità di internet. In particolare, l'Autorità francese ha evidenziato, *inter alia*, l'importanza di consolidare le garanzie circa i requisiti di trasparenza informativa e qualità minima dei servizi a vantaggio degli utenti finali; di garantire che il traffico internet non sia oggetto di pratiche discriminatorie che non rispettino i criteri di rilevanza, pro-

porzionalità ed efficienza; di controllare, attraverso una costante attività di monitoraggio, le tecniche di gestione del traffico attuate dagli operatori e i livelli di qualità dei servizi erogati.

Da ultimo, l'autorità di settore croata per le poste e le comunicazioni, Hakom, il 13 gennaio 2011 ha avviato una consultazione pubblica sul tema *Internet and network neutrality*. L'obiettivo è valutare l'opportunità di una futura regolazione del settore che, anche sulla scorta delle informazioni acquisite, non limiti lo sviluppo e gli incentivi ad innovare e che, al contempo, possa garantire una maggiore trasparenza agli utenti a fronte del sempre più diffuso ricorso al *traffic management* da parte degli ISP. In effetti, anche l'autorità croata riconosce un ruolo fondamentale agli obblighi di trasparenza sulle condizioni economiche e tecniche dei servizi, in quanto talune tecniche di gestione del traffico possono contribuire a incrementare i livelli di efficienza delle reti. In particolare, il regolatore indica l'opportunità di garantire un'ampia informazione e il monitoraggio sulle ripercussioni di queste ultime sulla disponibilità e qualità dei servizi fruiti.

Il dibattito in Nord America assume invece connotati parzialmente diversi, in quanto le autorità di settore hanno già introdotto una regolamentazione *ad hoc* in materia di *net neutrality* e *traffic management*.

Il primo intervento regolamentare in questo senso si è registrato in Canada, dove già nell'ottobre 2009 CRTC aveva adottato un approccio fondato sulla distinzione tra pratiche di gestione del traffico legittime, in quanto necessarie a perseguire finalità meritevoli di tutela, come la sicurezza o la qualità delle connessioni, e quelle vietate, in quanto poste in essere con modalità irragionevolmente discriminatorie e anti-concorrenziali (*Telecom Regulatory Policy CRTC 2009-657, Review of the internet traffic management practices of internet service providers*). Tale impostazione riflette la finalità primaria che ispira il regolamento, ossia l'esigenza di bilanciare i diritti fondamentali degli utenti con gli interessi degli ISP a gestire il traffico generato sulle loro reti e l'interesse generale a promuovere l'innovazione e gli investimenti nelle reti di nuova generazione, in coerenza con il quadro normativo di riferimento, che include la legislazione in tema di *privacy*. Nel corso del 2010, il regolamento dell'autorità canadese è stato oggetto di revisione a seguito dell'indizione di consultazioni pubbliche. Con la *Review of the internet traffic practices of internet service providers* del settembre 2010 ha inoltre adottato linee guida volte rafforzare la tutela dei diritti fondamentali di accesso a internet per talune categorie di utenti svantaggiati e, al tempo stesso, recepire i principi giurisprudenziali elaborati in materia di accertamento della legittimità delle pratiche di gestione del traffico dati su rete fissa e mobile, attraverso parametri fondati sulla trasparenza e sul carattere non arbitrario e anticoncorrenziale delle discriminazioni tra fonti di dati. Si tratta, in ogni caso, di criteri elastici e flessibili che trovano applicazione in procedimenti individuali in titolarità dell'autorità di settore, soltanto in relazione alle pratiche di *traffic management* che non siano state già dichiarate legittime dalla regolamentazione. Per le pratiche di *traffic management* che non siano espressamente esentate, il sistema dei controlli introdotto in Canada si fonda su un ulteriore criterio distintivo: l'adozione di pratiche di *traffic management* nei servizi *wholesale* è soggetta al controllo preventivo di CRTC, mentre per i servizi al dettaglio il regolatore interviene soltanto su segnalazione di utenti o operatori. Nel giugno 2010 è stato inoltre emendato il previgente regime di esenzione dal divieto di pratiche di *traffic management* discriminatorie previsto per i servizi di internet su rete mobile (decisione CRTC 2010-445 del 30 giugno 2010 recante *Modifications to forbearance framework for mobile wireless data services*). In particolare, la decisione citata stabilisce espressamente che il quadro regolatorio sulla *net neutrality* trova applicazione anche con riferimento all'offerta e fornitura di servizi di accesso a internet da rete mobile e al traffico dati su reti *wireless*.

Infine, particolare rilievo merita la recente decisione adottata dal regolatore statunitense, la FCC, il 21 dicembre 2010 (*Report and Order* n. 10-201) di introdurre un quadro regolatorio vincolante in materia di *net neutrality*. Le nuove regole sanciscono il diritto dei consumatori e degli *innovator* di conoscere le caratteristiche di base dei propri servizi di accesso a internet e le modalità di funzionamento e gestione delle reti che utilizzano e, soprattutto, di accedere e utilizzare liberamente i contenuti leciti che essi scelgono per finalità commerciali e sociali, con gli apparati che desiderano. A consumatori e *innovator* si riconosce altresì il diritto al *level playing field*. In altri termini, è compito del mercato, e non dei pubblici poteri, determinare *winners* e *losers* nell'ecosistema della rete. La FCC si limita pertanto a vietare discriminazioni non ragionevoli. In tale prospettiva, si chiarisce che il quadro regolatorio adottato non autorizza gli accordi commerciali comunemente definiti *pay for priority*. Quanto agli operatori, si riconosce l'esigenza di assicurare ai fornitori di banda larga adeguati margini di flessibilità per la gestione delle proprie reti in modo da far fronte ai problemi di congestione e sicurezza, anche per favorire la sperimentazione di nuovi modelli di *business*, come il *tiered pricing* e promuovere gli investimenti nelle reti a banda ultra-larga. Quindi, per esempio, la deliberazione stabilisce espressamente che i fornitori di banda larga possono attuare pratiche "ragionevoli" di gestione delle reti. I principi adottati con la decisione della FCC trovano applicazione, in una certa misura, anche al mercato mobile. La posizione assunta dal regolatore statunitense è riassumibile nella volontà di mantenere il carattere unitario di internet, che deve restare una piattaforma aperta, indipendentemente dalle modalità di accesso utilizzate da consumatori e utenti. D'altro canto, occorre sottolineare che, in aprile, il Congresso degli Stati Uniti ha approvato una risoluzione in cui è sottolineato che l'FCC non è titolata a imporre regole in merito al funzionamento di internet, mettendo in discussione pertanto la portata del sopra descritto *Report and Order* n. 10-201.

1.7. Le prospettive regolamentari

Il contesto multi-rete, multi-piattaforma e multi-servizio, come visto, pone questioni di estremo rilievo dal punto di vista normativo, e trasforma, senza soluzione di continuità, le forme di intervento regolamentari tanto nella dimensione verticale di ciascun mercato che compone il settore, quanto – e in special modo – nella dimensione orizzontale dell'industria.

L'azione regolamentare, infatti, presidia tipicamente i rapporti tra imprese che interagiscono nei mercati all'ingrosso (mercati *wholesale*) al fine di scambiare tra loro beni intermedi necessari per operare nei mercati al dettaglio dei servizi di comunicazione destinati agli utenti finali (mercati *retail*). L'ambito di applicazione è rappresentato dal singolo settore: le telecomunicazioni, la radiotelevisione e l'editoria. Da un lato, la regolamentazione, *inter alia*, promuove l'ingresso nel mercato delle imprese efficienti, garantisce l'applicazione di condizioni equivalenti in circostanze equivalenti in relazione all'accesso a specifici elementi di rete e definisce analoghi diritti e obblighi in capo agli operatori, in modo tale da assicurare agli utenti finali informazioni trasparenti, chiarezza circa la qualità dei servizi consumati, opportunità di cambiare fornitore senza sostenere costi indebiti nell'interruzione del rapporto commerciale (*switching practices*). Dall'altro lato, il regolatore, qualora individui una o più imprese come detentrici di un significativo potere di mercato, impone obblighi specifici – definiti in relazione alla natura dei potenziali problemi concorrenziali accertati e proporzionati rispetto alle finalità perseguite – con lo scopo di affermare condizioni di concorrenza effettiva e ripristinare condizioni simmetriche nel gioco concorrenziale.

Le azioni regolamentari in esame sono declinate, in un contesto multi-rete, multi-servizio e multi-piattaforma, tenendo nella massima considerazione la dimensione orizzontale dell'industria, ossia il legame esistente tra le diverse infrastrutture utilizzate per soddisfare i bisogni degli utenti finali. Le decisioni inerenti ai prezzi, alle quantità, alla qualità e alla gamma dei servizi forniti per mezzo di una determinata infrastruttura incidono sull'intero ecosistema digitale. In tal senso, la regolamentazione deve essere neutrale rispetto alle reti, alle piattaforme e ai servizi, e ciò si riverbera nell'azione quotidiana del regolatore rappresentata di volta in volta, e senza pretesa di completezza, dagli interventi nel campo della gestione delle risorse scarse (dalle frequenze elettromagnetiche ai piani di numerazione), della tutela del consumatore, ad esempio con riferimento alle Carte dei servizi e alla trasparenza delle informazioni, nonché della promozione della concorrenza. Ulteriori ambiti di intervento investiti dalla nuova configurazione dell'industria sono, come visto, la comunicazione politica, la disciplina della raccolta pubblicitaria, le forme di declinazione delle disposizioni inerenti al servizio pubblico radio-televisivo, i sistemi di rilevazione degli indici di ascolto e le forme di pubblicazione dei sondaggi, gli aspetti inerenti alla tutela dei minori e di altri diritti sensibili (quale il diritto di cronaca) coinvolti nel consumo di servizi di informazione e intrattenimento.

Gli strumenti regolamentari, anche nel nuovo quadro, prendono l'usuale forma di disposizioni *erga omnes*, volte a garantire la tutela degli utenti, oppure individuali, a tutela della concorrenza. L'insieme delle regole di carattere generale, che gravano su tutti gli operatori attivi nel mercato indipendentemente dalla loro dimensione e forza, e delle regole specifiche, che gravano su quelle imprese che beneficiano di vantaggi

strutturali derivanti dalle condizioni iniziali dei costi o della domanda (e pertanto hanno un significativo potere di mercato), sono volte a costruire pari condizioni di partenza nel gioco concorrenziale (c.d. *level playing field*) e sviluppare una competizione *on the merits*.

Al riguardo, la presenza di una pluralità di reti e piattaforme può indicare la tendenza verso una situazione di concorrenza effettiva. Gli sviluppi tecnologici e la convergenza dei prodotti e dei mercati può dare luogo a pressioni concorrenziali tra operatori attivi su mercati di prodotti distinti. Come sottolineato dalla Commissione europea nella raccomandazione del 17 dicembre 2007 relativa ai mercati rilevanti del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di regolamentazione *ex ante*, “[i]n questi mercati la «pressione» concorrenziale è spesso dovuta alla minaccia innovativa rappresentata dai potenziali concorrenti non ancora presenti sul mercato. Nei mercati innovativi, può instaurarsi una forma di concorrenza dinamica o a lungo termine tra imprese non necessariamente in concorrenza in un mercato «statico» preesistente. Ciò può avvenire anche nei mercati caratterizzati da un numero limitato ma sufficiente di imprese”.

D'altro canto, nell'evoluzione del settore nella direzione multi-rete e multi-piattaforma possono permanere ostacoli, strutturali o normativi, tali da non consentire il raggiungimento dell'obiettivo di garantire una concorrenza effettiva e tutelare l'interesse pubblico. I *bottleneck*, come sopra esaminato, possono manifestarsi lungo i diversi anelli che compongono la filiera produttiva.

In primo luogo, le reti di accesso rappresentano, tuttora e in prospettiva, un'infrastruttura essenziale difficilmente duplicabile per ragioni tecniche ed economiche. Al riguardo, in un settore caratterizzato dal persistere di differenze nel potere negoziale delle imprese e dal fatto che alcune di esse offrono i propri servizi avvalendosi dell'infrastruttura messa a disposizione da altre imprese, è opportuno stabilire un quadro di regole che garantisca il corretto funzionamento del mercato, al fine di assicurare che, in caso di fallimento del negoziato commerciale, gli acquirenti possano comunque disporre di un adeguato livello di accesso, di un'interconnessione e dell'interoperabilità dei servizi. Pertanto, il regolatore è chiamato a promuovere l'ingresso nel mercato di nuovi operatori, rimuovendo le barriere che si frappongono all'accesso alle reti, e, dall'altro lato, a incoraggiare investimenti efficienti e sostenibili in materia di infrastrutture; in altri termini, occorre contemperare la necessità di avere un ambiente che favorisca gli investimenti senza ridurre gli spazi della concorrenza tra le imprese del settore. Ciò vale nelle reti *wired* e nelle reti *wireless*, sia di telecomunicazione che radiotelevisive: in ragione degli sviluppi tecnologici e della sensibile crescita della domanda, della disponibilità di nuove porzioni di spettro e del processo di *switch-over* verso le trasmissioni in tecnica digitale sulle reti terrestri – in fase di completamento –, gli operatori di rete sono chiamati a effettuare investimenti per la costruzione di reti di nuova generazione, senza che vi siano indebite alterazioni dei meccanismi concorrenziali.

In secondo luogo, i segnali veicolati sulle diverse reti sono trattati e arricchiti per mezzo di una pluralità di interfacce e piattaforme, fisiche e logiche, che consentono la fornitura di servizi agli utenti finali. I detentori delle piattaforme controllano il cliente finale nell'accesso ai servizi e ai contenuti (c.d. *gatekeeper*) sulla base di strategie commerciali fondate sull'utilizzo di sistemi proprietari – e pertanto potenzialmente chiusi – che fungono da veicolo per il reperimento, la trasmissione e la fruizione dei servizi e dei contenuti selezionati dall'impresa. In questo contesto possono prendere corpo posizioni di forza tali da ostacolare, da un lato, lo sviluppo di un sufficiente grado di con-

correnza e, dall'altro lato, una scelta effettiva tra una pluralità di fornitori di servizi di comunicazione elettronica e radio-televisivi, in virtù, tra l'altro, della presenza di indebite barriere al cambiamento. Inoltre, l'azione delle piattaforme investe il consumo di servizi di comunicazione e informazione il cui rilevante impatto sociale – in termini di partecipazione democratica, scambio e condivisione delle informazioni, e affermazione di diritti fondamentali quali la libertà di espressione, il diritto all'informazione e la libertà della ricerca – impone una vigilanza continua.

In terzo luogo, i contenuti svolgono un ruolo dirimente nel gioco concorrenziale tra le imprese che operano su diverse reti e piattaforme. La disponibilità di librerie di film e dei diritti di sfruttamento degli eventi sportivi costituisce un fattore in grado di orientare le scelte dei consumatori e, di conseguenza, il successo di una determinata piattaforma attiva su una specifica rete. Inoltre, in ragione delle nuove tecniche di gestione del traffico di rete, si modificano gli strumenti idonei a tutelare i diritti intellettuali sulla singola opera d'ingegno. In parallelo, la diffusione di contenuti sensibili per mezzo di una pluralità di mezzi trasforma le modalità di declinazione e implementazione degli obblighi in capo alle emittenti radio-televisive concernenti, *inter alia*, la tutela dei minori, la disciplina delle campagne elettorali e il servizio pubblico radiotelevisivo. Pertanto, lo spazio delle attività di vigilanza e d'indirizzo svolte dal *policy maker* è più ampio e richiede l'introduzione di nuove disposizioni tecniche e il loro continuo aggiornamento.

Trasversale alla disamina dei menzionati *bottleneck* è il tema degli incentivi all'innovazione e agli investimenti efficienti e sostenibili nel tempo, che rappresenta un ulteriore ambito di applicazione del presidio regolamentare svolto dal *policy maker*. Al riguardo, occorre sottolineare come l'ecosistema digitale abbia mostrato, finora, elevati livelli di innovazione sul versante dei contenuti e rilevanti investimenti nella costruzione di nuove infrastrutture, in virtù dei quali gli utenti beneficiano di nuovi servizi di comunicazione e di informazione e una pluralità di mezzi di ricezione del segnale (e quantità di banda). I progressi in esame sono stati resi possibili dalle incessanti innovazioni tecnologiche e dalle iniziative commerciali dei diversi soggetti economici. Allo stesso tempo, non è da sottovalutare il contributo fornito dall'azione pubblica e, in particolare, dalle disposizioni regolamentari poste in essere al fine di assicurare agli utenti i massimi vantaggi in termini di scelta, prezzi e qualità, di garantire che non vi siano distorsioni e restrizioni della concorrenza nel settore, nonché di promuovere investimenti efficienti e innovazione in infrastrutture nuove e migliorate. Tali funzioni restano cruciali nel nuovo contesto multi-rete, multi-piattaforma e multi-servizi che contraddistingue l'industria delle comunicazioni e dell'informazione.

In definitiva, nel corso dei prossimi anni il regolatore svolgerà la sua attività in uno scenario caratterizzato dallo sviluppo sempre più rapido di tecnologie digitali e da forme di comunicazione convergenti, che provocano inevitabili conseguenze sui ruoli tradizionalmente ricoperti dai protagonisti dell'ecosistema digitale. Pertanto, l'impianto regolamentare dovrà tenere il passo dell'incessante progresso tecnologico e della continua evoluzione del settore.

Assumendo come costante riferimento lo scenario tecnologico e normativo, l'azione regolamentare potrà proseguire, come in passato, nell'applicazione di alcuni canoni essenziali, quali l'adeguatezza dell'azione rispetto alle finalità dell'intervento, con lo scopo di stabilire norme idonee a tutelare i consumatori e a promuovere la concorrenza, e la necessità e proporzionalità delle norme, ossia dal fatto che le restrizioni imposte agli operatori non siano superiori alla misura strettamente occorrente ad assi-

curare il conseguimento dello scopo perseguito. Peraltro, in tale quadro che risulta in continua trasformazione, l'eventuale imposizione, modifica o revoca di specifici obblighi richiederà verifiche periodiche per valutarne la congruità, basate, come di consueto, su puntuali valutazioni, qualitative e quantitative, di merito.

Più in generale, in considerazione della pluralità e disomogeneità dei soggetti presenti nell'ecosistema digitale e dell'ampia gamma di interventi necessari – dalla regolamentazione alla vigilanza, dalle attività di contenzioso e quelle sanzionatorie, dalle segnalazioni alle attività di supporto ad altri organismi – l'azione del regolatore potrà caratterizzarsi per l'utilizzo di diversi strumenti di intervento tra loro non esclusivi e non gerarchicamente ordinati.

In primo luogo, il regolatore potrà utilizzare lo strumento della c.d. *moral suasion*, la cui efficacia è fondata sull'autorevolezza dello *status* di autorità indipendente come organo *super partes* e che può declinarsi nell'adozione di atti quali, linee guida, raccomandazioni, atti di indirizzo che, privi formalmente del carattere coercitivo, orientano le condotte dei protagonisti del mercato. Altro strumento è rappresentato dall'utilizzo di modelli di regolamentazione partecipata, o forme di co-regolamentazione, volti a instaurare, come già avvenuto in diverse occasioni, forme di dialogo cooperativo con i diversi *player* del settore in relazione a specifici temi e finalizzati a sottoscrivere protocolli d'intesa, accordi quadro o codici di autoregolamentazione¹². Evidentemente, come ulteriore e più tradizionale strumento di intervento, la regolamentazione diretta costituisce la principale forma nella disciplina dell'ecosistema digitale tramite l'adozione di atti deliberativi a carattere regolamentare opportunamente preceduti, come di consueto, da forme di partecipazione quali le consultazioni pubbliche o dall'analisi delle rilevanti questioni economiche, tecniche, regolamentari e giuridiche. Infine, il regolatore potrà intervenire, in futuro come oggi, con strumenti *ex post*, quali quelli inerenti all'attività definitoria delle controversie tra utenti e operatori e tra gestori, fermi restando gli specifici requisiti soggettivi e oggettivi previsti dal quadro normativo comunitario.

Gli strumenti in esame rientrano nella tradizionale cassetta degli arnesi del regolatore, da impiegare in funzione della configurazione assunta dall'ecosistema digitale. Si tratta, in ogni caso, di alternative di intervento che implicano scelte fondate sul ricorso all'analisi di impatto delle opzioni regolatorie, in coerenza con gli obiettivi fondamentali della strategia europea di *Better Regulation*, affermatasi nell'agenda istituzionale europea a partire dall'adozione del Libro bianco sul sistema di governo europeo e le conclusioni del Consiglio europeo di Lisbona, e orientati alla garanzia di processi decisionali informati ai principi di democrazia e buona amministrazione.

Forme di intervento che tengono nella massima considerazione il nuovo contesto – multi-rete, multi-piattaforma e multi-servizio – che contraddistingue l'ecosistema digitale, come innanzi descritto, e l'evoluzione, in termini quantitativi e qualitativi, del settore delle comunicazioni, come illustrato nel successivo capitolo.

12 Con particolare riguardo alle attività di *moral suasion* e di regolamentazione partecipata, il quadro regolamentare europeo prevede forme di cooperazione tra i soggetti attivi nel settore quale, ad esempio, la nuova previsione contenuta nell'art. 33, paragrafo 3 della direttiva 2002/22/CE: "Fatte salve le disposizioni nazionali conformi al diritto comunitario finalizzate alla promozione degli obiettivi della politica culturale e dei media, quali ad esempio la diversità culturale e linguistica e il pluralismo dei media, le autorità nazionali di regolamentazione e le altre autorità competenti possono promuovere la cooperazione fra le imprese fornitrici di reti e/o servizi di comunicazione elettronica e i settori interessati alla promozione di contenuti legittimi su tali reti e servizi. Tale cooperazione può includere il coordinamento delle informazioni di pubblico interesse da fornire a norma dell'articolo 21, paragrafo 4, e dell'articolo 20, paragrafo 1." (paragrafo così introdotto dalla direttiva 2009/136/CE)".

Il settore delle comunicazioni



2.1. Il contesto internazionale

■ 2.1.1. Le telecomunicazioni

Il quadro generale

In sostanziale continuità con le tendenze riscontrate sul finire del 2009, i dati relativi alla crescita economica nel settore delle telecomunicazioni nel 2010 mostrano i segnali di una lenta ma progressiva ripresa dai contraccolpi subiti per effetto della crisi finanziaria globale registrata a partire dal 2007. In effetti, nel triennio 2007-2010 il settore, nel suo complesso, ha dimostrato una capacità di resilienza maggiore, rispetto ad altri comparti dell'economia, alle variazioni del PIL e presenta prospettive di crescita, con un incremento complessivo per l'intero 2010 indicato al 2,2% e una previsione stimata nel 2,5% per il 2011¹³.

A fronte di un trend positivo, non può tuttavia sottacersi che nei mercati più maturi, come quello della telefonia fissa, la crescita presenta ancora un segno negativo, mentre la ripresa è trainata dai mercati dati, come quelli dell'accesso a banda larga e ultra-larga in postazione fissa e *wireless*. In particolare, nel mercato della telefonia fissa si conferma un trend in declino, particolarmente evidente nei paesi di più consolidata industrializzazione, seppur riscontrabile ormai anche nelle economie emergenti. A determinare questa tendenza negativa concorrono la contrazione registrata nel numero di utenti e, soprattutto, la riduzione dei prezzi delle chiamate, solo parzialmente compensata dagli aumenti degli abbonamenti mensili proposti dagli operatori. Il fenomeno di declino descritto, pertanto, è imputabile non a fattori esogeni di carattere macroeconomico, bensì a mutamenti in corso all'interno del settore, dove si assiste a forme di sostituzione delle linee telefoniche fisse con tecnologie di accesso mobile e alla progressiva evoluzione verso un modello di consumo dominato dai dati. Un altro rilevante processo di sostituzione in atto riguarda la telefonia su protocollo IP, in quanto i servizi VoIP su rete fissa presentano elevati tassi di crescita sia in termini di utenti che di traffico. La pressione sui ricavi del traffico voce esercitata dallo sviluppo di nuovi servizi è rafforzata da un fenomeno, emerso in modo consistente nell'ultimo biennio, che riguarda la crescita dei servizi *mobile data*, nell'ambito del quale i servizi VoIP sono in rapida ascesa nel 2010, grazie fra l'altro alla diffusione delle offerte *unmanaged* proposte da fornitori VoIP indipendenti e al lancio di nuove offerte, quali ad esempio Google Voice per i terminali *smartphone* che utilizzano il sistema Android e il BlackBerry, in grado competere con l'offerta dei prodotti Apple (*smartphone* e *tablet*), e che concorrono all'incremento complessivo delle vendite di tali apparecchiature stimato per il 2010 pari al 19%.

13 La fonte dei dati in questa sezione, se non diversamente specificato, è Idate. I dati indicati nella presente sezione, per quanto coerenti con quelli contenuti nella precedente relazione annuale, non possono essere tuttavia confrontati con questi ultimi. Infatti la diversità delle fonti, dei tassi di cambio EUR/USD, nonché delle fasi di stima (preventiva o consuntiva), rendono alcuni dati presentati non perfettamente allineati con quelli riportati nella relazione annuale 2010. Come di consueto, il settore delle telecomunicazioni è articolato in tre macroaree: servizi tradizionali (voce) su rete fissa, servizi dati e internet in postazione fissa e servizi di comunicazione mobile e personale, ossia telefonia mobile.

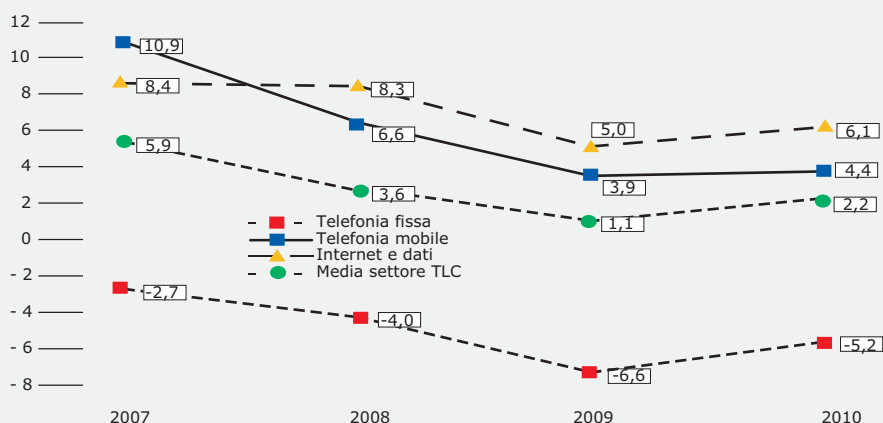
In generale, i servizi mobili si confermano il segmento trainante della crescita nel settore delle telecomunicazioni, con un fatturato complessivo stimato pari a circa 560 miliardi di euro nel 2010 (537 miliardi di euro nel 2009), che rappresenta circa il 56% dei ricavi totali stimati per il settore nello stesso anno. Internet mobile e, in particolare lo sviluppo della banda larga, rappresenta a sua volta la componente principale di questa crescita del mercato, dove un fattore centrale è dato dalla diffusione di nuove apparecchiature terminali. La crescente domanda di *smartphones*, *tablet* e contenuti digitali da veicolare sulle nuove apparecchiature, nonché lo sviluppo di tecnologie *multi-touch* fanno del *mobile internet* il mercato che presenta maggiori potenzialità di crescita, idonee altresì a compensare il declino registrato nella fornitura dei servizi voce tradizionali. Elementi cruciali ai fini di una piena realizzazione delle aspettative di crescita del settore riguardano, tuttavia, l'offerta di applicazioni e la realizzazione di modelli di *business* in grado di valorizzare i servizi in questione e, soprattutto, la capacità di far fronte ai rischi di saturazione della capacità di banda connessi allo sviluppo del traffico dati su rete mobile. In questa ottica, le soluzioni verso cui si orientano gli operatori puntano a utilizzi più efficienti dello spettro (*streamlining*), l'incremento della densità di rete e l'integrazione con le tecnologie di accesso alle reti fisse, come il *wi-max* e il *wi-fi*.

L'altro segmento trainante del settore delle telecomunicazioni è quello dei servizi dati e internet in postazione fissa, che ha registrato ricavi complessivi pari a 283 miliardi di dollari per l'intero 2010 e un tasso di crescita stabile. Il segmento di punta è costituito dall'accesso alla banda larga su rete fissa, dove si registrano 65 milioni di nuovi utenti nel 2010, cui ha fatto riscontro un incremento del 14%, corrispondente a 5,5 milioni di nuovi abbonati al mese su scala mondiale. Nel 2010, il numero complessivo di utenti di internet nel mondo aventi accessi a banda larga ha superato la soglia dei 500 milioni.

Box 6 - Il settore delle telecomunicazioni nel mondo

A livello mondiale, l'andamento complessivo dei ricavi nel 2010 si conferma in tendenziale aumento, nonostante l'impatto negativo della crisi globale abbia determinato un incremento piuttosto lieve. In particolare, il settore delle telecomunicazioni ha continuato a crescere, sia in termini di ricavi che di utenti. Il comparto delle telecomunicazioni ha generato ricavi per poco più di 1000 miliardi di euro, in leggera crescita rispetto ai 987 miliardi del 2009. Nell'ultimo anno, il tasso di crescita medio dell'intero settore delle tlc è risultato pari al 2,2%, in lieve aumento rispetto al valore registrato nel 2009 pari a 1,1% (Figura 2.1). Complessivamente, a partire dal 2006, il mercato delle telecomunicazioni ha guadagnato circa 120 miliardi di euro.

Tuttavia, l'effetto della crisi economica che ha interessato il periodo 2008-2010 emerge dal confronto con il triennio precedente, connotato da tassi di crescita nettamente superiori. La telefonia mobile rappresenta la componente più significativa, e in tendenziale aumento, del fatturato complessivo generato dai servizi di telecomunicazione. In particolare, l'analisi dei ricavi in base alle diverse categorie di servizi erogati evidenzia come, alla fine del 2010, il settore mobile copra quasi il 56% del totale, mentre la telefonia fissa tradizionale rappresenti attualmente il 24% e i servizi internet ammontino a oltre il 20%. Da un punto di vista generale, nel settore mobile il fattore trainante della crescita è costituito dal traffico dati, mentre i servizi vocali registrano, anche nel 2010, un rallentamento. Il segmento della telefonia fissa risulta interessato dal progressivo spostamento del traffico voce verso i servizi internet a banda larga e, nell'ultimo perio-

Figura 2.1. I servizi tlc nel mondo – Variazione % dei ricavi (2007-2010)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

do, anche ultralarga. Il fatturato del comparto è risultato pari a 244 miliardi di euro registrando un'ulteriore diminuzione rispetto al dato del 2009 (258 miliardi), con un trend costante dal 2002. In particolare, il tasso di decrescita si presenta in modo significativo negli ultimi due anni (-6,6% nel 2009 e -5,2% nel 2010). Invece, la quota dei servizi dati (*dial-up*, internet a banda larga e ultralarga, *enterprise data service*) ha superato di circa un punto percentuale il dato del 2009, rappresentando nel 2010 il 19,4% degli introiti complessivi. Coerentemente con questa tendenza, nell'ultimo decennio, la quota dei ricavi generati dalla telefonia fissa sul totale degli introiti del settore si è ridotta drasticamente, passando dal 50% del 2001 al 24% nel 2010 e il declino dei servizi tradizionali di telefonia fissa è stato solo parzialmente compensato dall'aumento degli altri servizi su rete fissa: la perdita stimata per i servizi voce su rete fissa ammonta, infatti, a 130 miliardi di euro, a fronte di maggiori introiti per i servizi dati che non superano i 115 miliardi.

Avuto riguardo al numero di abbonati ai servizi di telecomunicazione, nel 2010 si è registrato un incremento sensibile su scala mondiale del bacino di utenza, che nel 2009 aveva raggiunto complessivamente i 6,3 miliardi: il valore attuale si attesta infatti a oltre 6,9 miliardi, dove ancora una volta è preponderante il peso degli abbonati ai servizi di comunicazione in mobilità, che supera i 5 miliardi. Un incremento costante si registra per gli abbonati a servizi internet e dati da rete fissa che, su scala mondiale, sono stimati in 683 milioni nel 2010, rispetto ai 517 milioni del 2007. Si tratta tuttavia di un aumento più contenuto rispetto agli utenti dei servizi mobili, che, nello stesso arco di tempo, passano da circa 3,4 miliardi a 5,2 miliardi.

I diversi tassi registrati nella crescita dei ricavi e dei volumi si riflettono sull'andamento dell'*Average Revenue Per User* (ARPU). L'analisi relativa al triennio 2007-2010 (Figura 2.2) mostra valori in diminuzione per tutti i mercati, con un decremento medio di circa un euro. Nei settori maggiormente interessati dall'aumento del numero di abbonati, ossia internet e telefonia mobile, i ricavi medi mensili restano inferiori rispetto all'anno precedente: l'ARPU mensile medio per utente è, infatti, passato da 25,7 a 24,8 euro per internet e dati, e da 9,9 a 9 euro nel settore mobile. La telefonia fissa, invece, mostrando una contrazione in termini di abbonati e di ricavi, fa rilevare una contenuta diminuzione dell'ARPU, nella misura di 30 centesimi euro. Nel quadro comples-

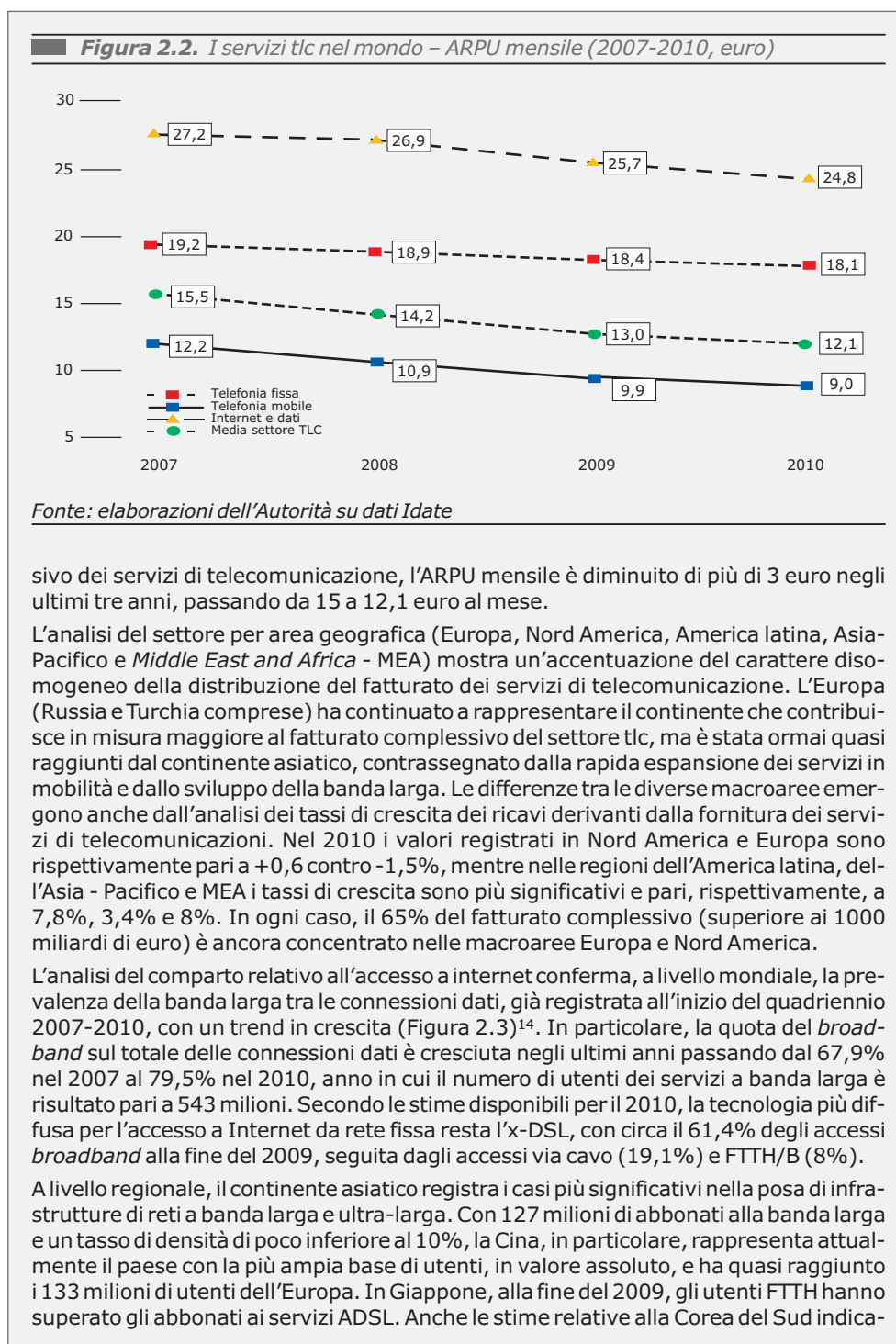
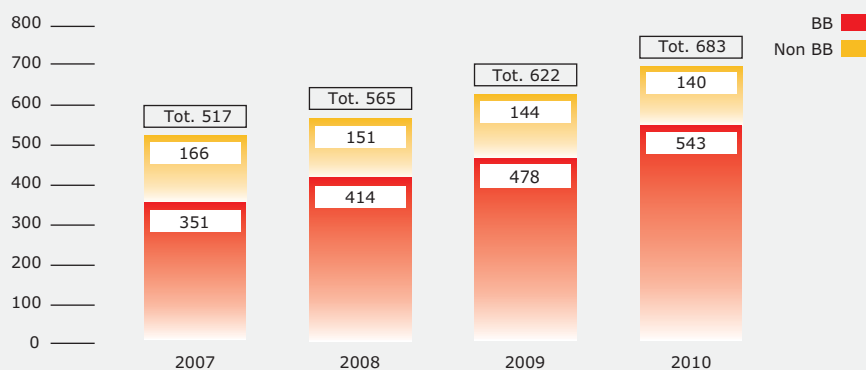
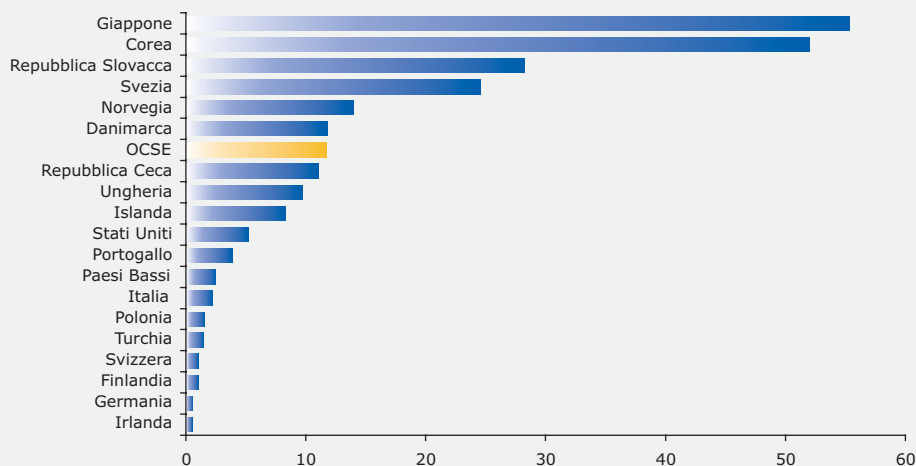
14 Fonte: Point Topic, *World Broadband Statistics Q4 2009*.

Figura 2.3. I servizi tlc nel mondo – Abbonati internet (2007-2010, milioni)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate e Point Topic

no che la principale tecnologia di accesso a internet da rete fissa è quella FTTH/B. Si tratta, in ogni caso, di una situazione ancora eccezionale: nel resto del mondo le reti a banda larga presentano uno sviluppo più lento e, di conseguenza, l'incremento delle connessioni FTTx risulta più contenuto, sebbene in costante aumento. Si conferma, peraltro, una situazione già evidenziata negli scorsi anni, caratterizzata da sostanziale disomogeneità nei trend di sviluppo delle reti a fibra ottica e nella relativa distribuzione degli utenti tra le diverse macroaree geografiche esaminate. Con specifico riguardo all'area OCSE gli abbonamenti alla banda larga fissa ammontano, in termini assoluti, a 294 milioni nel 2010. A questo dato fa da riscontro un valore medio della fibra ottica sul totale delle tecnologie di accesso a internet a banda larga pari al 20%, mentre soltanto in Giappone e Corea del Sud la fibra ottica rappresenta oltre il 50% delle connessioni a internet da rete fissa (Figura 2.4).

Figura 2.4. I servizi tlc in Europa – Diffusione della fibra (giugno 2010)

Fonte: OECD Broadband statistics

Il settore delle telecomunicazioni in Europa

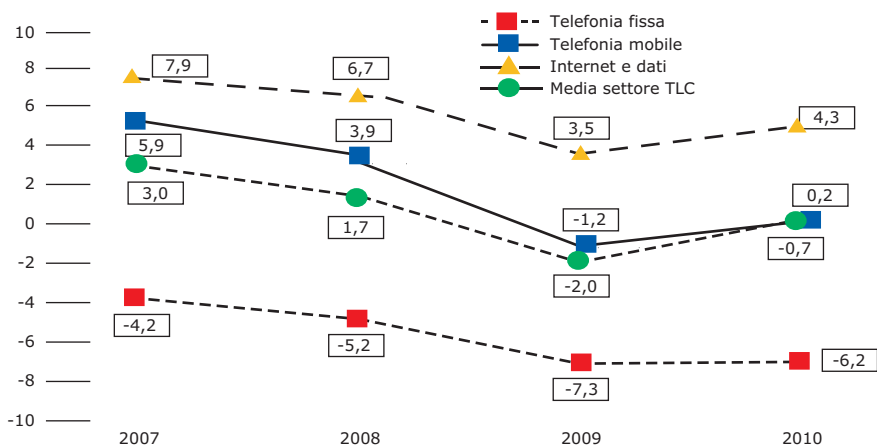
Dopo aver registrato nel 2009 il tasso di crescita più basso dell'ultimo decennio, il comparto delle telecomunicazioni in Europa ha mostrato una lieve ripresa sin dai primi mesi del 2010. Ciononostante, l'anno scorso si è concluso con una contrazione delle vendite pari a -0,7%, inferiore comunque a quanto registrato nel 2009 (-2%). In termini assoluti, i ricavi del 2010 sono risultati pari a circa 300 miliardi di euro, mentre il dato relativo al 2009 superava lievemente i 305 miliardi.

Pur mantenendo un andamento negativo, il mercato europeo dei servizi di telecomunicazioni (che comprende Stati membri UE, Norvegia, Svizzera, Russia e Turchia) rappresenta attualmente il 30% del fatturato mondiale del comparto, mentre nel 2006 rappresentava il 33%. Peraltro, l'84% del fatturato prodotto in Europa è generato dai 27 Stati membri dell'Unione europea. All'interno di questo blocco, tuttavia, restano evidenti disparità circa le dinamiche di mercato riscontrabili nell'ultimo biennio: nei paesi di nuova accessione i ricavi sono diminuiti mediamente del 3%, mentre tra gli Stati membri fondatori, invece, è la Francia a registrare i risultati migliori, con una contrazione dei ricavi pari a -0,3%, grazie soprattutto all'apporto positivo del settore mobile e della banda larga che hanno continuato a crescere in termini di fatturato.

Come per il 2009, l'esame dei redditi prodotti nel 2010 dai diversi segmenti del settore tlc in Europa conferma come il mercato della telefonia mobile sia quello che fornisce il maggiore contributo al fatturato europeo (52%), seguito dalla telefonia fissa (25,2%) e dai servizi internet e dati (22,2%).

I ricavi derivanti dai servizi di telefonia fissa, pari a 74,9 miliardi di euro, sono diminuiti rispetto al 2009, ma in misura più contenuta in confronto all'anno precedente (-6,2%). Anche la variazione annua del numero di linee fisse, seppur negativa (-4,8%), si presenta pressoché costante rispetto al 2009, mentre la diminuzione rispetto al 2008 presentava un decremento di un punto percentuale. Tra i fattori che incidono sulla progressiva contrazione del fatturato generato dai servizi di telefonia fissa, si rinvergono il processo di sostituzione fisso-mobile, nonché il crescente utilizzo di servizi VoIP. Anche nel settore mobile, peraltro, la remuneratività dei servizi voce mostra un andamento decrescente: infatti, al lieve incremento dei ricavi complessivi (+0,2%) fa da riscontro una contrazione media nei Paesi membri dell'Unione europea dei ricavi da servizi voce pari al -3,6%; d'altra parte, nel 2010 la crescita dei servizi dati su rete mobile è continuata, seppur con tassi di crescita inferiori a quelli del 2009, a cui contribuisce la diffusione degli *smartphones*, che presentano un tasso di incremento pressoché costante nell'ultimo biennio, intorno al +9,5% per l'intero continente europeo.

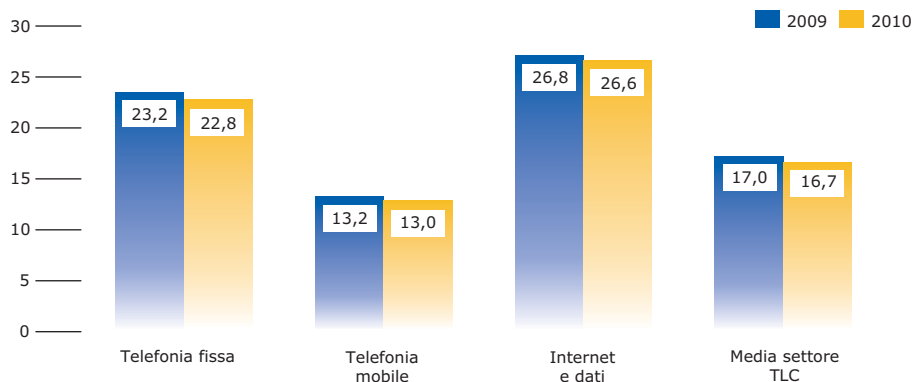
Oltre ai servizi mobili, il maggior apporto al fatturato globale del comparto tlc è imputabile alla crescita (+4,3%) dei servizi internet e dati (Figura 2.5). Rispetto al 2009, questo segmento ha guadagnato circa l'1%, passando da 63,4 miliardi di euro a 66,1 miliardi nel 2010.

Figura 2.5. I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi (2007-2010)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Il numero complessivo di utenti dei servizi a banda larga e ultra larga da rete fissa in Europa è pari a 168,9 milioni su un totale di 206,9 milioni di abbonati ai servizi internet. L'accesso mediante tecnologie in DSL resta ancora prevalente, nonostante la crescente diffusione delle soluzioni FTTx che, tuttavia, rappresentano ancora circa il 10% del totale degli utenti dei servizi internet a banda larga.

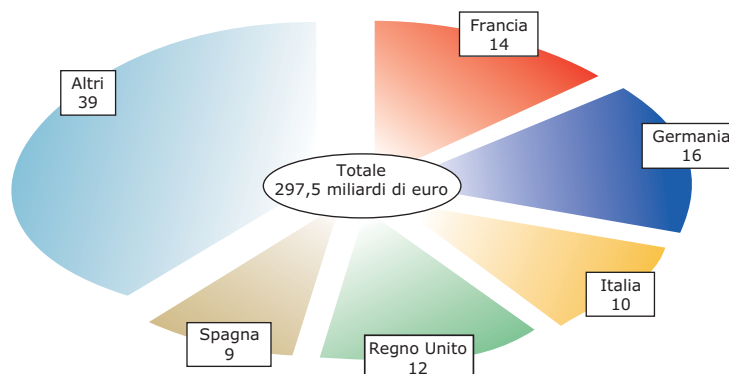
In ogni caso, anche nel segmento internet e dati, oltre che nell'intero comparto delle telecomunicazioni, la variazione nel numero degli utenti prevale sulla variazione dei ricavi. Analogamente al 2009, pertanto, l'ARPU risulta in diminuzione, sia a livello di settore che per i singoli segmenti (Figura 2.6): il comparto internet rimane quello con la maggiore redditività per cliente (di circa 10 euro superiore all'ARPU mensile medio), seguito dal segmento della telefonia fissa (circa 23 euro al mese) e dal settore mobile (circa 13 euro al mese).

Figura 2.6. I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2009-2010, euro)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Dall'analisi disaggregata dei dati relativi ai diversi Stati europei, emerge con maggiore nettezza la disomogeneità del contesto di mercato cui si è accennato in precedenza. Per quanto riguarda la distribuzione dei ricavi, circa il 60% del fatturato continentale nel 2010 è rimasto concentrato nei 5 maggiori mercati dell'UE (Figura 2.7): Germania (16%), Francia (14%), Regno Unito (12%), Italia (10%) e Spagna (9%).

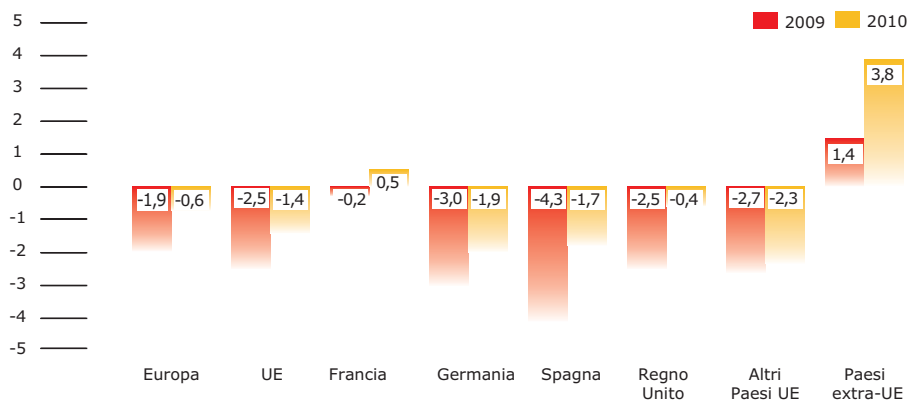
Figura 2.7. I servizi tlc in Europa – Ripartizione dei ricavi per paese (2010, in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

La variazione dei ricavi nell'Unione europea (Figura 2.8) indica un decremento in media pari a -1,4% (con Germania e Spagna in diminuzione di circa l'1,7%, e solo la Francia con una variazione positiva di 0,5%), mentre i paesi extra-UE presentano una crescita che raggiunge quasi il 4%. Ciò ha comportato, su base continentale, come visto, un tasso di crescita negativo, pari a -0,7%.

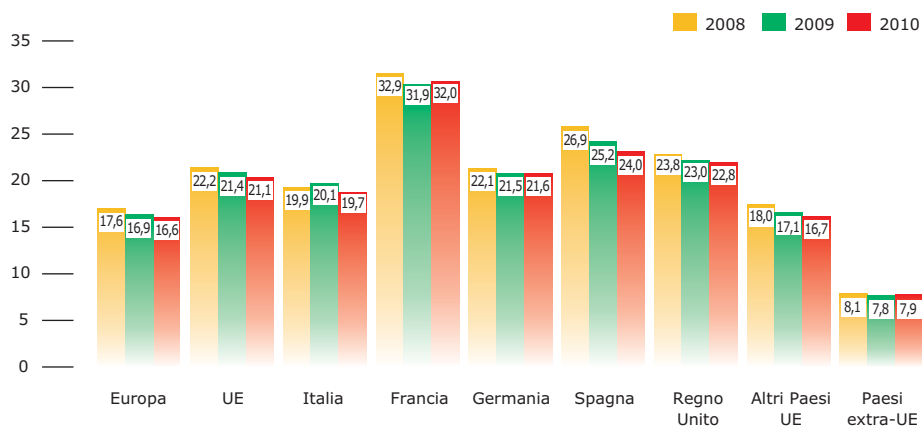
Figura 2.8. I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

L'analisi dei ricavi unitari nel triennio 2008-2010 conferma sostanzialmente le tendenze già riscontrate nel periodo 2007-2009 (Figura 2.9). La Francia risulta ancora il mercato che presenta l'ARPU mensile più elevato (circa 32 euro). Anche Italia e Germania, ossia i paesi che hanno mostrato la maggiore diminuzione dei ricavi nel 2010, registrano un ARPU mensile pressoché invariato, pari rispettivamente a circa 20 euro e 22 euro, superiore alla media mensile europea (circa 17 euro). nettamente inferiore rimane invece l'ARPU mensile nei paesi non aderenti all'Unione, che presentano un ARPU medio mensile pari a circa 8 euro. In termini dinamici, l'incremento annuo dell'ARPU nei paesi extra-UE risulta in aumento, seppure in misura contenuta, rispetto al biennio precedente (tra il 2009 e il 2010 l'aumento è stato solo di circa 0,1 euro), mentre i ricavi per utente nei paesi dell'Unione sono diminuiti di circa 0,8 euro, nel medesimo arco temporale.

Figura 2.9. I servizi tlc in Europa – ARPU mensile per paese (2008-2010, euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Circa le tecnologie di accesso, i dati OCSE (aprile 2011) confermano la tendenza internazionale descritta in precedenza (v. box 6). In raffronto al contesto asiatico, l'importanza del cavo risulta più contenuta (nel 2009 in Europa il cavo costituiva il 15% degli accessi a banda larga) a causa, fra l'altro, della presenza di paesi in cui questa tecnologia è assente.

La fibra, d'altronde, continua ad affermarsi progressivamente sulle altre tecnologie, soprattutto in alcuni paesi europei quali la Repubblica Slovacca (28%), la Svezia (24%) e la Danimarca (12%). Inoltre, paesi di nuova infrastrutturazione, come Bulgaria, Romania, Slovacchia e Turchia hanno registrato progressi significativi nel 2010, grazie agli investimenti in architetture FTTx/LAN da parte dei maggiori operatori presenti nei mercati dell'Europa orientale. Da ciò può desumersi un trend generale di progressivo sviluppo delle reti di nuova generazione, comune all'intera Unione europea che, tuttavia, raffrontato ad altri paesi di area OCSE, quali ad esempio il Giappone e la Corea del Sud, mostra un tasso medio di incremento dell'indice di penetrazione inferiore, a dispetto dei risultati positivi riscontrabili soprattutto nei paesi di area scandinava. Rispetto a questi mercati, ma anche a quelli di Taiwan, Hong Kong e

Australia¹⁵, uno dei possibili fattori di ostacolo alla diffusione delle soluzioni FTTx in Europa è la già diffusa presenza delle tecnologie di accesso DSL. In ogni caso, il tasso di crescita complessivo della fibra in Europa ha registrato un incremento notevole nel 2009 rispetto all'anno precedente (+131%) e risultati analoghi nel primo semestre del 2010. Ciononostante, le offerte commerciali devono fare i conti con un mercato dove il grado di soddisfazione degli utenti di servizi DSL, soprattutto per le offerte "triple play bundles", non favorisce un rapido passaggio alla fibra ottica. Questa situazione è riscontrabile anche nei paesi UE che presentano una maggiore densità delle reti a banda larga e ultra-larga, dove tuttavia la FTTx incontra difficoltà ad affermarsi come soluzione di accesso a internet rispetto a DSL e *cable modem*, anche a dispetto di strategie di *pricing* aggressive messe in atto da taluni operatori.

■ 2.1.2. L'audiovisivo

Il quadro generale

Oltre ai servizi di comunicazione personale (i cosiddetti *personal media*), l'altro comparto che caratterizza le comunicazioni elettroniche è quello relativo ai servizi di comunicazione di massa, nel cui novero è compreso il settore audiovisivo. Per tale comparto, è sicuramente adatta la dizione *mass media*, vista l'ampia platea televisiva a livello mondiale (con oltre un miliardo di famiglie dotate di apparecchi televisivi), nonché il suo intenso consumo giornaliero (l'OCSE ha stimato un valore medio superiore alle tre ore per TV *household*)¹⁶. Tale incremento può essere spiegato, *inter alia*, dal progresso tecnologico: le fruizioni di contenuti audiovisivi è oramai possibile su una molteplicità di piattaforme, e non è più dunque confinata alla sola trasmissione analogica terrestre.

Se dunque la disponibilità è aumentata anche in ragione dei nuovi diversi sistemi di ricezione, è da rilevare come la digitalizzazione dei contenuti audiovisivi abbia permesso altresì un allargamento dell'offerta anche all'interno di una stessa rete. La conversione del segnale da analogico a digitale (con la sua conseguente compressione) ha consentito la trasmissione di un maggior numero di canali, pur in presenza di vincoli dovuti alla scarsità di risorse condivise, come nello scenario satellitare e terrestre. Per dare un'idea dell'aumento dei servizi audiovisivi fruibili nel mondo, si consideri il nume-

15 Degno di nota è in particolare il risultato conseguito in Australia, che è stato uno dei primi Stati a introdurre un programma di sostegno finanziario allo sviluppo di una rete aperta per l'accesso alla banda ultralarga *New Broadband Network*, con finalità di contrasto al *digital divide* e l'obiettivo di fornire al 90% delle abitazioni accesso mediante tecnologia FTTH/B con velocità di connessione pari a 100 Mbps entro il 2017. Il piano australiano prevede la copertura del restante 10% con tecnologie alternative, in particolare *wireless*. La realizzazione delle rete annunciata già nel 2007, è stata avviata operativamente nel 2010 e, attualmente, la connessione alla fibra è disponibile sull'intero territorio della Tasmania.

16 Con la dizione TV *households* si indicano generalmente le famiglie dotate di almeno un apparecchio televisivo. Per il consumo televisivo nei paesi dell'OCSE si è fatto riferimento a OECD, *Communications Outlook*, 2009. Se non diversamente specificato, i dati riportati sono aggiornati a dicembre 2010 e sono il frutto di elaborazioni dell'Autorità basate su Idate, *World Television Market Database*, dicembre 2010.

ro dei canali in alta definizione trasmessi in Europa, che è cresciuto di un ordine di grandezza nell'ultimo quinquennio, passando da 65 canali nel 2006 a 721 nel 2010¹⁷.

A seguito di questo ampliamento della domanda e dell'offerta, i ricavi complessivi del settore nel 2010 sono cresciuti sia a livello mondiale che europeo. Tuttavia, rispetto al 2009, si osserva una diversa ripartizione percentuale dei ricavi, con un aumento della componente a pagamento (la cosiddetta *pay-tv*). Infatti, gli editori attivi nella *free-to-air*, tradizionalmente finanziati con il canone e la raccolta pubblicitaria, iniziano ad affiancare ai contenuti gratuiti un sempre maggior numero di contenuti *premium* a pagamento (*from free to fee*).

In tal senso, l'aumento dei ricavi da *pay-tv*, in linea con le dinamiche già evidenziate negli anni passati, sembra riconducibile alla sempre maggiore personalizzazione dei contenuti, ossia a uno scenario dove l'utente non è mero fruitore passivo, ma in maniera consapevole richiede ulteriori servizi audiovisivi più aderenti al suo profilo di consumo; ciò a dimostrazione della progressiva evoluzione dei servizi audiovisivi, da lineari e uniformemente distribuiti (*broadcast* ossia *one-to-many*), a puntuali e trasmessi individualmente (*singlecast* ossia *one-to-one*).

Al riguardo, si osserva come le dinamiche di personalizzazione dei servizi siano trasversali a tutti i servizi di comunicazione elettronica (essendo state già rilevate per il mercato delle telecomunicazioni), e pertanto sono attribuibili all'intero ecosistema digitale in generale (cfr. cap. 1). Infatti, la tradizionale distinzione tra il paradigma di comunicazione bidirezionale e puntuale (come ad esempio nella telefonia) e quello monodirezionale e diffuso (come ad esempio per la televisione) sembra perdere la sua valenza, proprio in virtù dei già citati fenomeni di convergenza: tale processo è in atto sia all'interno dei servizi audiovisivi (con il superamento della distinzione tra servizi lineari e non-lineari), sia più in generale all'interno delle comunicazioni elettroniche (con l'armonizzazione dei settori delle telecomunicazioni e dell'audiovisivo). Le dinamiche in questione caratterizzano il sistema dei *media* a livello mondiale (cfr. Box 7) e a livello europeo.

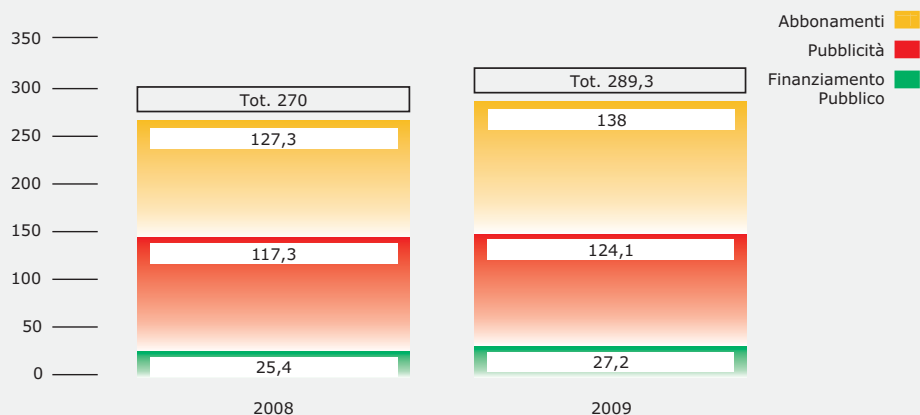
Box 7 - Il settore televisivo nel mondo

Nel 2010 il settore televisivo ha ripreso la sua fase espansiva, che era stata interrotta dalla crisi del 2009: a livello mondiale il comparto ha registrato nell'ultimo anno un aumento in termini sia di bacino di utenza che di ricavi complessivi. In particolare, la platea dei fruitori di servizi televisivi è passata nel 2010 da 1,32 a 1,35 miliardi di TV *households*, mentre i ricavi hanno segnato un aumento percentuale ancora maggiore, con un +7% rispetto ai 270 miliardi di euro fatturati nel 2009.

Un'analisi più dettagliata dei ricavi (Figura 2.10) permette di evidenziare un aumento maggiore della componente relativa alla *pay-tv* (abbonamenti), rispetto alle altre due tipologie di ricavi, ossia il finanziamento pubblico (canoni) e la raccolta commerciale (pubblicità). Nello specifico, dal 2009 al 2010 si osserva un aumento dei ricavi da canone pari al 6%, da pubblicità pari al 7%, e infine da abbonamenti pari all'8%. Anche in termini assoluti il 2010 ha segnato il definitivo sorpasso dei ricavi da abbonamento rispetto agli introiti pubblicitari, dopo il biennio 2008-2009 in cui si è registrato un sostanziale equilibrio delle due componenti.

17 Fonte: Screen Digest, *Global Media Intelligence*, dicembre 2010.

Figura 2.10. I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Distinguendo invece i ricavi per area geografica (Tabella 2.1), si conferma la predominanza del mercato nord-americano che rappresenta quasi il 40% dei ricavi complessivi, seguito dal continente europeo con il 30% del fatturato mondiale. Inoltre, i fatturati riportati nella fornitura di servizi televisivi sono in rapida crescita in alcune zone, mentre sembrano sostanzialmente stabili nelle restanti aree: infatti, Europa e Nord America sono cresciute rispettivamente del 6 e del 4% nel 2010, MEA (*Middle East-Africa*), America latina e Asia-Pacifico hanno registrato tassi di crescita a due cifre (rispettivamente del 16, del 13 e del 10%). Dunque, se l'analisi delle fonti di reddito mostra tassi di sviluppo maggiori per le componenti di ricavo più significative quali gli abbonamenti, lo studio delle diverse aree geografiche mostra un andamento opposto, ossia differenziali di crescita più elevati nelle regioni con ricavi minori.

Tabella 2.1. I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per area geografica (2009-2010, miliardi di euro)

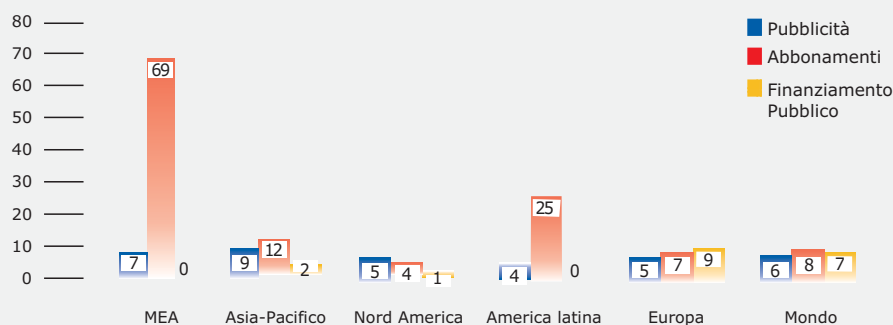
| | 2009 | 2010 | Var. % |
|------------------------|-------|-------|--------|
| Africa e Medio Oriente | 8,9 | 10,4 | 16 |
| Asia-Pacifico | 59,0 | 64,8 | 10 |
| America latina | 20,1 | 22,7 | 13 |
| Nord America | 102,5 | 107,1 | 4 |
| Europa | 79,2 | 84,4 | 7 |
| Totale | 269,8 | 289,4 | 7 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Infine, un'analisi che tiene conto dell'area e della tipologia di ricavo permette di apprezzare le variazioni osservate nel 2010 rispetto all'anno precedente (Figura 2.11). Si osservano così differenziali estremamente variabili, con casi di sostanziale equilibrio (inferiori all'1%) e scenari di crescita a due cifre (dal 12 al 70%). In particolare, si possono distinguere diversi tassi di sviluppo anche all'interno della stessa regione: ad

esempio, nella zona medio-orientale e africana i fondi pubblici immessi nel settore radiotelevisivo sono essenzialmente stabili, mentre vi è una crescita relativamente significativa dei ricavi da abbonamento, situazione opposta al contesto europeo in cui i ricavi derivati da finanziamento pubblico conseguono il tasso di crescita più elevato (+9%). Tuttavia, è importante notare che, contrariamente a quanto accaduto nel 2009, i differenziali di sviluppo dell'ultimo anno sono tutti positivi, senza riguardo per l'area e la fonte considerata, a conferma della fine della crisi del settore.

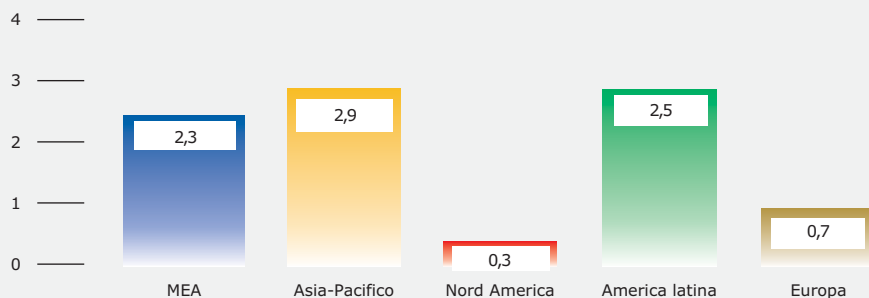
Figura 2.11. I servizi televisivi nel mondo – Variazione dei ricavi per fonte di reddito e per area geografica (2010 in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Anche i dati riguardanti gli utenti (Figura 2.12) presentano differenze geografiche, anche se meno significative rispetto a quelle relative ai ricavi: mentre la platea europea e nord-americana è sostanzialmente stabile (in entrambi i casi vi è un aumento percentuale di TV *households* inferiore all'1%), i restanti mercati si rivelano leggermente più dinamici, con aumenti compresi tra il 2 e il 3%.

Figura 2.12. I servizi televisivi nel mondo – Variazione delle TV households per area geografica (2010 in %)

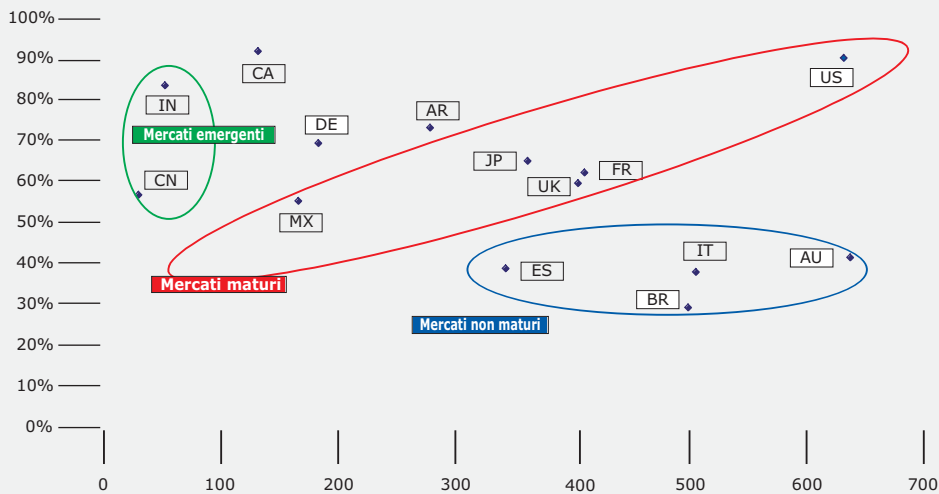


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Considerando congiuntamente i dati riguardanti i ricavi e gli utenti sopra descritti, si desumono le differenze in termini di ricavi unitari dei servizi televisivi nelle diverse aree geografiche: al fianco delle regioni con ampi bacini d'utenza (ad esempio in Asia-Pacifico sono presenti oltre 700 milioni di TV households), ma cui corrisponde una non proporzionale quota dei ricavi, si trovano continenti (ad esempio quello Nord americano e quello europeo) dove la platea degli utenti è inferiore, ma tuttavia presentano elevati ricavi complessivi. Pertanto, gli ARPU delle diverse regioni sono racchiusi tra i due estremi dell'area asiatica (circa 84 euro per TV households) e di quella nord-americana (oltre 840 euro per TV households)¹⁸.

Limitando l'analisi ai soli ricavi da abbonamento ai servizi televisivi, si osserva la relazione tra l'ARPU su base annuale e penetrazione della pay-tv, quest'ultima espressa come percentuale di famiglie abbonate ai servizi pay sul totale di TV households (Figura 2.13). Come osservato anche nell'ultimo rapporto Ofcom, si possono individuare tre aree: una è caratterizzata da bassi ARPU ed elevati tassi di penetrazione, e descrive uno scenario di mercati in rapida espansione (ad esempio Cina e India) dove la redditività di tali servizi non è ancora commisurata alla platea degli utenti; di contro, la seconda area presenta elevati ARPU ma bassa penetrazione, ossia rappresenta il caso di mercati (ad esempio Italia e Spagna) in cui la pay-tv viene vista come un servizio premium diffuso prevalentemente tra l'utenza top-spending; infine, vi è la zona cosiddetta di equilibrio, dove i ricavi sono essenzialmente allineati alla penetrazione, e che sembra caratterizzare i mercati ormai maturi dei servizi audiovisivi in abbonamento (ad esempio USA e Regno Unito)¹⁹.

Figura 2.13. I servizi televisivi nel mondo – ARPU in euro dei servizi televisivi a pagamento e tasso di penetrazione della pay-tv (2010)



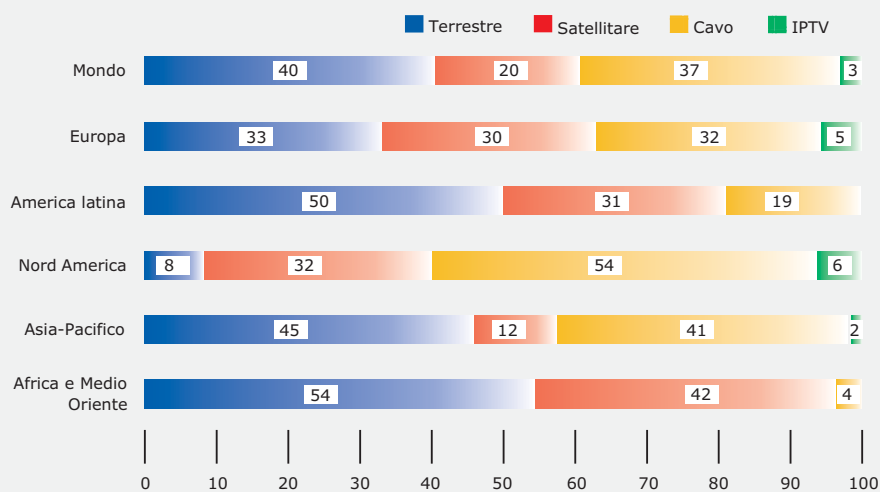
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Ofcom e Idate

18 ARPU è l'acronimo di average revenue per user, qui usato per indicare il ricavo medio per singola TV household.

19 Fonte: Ofcom, International Communications Market Report, dicembre 2010.

Altro aspetto da considerare è la differenziazione degli utenti in base alle diverse reti utilizzate (Figura 2.14). A livello mondiale, in termini di famiglie dotate di apparecchiature televisive, si registra la predominanza della trasmissione terrestre (40%) rispetto a quella satellitare (20%), alla *cable-tv* (37%), e alla IPTV (3%). Tuttavia, nel 2010 si assiste a un arretramento della quota della televisione terrestre rispetto all'anno precedente. Tale risultato è dovuto unicamente all'arretramento registrato dalla *terrestrial television* in Asia-Pacifico, mentre nelle restanti macro-aree si osserva un generale aumento della televisione terrestre rispetto al 2009. Inoltre, l'analisi dei dati proposti rivela risultati asimmetrici: ad esempio, la quota di TV *households* con ricevitori satellitari è pari al 42% nella regione MEA e al 12% in Asia-Pacifico; la *cable-TV* è dominante nel Nord America (54%) e marginale in America latina (19%); infine la quota di IPTV in Europa è più che doppia rispetto a quella in Asia-Pacifico.

Figura 2.14. I servizi televisivi nel mondo – TV households per tecnologia e per area geografica (2010 in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Il contesto europeo

A livello europeo, i servizi di *broadcasting* hanno totalizzato oltre 84 miliardi di euro nel 2010, a fronte dei circa 80 miliardi fatturati dalle imprese televisive nell'anno precedente. Disaggregando gli introiti in base alla tipologia (Figura 2.15), si conferma in Europa la prevalenza degli abbonamenti come fonte di ricavo (33 mld), seguiti dalla pubblicità e dal canone (rispettivamente 31 e 20 mld), in linea con quanto registrato nel 2009.

Figura 2.15. I servizi televisivi in Europa – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

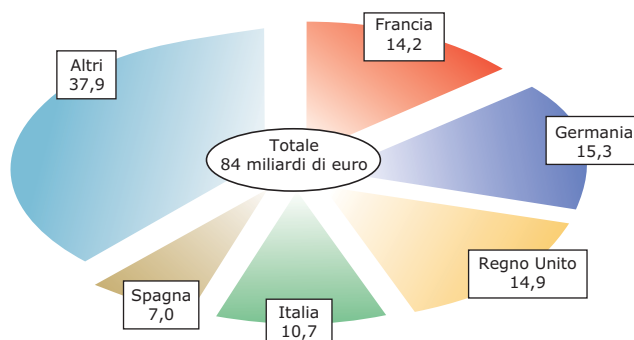
Sebbene i ricavi da finanziamento pubblico siano minoritari in termini assoluti, va tuttavia rilevato che in percentuale il canone rappresenta nondimeno circa un quarto dei ricavi complessivi, quota ancor più significativa se confrontata con quella degli altri continenti. Infatti, tradizionalmente nel contesto europeo i *Public Service Broadcaster* (PSB) svolgono un ruolo importante non solo in termini economici: ad esempio, in numerosi paesi i PSB sono coinvolti attivamente nel processo di *roll-out* della televisione digitale terrestre, nella misura in cui sono artefici del lancio di nuovi canali tematici e dell'introduzione di canali ad alta definizione, fattori che promuovono la diffusione del digitale terrestre tra le famiglie. Inoltre, in Europa si registra un aumento dei ricavi da canone con un tasso maggiore (9%) rispetto a quelli relativi agli abbonamenti (7%) e alla pubblicità (5%). In particolare, come avviene ormai da alcuni anni, in alcuni paesi europei è in riduzione l'affollamento pubblicitario nei canali del servizio pubblico, e i minori introiti sono compensati dall'aumento dei ricavi da canone. A tal proposito, si segnala la nuova tipologia di finanziamento pubblico introdotto in Spagna, che ha portato a raddoppiare i contributi statali nel 2010 (stimati in poco meno di 2 miliardi di euro). Tale forma di finanziamento alla *Radio TeleVision Española* (RTVE), dopo i primi dubbi di incompatibilità espressi dalla Commissione europea, è stato dichiarato ammissibile, in quanto garantisce un'equa compensazione (*not overcompensation*) a RTVE, senza configurare un aiuto di Stato illecito²⁰.

Contestualizzando invece i ricavi su base geografica (Figura 2.16), si conferma la concentrazione dei guadagni in determinate aree: Francia, Germania e Regno Unito cumulano quasi il 45% dell'intero fatturato europeo, mentre i restanti 26 paesi considerati rappresentano l'ulteriore 55%²¹. Nei principali paesi sono inoltre localizzati i primi cinque operatori audiovisivi europei, ossia le tedesche ARD e RTL Group, le inglesi BSkyB e BBC, e la francese Vivendi, e 10 dei primi 30 gruppi al mondo.

²⁰ Fonte: Commissione europea, *Press Release* IP/10/978, 20 luglio 2010.

²¹ I paesi analizzati sono Austria, Belgio, Bulgaria, Danimarca, Estonia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Slovacchia, Romania, Russia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria.

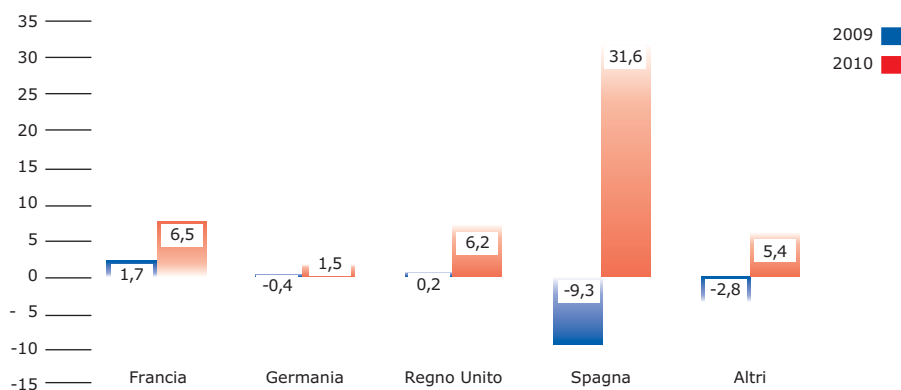
Figura 2.16. I servizi televisivi in Europa – Ricavi per paese (2010, in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Tuttavia, tale polarizzazione potrebbe modificarsi, nel lungo periodo, stante i diversi differenziali di crescita dei vari paesi (Figura 2.17): mentre il mercato tedesco è ormai stabile (1%), nuovi paesi europei presentano tassi di sviluppo dei ricavi a due cifre (ad esempio in Norvegia 10% e in Spagna 30%). Anche in questo caso si conferma la discontinuità osservata a livello mondiale: dopo un 2009 di contrazione dei ricavi, il 2010 vede un aumento del fatturato dei servizi televisivi in tutti i principali paesi europei.

Figura 2.17. I servizi televisivi in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010)



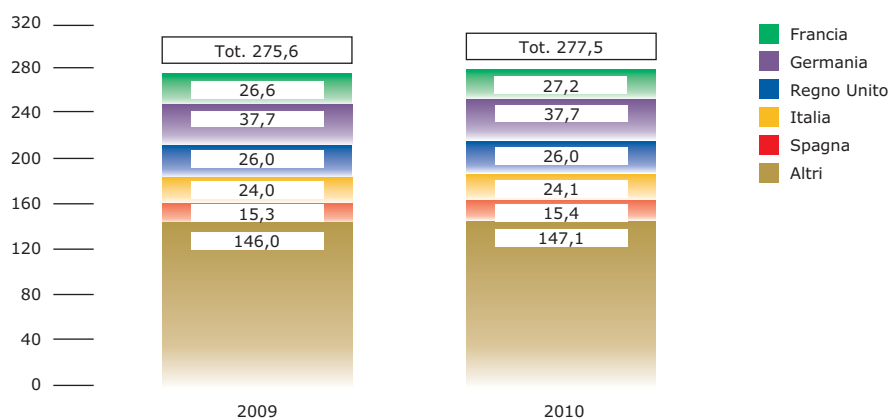
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Con riguardo invece alla platea dei fruitori di servizi televisivi, essa è cresciuta nel 2010 in maniera molto contenuta (meno dell'1%). Tuttavia, la stabilità del bacino d'utenza è dovuta al sostanziale equilibrio tra due opposte dinamiche interne: la crescita delle *TV households* con ricevitori digitali terrestri (+10%) e la contemporanea diminuzione delle famiglie che ricevono il segnale attraverso la rete di diffusione in tecnica analogica (-20%). Ovviamente tale *trend* è legato al processo di migrazione della televisione terrestre analogica verso il DTT (*Digital Terrestrial Television*), ossia il

cosiddetto processo di *switch-over*, che si concluderà in Europa nel 2012. Inoltre, dal punto di vista della *coverage* del servizio televisivo terrestre, il 2010 rappresenta un anno di svolta a livello europeo, con il superamento della componente digitale rispetto a quella analogica (in termini di percentuale di popolazione servita)²².

In termini assoluti, le famiglie dotate di apparecchiature televisive sono passate da 275,6 milioni nel 2009 a 277,5 milioni nel 2010 (Figura 2.18). Come per i ricavi, anche per i volumi si osserva una distribuzione disomogenea all'interno del continente, con Francia, Germania e Regno Unito che cumulano circa un terzo delle TV *households*.

Figura 2.18. I servizi televisivi in Europa – TV households per paese (2009-2010, milioni)



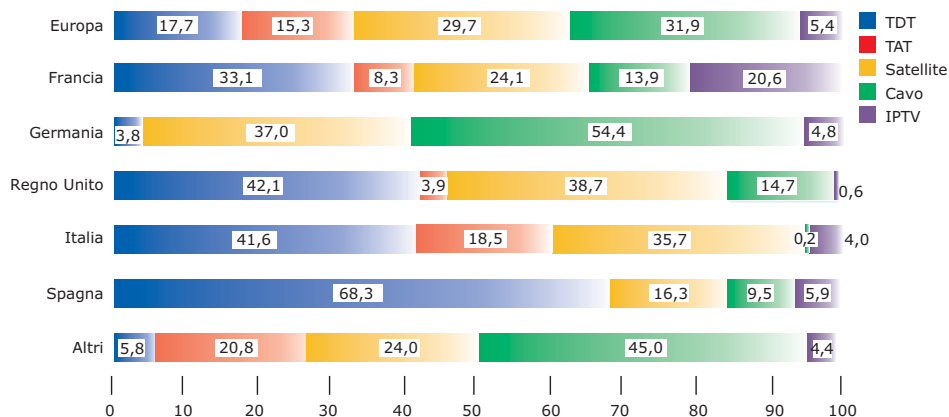
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Da questi dati (ossia ricavi in aumento e volumi costanti), si evince come l'Europa si confermi un mercato ad alta redditività (intesa come ARPU), con paesi come Francia e Regno Unito che registrano ricavi annui per utente pari rispettivamente a 439 e 480 euro. Tuttavia, i due casi proposti rappresentano i valori apicali a livello europeo, essendo ad esempio i ricavi unitari annui dei servizi televisivi in Romania pari a 97 euro. Dunque, in termini assoluti le redditività per TV *households* presentano valori diversi nei vari paesi europei.

Avuto riguardo alla distribuzione delle TV *households* in base alle piattaforme televisive utilizzate (terrestre, satellitare e via cavo tutte nelle due declinazioni digitale e analogica, nonché tramite IP), si evidenzia come i principali paesi europei presentino quote estremamente variabili: a titolo esemplificativo, la televisione analogica terrestre è ormai "spenta" in Spagna e in Germania mentre è ancora presente in Grecia (88%), la televisione digitale via cavo è predominante in Germania (54%) invece è marginale in Italia (0,2%), e il satellite digitale si conferma diffuso nel Regno Unito (39%) (Figura 2.19).

²² Fonte: Screen Digest, *Global Media Intelligence*, ottobre 2010. Si rimanda al capitolo 1 "L'ecosistema digitale" per una disamina più approfondita del processo di migrazione al digitale terrestre (cfr. par. 1.3.3).

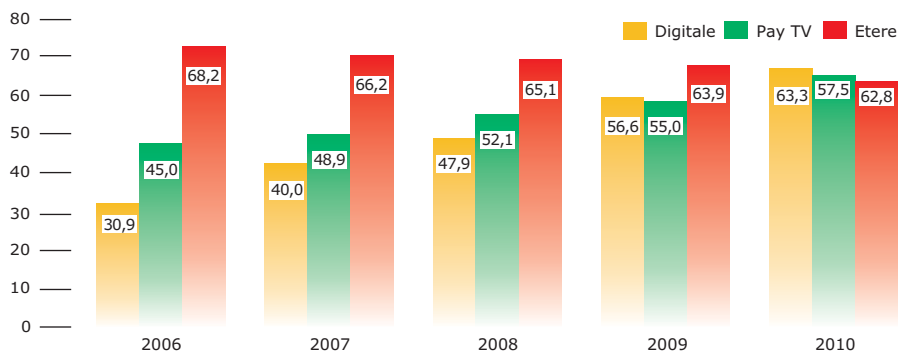
Figura 2.19. I servizi televisivi in Europa – TV households per paese e per tecnologia (2010 in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

È inoltre possibile estendere l'analisi al periodo 2006-2010 focalizzando l'attenzione su alcune direttrici, in modo da evidenziare taluni trend (Figura 2.20). Un primo aspetto da rilevare è la progressiva e marcata digitalizzazione delle tecniche trasmissive, la cui quota è raddoppiata nell'ultimo quinquennio, con le tradizionali piattaforme che migrano verso il numerico (vedi la televisione terrestre), e le nuove che nascono direttamente digitali (ad esempio, l'IPTV). Un'altra tendenza a livello europeo è l'incidenza sempre maggiore dei servizi a pagamento rispetto a quelli gratuiti (peraltro in linea con lo scenario mondiale *from free to fee*), che vede il contributo della *pay-tv* passare dal 45% del 2006 al 57% del 2010. Infine, è di interesse esaminare le infrastrutture trasmissive adoperate, distinte in *wired* e *wireless*: in questo caso in Europa, tra il 2006 e il 2010, la trasmissione via etere, seppur predominante, fa evidenziare una leggera riduzione (dal 68% del 2006 al 62,8% del 2010). Si deve tuttavia rilevare che la differente diffusione delle diverse piattaforme appare ancora legata a fattori esogeni, come ad esempio lo stato di avanzamento del processo di *switch-off* per la televisione digitale terrestre o la disponibilità di infrastrutture a banda larga per la IPTV.

Figura 2.20. I servizi televisivi in Europa – TV households per tipologia (2006-2010 in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

2.2. Il contesto nazionale

■ 2.2.1. Le telecomunicazioni

Nonostante i segnali di ripresa che hanno caratterizzato il quadro macroeconomico dello scorso anno, il 2010 conferma il tendenziale declino nell'andamento del mercato delle telecomunicazioni sia su rete fissa che mobile, fenomeno già osservato negli anni 2008 e 2009.

In tale cornice, i fattori caratterizzanti l'andamento del mercato delle telecomunicazioni italiane nel 2010 non evidenziano significativi mutamenti rispetto a quanto illustrato lo scorso anno, e possono riassumersi come segue:

i) continua, seppure in misura più attenuata rispetto al 2009, la contrazione della spesa finale complessiva di famiglie e imprese;

ii) tende ad arrestarsi la flessione degli investimenti in infrastrutture, osservata nel biennio 2008-2009;

iii) cresce leggermente la redditività lorda del settore anche grazie a una perdurante fase di ristrutturazione e di contenimento dei costi, che ha portato a una riduzione dei livelli occupazionali;

iv) continua la riduzione dei ricavi unitari percepiti dagli operatori, sia dalla clientela residenziale che affari, nella rete fissa e in quella mobile;

v) l'evoluzione del quadro concorrenziale mostra la quota di mercato complessiva di Telecom Italia ridursi a meno del 50%;

vi) si arricchisce e cresce il mercato della telefonia mobile virtuale con il consolidamento, in particolare, dei modelli di *business* basati sull'integrazione con i servizi finanziari e con i servizi di telecomunicazione su rete fissa;

vii) Vimpelcom subentra ad Orascom nella proprietà di Wind, confermando l'interesse degli investitori stranieri nel mercato italiano;

viii) in un contesto di saturazione dei servizi tradizionali, le applicazioni *broadband* su rete fissa e mobile e i terminali dotati di nuovi sistemi operativi (iOS, Android) si confermano quale fattore strategico per la crescita sia del settore che per l'intera filiera delle comunicazioni.

Il settore delle telecomunicazioni nel contesto macroeconomico

Il pesante quadro congiunturale del 2009, illustrato nella scorsa relazione, ha influenzato anche i risultati del 2010, dove in termini reali la crescita dell'economia nel suo complesso è risultata modesta, sia guardando al PIL (+1,2%) che ai consumi delle famiglie (nell'ordine dell'1%).

A valori correnti, i principali indicatori macroeconomici mostrano tuttavia che, dopo la generalizzata flessione osservata nel 2009, nello scorso anno vi è stata una leggera crescita (Tabella 2.2)²³.

23 Istat, "Conti economici trimestrali", marzo 2011, dati base disponibili al seguente URL http://www.istat.it/salastampa/comunicati/in_calendario/contitri/20110311_00/. Le variazioni

Tabella 2.2. *L'economia italiana nel 2009-2010*

| | Miliardi di euro (valori correnti) | | Variazioni in % | |
|------------------------|---------------------------------------|-------|-----------------|------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Prodotto Interno Lordo | 1.519 | 1.548 | -3,1 | 1,9 |
| Spesa delle famiglie | 906 | 929 | -1,8 | 2,5 |
| Investimenti* | 107 | 119 | -14,4 | 10,7 |

* Al netto dei mezzi di trasporto e delle costruzioni

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

L'andamento delle telecomunicazioni in Italia nel 2010 ha visto confermare le flessioni già osservate nel 2008 e 2009 e, di conseguenza, si registra una leggera riduzione del peso delle telecomunicazioni rispetto alle principali grandezze macroeconomiche (Tabella 2.3).

Tabella 2.3. *Incidenza delle tlc nell'economia (2009-2010 in %)*

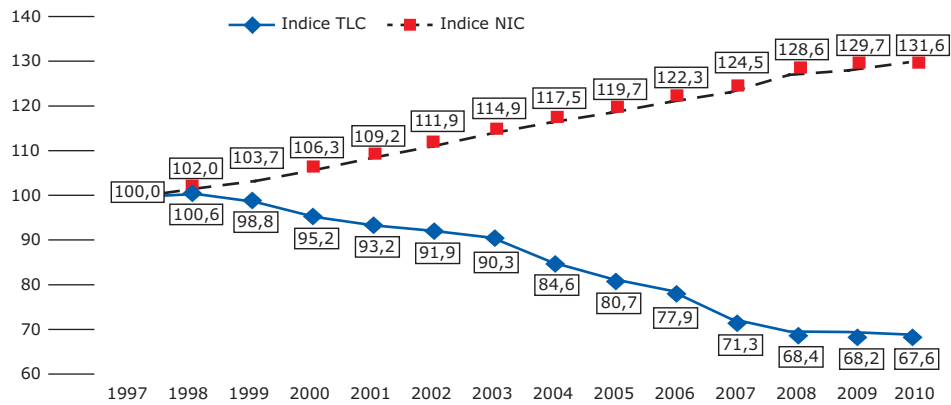
| | 2009 | 2010 |
|---|------|------|
| Ricavi (Servizi complessivi TLC /PIL) | 2,88 | 2,73 |
| Investimenti (TLC/Investimenti complessivi) | 5,80 | 5,18 |
| Spesa famiglie (TLC/spesa complessiva) | 2,52 | 2,39 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

Anche il 2010 ha visto confermare il trend strutturale di riduzione nei prezzi dei servizi di telecomunicazione fissa e mobile (-0,9%) determinando un ulteriore ampliamento della "forbice" rispetto all'andamento generale dei prezzi di beni e servizi (Figura 2.21). A fronte di una crescita di circa il 32%, che si osserva tra il 1997 ed il 2010, del livello dei prezzi al consumo, si registra una riduzione dei prezzi dei servizi telefonici pari a -33,4%.

percentuali relative all'anno 2009 indicate nella tabella 2.2 sono state calcolate in termini omogenei con la nuova serie storica pubblicata dall'Istat e ciò spiega le difformità dei corrispondenti valori pubblicati nella tabella 1.7 della scorsa Relazione al Parlamento.

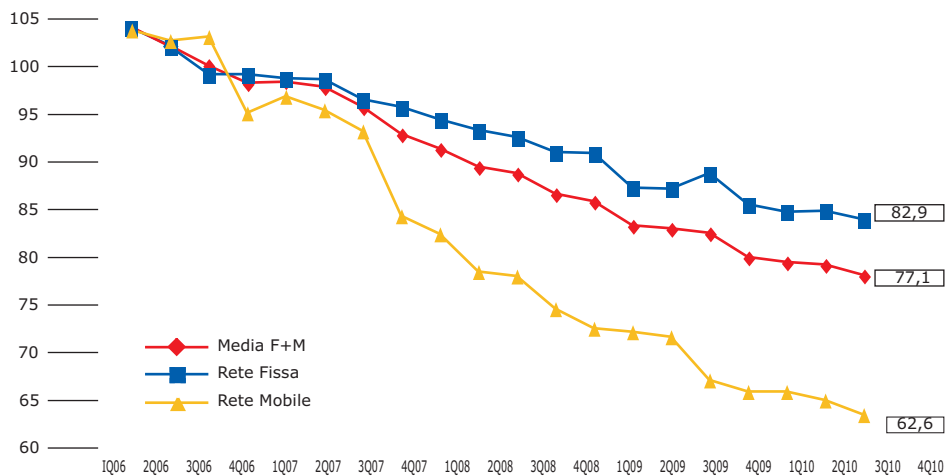
Figura 2.21. TLC e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (1997=100)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati MEF e Istat

Come già illustrato nella scorsa Relazione, oltre che dal lato delle famiglie, gli effetti della riduzione dei prezzi dei servizi di telecomunicazione su rete fissa e mobile si riflettono anche sull'andamento dello specifico indice dei prezzi alla produzione, dove tra il primo trimestre del 2006 e il quarto del 2010 si evidenzia una riduzione media del 25%, con i servizi su rete fissa in flessione di oltre il 19% e quelli mobili, corrispondentemente, di quasi il 40% (Figura 2.22)²⁴.

Figura 2.22. Indice dei prezzi alla produzione dei servizi tlc (2006=100)

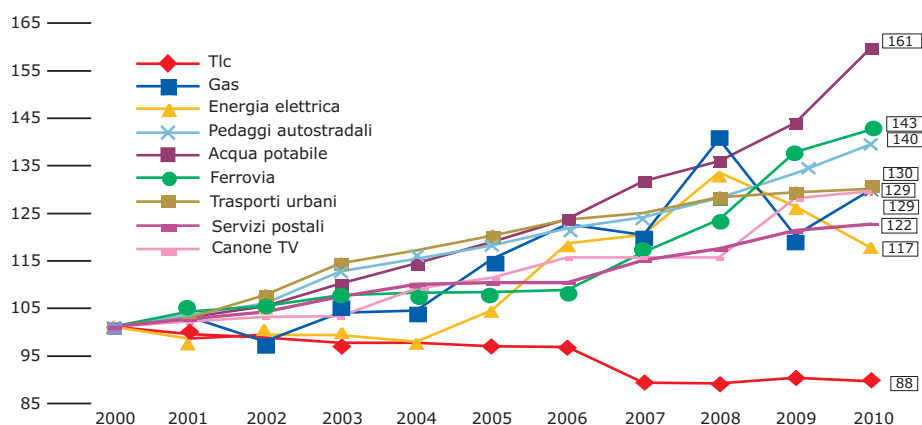


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

24 Fonte: Istat, "Gli indici dei prezzi alla produzione dei servizi postali e di telecomunicazione", 29 marzo 2011 – La rilevazione "...fornisce le informazioni utilizzate per il calcolo del relativo indice dei prezzi dell'output, che misura l'evoluzione dei prezzi dei servizi business venduti da operatori che forniscono servizi di telecomunicazione ad imprese di altri settori e alla Pubblica Amministrazione".

L'evoluzione tecnologica e la progressiva liberalizzazione del mercato hanno nel tempo garantito nelle telecomunicazioni, comparto peraltro meno influenzato di altri dall'andamento congiunturale di fattori esogeni, una continua e costante flessione dei prezzi, e pertanto si conferma quale unico comparto, tra i principali settori regolamentati, a registrare una riduzione netta dei prezzi rispetto al 2000 (Figura 2.23).

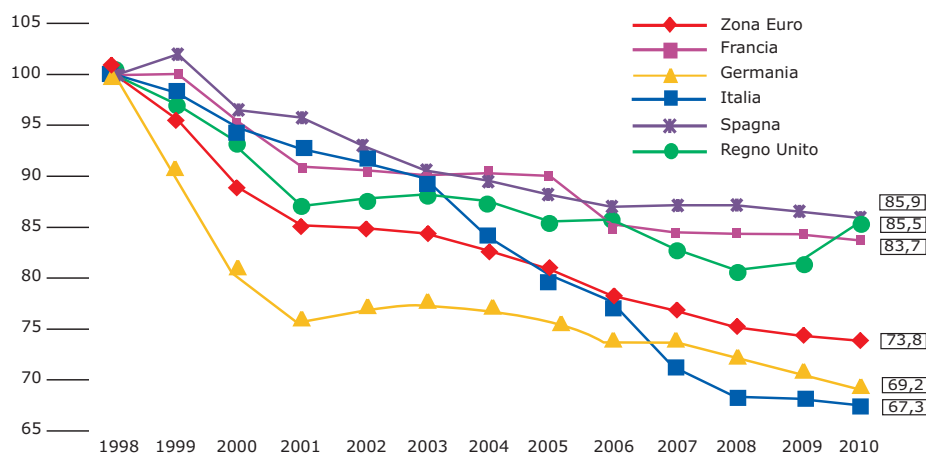
Figura 2.23. Dinamica delle principali tariffe pubbliche (2000=100)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

Positive indicazioni vengono anche dal confronto sia con l'Europa complessivamente considerata che con i principali paesi. Con riferimento al periodo 1998-2010, l'Italia risulta aver conseguito il maggior decremento dei prezzi nelle telecomunicazioni (Figura 2.24) in riferimento al quale, considerando pari a 100 il livello dei prezzi nel 1998, alla fine dello scorso anno quest'ultimo risultava pari a poco più di 67, inferiore di circa sette punti rispetto alla media europea (73,8).

Figura 2.24. Dinamica dei prezzi nelle tlc in Europa (1998=100)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati MEF/Eurostat

Le dinamiche del settore

Nel 2010 è proseguita la contrazione dei ricavi lordi conseguiti nel settore delle telecomunicazioni (-3,4% a fronte del -3,3% del 2009), con la rete fissa che registra una contrazione superiore a quella osservabile per la rete mobile (Tabella 2.4)²⁵.

Tabella 2.4. Le tlc fisse e mobili in Italia – Ricavi lordi (miliardi di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|-------------|-------|-------|---------------|
| Rete fissa | 21,20 | 20,33 | -4,1 |
| Rete mobile | 22,60 | 22,00 | -2,7 |
| Totale | 43,80 | 42,33 | -3,4 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Analizzando distintamente le due componenti del settore, la spesa degli utenti residenziali e affari (Tabella 2.5) ed i ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori (Tabella 2.6), per la prima si osserva una riduzione degli introiti della rete fissa sensibilmente maggiore di quanto riscontrato per la rete mobile (rispettivamente -4,3% e -2,0%), mentre con riferimento ai ricavi intermedi – che flettono in media del 4,4% - come lo scorso anno ma in misura meno intensa - è la rete mobile a registrare la riduzione di maggiore ampiezza (-5,3% contro il -3,5% della rete fissa).

Tabella 2.5. Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|-------------|-------|-------|---------------|
| Rete fissa | 16,17 | 15,47 | -4,3 |
| Rete mobile | 17,86 | 17,51 | -2,0 |
| Totale | 34,03 | 32,98 | -3,1 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

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

In particolare, nella rete fissa risultano in flessione i ricavi da servizi di originazione,

²⁵ I ricavi lordi sono dati dalla somma della spesa finale della clientela residenziale e affari con i ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori.

I dati relativi alle telecomunicazioni su rete fissa e mobile, salvo diversa indicazione, considerano le seguenti imprese: BT Italia, Cable & Wireless, Colt, Eutelia, Fastweb, H3G, Infracom Italia, Telenor, Orange Business Italy, Retelit, Telecom Italia, Teleunit, Tiscali, Verizon Italia, Vodafone, Windcome Italia e Wind, nonché A-Mobile (Auchan), Carrefour Italia Mobile, Coop Italia, Daily Telecom, TotalErg, Noverca, Poste Mobile. Ai fini di una più esaustiva rappresentazione del mercato, sono stati stimati i dati di ricavo delle imprese di minori dimensioni per le quali non si disponeva di informazioni di dettaglio, anche sulla base di indicazioni emerse da una specifica analisi condotta sui bilanci civilistici di circa 60 imprese, relativi all'esercizio 2009.

Con riferimento all'anno 2009, si evidenzia come i dati non siano completamente omogenei e, pertanto, non direttamente confrontabili con quanto corrispondentemente indicato nella scorsa Relazione annuale. Ciò in quanto le imprese hanno a volte operato integrazioni e ri-classificazioni dovute sia a variazioni ed integrazioni nelle metodologie di calcolo adottate che, in qualche caso, a mutamenti dei perimetri di attività economica aziendale. Ciò ha pertanto portato ad aggiustamenti in termini di importi economici, in qualche caso, di entità anche non marginale. Inoltre, nelle tabelle che seguono, nel caso di dati espressi in valore, per mere ragioni di arrotondamento, la somma dei decimali relativi ai singoli addendi potrebbe non essere uguale al dato riportato come valore complessivo.

terminazione e transito, a seguito sia degli effetti regolamentari di cui alle delibere 179/10/CONS e 180/10/CONS che dei minori volumi di minuti di traffico (-7,5% nel 2010).

Allo stesso tempo, i ricavi da canoni e contributi da servizi di accesso (come ad esempio ULL, *virtual ULL*, *shared access WLR*, *bitstream* e *naked DSL*) aumentano sia per effetto della crescita delle linee *wholesale* acquistate dagli operatori interconnessi che, in misura minore, per gli aumenti previsti nella delibera 14/09/CIR²⁶.

Nonostante l'aumento dei volumi di traffico, i ricavi *wholesale* della rete mobile flettono, in particolare, per gli effetti della riduzione dei prezzi unitari della fornitura dei servizi di terminazione delle chiamate vocali su rete mobile previsti a partire dal 1° luglio 2010²⁷, nell'ordine del 10% medio su base annua²⁸.

Tabella 2.6. Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|-------------|------|------|---------------|
| Rete fissa | 5,03 | 4,85 | -3,5 |
| Rete mobile | 4,74 | 4,49 | -5,3 |
| Totale | 9,77 | 9,35 | -4,4 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

L'andamento della spesa finale per categoria di clientela vede andamenti sensibilmente differenziati a seconda sia del mercato di riferimento (clientela residenziale/affari) che del tipo di infrastruttura considerata (rete fissa/mobile) (Tabella 2.7).

Mentre nella rete fissa la riduzione dei ricavi generati dall'utenza residenziale risulta sensibilmente più contenuta rispetto al risultato relativo alla clientela affari (rispettivamente -2,6% e -6,1%), in quella mobile alla flessione dei ricavi da servizi forniti alle famiglie si contrappone un leggero aumento dei ricavi del segmento affari dovuto, come si vedrà più dettagliatamente in seguito, alla forte crescita dei ricavi da servizi dati.

Tabella 2.7. Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|---------------------|-------|-------|---------------|
| Rete fissa | 16,17 | 15,47 | -4,3 |
| - Residenziale | 8,23 | 8,02 | -2,6 |
| - Affari | 7,94 | 7,46 | -6,1 |
| Rete mobile | 17,86 | 17,51 | -2,0 |
| - Residenziale | 14,58 | 14,17 | -2,8 |
| - Affari | 3,28 | 3,33 | 1,7 |
| Rete fissa e mobile | 34,03 | 32,98 | -3,1 |
| - Residenziale | 22,81 | 22,19 | -2,7 |
| - Affari | 11,22 | 10,79 | -3,8 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

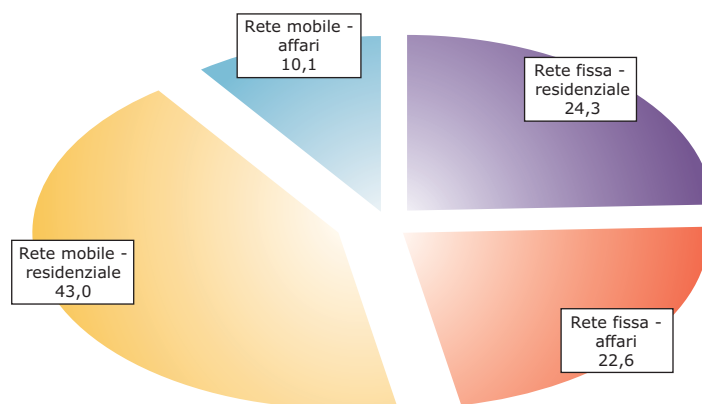
26 Nel corso del 2010 la consistenza degli accessi *Full Unbundling*, *Virtual Unbundling*, *Shared Access*, *Bitstream* e *Wholesale Line Rental* è cresciuta di oltre 600.000 linee rispetto al 31.12.2009.

27 Cfr art.12 della delibera 667/08/CONS.

28 Valore stimato attraverso la ponderazione delle specifiche riduzioni percentuali nei ricavi all'ingrosso per servizi di terminazione dovuti a chiamate da altre reti mobili, previste per i singoli operatori mobili in relazione alle rispettive quote di mercato.

Nel 2010 il segmento residenziale, rappresentando oltre il 50% dei ricavi su rete fissa e l'80% di quelli su rete mobile, si conferma la principale componente del mercato. Nella Figura 2.25 è indicata – per il complesso dei servizi di telecomunicazione – la ripartizione del mercato per tipologia di servizio/clientela. Al riguardo non si osservano sostanziali differenze rispetto a quanto evidenziato lo scorso anno, con la clientela residenziale che rappresenta circa i due terzi della spesa finale complessiva.

Figura 2.25. Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2010 in %)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Per quanto concerne gli investimenti (Tabella 2.8) questi hanno nel complesso subito una flessione intorno all'1%, relativamente più accentuata nella rete fissa, dove le prevalenti attività di manutenzione e ammodernamento della capacità trasmissiva non risultano sufficienti a sostenere i volumi complessivi, a fronte dell'attuale entità degli investimenti di carattere infrastrutturale.

Nella rete mobile si osserva, al contrario, un aumento superiore al 2%, risultato che sembra legato allo sforzo che le imprese stanno sostenendo, in particolare, per adeguare le capacità della rete alle crescenti necessità trasmissive dovute al forte aumento del traffico dati.

Tabella 2.8. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|---------------|-------|-------|---------------|
| Rete fissa | 3.774 | 3.656 | -3,1 |
| - di cui OLO | 1.418 | 1.399 | -1,4 |
| % OLO | 37,6 | 38,3 | |
| Rete mobile | 2.448 | 2.500 | 2,1 |
| Totale | 6.222 | 6.156 | -1,1 |
| % rete fissa | 60,7 | 59,4 | |
| % rete mobile | 39,3 | 40,6 | |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Guardando alla redditività del settore, si assiste a un lieve rafforzamento della profittabilità, con il margine operativo lordo che nel 2009 si è attestato mediamente al 40% circa dei ricavi su rete fissa e mobile (rispetto al 37,3% conseguito nel 2008), mentre per il 2010 alcune stime, riferite ai principali attori del mercato, forniscono indicazioni per una ulteriore lieve crescita. Il miglioramento dei margini delle imprese, in un contesto di forte tensione competitiva e di riduzione dei ricavi unitari, è stato possibile principalmente attraverso intensi processi di riorganizzazione, che investono il settore ormai da tempo. In tale contesto, l'occupazione diretta continua a ridursi, nella misura del 6% nel 2009 e, sempre con riferimento alle principali imprese presenti nel mercato, di un ulteriore 6,5% nel 2010²⁹.

Nel corso dell'anno è proseguito il processo di integrazione delle attività di rete fissa con quelle di rete mobile. Accanto alla tradizionale presenza di Telecom Italia e Wind in entrambi i mercati, nel corso del 2010 Tiscali, Fastweb e BT Italia hanno consolidato la propria presenza nei servizi mobili, mentre Vodafone, storico operatore di rete mobile, ha incrementato in misura considerevole le proprie attività nella rete fissa. Tutto ciò rende sempre più complesso disporre di specifiche e puntuali informazioni distinte tra attività di rete fissa e mobile e, di conseguenza, cresce anche la difficoltà di rappresentare compiutamente il posizionamento competitivo dei singoli operatori nei singoli mercati. La Tabella 2.9 illustra la quota di mercato dei principali operatori italiani con riferimento al complesso dei servizi di rete fissa e mobile, da cui emerge come il peso di Telecom Italia nel mercato *retail* dei servizi di telecomunicazione, complessivamente considerato, abbia registrato per la prima volta un valore inferiore al 50%.

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

| | 2009 | 2010 |
|-----------------|-------|-------|
| Telecom Italia | 51,6 | 48,9 |
| Vodafone Italia | 20,6 | 21,4 |
| Wind | 12,5 | 13,6 |
| Fastweb | 4,6 | 4,9 |
| H3G | 3,7 | 4,2 |
| BT Italia | 2,8 | 2,7 |
| Altri | 4,3 | 4,4 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Come noto, il processo di integrazione delle offerte di servizi di comunicazione sia sul piano merceologico (voce/dati) che su quello tecnologico (fisso/mobile) – processo che nel settore mobile è rafforzato dal rapido diffondersi di terminali avanzati (*smartphone*, ecc.) particolarmente idonei a orientare la domanda verso soluzioni *bundle* – rende sempre più complesso il monitoraggio in termini omogenei circa l'andamento dei ricavi unitari che rappresentano, indirettamente, i "prezzi" praticati dagli operatori alla clientela finale. Tale complessità si è andata accentuando nel tempo in presenza di soluzioni commerciali sempre più articolate e parcellizzate secondo le esigenze di

²⁹ I dati su redditività e occupazione nel 2009 fanno riferimento all'analisi del conto economico del bilancio d'esercizio 2009 di circa 60 imprese che offrono, con riferimento o meno alla totalità dei ricavi, servizi di telecomunicazione.

circoscritti segmenti di clientela, attraverso profili tariffari caratterizzati dalla numerosa presenza di opzioni e promozioni.

Ciò premesso, nella Tabella 2.10, limitatamente ai servizi di telefonia vocale, si fornisce una valutazione circa l'andamento, nella telefonia fissa e mobile, della variazione percentuale dei ricavi unitari osservati per il segmento residenziale e affari. In particolare, nel 2010, si osserva una riduzione media del 10,5%, flessione che raggiunge il 14,4% per la rete mobile, dato che sembra testimoniare la forte focalizzazione su offerte integrate voce-dati, e su offerte particolarmente vantaggiose per chiamate vocali *on net*, i cui ricavi unitari nel 2010 flettono mediamente del 18% circa.

Tabella 2.10. *Variazione % dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2009/2010)*

| | Residenziale | Affari | Res. + Aff. |
|---------------------------|--------------|--------|-------------|
| Rete fissa ³⁰ | -7,6 | -7,9 | -7,5 |
| Rete mobile ³¹ | -15,4 | -10,1 | -14,4 |
| Media F+M | -11,3 | -8,3 | -10,5 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con specifico riguardo ai ricavi da servizi dati del comparto mobile – la cui dimensione economica è ormai vicina al 50%³² degli introiti da fonia vocale – per motivi in primo luogo legati ai sistemi rilevazione del traffico dati adottati dai singoli operatori, che rendono certamente problematici aggregazioni e confronti omogenei, è certamente assai complesso individuare con la necessaria affidabilità l'andamento dei "prezzi unitari".

Ciononostante, stime prudenziali portano a ritenere che i ricavi medi unitari delle imprese per MB di traffico dati in *upload* e *download* nel corso del 2010, si siano ridotti nell'ordine del 40%, scendendo a meno di 4€cent/MB³³.

Rete fissa

L'anno 2010 vede confermare indicazioni già illustrate nelle ultime Relazioni annuali, circa la strutturale flessione degli introiti complessivi, diminuiti di oltre il 4% (Tabella 2.11).

La crescita dei servizi *broadband* (6,8% contro il 7,2% del 2009) non è sufficiente a bilanciare la marcata contrazione dei ricavi su rete commutata, largamente rap-

³⁰ I valori sono costruiti avendo a riferimento i dati delle sole imprese per le quali si dispone di informazioni di dettaglio e sono relativi alla fonia vocale su rete commutata con riguardo - per ricavi e traffico - alle direttrici locali e nazionali di rete fissa, internazionale e verso reti mobili. Sono esclusi i ricavi da servizi a larga banda i quali, spesso offerti con modalità *bundle* di voce e dati, contribuiscono in misura non marginale alla riduzione dei ricavi e dei volumi da servizi di fonia vocale sulla sola rete commutata. È esclusa altresì la telefonia pubblica.

³¹ 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.

³² Sono inclusi i servizi sms.

³³ Nel calcolo sono inclusi gli introiti da SMS, MMS, accesso e navigazione internet, servizi mobile tv, altri contenuti generati da terminali d'utente. Sono esclusi dal calcolo gli MVNO.

presentati dai tradizionali servizi di accesso e fonia vocale e quella degli altri servizi dati, la cui riduzione (quasi del 10%) con riguardo alla clientela affari di dimensioni aziendali più contenute (SOHO e *small business*) sembra essere dovuta, quantomeno in parte, ad un effetto di sostituzione con i servizi *broadband*.

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

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|------------------------------------|-------|-------|---------------|
| Servizi finali su: | 12,45 | 12,00 | -3,6 |
| - rete commutata ³⁴ | 8,50 | 7,78 | -8,4 |
| - reti a larga banda ³⁵ | 3,95 | 4,22 | 6,8 |
| Altri servizi dati ³⁶ | 0,70 | 0,63 | -9,7 |
| Altri ricavi ³⁷ | 3,02 | 2,84 | -6,0 |
| Totale | 16,17 | 15,47 | -4,3 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento ai servizi a larga banda per tipologia contrattuale (Tabella 2.12), è continuata anche nel 2010 la progressiva diffusione delle offerte *flat*, che ormai rappresentano oltre il 70% dei contratti stipulati per l'acquisto di servizi *broadband*, mentre le offerte specificamente a consumo sono scese a meno del 20%³⁸.

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

| | 2009 | 2010 |
|----------|-------|-------|
| Flat | 69,8 | 71,2 |
| Semiflat | 9,8 | 10,3 |
| Consumo | 20,4 | 18,5 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Prosegue la contrazione del traffico su rete commutata, con una riduzione del 7,5% nel numero di minuti consumati (Tabella 2.13). L'unica direttrice a segnare una sostanziale stabilità (intorno ai 30 miliardi di minuti) è quella delle chiamate nazionali, dove al suo interno scende leggermente la componente residenziale mentre cresce quella affari.

34 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.

35 Includono canoni e servizi a consumo.

36 Includono servizi commutati di trasmissione dati e circuiti diretti affittati a clientela finale (esclusi OLO).

37 Rappresentano ricavi relativi alle attività derivanti da vendita/noleggio di apparati, terminali e accessori e da tutte le altre tipologie di ricavo non espressamente considerate in precedenza.

38 Il perimetro delle attività considerate nell'ambito dell'analisi per categorie contrattuali, fanno riferimento, per gli OLO, agli accessi *Full ULL*, *xDSL bitstream*, *shared access*, *wholesale line rental*, FTTH.

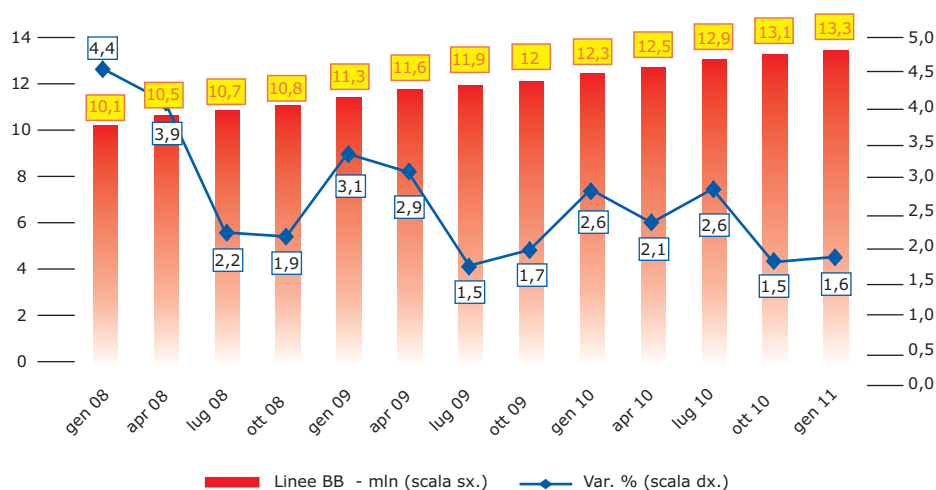
Tabella 2.13. Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|--------------------|--------|-------|---------------|
| Locale | 47,95 | 44,44 | -7,3 |
| Internet dial up | 7,83 | 4,68 | -40,2 |
| Nazionale | 30,77 | 31,04 | 0,9 |
| Internazionale | 3,81 | 3,49 | -8,3 |
| Reti Mobili | 13,15 | 12,09 | -8,1 |
| Telefonia pubblica | 0,17 | 0,13 | -22,3 |
| Totale | 103,67 | 95,87 | -7,5 |

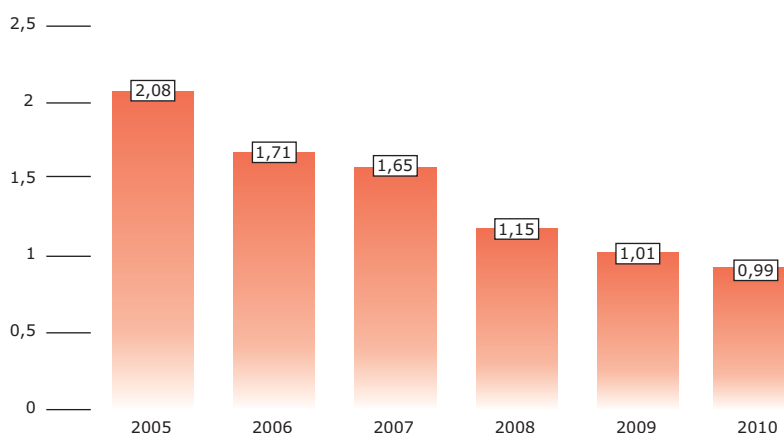
Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Prosegue la crescita degli accessi *broadband* (Figura 2.26 e Figura 2.27), che a fine 2010 hanno raggiunto i 13,3 milioni di accessi, con una crescita netta nell'anno di poco inferiore al milione di linee, confermando un progressivo rallentamento nella diffusione degli accessi *broadband* che tende tuttavia a stabilizzarsi nell'ultimo triennio.

Figura 2.26. Accessi a larga banda su rete fissa (2008-2010)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Figura 2.27. Incrementi netti degli accessi a larga banda (2005-2010, milioni)

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Allo stesso tempo continua l'*upgrade* dei collegamenti a larga banda richiesti dal mercato *retail*, con il progressivo aumento delle velocità di trasmissione (Tabella 2.14) che vede tra il 2009 ed il 2010 la quota di accessi con capacità maggiore di 2 Mbit/s crescere nel complesso dal 76 all'82%, mentre per i soli OLO i corrispondenti valori passano da meno del 90 al 93% circa.

Si evidenzia come la crescita degli utenti da una parte e le sempre più sofisticate applicazioni disponibili ed i servizi ad esse collegate dall'altra producano una crescita non marginale del traffico dati.

Al riguardo, si valuta che l'aumento del traffico dati nella rete fissa abbia raggiunto nel 2010 poco meno di 2.900 Petabyte, con una crescita del 20% rispetto ai livelli del 2009, e che il traffico dati per abbonato *broadband* sia cresciuto dell'11%³⁹.

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

| | Dic. 2009 | | Dic. 2010 | |
|------------------|-----------|--------|-----------|--------|
| | OLO | OLO+TI | OLO | OLO+TI |
| >144Kbps <2 Mbps | 11,1 | 23,3 | 7,1 | 18,0 |
| >2Mbps <10Mbps | 81,2 | 68,8 | 84,1 | 73,6 |
| > 10 Mbps | 7,7 | 7,9 | 8,8 | 8,4 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

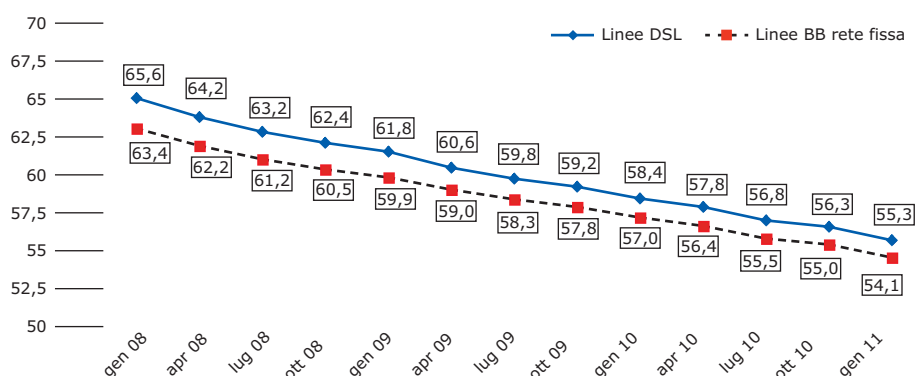
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Avuto riguardo alla posizione delle imprese nel mercato *retail* dei servizi a banda larga, si rileva come la quota di mercato di Telecom Italia continui a diminuire, pur restando ampiamente superiore al 50% (Figura 2.28)⁴⁰.

39 Relativamente agli abbonati *broadband* medi annui del 2009 e 2010.

40 I dati fanno riferimento a quelli richiesti nell'ambito dell'aggiornamento della reportistica europea sulla larga banda, il cui perimetro merceologico risulta non completamente omogeneo

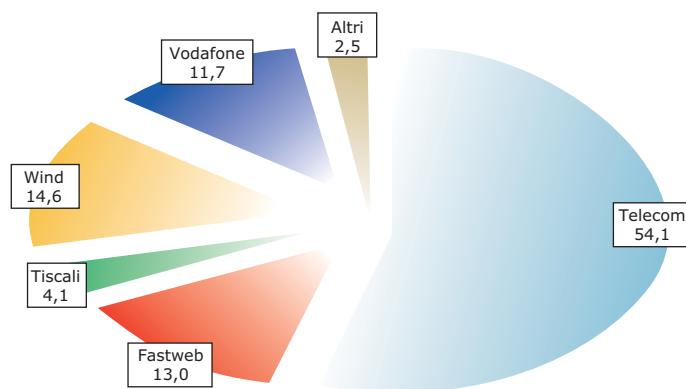
Figura 2.28. Quote di mercato di Telecom Italia nella larga banda (2008-2011, %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Il quadro complessivo (Figura 2.29) vede i principali *competitor* di Telecom Italia (Vodafone, Wind e Fastweb) detenere nel complesso oltre il 39% del mercato, in crescita del 4,5% rispetto a fine 2009, testimoniando in tal modo un progressivo processo di concentrazione del mercato, che vede gli altri operatori arretrare in un anno dell'1,7%, attestandosi su una quota pari al 6,6% del mercato.

Figura 2.29. Quote di mercato nella larga banda (dic. 2010, %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

con quanto indicato nelle successive tabelle circa la diffusione territoriale degli accessi diretti complessivi e a larga banda, che afferisce solo alle principali forme di accesso, escludendo, ad esempio, circuiti virtuali permanenti, linee affittate, ecc. Allo stesso tempo, nell'analisi relativa ai tassi di diffusione su base regionale, i dati comprendono anche gli accessi *virtual unbundling*, non inclusi, a loro volta, nella reportistica europea. Pertanto, il valore relativo alla quota di mercato di Telecom Italia negli accessi a larga banda su rete fissa (54,1% a dicembre 2010) di cui alla figura 2.28 differisce leggermente dal corrispondente valore medio nazionale (53,9%) indicato nella successiva tabella, in quanto i due aggregati fanno riferimento a perimetri merceologici non completamente omogenei.

Quello della pianificazione di una rete d'accesso in fibra ottica di nuova generazione e del definitivo annullamento del *digital divide* infrastrutturale è un tema al centro dell'attenzione dei diversi attori delle comunicazioni elettroniche.

A fine 2010 il livello di copertura lorda⁴¹ ha superato il 96% della popolazione, in 6.500 comuni il servizio DSL è disponibile, mentre circa 900 sono le municipalità non coperte. I rimanenti comuni (circa 750) sono in una situazione di copertura parziale⁴². Qualora si considerasse la copertura al netto dei problemi tecnici che possono impedire di disporre del servizio, e dei doppiini in rame troppo lunghi per consentire il funzionamento del servizio *broadband*, la situazione muta in maniera significativa: il livello di copertura scende al 92% e i comuni con piena copertura si riducono a 4.200.

Il WiMAX ha vissuto nel 2010 una fase di razionalizzazione e consolidamento dei *player* di mercato con un conseguente ritardo nello sviluppo della rete. La copertura, infatti, è disponibile in meno di 1.000 comuni italiani, rappresentativi di una quota della popolazione italiana inferiore al 10%.

Accanto alla copertura *broadband* di rete fissa, nel 2010 è stata ulteriormente estesa la copertura dei servizi a banda larga mobili (HSDPA) e quella delle altre tecnologie radio (Hiperlan e WiMAX). La famiglia delle tecnologie HSDPA si è arricchita di ulteriori "release" che permettono di superare i 20 Mbit/s nominali in *download* (tali prestazioni sono al momento disponibili in pochi comuni italiani). Di fatto, la copertura HSDPA lorda (misurata in termini di popolazione residente nei comuni dichiarati coperti dagli operatori) ha superato il 95% della popolazione, mentre l'Hiperlan su banda a 5 GHz ha registrato un ulteriore incremento rispetto all'anno passato raggiungendo quasi il 20% degli italiani.

Le tecnologie mobili forniscono un'ulteriore leva nella risoluzione del *digital divide*, infatti la popolazione priva di qualsiasi forma di copertura broadband si riduce a circa 4,0 milioni, se al 92% di copertura netta di rete fissa si somma il contributo radio (HSPA, Hiperlan e WiMAX).

Nell'ultimo anno, le azioni di infrastrutturazione degli operatori non si sono concentrate solamente nell'estensione della copertura, ma anche nel potenziamento di proprie reti preesistenti.

Gli operatori mobili hanno proseguito con l'implementazione e la diffusione delle *release* successive dell'HSDPA, diffondendo progressivamente l'HSPA a 14,4 Mbit/s, mentre gli operatori fissi hanno incrementato la copertura ADSL2+ IP 20 Mbit/s (raggiungendo il 65% della popolazione) rispetto alle velocità tradizionali dei 7 e 8 Mbit/s.

La sensibilità alle tematiche del *digital divide* è ormai elevata anche a livello locale, con quasi tutte le Regioni italiane che hanno avviato o realizzato piani e progetti per la riduzione del digital divide. Si tratta di piani autonomi regionali, in molti casi integrati da accordi stipulati dalle singole Regioni con il Ministero dello sviluppo economico, che prevedono l'attuazione degli interventi tramite la società Infratel.

Se la maggior parte delle regioni si è fermata alle politiche per la prima generazione di *digital divide* (possibilità di accesso fino a 8 Mbps), alcune stanno già avviando la progettazione di interventi rivolti alle "generazioni" successive della larga banda: è il caso delle Marche, della Sardegna, del Piemonte, che stanno avviando gli interventi

41 Collegamenti attestati su centrali aperte al servizio ADSL.

42 Fonte: Between, Osservatorio Banda Larga - Obiettivo Ultrabroadband, marzo 2011.

per garantire accessi a 20 Mbps alla popolazione, e della Valle d'Aosta, che sta avviando un piano di diffusione della fibra ottica nelle vallate, in primo luogo per estendere le connessioni a 20 Mbps ma creando una infrastruttura che possa essere propedeutica per lo sviluppo delle reti di nuova generazione. Di particolare interesse sono i piani allo studio in Lombardia e nella provincia autonoma di Trento, che potrebbero creare un modello di riferimento replicabile in altre regioni:

a) la Lombardia sta definendo un piano per lo sviluppo della banda *ultrabroadband* che interesserà il 50% della popolazione regionale per un totale di circa 160 comuni, partendo dai centri urbani a maggiore densità di popolazione con l'esclusione di Milano (già fortemente infrastrutturata) e dalle aree industrializzate, con investimenti stimati tra 1,1 e 1,5 miliardi di euro in 5/7 anni, per la realizzazione di una nuova rete in fibra ottica che andrà ad integrare e poi sostituire l'attuale rete in rame;

b) la Provincia autonoma di Trento, tramite la società a capitale pubblico Trentino Network, ha già parzialmente implementato un piano basato sulla connessione in fibra ottica delle centrali, la realizzazione di nuovi collegamenti in fibra ottica fino alle abitazioni, e l'integrazione con sistemi *wireless* tra le reti di accesso esistenti per la riduzione del *digital divide*.

Per quanto concerne le reti nazionali a larga banda di nuova generazione (NGA), a maggio 2010 è stato presentato il piano *Fibra per l'Italia*, presentato da Fastweb, Vodafone e Wind. Tale piano prevede di dotare il Paese di un'unica infrastruttura di rete in fibra ottica, attraverso la creazione di una società che coinvolga sia gli operatori privati che le istituzioni. Il piano prevede la copertura delle 15 maggiori città italiane (10 milioni di persone) entro 5 anni, con una seconda fase in cui le infrastrutture potranno essere estese fino a coprire le città con più di 20.000 abitanti, raggiungendo così il 50% circa della popolazione italiana.

Per quanto riguarda la banda ultra larga, a novembre 2010 è stato inoltre sottoscritto un *Memorandum of understanding*, promosso dal Ministero dello sviluppo economico, nell'ambito del "Tavolo Governo – Operatori per l'implementazione di reti di nuova generazione nel Paese". Le parti (i sette principali operatori tlc) hanno poi lavorato congiuntamente per dare vita a un *business plan* congiunto, che dovrà verificare la fattibilità economica del progetto, destinato principalmente alle aree a fallimento di mercato, eventualmente anche con la compartecipazione di istituzioni finanziarie quali la Cassa depositi e prestiti. Il progetto è finalizzato alla realizzazione di infrastrutture passive comuni (cavidotti, fibre ottiche spente, collegamenti verticali, permutatori ottici e collegamenti ottici per stazioni radio base) in linea con il principio di sviluppo di una infrastruttura neutrale ed aperta. Inoltre, a partire da gennaio 2001, al Memorandum ha aderito la società Fibra Ottica s.p.a. (FOS, costituita da 13 ISP di minori dimensioni), interessata a co-investimenti per la realizzazione di reti a banda ultralarga.

Queste iniziative, nazionali e locali, si inseriscono in un più ampio contesto di progetti e realizzazioni di reti di nuova generazione di singoli operatori ed in particolare:

i) il Piano di Telecom Italia per lo sviluppo della rete NGA, che prevede di rendere disponibili i collegamenti in fibra ottica in 13 città entro il 2012, per arrivare al 50% di copertura della popolazione e a 138 città entro il 2018;

ii) la rete NGA di Fastweb, che oggi collega circa due milioni di abitazioni e ha ca. 300.000 clienti connessi in FTTH.

La flessione del numero di accessi fisici alla rete fissa in rame è tuttavia proseguita anche lo scorso anno, con un numero complessivo di linee che a fine 2010 risulta inferiore a 21,5 milioni (Tabella 2.15).

Gli accessi degli OLO, con una crescita di oltre 500.000 linee nel corso dell'anno, a fine 2010 hanno largamente superato i 6 milioni, determinando una ulteriore flessione della quota di mercato di Telecom Italia di 2,7 punti percentuali, che risulta inferiore al 72%.

Tabella 2.15. Accessi fisici alla rete fissa (migliaia)

| | dic. 08 | dic. 09 | dic. 10 |
|--------------------------|---------|---------|---------|
| Accessi Telecom Italia | 17.372 | 16.116 | 15.380 |
| Accessi OLO | 4.667 | 5.567 | 6.097 |
| - Full unbundling | 3.664 | 4.273 | 4.703 |
| - Virtual ULL | 183 | 102 | 79 |
| - Fibra ⁴³ | 248 | 253 | 279 |
| - DSL Naked | 572 | 939 | 1.036 |
| Accessi complessivi | 22.039 | 21.683 | 21.477 |
| Quota Telecom Italia (%) | 78,8 | 74,3 | 71,6 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

La diffusione dell'accesso alla rete fissa così come per l'accesso ai servizi *broadband*, risulta piuttosto differenziata a livello territoriale.

A fronte di una media su base territoriale nazionale che colloca intorno al 69% le famiglie con un collegamento alla rete fissa, il quadro si differenzia in misura anche non marginale se si guarda alle singole regioni (Tabella 2.16)⁴⁴.

A fronte di regioni che mostrano una diffusione maggiore del 70% come per il Lazio (79,7%), la Campania (73,5%), la Liguria (73,1%) e la Lombardia (71,3%) per altre si osservano valori inferiori al 60%, come in Calabria (55,5%), in Basilicata (57,1%) ed in Sardegna (58,2%).

43 Il valore relativo al 31 dicembre 2009 è lievemente diverso da quanto indicato nella tabella 1.21 della scorsa Relazione annuale a seguito di successive modifiche nei sistemi di rilevazione adottati da parte della società Fastweb.

44 I risultati evidenziati nella tabella non sono confrontabili con quelli indicati nella tabella 1.22 della scorsa Relazione annuale in quanto il numero delle famiglie preso in considerazione lo scorso anno (24,1 milioni di famiglie) in primo luogo si differenzia su base cronologica (2009 contro una stima relativa a fine 2010). Inoltre, pur facendo riferimento a statistiche prodotte dall'Istat in entrambi i casi, è mutata lo specifico studio di riferimento: mentre lo scorso anno in numero delle famiglie considerato aveva come fonte l'*Annuario Statistico Italiano 2009* (pag. 299, tavola 11.3), dove venivano riportati i risultati dell'indagine multiscopo "Aspetti della vita quotidiana", quest'anno si fa invece riferimento ai dati del "Bilancio demografico nazionale" disponibili sul sito web dell'Istat all'indirizzo <http://demo.istat.it/bil2009/index.html>, che, in considerazione dell'aggiornamento della popolazione residente a fine 2010 (60,5 mln, cfr. Istat, "Indicatori demografici - anno 2011 pag.8) portano a stimare il numero di famiglie presenti in Italia in 25,0 milioni. Inoltre sono stati apportati - con riferimento al numero di accessi - lievi affinamenti e riclassifiche al fine di assicurare omogeneità con altri dati quantitativi raccolti dalle imprese e/o trasmessi formalmente per altre finalità (es: reportistica europea sulla larga banda, *implementation report* della UE).

Tabella 2.16. Diffusione degli accessi alla rete fissa (dicembre 2010, in % delle famiglie)

| | | | |
|-----------------------|------|--------------------------|-------------|
| Piemonte | 67,7 | Molise | 60,9 |
| Valle d'Aosta | 61,3 | Campania | 73,5 |
| Lombardia | 71,3 | Puglia | 65,9 |
| Trentino-Alto Adige | 62,6 | Basilicata | 57,1 |
| Veneto | 66,3 | Calabria | 55,5 |
| Friuli-Venezia Giulia | 68,4 | Sicilia | 64,9 |
| Liguria | 73,1 | Sardegna | 58,2 |
| Emilia-Romagna | 68,0 | ITALIA | 68,8 |
| Toscana | 70,5 | <i>Principali Comuni</i> | 80,6 |
| Umbria | 63,6 | <i>Nord Ovest</i> | 70,4 |
| Marche | 67,8 | <i>Nord Est</i> | 66,9 |
| Lazio | 79,7 | <i>Centro</i> | 74,0 |
| Abruzzo | 63,7 | <i>Sud e Isole</i> | 65,5 |

Fonte: elaborazioni e stime su dati aziendali e Istat

Con riguardo al quadro competitivo dell'accesso diretto alla rete fissa, su base nazionale Telecom Italia si attesta – come già osservato – a meno del 72%, ma con una marcata differenziazione geografica (Tabella 2.17).

L'assenza di importanti centri urbani ed un profilo orografico prevalentemente montuoso sembrano spiegare, in presenza di investimenti per gli OLO potenzialmente poco remunerativi, l'elevata quota di mercato di Telecom Italia come nel caso della Valle d'Aosta (82,8%), del Trentino Alto Adige (85,0%), della Calabria (88,0%) e della Basilicata (86,0%), regioni tutte caratterizzate da una penetrazione della rete fissa inferiore alla media nazionale.

Allo stesso tempo, è nelle regioni con una maggiore diffusione della rete – dove peraltro sono presenti le principali città italiane – che Telecom Italia vede ridurre drasticamente la propria quota di mercato come ad esempio nel caso del Lazio (62,3%) e della Campania (63,9%).

I risultati degli altri operatori sembrano testimoniare, nel complesso, strategie competitive focalizzate su macro regioni e/o sulle grandi aree metropolitane.

È questo il caso di Fastweb, che a fronte di una quota di mercato del 7,5% su scala nazionale nel Nord-Ovest supera il 10%, mentre Wind sembra focalizzarsi in particolare nel Lazio (15,6%) e nelle regioni meridionali e insulari (13,3%), mentre Tiscali conferma il proprio radicamento su base locale con una quota di mercato superiore al 19% in Sardegna a fronte di una media nazionale inferiore al 2%.

Tabella 2.17. Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato (dic. 2010, %)

| | Telecom Italia | Fastweb | Wind | BT Italia | Tiscali | Vodafone Italia | Altri | Totale |
|-----------------------|-------------------|------------|-------------|--------------|------------|--------------------|------------|------------|
| Piemonte | 71,0 | 8,1 | 11,2 | 0,5 | 1,4 | 7,2 | 0,6 | 100,0 |
| Valle d'Aosta | 82,8 | 5,4 | 3,5 | 0,2 | 0,7 | 7,0 | 0,4 | 100,0 |
| Lombardia | 68,6 | 10,8 | 9,7 | 0,6 | 1,9 | 7,7 | 0,7 | 100,0 |
| Trentino-Alto Adige | 85,0 | 2,9 | 3,9 | 0,2 | 0,4 | 7,2 | 0,3 | 100,0 |
| Veneto | 79,7 | 4,0 | 6,4 | 0,4 | 0,8 | 8,2 | 0,4 | 100,0 |
| Friuli-Venezia Giulia | 80,3 | 4,1 | 7,2 | 0,3 | 0,6 | 7,0 | 0,4 | 100,0 |
| Liguria | 64,7 | 12,3 | 11,5 | 0,4 | 1,5 | 8,9 | 0,7 | 100,0 |
| Emilia-Romagna | 74,7 | 8,1 | 8,1 | 0,5 | 1,3 | 6,8 | 0,5 | 100,0 |
| Toscana | 78,4 | 5,2 | 7,2 | 0,6 | 1,6 | 6,5 | 0,5 | 100,0 |
| Umbria | 82,3 | 5,1 | 5,5 | 0,3 | 0,5 | 6,0 | 0,4 | 100,0 |
| Marche | 81,9 | 4,3 | 5,2 | 0,3 | 1,0 | 6,9 | 0,4 | 100,0 |
| Lazio | 62,3 | 10,8 | 15,6 | 0,5 | 2,6 | 7,4 | 0,8 | 100,0 |
| Abruzzo | 76,9 | 7,2 | 6,8 | 0,4 | 1,0 | 7,1 | 0,5 | 100,0 |
| Molise | 83,5 | 2,5 | 6,0 | 0,3 | 0,4 | 6,9 | 0,3 | 100,0 |
| Campania | 63,9 | 8,4 | 18,2 | 0,3 | 1,1 | 7,4 | 0,7 | 100,0 |
| Puglia | 67,7 | 6,2 | 16,0 | 0,2 | 0,6 | 8,6 | 0,7 | 100,0 |
| Basilicata | 88,0 | 3,4 | 2,1 | 0,3 | 0,7 | 5,2 | 0,3 | 100,0 |
| Calabria | 86,0 | 1,7 | 5,3 | 0,2 | 1,5 | 5,0 | 0,3 | 100,0 |
| Sicilia | 70,2 | 5,1 | 14,1 | 0,3 | 1,5 | 8,1 | 0,6 | 100,0 |
| Sardegna | 66,9 | 1,9 | 5,7 | 0,3 | 19,3 | 5,3 | 0,7 | 100,0 |
| ITALIA | 71,6 | 7,5 | 10,6 | 0,4 | 1,9 | 7,4 | 0,6 | 100 |
| <i>Nord Ovest</i> | 68,9 | 10,2 | 10,2 | 0,5 | 1,7 | 7,7 | 0,7 | 100,0 |
| <i>Nord Est</i> | 78,2 | 5,6 | 6,9 | 0,4 | 0,9 | 7,4 | 0,5 | 100,0 |
| <i>Centro</i> | 71,1 | 7,9 | 11,0 | 0,5 | 1,9 | 6,9 | 0,6 | 100,0 |
| <i>Sud e Isole</i> | 70,1 | 5,8 | 13,3 | 0,3 | 2,6 | 7,3 | 0,6 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Vodafone Italia, che ha optato per un deciso indirizzo strategico di diversificazione della propria offerta commerciale verso la rete fissa, e che ha raggiunto 1,6 milioni di clienti complessivi a fine 2010, sembra adottare una strategia di crescita meno focalizzata su specifiche aree, a differenza degli altri OLO, come sembrano testimoniare quote di mercato caratterizzate da una minore variabilità rispetto a quelle registrate dagli altri operatori.

L'analisi dei principali comuni e aree metropolitane conferma quanto già emerso nella scorsa Relazione annuale:

a) una maggiore penetrazione degli accessi (superiore all'80% rispetto alla media nazionale del 68,8%);

b) una più accentuata dinamica competitiva, che porta Telecom Italia ad una quota di mercato inferiore al 50%, con Wind e Fastweb che si collocano entrambe intorno al 20%.

Con riferimento alla diffusione degli accessi a larga banda⁴⁵ sul territorio, nel complesso quasi il 44% delle famiglie dispone di una linea connessione *broadband*, ed

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

anche in questo caso l'articolazione territoriale mostra differenziazioni che risultano maggiormente accentuate rispetto a quanto precedentemente osservato con riferimento al complesso degli accessi alla rete (Tabella 2.18).

Si evidenziano, pertanto, valori superiori alla media nel caso del Lazio (54,3%), Campania (51,3%) e Lombardia (46,5%), mentre Basilicata, Calabria e Molise si attestano su valori medi intorno al 30%.

Tabella 2.18. Diffusione degli accessi a larga banda (dicembre 2010 in % delle famiglie)

| | | | |
|-----------------------|------|--------------------------|-------------|
| Piemonte | 41,0 | Molise | 29,8 |
| Valle d'Aosta | 37,3 | Campania | 51,3 |
| Lombardia | 46,5 | Puglia | 41,0 |
| Trentino-Alto Adige | 37,6 | Basilicata | 32,4 |
| Veneto | 39,2 | Calabria | 34,3 |
| Friuli-Venezia Giulia | 39,7 | Sicilia | 42,0 |
| Liguria | 43,6 | Sardegna | 40,4 |
| Emilia-Romagna | 42,4 | ITALIA | 43,9 |
| Toscana | 44,0 | <i>Principali Comuni</i> | 57,1 |
| Umbria | 36,7 | <i>Nord Ovest</i> | 44,5 |
| Marche | 43,6 | <i>Nord Est</i> | 40,4 |
| Lazio | 54,3 | <i>Centro</i> | 48,2 |
| Abruzzo | 39,7 | <i>Sud e Isole</i> | 42,7 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento alla diffusione della larga banda presso le imprese, come già ricordato lo scorso anno, la classificazione in un'unica "clientela affari" di realtà assai differenziate per dimensione aziendale, e dove frequentemente le attività "micro business" spesso nascondono identità tra dimensione professionale e residenziale rende assai difficile formulare stime affidabili sulla diffusione della larga banda in questo segmento di mercato.

Ciò premesso, si stima che la diffusione degli accessi broadband presso l'utenza business si collochi a poco meno del 48% su base nazionale ed a circa il 60% nei grandi centri urbani, con una differenziazione sul territorio in questo caso assai meno marcata rispetto all'utenza residenziale⁴⁶.

Tali valori si discostano in misura marginale da quelli illustrati nella scorsa relazione (peraltro relativi a marzo 2010), ma si osserva come la scarsa dimensione media d'impresa (3,6 addetti per unità locale d'impresa)⁴⁷ unitamente a attività economiche spesso tradizionali caratterizzate da modesto consumo di tecnologie ICT e a condizioni orografiche del territorio spesso non favorevoli, rappresentino vincoli "strutturali" alla diffusione della larga banda.

46 Con riferimento alla disponibilità di dati affidabili sulle imprese a livello regionale, si conferma quanto già illustrato a pag 60 della scorsa Relazione Annuale. I dati utilizzati, che fanno riferimento a 4,9 milioni di unità locali delle imprese a fine 2007, sono contenuti nello studio dell'Istat "Struttura e dimensioni delle unità locali delle imprese" diffuso il 3 dicembre 2009, che alla data del 15 aprile 2011 non risulta essere stato aggiornato.

47 Valore elaborato da "Struttura e dimensioni delle unità locali delle imprese", cit.

Qualora si considerasse la diffusione della larga banda utilizzando quale parametro di riferimento il numero delle unità immobiliari presenti sul territorio nazionale (Tabella 2.19), questa risulterebbe pari al 39,4% su base nazionale, mentre nei grandi comuni è valutabile nel 65%⁴⁸.

Tabella 2.19. Diffusione della larga banda nelle unità abitative (dic. 2010, %)

| Italia | 39,4 |
|-------------------|-------------|
| Principali Comuni | 65,1 |
| Nord Ovest | 41,9 |
| Nord Est | 39,9 |
| Centro | 44,5 |
| Sud e Isole | 34,5 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali e dell'Agenzia del Territorio

Nella seguente Tabella 2.20 viene proposta, analogamente con quanto illustrato per gli accessi complessivi alla rete fissa, la ripartizione delle quote di mercato regionali tra i principali operatori.

Su base nazionale, la quota di mercato di Telecom Italia a fine 2010 risulta mediamente inferiore al 54%, ma in Lombardia, Liguria, Lazio e Sardegna ottiene risultati inferiori al 50%.

Si osserva, inoltre, un progressivo "rafforzamento" degli OLO principali (Fastweb, Wind e Vodafone) che a fronte di una riduzione del 2,3% della quota di Telecom Italia intervenuta tra marzo e dicembre 2010⁴⁹ guadagnano nel complesso 2,5 punti, erodendo quote anche agli OLO di minori dimensioni, con Tiscali, in particolare, che sconta gli strutturali limiti dimensionali del proprio mercato di riferimento.

Nel caso degli accessi *broadband*, la competizione e le strategie di focalizzazione su singoli mercati regionali o metropolitani risultano maggiormente intensi per rispetto a quanto già osservato nel caso degli accessi complessivi alla rete fissa.

Nel caso di Fastweb si osservano così quote di mercato notevolmente superiori alla media nazionale in Lombardia (18,2%), Liguria (21,7%) e Lazio (17,2%), mentre Wind in alcune regioni del Mezzogiorno supera il 20%.

Come già osservato per gli accessi complessivi, anche per la larga banda i risultati di Vodafone Italia vedono una contenuta variabilità sia a livello regionale che per macroarea, intorno ad un valore nazionale del 12% circa.

48 Fonte: Agenzia del Territorio, comunicato stampa del 27 ottobre 2010. I dati sulle unità abitative fanno riferimento alla data del 31 dicembre 2009, ed includono le seguenti categorie di immobili:

"Gruppo A" (Immobili residenziali + A10 uffici);

"Gruppo B" (immobili a destinazione pubblica, collegi caserme, uffici, scuole biblioteche);

"Gruppo D" (Immobili a destinazione speciale, opifici, industrie, commercio, alberghi ecc.).

49 Cfr. Relazione Annuale 2010, tabella 1.25, pag. 61.

Tabella 2.20. Accessi a banda larga – Quote di mercato (dic. 2010, %)

| | Telecom Italia | Fastweb | Wind | BT Italia | Tiscali | Vodafone Italia | Altri | Totale |
|---------------------|-------------------|-------------|-------------|--------------|------------|--------------------|------------|------------|
| Piemonte | 51,5 | 14,7 | 15,4 | 1,1 | 3,4 | 12,5 | 1,5 | 100 |
| Valle d'Aosta | 62,3 | 10,6 | 7,6 | 0,5 | 2,2 | 15,9 | 0,9 | 100 |
| Lombardia | 49,6 | 18,2 | 13,1 | 1,3 | 4,2 | 12,1 | 1,5 | 100 |
| Trentino-Alto Adige | 69,9 | 5,7 | 7,2 | 0,7 | 1,4 | 14,3 | 0,8 | 100 |
| Veneto | 61,7 | 7,5 | 11,0 | 1,1 | 2,4 | 15,2 | 1,1 | 100 |
| Friuli-V.G. | 64,1 | 7,9 | 12,3 | 0,7 | 1,8 | 12,2 | 1,0 | 100 |
| Liguria | 44,9 | 21,7 | 14,9 | 0,9 | 3,5 | 12,3 | 1,8 | 100 |
| Emilia-Romagna | 55,0 | 14,7 | 11,9 | 1,2 | 3,0 | 12,9 | 1,3 | 100 |
| Toscana | 61,6 | 9,6 | 11,1 | 1,2 | 3,7 | 11,8 | 1,1 | 100 |
| Umbria | 64,1 | 10,1 | 9,9 | 0,7 | 1,7 | 12,6 | 0,9 | 100 |
| Marche | 66,4 | 8,0 | 8,8 | 0,6 | 2,5 | 12,9 | 0,9 | 100 |
| Lazio | 45,7 | 17,2 | 19,5 | 1,0 | 5,1 | 9,8 | 1,7 | 100 |
| Abruzzo | 58,5 | 13,0 | 11,1 | 0,9 | 2,6 | 12,7 | 1,1 | 100 |
| Molise | 61,4 | 6,2 | 12,3 | 0,9 | 1,6 | 16,6 | 1,0 | 100 |
| Campania | 51,6 | 12,9 | 21,9 | 0,5 | 2,1 | 9,4 | 1,5 | 100 |
| Puglia | 51,8 | 10,7 | 21,5 | 0,5 | 1,6 | 12,3 | 1,5 | 100 |
| Basilicata | 67,7 | 7,0 | 6,6 | 0,7 | 2,9 | 14,5 | 0,6 | 100 |
| Calabria | 69,7 | 3,5 | 9,7 | 0,6 | 3,7 | 12,1 | 0,7 | 100 |
| Sicilia | 55,6 | 8,8 | 18,6 | 0,6 | 3,4 | 11,7 | 1,4 | 100 |
| Sardegna | 41,6 | 3,3 | 7,2 | 0,6 | 35,7 | 10,2 | 1,5 | 100 |
| ITALIA | 53,9 | 12,9 | 14,8 | 0,9 | 4,1 | 12,0 | 1,4 | 100 |
| <i>Nord Ovest</i> | 49,7 | 17,6 | 13,9 | 1,2 | 3,9 | 12,2 | 1,5 | 100 |
| <i>Nord Est</i> | 59,9 | 10,4 | 11,2 | 1,0 | 2,5 | 13,9 | 1,1 | 100 |
| <i>Centro</i> | 54,1 | 13,4 | 15,0 | 1,0 | 4,2 | 11,0 | 1,4 | 100 |
| <i>Sud e Isole</i> | 54,2 | 9,7 | 17,6 | 0,6 | 5,4 | 11,2 | 1,4 | 100 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Nel 2010, con riferimento alla spesa complessiva di famiglie e imprese nella rete fissa (Tabella 2.21), la quota di mercato di Telecom Italia risulta in flessione dell'1,6%, attestandosi al 62,7%.

La dinamica degli altri OLO conferma che al momento il mercato sta vivendo un graduale processo di consolidamento che vede protagonisti Wind, Fastweb e Vodafone, i quali nel complesso guadagnano circa il 2%, mentre gli altri operatori di minori dimensioni arretrano, conseguentemente, di poco meno dell'1%.

Leggermente più differenziate risultano le dinamiche analizzando distintamente ai mercati residenziale e affari dove nel primo, a fronte del 2,2% perso da Telecom Italia, Wind e Vodafone guadagnano nel complesso il 2,5%, mentre Fastweb ottiene risultati particolarmente brillanti nel segmento affari dove raggiunge il 12,7% e divenendo, con BT Italia che arretra all'11,7%, il secondo operatore di rete fissa nel segmento affari.

Tabella 2.21. Spesa finale degli utenti per operatore (%)⁵⁰

| | Spesa utenti | | - di cui residenziali | | - di cui affari | |
|-------------------|--------------|-------|-----------------------|-------|-----------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 64,3 | 62,7 | 65,4 | 63,2 | 63,1 | 62,2 |
| Wind | 7,8 | 8,4 | 11,8 | 13,0 | 3,6 | 3,4 |
| Fastweb | 9,7 | 10,3 | 8,1 | 8,0 | 11,4 | 12,7 |
| BT Italia | 5,8 | 5,6 | 0,0 | 0,0 | 11,9 | 11,7 |
| Vodafone Italia | 4,3 | 5,2 | 7,6 | 9,0 | 0,8 | 1,2 |
| Tiscali | 1,7 | 1,8 | 2,7 | 2,6 | 0,6 | 0,8 |
| Altri | 6,5 | 6,0 | 4,4 | 4,1 | 8,6 | 8,0 |
| Totale % | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Totale (mld euro) | 16,17 | 15,47 | 8,23 | 8,02 | 7,94 | 7,46 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Al netto dei ricavi da accesso, l'andamento della quota di Telecom Italia nei servizi commutati ed a larga banda (Tabella 2.22) scende a meno del 53% (-2,1% rispetto al 2009), mentre contestualmente ne guadagnano 2,8 i tre principali OLO.

Con riferimento ai singoli segmenti di mercato, nella sostanza restano confermate le indicazioni in precedenza illustrate, con Wind e soprattutto Vodafone particolarmente dinamiche nel segmento residenziale e Fastweb in quello affari, dove raggiunge il 21%.

Tabella 2.22. Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)⁵¹

| | Totale | | - di cui residenziali | | - di cui affari | |
|-------------------|--------|-------|-----------------------|-------|-----------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 54,9 | 52,8 | 54,6 | 52,2 | 55,1 | 53,4 |
| Wind | 8,4 | 9,1 | 13,3 | 14,3 | 3,4 | 3,6 |
| Fastweb | 16,5 | 17,3 | 13,8 | 13,9 | 19,3 | 21,0 |
| BT Italia | 6,4 | 6,0 | 0,0 | 0,0 | 13,0 | 12,3 |
| Vodafone Italia | 6,2 | 7,5 | 10,9 | 12,7 | 1,3 | 1,9 |
| Tiscali | 2,8 | 3,0 | 4,4 | 4,1 | 1,2 | 1,9 |
| Altri | 4,9 | 4,3 | 3,1 | 2,9 | 6,7 | 5,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Totale (mld euro) | 8,18 | 7,94 | 4,16 | 4,10 | 4,02 | 3,84 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

50 Le quote di mercato relative al 2009 (così come per i valori indicati nelle successive tabelle), a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese anche a seguito della mutata struttura delle informazioni richieste dall'Autorità alle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono direttamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento.

51 I ricavi da servizi su rete commutata includono traffico vocale locale, nazionale, internazionale, internet *dial up*, fisso-mobile e ricavi netti da chiamate verso numerazioni non geografiche. I ricavi da servizi a larga banda includono canoni, e servizi a consumo voce e date. Sono esclusi i canoni di accesso.

Gli introiti dai servizi di accesso determinano, se considerati assieme ai soli servizi di fonìa commutata, considerevoli mutamenti nelle quote di mercato, con Telecom Italia che nel 2010, seppure in leggera flessione, rimane attestata ad oltre il 72% (Tabella 2.23)⁵².

Tabella 2.23. Distribuzione dei ricavi da servizi di fonìa e accesso su rete commutata (%)

| | Totale | | - di cui residenziali | | - di cui affari | |
|-------------------|--------|-------|-----------------------|-------|-----------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 73,0 | 72,4 | 72,4 | 71,2 | 73,9 | 73,9 |
| Wind | 8,2 | 9,0 | 12,8 | 14,0 | 2,1 | 2,3 |
| Fastweb | 3,8 | 3,9 | 1,8 | 1,8 | 6,4 | 6,7 |
| BT Italia | 4,6 | 4,6 | 0,0 | 0,0 | 10,7 | 10,7 |
| Vodafone Italia | 5,8 | 6,0 | 9,8 | 10,1 | 0,5 | 0,4 |
| Tiscali | 0,4 | 0,3 | 0,5 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| Altri | 4,2 | 4,0 | 2,7 | 2,6 | 6,1 | 5,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Totale (mld euro) | 8,45 | 7,74 | 4,82 | 4,44 | 3,63 | 3,30 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Il segmento dei servizi a larga banda (Tabella 2.24), che lo scorso anno è stato l'unico della rete fissa a registrare una crescita, è quello dove maggiormente si concentra la dinamica competitiva, e dove Telecom Italia mostra una quota di mercato minore tra gli aggregati finora considerati (43,7%). Accanto alla ulteriore flessione dell'*incumbent* si osservano altresì dinamiche variamente articolate, con riferimento agli OLO.

Tabella 2.24. Distribuzione dei ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%)

| | Totale | | - di cui residenziali | | - di cui affari | |
|-------------------|--------|-------|-----------------------|-------|-----------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 45,5 | 43,7 | 42,7 | 41,4 | 48,4 | 46,3 |
| Wind | 9,7 | 10,5 | 15,5 | 16,2 | 3,8 | 3,9 |
| Fastweb | 28,4 | 27,5 | 24,8 | 22,3 | 32,2 | 33,6 |
| BT Italia | 3,4 | 2,8 | 0,0 | 0,0 | 6,9 | 6,1 |
| Gruppo Vodafone | 4,7 | 7,5 | 6,9 | 10,9 | 2,3 | 3,5 |
| Tiscali | 4,5 | 4,5 | 7,7 | 6,8 | 1,2 | 1,8 |
| Altri | 3,8 | 3,5 | 2,5 | 2,3 | 5,1 | 4,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Totale (mld euro) | 3,95 | 4,22 | 2,02 | 2,26 | 1,93 | 1,96 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

In primo luogo va osservato che, nel complesso, accanto ad un contenuto aumento della quota di mercato di Wind (+0,8%), l'operatore Fastweb, pur rimanendo larga-

⁵² Con riferimento alla quota di mercato di Telecom Italia nel 2009, la differenza che si può riscontrare con quanto corrispondentemente indicato nella scorsa Relazione annuale è dovuta principalmente ad una riclassifica tra le diverse poste di ricavo dell'utenza residenziale operata, in particolare, da Wind.

mente il secondo operatore italiano nei servizi a larga banda (27,5%), per la prima volta vede, seppure marginalmente, ridursi la propria quota di mercato (-0,9%). Ottiene risultati particolarmente brillanti Vodafone Italia, che ormai da tempo sta diversificando le proprie attività nella rete fissa, che guadagnando il 2,8%, si attesta al 7,5%.

Guardando ai due segmenti di mercato i risultati che possono evidenziarsi sembrano qualificare le differenti strategie di business adottate dalle imprese.

Nel segmento residenziale Vodafone Italia, guadagnando il 4%, ottiene una quota di mercato superiore a quella di Tiscali divenendo il quarto operatore per i servizi a larga banda su rete fissa.

Allo stesso tempo Fastweb sembra ulteriormente focalizzarsi sul segmento affari, dove guadagnando l'1,4%, arriva a superare un terzo dell'intero mercato *broadband* del segmento affari.

Rete mobile

Il 2010 ha visto confermare la tendenza, già segnalata la scorsa relazione annuale, alla riduzione dei ricavi da utenza finale, con una flessione pari al 2,0% (-3,5% nel 2009)⁵³.

L'andamento delle due principali componenti merceologiche conferma quanto già emerso lo scorso anno circa la riduzione degli introiti dai tradizionali servizi di fonia vocale e l'aumento della componente dati (sms, mms ma soprattutto accesso internet).

I servizi voce arretrano di oltre il 6% (contro l'1,1% dello scorso anno), mentre gli introiti da servizi dati crescono del 9,6%, arrivando a superare i 4,5 miliardi di euro (Tabella 2.25).

Al riguardo, appare opportuno evidenziare come questi abbiano raggiunto il 46% degli introiti derivanti da servizi di fonia vocale, e come tale valore sia raddoppiato rispetto al corrispondente rapporto valutabile con riferimento al 2004 (Figura 2.30).

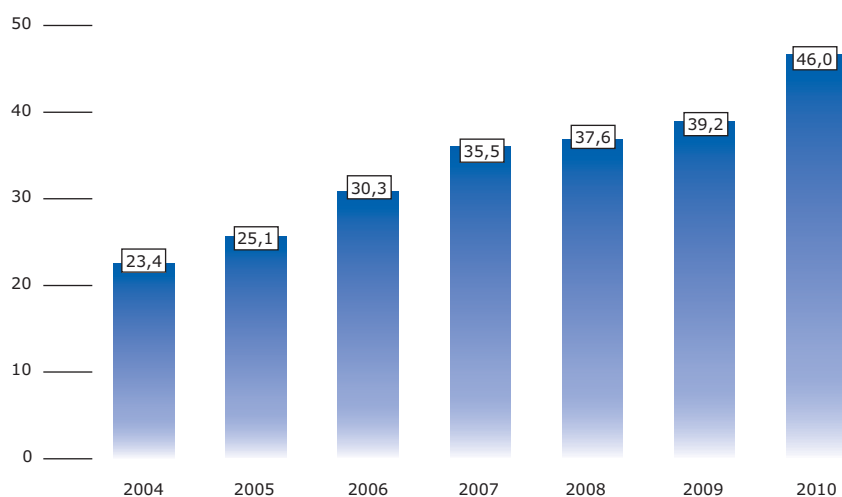
Tabella 2.25. Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)⁵⁴

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|--------------|-------|-------|---------------|
| Servizi voce | 11,07 | 10,38 | -6,2 |
| Servizi dati | 4,23 | 4,63 | 9,6 |
| Altri ricavi | 2,56 | 2,50 | -2,6 |
| Totale | 17,86 | 17,51 | -2,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

53 I dati riferiti al 2009 non sono del tutto 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. Inoltre, a differenza dello scorso anno, i dati consolidati, salvo diversa indicazione, includono anche quelli relativi agli operatori mobili virtuali.

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

Figura 2.30. Rapporto tra ricavi servizi dati e servizi fonia vocale (%)

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Anche nel 2010 è risultato in crescita il traffico vocale che, superando i 125 miliardi di minuti (Tabella 2.26), ormai supera di quasi il 30% quello svolto nella rete fissa (contro il corrispondente 10% del 2009), ad ulteriore testimonianza di come il processo di sostituzione della telefonia vocale su rete fissa con quella mobile sia ancora in atto.

L'analisi dei dati per direttrice mostra come la specializzazione nella terminazione delle chiamate si sia ulteriormente rafforzata nel 2010. Le chiamate verso rete mobile, cresciute nel complesso di quasi il 10%, rappresentano l'82% delle chiamate complessive (80% nel 2009), mentre quelle "on net" sfiorano il 60%. Ciò può rappresentare una conferma dell'efficacia delle strategie di fidelizzazione della clientela volte al rafforzamento dell'effetto *community* attraverso offerte particolarmente vantaggiose per chiamate sulla propria rete.

Tabella 2.26. Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|-----------------------|-------|-------|---------------|
| Rete fissa | 14,1 | 14,5 | 2,4 |
| Mobile <i>on net</i> | 66,8 | 74,2 | 11,0 |
| Mobile <i>off net</i> | 25,9 | 28,4 | 9,4 |
| Altre destinazioni | 8,2 | 8,6 | 5,4 |
| Totale | 115,1 | 125,6 | 9,2 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Dal lato dei ricavi, si osserva una sostanziale stabilità (non lontano dal 60%) nella quota di ricavi *on net* per le specifiche componenti voce e sms/mms (Tabella 2.27).

Tabella 2.27. Componente on-net dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale)

| | 2009 | 2010 |
|---------|------|------|
| Voce | 59,5 | 58,4 |
| SMS/MMS | 55,5 | 56,0 |
| Media | 58,6 | 57,8 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

In un mercato dove le Sim attive ormai da tempo rappresentano circa il 150% della popolazione, le campagne di fidelizzazione della clientela attraverso promozioni ed offerte con *pricing* particolarmente aggressivi ormai rappresentano un elemento permanente dell'offerta commerciale delle imprese.

La conseguente pressione sui prezzi – nonostante il ricordato aumento del traffico – si è tradotta nel 2010 in un consistente calo di oltre il 7% dei ricavi da servizi vocali, dove in particolare, emerge una contrazione del 9% del traffico "on net" (Tabella 2.28)⁵⁵.

L'unica direttrice a mostrare un leggero aumento degli introiti è quella "internazionale", grazie soprattutto all'andamento del segmento residenziale, per il quale si osserva un aumento superiore al 6%, valore sostanzialmente equivalente alla crescita nei volumi di traffico. Ciò sembra in larga parte dovuto alla crescente presenza di stranieri in Italia, che a fine 2010 hanno superato i 4,5 milioni di individui⁵⁶.

Tabella 2.28. Ricavi da servizi voce per direttrice (miliardi di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|---------------------|-------|-------|---------------|
| Rete mobile | 8,10 | 7,48 | -7,6 |
| - on net | 4,82 | 4,37 | -9,3 |
| - off net | 3,28 | 3,11 | -5,2 |
| Rete fissa | 1,75 | 1,52 | -13,2 |
| Reti internazionali | 1,09 | 1,15 | 5,7 |
| Totale | 10,93 | 10,15 | -7,2 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

I ricavi da servizi dati, in un contesto che mostra una crescita media del 9%, mostrano andamenti differenziati nei due segmenti considerati (Tabella 2.29).

Il primo, rappresentato dai tradizionali sms, cresce del 2,8% a fronte di un aumento dei volumi di poco inferiore al 15%, con un numero di sms complessivamente inviati che nel 2010 ha superato gli 85 miliardi.

Allo stesso tempo la crescita dei ricavi da altri servizi dati – in larga parte legati all'accesso ed alla navigazione su internet – risulta superiore al 16% e rappresenta il segmento maggiormente dinamico tra tutti quelli considerati sia con riferimento ai servizi di telecomunicazione su rete fissa che su rete mobile⁵⁷.

55 Esclusi MVNO.

56 Fonte: Istat: "Indicatori demografici 2010", gennaio 2011, pag. 8.

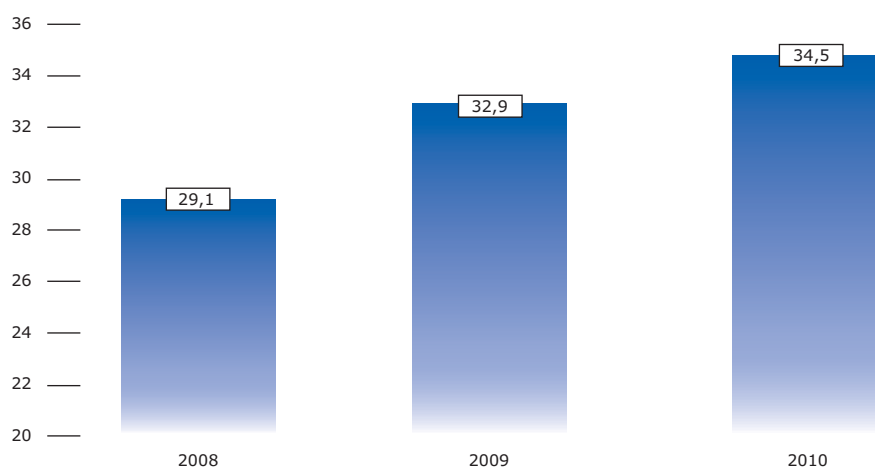
57 Esclusi MVNO, anche con riferimento alle successive figure 2.31, 2.32 e 2.33.

Tabella 2.29. Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|------------------|------|------|---------------|
| SMS | 2,26 | 2,32 | 2,8 |
| MMS e altri dati | 1,94 | 2,26 | 16,3 |
| Totale | 4,20 | 4,58 | 9,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Tale crescita è, ovviamente, dovuta alla rapida diffusione di terminali avanzati in grado di supportare funzionalità sempre più complesse, ormai giunti alla soglia di 35 milioni (Figura 2.31).

Figura 2.31. Terminali UMTS/HSDPA (milioni)

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

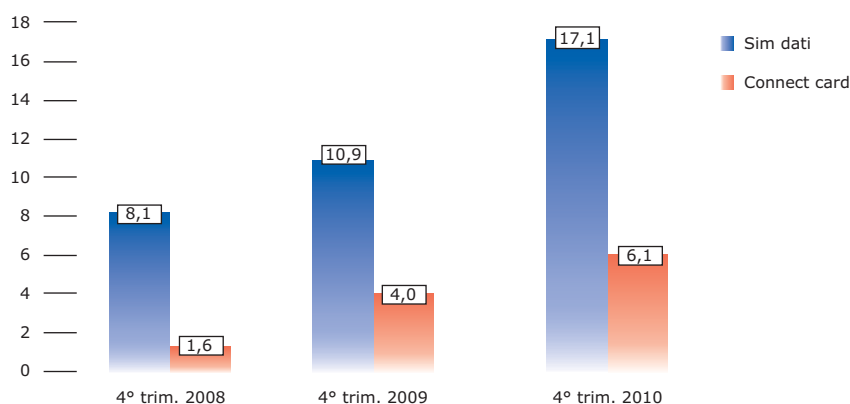
Appare particolarmente significativa sia la crescita delle Sim che effettivamente svolgono traffico dati che il numero delle *connect card* dedicate, che hanno rispettivamente raggiunto nel 4° trimestre del 2010 rispettivamente 17,1 e 6,1 milioni di unità (Figura 2.32) con una crescita, rispetto ai dodici mesi precedenti, di 6 milioni per le prime e di oltre 2 per le seconde, risultati che pongono l'Italia ai vertici in Europa in quanto a diffusione della larga banda su rete mobile.

La crescita in misura così rilevante di *device* avanzati ha determinato un aumento esplosivo del traffico dati che, fatto pari a 100 nel 2007, è cresciuto di 16 volte nel 2010, superando i 120 Petabyte.

Allo stesso tempo, con specifico riferimento alle Sim che svolgono traffico dati, si stima che nel 2010 sia aumentato anche il consumo "unitario" di oltre il 10% (con un traffico dati per complessivi 650 MB/mese), a testimonianza di come la crescita dei volumi di traffico dati su rete mobile non sia solo dovuta all'aumento del numero di *user*, ma anche da un incremento dei consumi individuali. Ciò rappresenta un indicatore particolarmente significativo a testimonianza del crescente utilizzo di servizi e

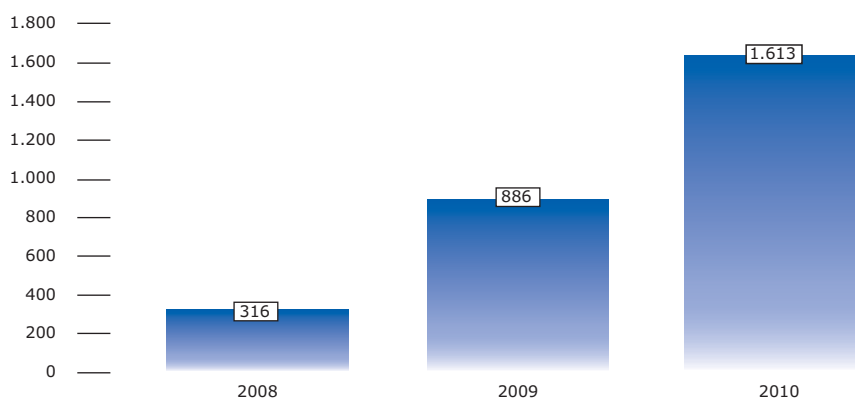
applicazioni, resi sempre più numerosi anche in virtù delle progressive differenziazioni delle tipologie di *device* presenti sul mercato⁵⁸.

Figura 2.32. Sim-dati e connect card (milioni)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Figura 2.33. Traffico dati su rete mobile (2007=100)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento alla spesa complessiva degli utenti, i ricavi unitari per sim (Tabella 2.30) diminuiscono del 3,3%, con i servizi voce che flettono del 7,7%. I servizi dati crescono di poco meno dell'8%, ma va evidenziato come tale aumento sia avvenuto in un quadro di forte crescita del traffico dati, aumentato nel 2010 di oltre

58 Il dato relativo al traffico "unitario" è stato stimato sulla base del numero di sim che risultano aver svolto traffico dati attraverso una media calcolata su dati rilevati su base trimestrale anche ai fini dell'aggiornamento della reportistica europea sulla larga banda su rete mobile. Si osserva che, naturalmente, tale dato è sovrastimato rispetto al numero di *user* effettivi (la stessa sim può essere conteggiata in più di una rilevazione). In tal senso, non si dispone di valutazioni puntuali circa il rapporto tra *user* e sim, anche se alcune stime indicano tra il 20% ed il 30% il tasso da applicare per "depurare" la consistenza lorda delle sim e disporre di un'indicazione di massima sul numero di utilizzatori effettivi. Dalla stima sono esclusi gli mvno.

l'80%⁵⁹ rispetto al 2009. Per fornire un'idea delle dimensioni della crescita del traffico dati sulla rete mobile, basti pensare che l'incremento del solo anno 2010 (circa 55 PetaByte rispetto al volume del 2009) è valutabile in poco meno del traffico svolto complessivamente nel biennio 2007-2008.

Tabella 2.30. Ricavi unitari per SIM attiva (euro/anno)

| | 2009 | 2010 | Var. % |
|--------------------------|-------|-------|--------|
| Spesa finale complessiva | 196,2 | 189,7 | -3,3 |
| Servizi voce | 118,4 | 109,3 | -7,7 |
| Servizi dati | 45,8 | 49,4 | 7,9 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Guardando ai ricavi unitari per *user*⁶⁰, a fronte di una riduzione superiore al 2% degli introiti unitari complessivi, i servizi voce flettono del 6,7% mentre i ricavi da servizi dati, con una crescita superiore al 9% si collocano a poco meno di 95 euro annui, valore che ormai si avvicina alla metà di quanto speso per i tradizionali servizi voce (Tabella 2.31).

Tabella 2.31. Ricavi unitari per user (euro/anno)

| | 2009 | 2010 | Var. % |
|--------------|-------|-------|--------|
| Spesa finale | 372,8 | 364,2 | -2,3 |
| Servizi voce | 224,9 | 209,7 | -6,7 |
| Servizi dati | 87,0 | 94,9 | 9,1 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La crescente pressione della dinamica concorrenziale, ulteriormente stimolata dalla crescita degli operatori mobili virtuali, nel 2010 ha determinato consistenti riduzioni dei ricavi unitari (Tabella 2.32)⁶¹.

I ricavi per traffico vocale sono scesi a poco più di 8 € cent/minuto (-14,4%), gli introiti da sms vedono ridursi il prezzo medio da circa 3 a 2,7 €cent (-10,6%), mentre con riferimento al traffico dati, l'accesa concorrenza da un lato e l'esplosione dei consumi dall'altro, determinati anche da un consistente aumento degli abbonamenti *flat*, hanno determinato una flessione in termini di ricavi per MB di traffico stimabile in misura superiore al 36%.

59 Con riferimento ai soli MNO (Mobile Network Operator).

60 Gli *user* medi annui del 2009 e 2010 sono stati valutati rispettivamente in 47,9 e 48,1 milioni. Tale stima ha come base la struttura per età della popolazione italiana al 31.12.2008 ed al 31.12.2009 disponibile presso il sito web dell'Istat all'indirizzo <http://demo.istat.it> e ad una corrispondente stima relativa al 31.12.2010 basata sulla variazione della popolazione complessiva intervenuta nel 2010 e pubblicata in "indicatori demografici anno 2010".

Come già illustrato nella scorsa Relazione al Parlamento, per assunzione sono stati esclusi gli individui con età inferiore agli 11 anni (ciclo scolastico primario) e quelli con età superiore agli 80 anni. Degli individui di età compresa tra le due fasce considerate, sono stati stimati quali effettivi fruitori di servizi mobili il 95%. Ciò in considerazione di quelle persone – soprattutto di età matura – le quali pur disponendo di un terminale mobile, nella realtà ne fanno un uso del tutto episodico o nullo.

61 I valori relativi a "SMS" e "Ricavi per MB traffico" non includono gli operatori mobili virtuali.

Tabella 2.32. Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati (euro/cent)

| | 2009 | 2010 | Var % '10/'09 |
|--------------------------------------|------|------|---------------|
| Minuto conversazione voce | 9,50 | 8,14 | -14,4 |
| SMS | 3,03 | 2,71 | -10,6 |
| Ricavi per MB traffico ⁶² | 2,85 | 1,82 | -36,1 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

L'assetto competitivo della telefonia mobile (Tabella 2.33) vede nel 2010 una flessione della quota di mercato di Telecom Italia mediamente superiore al 3%, con una riduzione superiore al 4% nel segmento residenziale, dove Vodafone con il 38,4% consolida il ruolo di *market leader* in questo segmento di mercato, mentre arretra leggermente in quello affari, dove cresce sia H3G.

Tabella 2.33. Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%)⁶³

| | Spesa finale | | - di cui residenziali | | - di cui affari | |
|---------------------------|--------------|-------|-----------------------|-------|-----------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 40,0 | 36,7 | 37,0 | 32,9 | 53,5 | 52,5 |
| Vodafone Italia | 35,3 | 35,6 | 37,7 | 38,4 | 24,9 | 24,2 |
| Wind | 16,7 | 18,2 | 18,3 | 20,2 | 9,8 | 9,8 |
| H3G | 7,0 | 7,9 | 6,0 | 6,7 | 11,3 | 12,6 |
| MVNO | 0,9 | 1,6 | 1,0 | 1,8 | 0,5 | 0,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Totale (miliardi di euro) | 17,86 | 17,51 | 14,57 | 14,15 | 3,29 | 3,35 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riguardo alle quote di mercato negli specifici servizi voce e dati (Tabella 2.34), Telecom Italia flette nell'ordine del 3% sia nei servizi voce che in quelli dati, mentre i risultati di Wind vedono un aumento dell'1,4% medio che sale al 2,5% nel segmento dati, dove Vodafone pur rimanendo l'operatore con la maggiore quota di mercato, arretra leggermente.

62 I ricavi da "servizi dati" considerati fanno riferimento agli MMS ed altri contenuti generati da terminali d'utente, accesso e navigazione internet wap, servizi mobile tv.

63 Le quote di mercato relative al 2009 (anche con riferimento alla successiva tabella 2.34), a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo e di riclassificazioni operate dalle imprese (ad eccezione di "3" tutte presenti sia nella telefonia fissa che mobile) non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento. Inoltre, a differenza della scorsa Relazione, le quote di mercato sono calcolate includendo gli MVNO.

Tabella 2.34. Quote di mercato nei servizi voce e dati (%)⁶⁴

| | Voce + dati | | Servizi voce | | Servizi dati | |
|---------------------------|-------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 38,9 | 35,7 | 39,3 | 36,0 | 37,9 | 35,0 |
| Vodafone Italia | 36,4 | 36,8 | 36,0 | 36,8 | 37,4 | 37,0 |
| Wind | 17,0 | 18,4 | 18,5 | 19,6 | 13,1 | 15,6 |
| H3G | 6,7 | 7,2 | 5,0 | 5,3 | 10,9 | 11,2 |
| MVNO | 1,1 | 1,9 | 1,2 | 2,2 | 0,6 | 1,2 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Totale (miliardi di euro) | 15,29 | 15,01 | 11,07 | 10,38 | 4,23 | 4,63 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riguardo alle sim attive (Tabella 2.35), dopo la flessione intervenuta nel 2009 a seguito di aggiornamenti dei sistemi di rilevazione della *customer base*, nel 2010 sono cresciute di oltre 3,5 milioni.

Le strategie di "fidelizzazione" della clientela, basate sul progressivo ampliamento delle offerte *bundle* e nella conversione di offerte pre-pagate in formule più simili agli abbonamenti, contribuisce a spiegare la crescita degli abbonamenti post-pagati, che a fine 2010 hanno superato i 14 milioni di linee, pari al 15,8% del totale (14,6% nel 2009).

Tabella 2.35. Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (migliaia)

| | Clientela residenziale | | Clientela affari | | Totale | |
|---------------------|------------------------|--------|------------------|--------|--------|--------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Linee attive | 80.275 | 83.058 | 10.151 | 11.089 | 90.427 | 94.147 |
| - di cui prepagate | 77.058 | 79.082 | 409 | 487 | 77.467 | 79.569 |
| - di cui postpagate | 3.217 | 3.976 | 9.742 | 10.602 | 12.960 | 14.578 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Dal lato della dinamica delle sim per operatore (Tabella 2.36) le quote di mercato non hanno subito vistose variazioni, ed al riguardo si segnala la crescita di poco più dell'1% di Wind con riferimento alla consistenza, mentre dal lato della ripartizione delle linee complessivamente acquisite dagli operatori si segnala la crescita di Telecom Italia al 29%, a testimonianza della ripresa di una relativa "attrattività" delle proprie offerte commerciali.

Tabella 2.36. SIM attive per operatore

| | % consistenza | | % attivazioni ⁶⁵ | |
|----------------|---------------|-------|-----------------------------|-------|
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 |
| Telecom Italia | 34,1 | 32,9 | 27,5 | 29,0 |
| Vodafone | 33,0 | 32,5 | 33,9 | 34,2 |
| Wind | 20,4 | 21,2 | 25,1 | 25,6 |
| H3G | 9,8 | 9,6 | 13,4 | 11,2 |
| MVNO | 2,7 | 3,8 | n.d. | n.d. |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

64 Rispetto alla spesa complessiva degli utenti, 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.

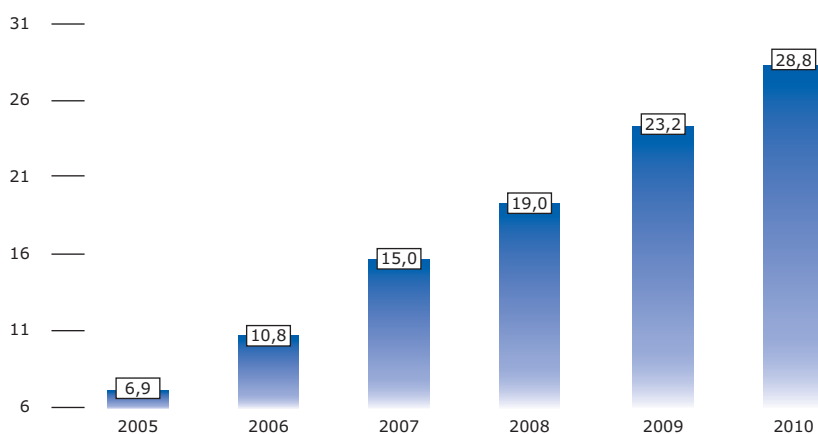
65 Valori riferiti ai soli MNO.

La dinamica competitiva del settore, che peraltro è resa maggiormente accentuata dalla diffusione dei servizi forniti dagli operatori di telefonia mobile virtuale, è testimoniata anche dall'andamento dei valori riguardanti il numero di sim "dismesse" e di quelle "acquisite".

La somma delle linee complessivamente "perse" e di quelle "acquisite" dalle imprese tramite nuove attivazioni o attraverso il servizio di *mobile number portability* ammonta per il 2010, a 48 milioni, oltre il 50% delle sim complessive a fine anno.

Con specifico riferimento al servizio di *mobile number portability*, questo ha raggiunto nel complesso i 29 milioni di operazioni (Figura 2.34), ma appare opportuno evidenziare come l'aumento delle operazioni svolte nel corso del 2010 (36% circa rispetto al 2009) sia dovuto, in particolare, all'attuazione della delibera n. 78/08/CONS, che ha reso maggiormente fluido il processo, e che ha consentito all'Italia di essere il paese europeo che nel corso del 2010 ha effettuato il numero più elevato di operazioni⁶⁶.

Figura 2.34. Mobile Number Portability (2005-2010, milioni)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Le seguente tabella 2.37 illustra, con riferimento alle operazioni complessive effettuate su base annua (4,1 milioni nel 2009 e 5,6 nel 2010), la specifica dinamica disaggregata per singolo operatore⁶⁷.

Quale operatore "donante" sembra emergere un moderato successo delle strategie di mantenimento del cliente di Telecom Italia, unico operatore nel corso del 2010 ad aver ridotto il numero complessivo di linee cedute, passando in tal modo al 28,9%, mentre in aumento appare il peso di Vodafone.

In qualità di operatori "riceventi", si osserva che "3" e Telecom Italia, assieme, passano da oltre il 40 a meno del 20%, quota sostanzialmente equivalente a quella attri-

⁶⁶ Per approfondimenti, cfr. il successivo par. 3.3 (I servizi di telecomunicazione su rete mobile).

⁶⁷ Al riguardo si segnala che nel 2009 i sistemi di rilevazione delle imprese non consentivano di distinguere separatamente le richieste indirizzate/provenienti dagli operatori mobili virtuali, ma queste erano incluse nei dati degli operatori proprietari della infrastruttura di rete utilizzata dall'operatore virtuale. Ciò comporta che le quote del 2009 sono leggermente sovrastimate in termini omogenei rispetto a quelle del 2010 dove invece i dati sono scorporati.

buibile agli operatori mobili virtuali, che nel corso del 2010 hanno "attratto" quasi una sim su cinque richiedente il servizio di MNP.

Tabella 2.37. Mobile Number Portability: distribuzione tra operatori (%)

| | Donante | | Ricevente | |
|----------------|---------|--------|-----------|--------|
| | Dic-09 | Dic-10 | Dic-09 | Dic-10 |
| H3G | 13,6 | 14,0 | 16,0 | 8,2 |
| Telecom Italia | 42,4 | 28,9 | 26,1 | 9,6 |
| Vodafone | 25,6 | 32,5 | 37,2 | 33,2 |
| Wind | 18,4 | 19,1 | 20,7 | 31,3 |
| MVNO | 0,0 | 5,5 | 0,0 | 17,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Nel corso del 2010 è proseguito l'aumento della base clienti degli operatori di telefonia mobile virtuale, che ha superato i 3,5 milioni di linee (2,3 a fine 2009) (Tabella 2.38).

La crescita è avvenuta in misura differenziata a seconda del *business model* di riferimento. Emerge, in primo luogo, il crescente successo dei servizi offerti in *bundle* con funzionalità di carattere finanziario, che ha portato la quota di mercato MVNO di Poste Mobile e Noverca a superare a fine il 50%.

Tabella 2.38. Utenti di operatori mobili virtuali

| | 2009 | 2010 |
|---------------------------|-------|-------|
| Linee complessive (*1000) | 2.347 | 3.547 |
| Distribuzione (%) | | |
| Poste Mobile | 45,9 | 47,6 |
| Fastweb | 11,6 | 14,2 |
| Coop Italia | 15,3 | 11,9 |
| Carrefour Italia Mobile | 8,6 | 6,3 |
| Daily Telecom | 7,1 | 6,1 |
| TotalErg | 4,6 | 5,0 |
| Noverca | 3,7 | 4,7 |
| Tiscali | 0,8 | 2,2 |
| BT Italia | 0,8 | 1,1 |
| A-Mobile | 1,5 | 0,9 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Poste mobile, in particolare, arriva a sfiorare il 48% del mercato, con un risultato positivo che testimonia le sinergie createsi con la capillarità dei "punti vendita" rappresentati dai quasi 14.000 uffici postali presenti sul territorio nazionale unitamente al "mercato potenziale" di servizi finanziari rappresentato dai clienti titolari di conti correnti (5,2 milioni a fine 2009)⁶⁸. Al riguardo appare di interesse evidenziare come nel corso dello scorso anno le sim di Poste Mobile in grado di effettuare operazioni finan-

68 Fonte: Poste Italiane, Bilancio d'esercizio 2009, pag. 4.

ziarie sono cresciute del 40%, mentre il numero di transazioni finanziarie effettuate nell'ultimo trimestre del 2010 ha raggiunto i 3,7 milioni, con un aumento del 50% sul corrispondente trimestre del 2009.

Dal lato dei ricavi (Tabella 2.39), pur continuando a rappresentare un dimensione economica assolutamente marginale rispetto a quella dei tradizionali MNO (*Mobile Network Operators*) (nell'ordine dell'1,6% della spesa d'utente) il 2010 ha visto raggiungere i 285 milioni di introiti da servizi voce e dati, con una crescita di circa il 75% rispetto al 2009⁶⁹.

Tabella 2.39. Ricavi voce e dati nella telefonia mobile virtuale

| | 2009 | 2010 |
|--------------------------|-------|-------|
| Ricavi (mln euro) | 162,6 | 285,2 |
| Distribuzione (%) | | |
| Poste Mobile | 58,2 | 58,1 |
| Fastweb | 12,4 | 16,3 |
| BT Italia | 5,9 | 7,4 |
| Coop Italia | 9,9 | 6,6 |
| Daily Telecom | 8,6 | 6,5 |
| Carrefour Italia Mobile | 2,7 | 1,7 |
| TotalErg | 1,1 | 1,5 |
| Noverca | 0,3 | 0,8 |
| Tiscali | 0,1 | 0,8 |
| A-Mobile | 0,8 | 0,4 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La crescita dei ricavi mostra, analogamente all'andamento dei volumi, dinamiche differenziate a seconda del *business model* adottato: Poste Italiane, con oltre il 58% del mercato nel 2010 rimane leader di settore, allo stesso tempo cresce anche il peso degli operatori che integrano la tradizionale offerta di servizi su rete fissa con quelli in mobilità, che complessivamente arrivano a rappresentare oltre il 24% del mercato (18,5% nel 2009), mentre arretrano le imprese che hanno il loro "core business" nella grande distribuzione (Coop, Carrefour, Auchan).

■ 2.2.2. La televisione

Quadro introduttivo: cambiamenti normativi ed evoluzione di mercato

Nel settore televisivo, il 2010 ha rappresentato un anno di molteplici cambiamenti sia sul piano economico, sia su quello normativo.

⁶⁹ Con riferimento all'anno 2009, la discrepanza che si osserva con l'importo indicato nella tabella 1.43 della scorsa Relazione Annuale è dovuta ad alcune riclassifiche operate, in particolare, da operatori presenti anche nel mercato delle telecomunicazioni su rete fissa.

Sul primo fronte si rileva l'affermarsi di nuove offerte, gratuite e a pagamento (di cui si darà conto in dettaglio nel prosieguo), che vengono veicolate su nuovi mezzi digitali ed attraverso nuovi *device*. L'offerta di servizi audiovisivi continua ad essere caratterizzata da una serie di evoluzioni, all'insegna di tre caratteristiche: la convergenza, la personalizzazione, la flessibilità.

In particolare, da un lato, più che gli aspetti intrinseci dei contenuti, cambiano la tipologia di palinsesti e di *format*, dall'altro le modalità fruibili, che diventano sempre più multiplatforma e interplatforma. Complice di questo fenomeno è l'interoperabilità di apparecchiature di accesso e servizi⁷⁰ che, però, non propugna sempre un modello universale; anzi, non di rado, è sezionale, cosicché, trasversalmente alle diverse piattaforme, si può fruire solo del prodotto dello stesso marchio o dello stesso *broadcaster*.

Le due principali distinzioni per l'utente finale diventano da un lato quella tra servizi gratuiti e a pagamento⁷¹ e dall'altro quella tra servizi non lineari e lineari, cioè fruibili in simultanea con la comunità degli altri spettatori sintonizzati sullo stesso contenuto.

I *broadcaster* tradizionali cercano di catturare l'attenzione dell'utente nell'arco dell'intera giornata, rendendo la loro offerta multimediale, diversificando i loro prodotti e le possibili apparecchiature di accesso sia di tipo *hardware* sia di tipo *software*. Più in dettaglio, l'obiettivo non è solo attrarre l'utente in relazione al contenuto contingente, ma anche quello di espandere la sua esposizione alla ricezione di servizi audiovisivi fruiti da schermi diversi e in momenti diversi durante il giorno. Per questo, come si vedrà, si tende a promuovere le sinergie tra le tipologie di contenuti diffusi su mezzi diversi o tra le diverse versioni dello stesso contenuto reso disponibile su più mezzi. Tra gli esempi più popolari di queste formule di *follow on* figurano la *catch up tv*, la *snack tv*, e le offerte di *net tv* che replicano o complementano quelle tradizionali. Nonostante questi cambiamenti, come si vedrà in seguito, tali offerte seppur di grande interesse, rimangono tendenzialmente limitate sia da un punto di vista economico, sia da quello delle *audience*.

Nel complesso, resta infatti indiscussa la centralità della tv gratuita degli operatori storici.

Dal punto di vista normativo, il quadro regolamentare è stato aggiornato al progressivo affrancamento della trasmissione e della fruizione dei servizi audiovisivi dalla rete che li veicola. Infatti, con le delibere n. 606 e n. 607 del 2010, l'Autorità ha attuato il d. lgs. 44/2010 (più noto come Decreto Romani), art. 21.1 – *bis*, definendo l'ambito oggettivo degli SMA (servizi *media* audiovisivi), lineari e a richiesta, diffusi su "altri mezzi di comunicazione elettronica", cioè su reti diverse da quelle impiegate per la radiodiffusione televisiva tradizionale (fruita dal televisore

70 Di conseguenza, lo schermo televisivo e quello del computer tendono ad essere fungibili, i servizi video da rete fissa si prestano ad essere replicati o adattati alle reti mobili, i decoder di ultima generazione consentono l'accesso a internet, oltre alla tradizionale funzionalità di accesso alla rete di radiodiffusione televisiva.

71 Ciò è in linea con la delibera n. 555/10/CONS che distingue la fondamentale bipartizione nel settore televisivo tra il mercato della televisione gratuita e quello della televisione a pagamento.

mediante ricezione del segnale analogico, digitale, satellitare). Per un approfondimento sulle questioni normative e regolamentari si rimanda ai successivi paragrafi 2.2.7 e 3.9.

Quadro generale

Nel 2010, l'andamento dei ricavi dei servizi televisivi è tornato a crescere, con un progresso significativo pari al 4,5% (Tabella 2.40). L'anno precedente, il 2009, era stato, invece, segnato da un regresso, seppur assai limitato rispetto agli altri *media* classici (pari all'1,8%), per effetto della forte contrazione della televisione in chiaro (-7,3%), e nonostante il deciso incremento del mercato a pagamento (+9,3%).

Sempre nell'ultimo anno, i mercati della televisione in chiaro e a pagamento sono cresciuti a tassi analoghi, tanto che il perdurante progresso della componente *pay*, sul totale delle risorse, si è arrestato ad una quota ancora inferiore al 40% (36,9% nel 2010).

Tabella 2.40. Ricavi complessivi della televisione⁷²

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ | Incidenza |
|----------------|--------------------|-----------------|-------------|----------------------|
| | 2009 | 2010* | 2010/2009 | sul totale (2010) |
| TV gratuita | 5.419,90 | 5.663,25 | 4,5% | 63,1% |
| TV a pagamento | 3.169,83 | 3.313,21 | 4,5% | 36,9% |
| Totale | 8.589,73 | 8.976,46 | 4,5% | 100,0% |

* Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 90% del settore.

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Inoltre, per l'anno 2010, si stimano in forte ripresa gli introiti pubblicitari – volti, secondo la logica del mercato a due versanti, a finanziare prevalentemente la televisione "gratuita" –, pari al 7,5%, rispetto al picco negativo dell'anno precedente (Tabella 2.41).

La pubblicità rimane la principale fonte di finanziamento dei servizi audiovisivi su mezzi tradizionali, con una quota del 48,2% delle risorse totali. Non appare interessata dalla congiuntura economica negativa nemmeno l'offerta *pay*, che genera il 32,6% dei ricavi, con una crescita del 2% circa. In crescita dell'1,8% rispetto al gettito assicurato nel 2009, si registrano, infine, anche i ricavi derivanti dal canone del servizio pubblico radiotelevisivo.

⁷² Rispetto ai valori delle precedenti Relazioni annuali, i dati si riferiscono al complesso del settore televisivo (e non ad un campione dei principali operatori). I valori non sono quindi confrontabili con quelli degli anni precedenti, e ricalcano la metodologia della valorizzazione delle dimensioni economiche del Sistema integrato delle comunicazioni (cfr. delibera n. 126/11/CONS). Tale avvertenza vale per tutte le tabelle del presente paragrafo.

Tabella 2.41. Ricavi complessivi della televisione per tipologia

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|---------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010*** | | |
| Canone* | 1.531,53 | 1.558,43 | 1,8% | 17,4% |
| Offerte a pagamento | 2.867,23 | 2.927,12 | 2,1% | 32,6% |
| Pubblicità | 4.024,15 | 4.324,09 | 7,5% | 48,2% |
| Altro** | 166,82 | 166,82 | 0,0% | 1,9% |
| Totale | 8.589,73 | 8.976,46 | 4,5% | 100,0% |

* Allo scopo di pervenire ad una corretta imputazione della quota di canone da attribuire all'attività televisiva, si è tenuto conto dello schema di contabilità separata della RAI, riferito all'esercizio 2009, e dei relativi aggregati contabili: il canone da attribuire alla diffusione televisiva è stato calcolato applicando al valore totale una percentuale pari alla quota di costi diretti attribuiti a tale attività sul totale dei costi diretti imputati al servizio pubblico (c.d. aggregato A della contabilità regolatoria).

** Il dato comprende i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2010.

*** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 90% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Dal punto di vista della ripartizione dei ricavi per operatore, come si evince dalla Tabella 2.42, permane la tripartizione del settore tra Mediaset, Sky Italia e RAI, che congiuntamente raccolgono circa il 90% delle risorse complessive. Più in dettaglio, nel 2010, si assiste ad un deciso incremento del fatturato del gruppo Mediaset, trainato sia dalla pubblicità, su canali tradizionali e digitali terrestri, sia dall'offerta *pay*. Più stabili, seppur in crescita, i ricavi di Sky Italia e RAI: in entrambi i casi, è stata la componente pubblicitaria a trainare il fatturato dei due gruppi televisivi.

Il rimanente 10% dei ricavi televisivi è disperso tra un elevatissimo numero di emittenti, nazionali e locali, tra cui spicca il gruppo Telecom Italia, presente sia nelle offerte *pay* (attraverso le proprie reti di telecomunicazione), sia nella televisione in chiaro (con la controllata Telecom Italia Media).

Domanda di intrattenimento e di informazione televisiva

L'analisi dinamica dei dati di *audience*, relativa alle percentuali di ascolto, basate sullo *share* nel giorno medio, confermano il quadro di sostanziale stabilità, finora delimitatosi in capo agli operatori storici (Figura 2.35).

A fronte di un lieve decremento per Mediaset⁷³, passato dal 39,5% del 2009 al 37,4% del 2010, si registra una lieve crescita di Rai, che sale al 41,2%, rispetto al 40,6% del 2009. Tale stabilità è determinata da due andamenti contrastanti: da un lato, un decisa flessione delle sei reti generaliste dei due operatori storici che complessivamente perdono 5% percentuali in un anno (dal 78,1% al 73,5%); dall'altro lato, tale perdita è (parzialmente) compensata dagli ascolti generati dai nuovi canali tematici dei due gruppi che, nel 2010, hanno raggiunto una *audience* cumulata superiore al 5%. Ne consegue, come detto, una certa stabilità degli ascolti di RAI e Mediaset, che, nel giorno medio, raggiungono ancora, complessivamente, il 78,6% dell'*audience*.

73 Va, tuttavia, precisato che le rilevazioni Auditel non includono i canali Joy, Mja, Steel e Hero nell'ambito dell'offerta *Mediaset Premium*.

Tabella 2.42. Ricavi per operatore

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|------------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010**** | | |
| Mediaset | 2.562,98 | 2.770,60 | 8,1% | 30,9% |
| Pubblicità | 2.251,45 | 2.413,50 | | |
| Offerte pay | 311,53 | 357,10 | | |
| Sky Italia** | 2.583,18 | 2.630,76 | 1,8% | 29,3% |
| Pubblicità | 154,67 | 190,59 | | |
| Offerte pay | 2.428,50 | 2.440,17 | | |
| RAI | 2.490,25 | 2.553,84 | 2,5% | 28,4% |
| Canone* | 1.531,53 | 1.558,44 | | |
| Pubblicità | 909,90 | 946,58 | | |
| Altro*** | 48,82 | 48,82 | | |
| Telecom Italia | 152,68 | 160,17 | 4,9% | 1,8% |
| Pubblicità | 146,78 | 154,15 | | |
| Offerte pay | 5,90 | 6,02 | | |
| Altri operatori | 800,64 | 861,09 | 7,5% | 9,6% |
| Pubblicità | 561,35 | 619,26 | | |
| Offerte pay | 121,29 | 123,83 | | |
| Altro*** | 118,00 | 118,00 | | |
| Totale | 8.589,73 | 8.976,46 | 4,5% | 100,0% |

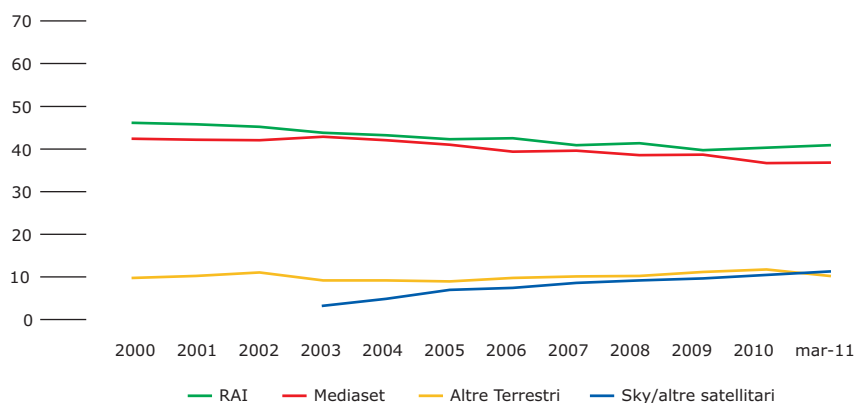
* Allo scopo di pervenire ad una corretta imputazione della quota di canone da attribuire all'attività televisiva, si è tenuto conto dello schema di contabilità separata della RAI, riferito all'esercizio 2009, e dei relativi aggregati contabili: il canone da attribuire alla diffusione televisiva è stato calcolato applicando al valore totale una percentuale pari alla quota di costi diretti attribuiti a tale attività sul totale dei costi diretti imputati al servizio pubblico (c.d. aggregato A della contabilità regolatoria).

** Il dato del 2010 si riferisce al bilancio chiuso a giugno 2010 (periodo giugno 2009-giugno 2010).

*** Il dato comprende i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2010.

**** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 90% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Figura 2.35. Analisi dinamica dell'audience media annuale (2000-2011)

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Auditel

Il comparto satellitare, guidato dagli ascolti dei canali del *bouquet* di Sky Italia, continua la sua ascesa, tanto che si attesta al 9,9% nel 2010 e oltrepassa la soglia del 10% (10,9%) nel primo trimestre dell'anno 2011, superando, in riferimento a tale trimestre, l'*audience* media delle altre emittenti terrestri. Quest'ultima, infatti, scende al 9,7%, dopo il picco di rialzo che, nel 2010, le posizionava all'11,4% di *share* media.

Se sul versante dell'offerta, con riguardo agli assetti degli operatori, emerge una sostanziale invarianza, in termini di risorse e di ascolti, dal lato della domanda, continua, nel 2010, il processo di evoluzione delle modalità recettive della televisione in Italia. Come si evince dalla Tabella 2.43, tra il mese di marzo 2010 e quello del 2011, complice il processo di digitalizzazione in corso, si è assistito al sorpasso degli ascolti della piattaforma digitale terrestre su quella analogica. A marzo 2011, lo *share* della prima supera il 60%, mentre quello della seconda scende a circa il 20%. Occorre rilevare che, all'inizio del 2009, il digitale terrestre contava uno *share* inferiore al 5%, mentre la piattaforma analogica raggiungeva più di tre quarti degli ascolti. Se a ciò si aggiunge che, sempre ad inizio 2009, satellite e IP TV detenevano esattamente la stessa quota di ascolti del mese di marzo 2011, (rispettivamente 15,7% e 0,3%), si evince che il processo di *switch-off* in corso si connota, anche dal lato della domanda, come una sostituzione delle vecchie modalità di ricezione analogica con quella digitale terrestre.

Tabella 2.43. Ascolti televisivi per piattaforma

| Piattaforma | Marzo 2011 | | Marzo 2010 | |
|--------------------|---------------|-----------|---------------|-----------|
| | Ascolto medio | Share (%) | Ascolto medio | Share (%) |
| Analogica | 2.401.662 | 21,3 | 5.055.873 | 48,0 |
| Digitale terrestre | 7.046.724 | 62,5 | 3.763.948 | 35,7 |
| Satellitare | 1.772.254 | 15,7 | 1.586.942 | 15,1 |
| IPTV | 29.013 | 0,3 | 29.845 | 0,3 |

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Auditel

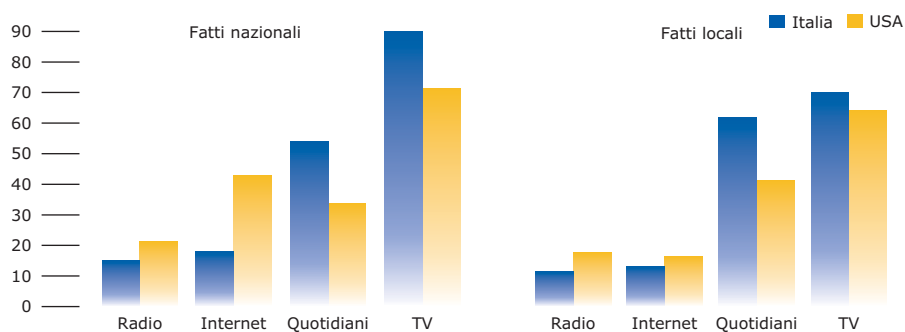
In Italia, la centralità della televisione spicca anche nel panorama informativo, considerato che il 90% degli individui la predilige come mezzo per informarsi sui fatti nazionali (Tabella 2.44), a differenza che negli USA (Figura 2.36), dove la percentuale, seppur centrale, si attesta attorno al 65%. Inoltre, la dieta informativa degli italiani è condizionata da un ricorso alla lettura dei quotidiani, assai significativo (il 62%), ma pur sempre inferiore di quasi 30 punti percentuali (per ulteriori dettagli cfr. paragrafo 2.2.4), oltre che dal crescente ruolo di Internet (2.2.5).

Tabella 2.44. Mezzi per informarsi (marzo 2010, % individui che si informano)*

| | Fatti (internazionali, nazionali e locali) | Fatti internazionali | Fatti nazionali | Fatti locali |
|-------------|--|----------------------|-----------------|--------------|
| Televisione | 89,1% | 86,5% | 90,1% | 70,3% |
| Quotidiani | 61,6% | 49,7% | 52,0% | 61,1% |
| Internet | 20,6% | 20,6% | 17,8% | 13,2% |
| Radio | 19,3% | 14,2% | 15,0% | 11,3% |
| Periodici | 9,4% | 8,5% | 6,9% | 3,2% |

* Le percentuali sono calcolate sul totale degli individui che si informano rispettivamente di attualità in generale, internazionale, nazionale e locale. Le percentuali non sommano 100 poiché sono ammesse risposte multiple.

Fonte: Agcom

Figura 2.36. Mezzi di informazione in Italia e negli USA (2010)

Fonte: Agcom e Pew Center

Vista l'indiscussa rilevanza del mezzo televisivo in tema di informazione, si è ritenuto opportuno, nella presente Relazione, procedere ad una puntuale rilevazione degli ascolti medi delle principali edizioni dei maggiori telegiornali italiani, in modo da analizzare il loro impatto sull'informazione attiva⁷⁴.

Tabella 2.45. Audience dei principali telegiornali italiani nel 2010

| Canale | Testata | Fascia oraria | Share (%) | Telespettatori medi |
|-----------|----------------|-----------------|-----------|---------------------|
| RAI 1 | TG1 | mattina | 26,51% | 1.315.127 |
| RAI 2 | TG2 | mattina | 18,04% | 895.388 |
| RAI 3 | TG3 | tarda mattinata | 12,34% | 1.208.595 |
| CANALE 5 | TG5 | mattina | 23,54% | 1.282.013 |
| RETE 4 | TG4 notiziario | tarda mattinata | 7,67% | 508.595 |
| ITALIA 1 | TGCOM | mattina | 8,92% | 476.241 |
| LA 7 | TG LA 7 | mattina | 4,76% | 228.820 |
| Sky TG 24 | Sky TG 24 | mattina | 0,88% | 40.132 |
| RAI 1 | TG1 | giorno | 26,74% | 4.529.047 |
| RAI 2 | TG2 | giorno | 18,07% | 2.858.026 |
| RAI 3 | TG3 | giorno | 11,90% | 1.806.830 |
| RETE 4 | TG4 | giorno | 5,45% | 971.930 |
| CANALE 5 | TG5 | giorno | 24,29% | 3.901.767 |
| ITALIA 1 | STUDIO APERTO | giorno | 20,93% | 2.674.357 |
| LA 7 | TG LA 7 | giorno | 3,66% | 536.096 |
| Sky TG 24 | Sky TG 24 | giorno | 0,37% | 53.118 |
| RAI 1 | TG1 | sera | 26,91% | 5.915.581 |
| RAI 2 | TG2 | sera | 9,60% | 2.311.811 |
| RAI 3 | TG3 | sera | 14,38% | 2.245.973 |
| RETE 4 | TG4 | sera | 6,42% | 1.002.156 |
| CANALE 5 | TG5 | sera | 22,38% | 4.911.157 |
| ITALIA 1 | STUDIO APERTO | sera | 10,72% | 1.351.060 |
| LA 7 | TG LA 7 | sera | 4,98% | 1.079.103 |
| Sky TG 24 | Sky TG 24 | sera | 0,22% | 49.985 |

Fonte: elaborazioni Nielsen (per Agcom) su dati Auditel

⁷⁴ Per una analisi della componente passiva dell'informazione si rimanda all'Allegato A, cap. 4, della delibera n. 555/10/CONS.

I dati riassunti nella Tabella 2.45 confermano, in primo luogo, lo schiacciante ruolo della televisione gratuita, ai fini dell'influenza sul pluralismo dell'informazione. I marginali risultati in termini di *share* del più importante Tg della tv a pagamento (Sky Tg 24) mettono in risalto come l'offerta informativa gratuita venga spesso scelta anche dagli abbonati alle offerte a pagamento.

Con riferimento alla tv in chiaro, emerge la netta preponderanza del Tg 1 e del Tg 5 in tutte le fasce considerate, seguiti dal Tg2 in fascia mattutina, da Studio Aperto di Italia 1 in fascia giornaliera e dal Tg3 in orario serale. Infine, seppur in crescita, il Tg di La 7 non supera mai il 5% degli ascolti.

I risultati confermano la centralità che riveste, nel fare informazione, la presenza di un marchio consolidato. Nonostante sia in leggera flessione, la tv gratuita generalista degli operatori storici si conferma il principale strumento di informazione in Italia.

La Tv gratuita

Con l'avvento del digitale terrestre, è aumentato sensibilmente il numero di canali a disposizione del telespettatore (Tabella 2.46). Il passaggio alla nuova tecnologia ha reso possibile l'ingresso di nuovi operatori: operatori di rete (Centro Europa 7) e fornitori di contenuti indipendenti (cfr. paragrafo 3.12), come la stessa Sky che veicola il canale Cielo attraverso i multiplex del gruppo L'Espresso. Inoltre, il panorama dell'offerta in chiaro sarà a breve ulteriormente condizionato dall'assegnazione del cd. dividendo digitale (5 reti nazionali, di cui almeno tre destinate a nuovi operatori), regolata dalle procedure selettive di cui alla delibera n. 497/10/CONS. Al *beauty contest*, potrà partecipare anche il primo operatore della tv a pagamento cioè Sky Italia, facendo seguito alla decisione della Commissione europea ed al parere a ciò favorevole reso dal Consiglio di Stato⁷⁵.

In particolare, nel 2010, si registra da parte dei quattro maggiori operatori – Rai, Mediaset, Sky e Telecom Italia – il lancio di nuovi canali nazionali gratuiti in un'ottica di *brand extension*, prevalentemente improntata alla specializzazione tematica. Nascono, ad esempio, "La 5" del Gruppo Mediaset, trasmesso sul digitale terrestre e veicolato sul digitale satellitare da Tivusat⁷⁶, e "La 7 D" di Telecom Italia Media. Entrambi rivolti ad un pubblico femminile e giovane propongono un *mix* di contenuti tematici e generalisti. Tra i nuovi canali tematici gratuiti nazionali, nel novembre del 2010, è stato lanciato anche Mediaset Extra, una selezione di programmi di intrattenimento e di film di particolare successo. Il primo marzo Mediaset ha, inoltre, annunciato il lancio di Me, canale con programmazione ibrida, dedicata alle vendite e all'intrattenimento semi-generalista. Ma l'offerta in chiaro più articolata la propone Rai con un numero di canali pari a 15.

75 Consiglio di Stato, Sez. II, Parere n. 5365/2010.

76 Tivusat è la piattaforma gratuita, posseduta da RAI, Mediaset e Telecom Italia, che trasmette sul satellite gran parte dell'offerta nazionale veicolata su digitale terrestre.

Tabella 2.46. Offerta televisiva nazionale in chiaro (2010): i principali canali

| Canale | Analogico | Nativo digitale (DTT, satellite, IPTV) | Editore | Genere |
|-----------------------------|-----------|--|----------------------|----------------|
| Rai 1 | X | | RAI | generalista |
| Rai 2 | X | | RAI | generalista |
| Rai 3 | X | | RAI | generalista |
| Rai 4 | | X | RAI | ragazzi |
| Rai 5 | | X | RAI | cultura |
| Rai Sport 1 | | X | RAI | sport |
| Rai Sport 2 | | X | RAI | sport |
| Rai News 24 | | X | RAI | informazione |
| Rai Scuola | | X | RAI | cultura |
| Rai storia | | X | RAI | cultura |
| Rai gulp (anche+1) | | X | RAI | bambini |
| Rai movie | | X | RAI | cinema |
| Rai premium | | X | RAI | generalista |
| Rai yoyo | | X | RAI | bambini |
| Rai HD | | X | RAI | generalista |
| Canale 5 (anche +1 e HD) | X | | Mediaset | generalista |
| Italia 1 (anche +1 e HD) | X | | Mediaset | generalista |
| Rete 4 (anche +1) | X | | Mediaset | generalista |
| Boing (anche +1) | | X | Mediaset | bambini |
| Iris | | X | Mediaset | cultura/cinema |
| La5 | | X | Mediaset | femminile |
| Mediaset Extra | | X | Mediaset | generalista |
| ME | | X | Mediaset | shopping |
| TG Mediaset | | X | Mediaset | informazione |
| La7 | X | | Telecom Italia Media | generalista |
| La7D | | X | Telecom Italia Media | femminile |
| MTV | X | | Telecom Italia Media | musica |
| MTV Music | | X | Telecom Italia Media | musica |
| Odeon 24 | X | | Profit Group | generalista |
| Canale italia | X | | Canale Italia | generalista |
| 7Gold | X | | Italia 7 Gold | generalista |
| TG Norba 24 | | X | Telenorba | informazione |
| Cielo | | X | Sky Italia | generalista |
| Real Time (anche +1) | | X | Discovery | lifestyle |
| Nuvolari | | X | SitCom | macchine |
| K2 | | X | Switchover | bambini |
| Frisbee | | X | Switchover | bambini |
| Poker Italia 24 | | X | Magnolia | sport |
| Rtl 102.5 | | X | RTL | musica |
| Coming Soon | | X | Anica | cinema |
| Class News | | X | Class | informazione |
| SportItalia | | X | Interactive | sport |
| SportItalia2 | | X | Interactive | sport |
| SportItalia24 | | X | Interactive | sport |
| QVC | | X | QVC | shopping |
| Wedding TV | | X | Wedding tv | femminile |

Fonte: Agcom

Si pone, invece, come alternativa a tutto tondo all'offerta generalista di Rai e Mediaset, il canale digitale Cielo, lanciato da News Corp. (controllante di Sky Italia s.r.l.) nel dicembre 2009 e diffuso su piattaforma digitale e satellitare. Altri canali con emergente *appeal* si qualificano Real Time del gruppo Discovery, nonché quelli veicolanti l'offerta sportiva di SportItalia.

Una prima valutazione dei dati disponibili sui nuovi canali nativi digitali, benché solo di stima, sembrerebbe indicare che il fattore determinante per l'affermazione non è tanto il genere di contenuto, quanto la solidità del marchio editoriale o, comunque, la versatilità del potenziale attrattivo di quest'ultimo. In sintesi, il fattore di successo appare la capacità del marchio di creare reputazione attorno al nuovo palinsesto, di generare potere distintivo, oltre che di espanderlo.

La variegata offerta di contenuti tematici, che contempla dallo sport, alla storia, ai documentari, alla programmazione per bambini, alle *news all time*, segna, nel 2010, da un lato, un *trend* di crescita positivo dei canali specialistici, dall'altro una flessione dei canali generalisti rispetto alla *performance* del 2009. Tuttavia, come riportato in precedenza, i dati relativi all'*audience* media annuale, confermano l'assoluta centralità dell'offerta generalista di Rai e Mediaset nell'universo della tv gratuita. Infatti, nonostante la perdita di un punto percentuale dal 2009 al 2010 dei tre canali storici di Rai, dal (39,3% al 38,3%), l'operatore di servizio pubblico raggiunge un ulteriore 3% circa con l'ampia offerta dei canali tematici (tra i quali spiccano, Rai 4 con una programmazione giovanile, Rai Gulp e Rai Yoyo per bambini, ed il canale cinematografico Rai Movie). Analogamente, Mediaset, che subisce una perdita di oltre tre punti sulle generaliste (dal 38,8% al 35,2%), raggiunge oltre il 2% con gli ascolti dei nuovi programmi digitali (Boing e Iris, in particolare).

Il quadro finora emerso, caratterizzato dalla solidità del primato della televisione tradizionale, in un contesto parzialmente rimodulato dalla convergenza e dall'innovazione, è confermato dai risultati dell'analisi quantitativa sottostante, secondo il quale i due operatori storici della televisione in chiaro continuano a totalizzare oltre l'85% dei ricavi complessivi, inclusivi del canone di abbonamento al servizio pubblico (Tabella 2.47).

Tabella 2.47. Tv gratuita – Quote di mercato dei principali operatori (%)

| | Quote di mercato (%) | |
|------------------------------|----------------------|--------|
| | 2009 | 2010* |
| RAI | 45,9% | 45,1% |
| Mediaset | 41,1% | 41,7% |
| Telecom Italia | 2,6% | 2,5% |
| Altri operatori | 10,5% | 10,7% |
| Totale | 100,0% | 100,0% |
| Indice di concentrazione HHI | 3.809 | 3.789 |

* Per l'anno 2010, il valore è stimato partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 90% del mercato.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Il terzo operatore, Telecom Italia Media, si attesta, ad oltre 40 punti percentuale di distacco, con una quota di mercato inferiore al 3%. Pur avendo un *brand* consolidato nella diffusione di contenuti e un'*audience* in leggera ascesa, rappresenta ancora un *competitor* di frangia.

La quota relativa gli "altri operatori" include le tv locali e gli altri operatori nazionali, diffusi soprattutto in digitale terrestre (tra cui il gruppo L'Espresso, e l'offerta SportItalia), la cui operatività, pur apprezzabile ed in crescita, non assume ancora proporzioni significative e, soprattutto si articola in un contesto di estrema frammentarietà.

L'attuale assetto duopolistico si rispecchia in un indice di concentrazione che presenta caratteristiche di estrema rilevanza (circa 3.800 punti, ben al di sopra alla concentrazione degli altri *media*, cfr. paragrafi successivi) e di durezza e strutturale.

La Tv a pagamento

L'offerta a pagamento continua ad essere caratterizzata dalla flessibilità, dalla personalizzazione del palinsesto, nonché da una crescente apertura all'interattività. La "targettizzazione", oltre a basarsi su gusti, interessi e fasce di età, tende ad includere anche il gruppo di appartenenza etnico-sociale, come dimostrato dal lancio del canale multietnico Sky Babel.

La qualità continua ad essere incrementata mediante la formulazione di offerte in alta definizione, è il caso di Premium Cinema HD del Gruppo Mediaset, ma anche attraverso la tridimensionalità⁷⁷, la cui introduzione è avvenuta in Italia ad opera di Sky, con la trasmissione in 3D della *Ryder Cup* di golf nell'ottobre 2010.

Le offerte includono inoltre l'integrazione con servizi di VoD *online*, strategia perseguita da Mediaset, nei primi mesi del 2011, con il lancio di *Premium Net*.

I contenuti sportivi, in particolar modo quelli calcistici, emblema del prodotto di tipo *premium*, restano un *driver* essenziale del potenziale attrattivo dell'offerta *pay*, per cui la loro assegnazione è da considerarsi variabile impattante sulla competitività dell'offerta. Per i diritti calcistici relativi alla stagione 2010/2011, l'Autorità ha adottato le Linee Guida per la commercializzazione di cui alla delibera 260/09/CONS, commentata nel successivo paragrafo 3.19.

Nonostante gli sforzi normativi e regolamentari, la presenza di costi di investimento estremamente elevati, proprio per l'acquisizione dei contenuti *premium*, rende tale mercato, in Italia ma anche all'estero, particolarmente concentrato (Tabella 2.48). L'offerta a pagamento appare ancora dominata dall'operatore *incumbent* (Sky Italia), con una quota attorno all'80%, anche se si registra, per il 2010, una netta crescita dell'offerta a pagamento sulla piattaforma digitale terrestre, generata dal risultato positivo di Mediaset Premium (che raggiunge il 12% di quota di mercato).

A tale indicatore di maggior concorrenzialità, fanno da contraltare l'uscita, nei primi mesi del 2011, del nuovo operatore a pagamento (sempre in DTT) Dahlia, nonché un certo declino delle offerte degli operatori di telecomunicazioni (in particolare in tecnica DVB-H).

⁷⁷ *Screen Digest* stima che i televisori 3D nel 2014 saranno 56 milioni e l'Italia sarà il 5° paese per la diffusione dopo Usa, UK, Francia e Giappone.

Tabella 2.48. Tv a pagamento – Quote di mercato dei principali operatori (%)

| | Quote di mercato (%) | |
|------------------------------|----------------------|--------|
| | 2009 | 2010* |
| Sky Italia | 81,5% | 79,4% |
| Mediaset | 10,6% | 12,4% |
| Altri operatori | 7,9% | 8,2% |
| Totale | 100,0% | 100,0% |
| Indice di concentrazione HHI | 6.761 | 6.464 |

* Per l'anno 2010, il valore è stimato partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 90% del mercato.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

L'indice di concentrazione Herfindahl Hirschman (HHI), per entrambi gli anni 2009 e 2010, risulta, conseguentemente, elevato, collocandosi oltre la soglia critica di 2.500 punti, indicante un alto tasso di concentrazione del mercato. Tale mercato, che pure, come detto, presenta attualmente una minor rilevanza ai fini della tutela del pluralismo, è caratterizzato da un'estrema concentrazione del proprio assetto, anche se pare convergere da una struttura monopolistica (susseguente all'operazione di concentrazione del decennio scorso tra Stream-News Corp e Telepiù; Commissione europea, caso M.2876, decisione del 2 aprile 2003) ad una lievemente meno concentrata (nell'ultimo anno l'indice HHI appare essere sceso di 300 punti) e con dinamiche di mercato più vivaci.

Di conseguenza, nei mercati televisivi la concentrazione (pari a circa 3.800 punti nella tv in chiaro e 6.500 in quella a pagamento) seppur in diminuzione risulta ancora, nonostante i numerosi ed importanti interventi dell'Autorità che produrranno significativi effetti negli anni a venire, elevata, evidenziando assetti di mercato caratterizzati da costi non recuperabili, barriere all'ingresso, alta vischiosità e *bottleneck* strutturali.

■ 2.2.3. La radio

A partire da questo anno l'Osservatorio dei mezzi di comunicazione nell'ambito della Relazione annuale dell'Autorità comprende anche il settore radiofonico. In tale prospettiva, per la prima volta, in questo paragrafo, dopo una breve analisi del consumo radiofonico da parte dei radioascoltatori, si riporta la valorizzazione economica del settore nel periodo 2009-2010, nella quale, come sarà esplicitato nel prosieguo, per l'anno 2009, si utilizzano i dati di ricavo elaborati nell'ambito del processo di valutazione delle dimensioni economiche del SIC, mentre per il 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di imprese, corrispondente al 65% del totale delle risorse, cui sono state inviate specifiche richieste di informazioni.

Per quanto concerne l'andamento degli ascolti radiofonici, si ricorda, come nonostante gli interventi e le misure adottate dall'Autorità finalizzati, tanto al miglioramento del sistema di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici condotta dalla società di

rilevazione Audiradio, con riferimento al sistema di governance e alle procedure di controllo interno della qualità degli indici di ascolto, quanto alla risoluzione delle criticità emerse in seguito alla pubblicazione dei risultati delle rilevazioni del primo trimestre 2010, successive alla modifica della metodologia di rilevazione intervenuta nel 2009, attualmente la società Audiradio ha sospeso la pubblicazione dei dati degli ascolti riferiti alle emittenti nazionali⁷⁸.

Come noto, la rilevazione dei dati di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione rappresenta un punto di riferimento essenziale per tutti gli operatori del mercato: investitori pubblicitari, emittenti radiofoniche, concessionarie di pubblicità e intermediari nella compravendita di spazi pubblicitari (centri *media*). Le imprese radiofoniche operano nella raccolta pubblicitaria direttamente, ovvero attraverso società concessionarie, per vendere agli inserzionisti i propri spazi pubblicitari. L'*audience* conseguita dall'emittente attraverso la propria programmazione rappresenta una delle variabili che concorrono alla collocazione di spazi pubblicitari sul mercato e alla formazione dei relativi prezzi. Inoltre, i dati sull'ascolto radiofonico sono utilizzati, insieme ad altri strumenti di informazione (audience degli altri mezzi, *database* e *software*) dai centri *media* per pianificare il *media mix* in grado di ottimizzare l'investimento pubblicitario dei propri clienti (cfr. par. 2.2.6). Infine, i dati sui contatti raggiunti dal mezzo radiofonico sono utilizzati dagli investitori pubblicitari per valutare il ritorno sugli investimenti effettuati nonché dagli editori per la valutazione delle performance dei mezzi e come proiezione dei consumatori che possono essere raggiunti dai mezzi.

In ogni caso, in assenza dell'aggiornamento riguardo ai dati di ascolto radiofonici per il 2010, nel prosieguo, si fa, pertanto, riferimento alle risultanze derivanti da un'indagine di mercato inerente il comportamento dei consumatori nella fruizione dei diversi mezzi di informazione condotta dall'Autorità, nell'ambito del procedimento volto alla definizione dei mercati rilevanti del SIC⁷⁹.

Nel dettaglio, con riferimento alle caratteristiche socio-economiche e demografiche dei consumatori del mezzo radiofonico, la radio rappresenta la piattaforma che maggiormente assomiglia, lato utenti, alla televisione anche se, è contraddistinto, oltre che da un profilo di consumo più elitario, da una leggera caratterizzazione maschile e giovanile (soprattutto a partire dalle fasce di età superiori ai 18 anni e fino ai 45 anni)⁸⁰. In particolare, il profilo giornaliero dell'ascolto radiofonico tende a seguire quello televisivo perché effettuato in momenti e luoghi (soprattutto in mobilità o in ufficio) in cui la visione televisiva è impossibilitata. Di conseguenza, la radio si afferma come un mezzo complementare, sia lato utenti, sia sul versante degli inserzionisti, a quello televisivo.

I dati di diffusione dei mezzi di informazione presso il pubblico italiano (di età superiore a 14 anni) evidenziano un dato di penetrazione del mezzo radiofonico nei 30 gior-

78 Delle misure ed interventi adottati dall'Autorità per agevolare il percorso di adeguamento del sistema di rilevazione radiofonica alle prescrizioni e alle raccomandazioni di cui alla delibera n. 75/09/CSP si dà conto nel paragrafo 3.15.

79 Cfr. Allegato A) alla delibera n. 555/10/CONS.

80 La scomposizione della domanda di informazione utilizzata nell'indagine sul consumo dei mezzi di informazione sopra richiamata è stata effettuata seguendo il posizionamento dell'utenza secondo una categorizzazione in classi socio-economico-demografiche, definita Grande Mappa costituita dai seguenti profili: elite, femminile, maschile, giovanile e anziana, marginale (Cfr. allegato A) alla delibera n. 555/10/CONS, p. 82).

ni precedenti la rilevazione pari al 74,7% della popolazione complessiva e un dato di diffusione nei 7 giorni precedenti la rilevazione pari, invece, al 67,6%⁸¹.

Per quanto riguarda il panorama dell'offerta di contenuti radiofonici, la tabella successiva (Tabella 2.49) illustra, gli editori presenti nel settore dell'emittenza nazionale, le relative emittenti radiofoniche nonché le concessionarie che raccolgono la pubblicità su tali emittenti.

Tabella 2.49. *L'offerta radiofonica nazionale*

| Editore | Emittente | Concessionaria |
|--|---|-------------------------|
| RAI Radiotelevisione Italiana | RADIOUNO; RADIODUE; RADIOTRE; ISORADIO; NOTTURNO ITALIANO | Sipra |
| Mondadori (Monradio) | RADIO R101 | Mondadori pubblicità |
| Finelco (partecipazione di RCS Mediagroup) (Radio Studio 105, Rmc Italia e Virgin Radio Italia) | RADIO 105, RMC RADIO MONTECARLO; VIRGIN RADIO | Novenove |
| L'Espresso (Elemidia) | RADIO CAPITAL, RADIO DEEJAY, M2O | Manzoni |
| Il Sole 24 Ore (Nuova Radio) | RADIO 24 | Il Sole 24 Ore |
| RTL 102,500 hit Radio | RTL 102,5 | Openspace |
| Radio Dimensione Suono | RDS 100% GRANDI SUCCESSI | RDS Adv |
| Radio Italia | RADIO ITALIA SOLOMUSICAITALIANA | Manzoni |
| Radio Kiss Kiss | RADIO KISS KISS | Mondadori pubblicità |
| Associazione Radio Maria | RADIO MARIA | |
| Centro di produzione | RADIO RADICALE | |

Fonte: Agcom

L'articolazione dell'offerta radiofonica illustrata in tabella consente di appurare come le emittenti che diffondono il proprio segnale a livello nazionale appartengono a tre principali tipologie di operatori. La prima, concerne i gruppi editoriali multimediali, attivi su più mezzi di comunicazione, verticalmente integrati anche nel versante della raccolta pubblicitaria: RAI, Mondadori, RCS, L'Espresso e Il Sole 24 Ore. Nella seconda, si annoverano gli operatori commerciali indipendenti: RTL, Radio Dimensione Suono, Radio Italia e Radio Kiss Kiss. Le ultime due emittenti affidano, tuttavia, la propria raccolta pubblicitaria rispettivamente alla concessionaria Manzoni e al gruppo Mondadori. L'ultima categoria riguarda le emittenti che si collocano, anche sotto il profilo societario, in un segmento non commerciale di offerta di contenuti di servizio (politico e religioso): Radio Radicale e Radio Maria.

81 Cfr. Allegato A, alla delibera n. 555/10/CONS, tabella 4.3 accesso ai mezzi di comunicazione (marzo 2010).

Accanto alle emittenti nazionali, sono presenti sul mercato una moltitudine di radio locali, con bacini di utenza che vanno dal pluriregionale fino al municipale, che riescono a raggiungere, in alcuni casi, quote di ascolto locale assai rilevanti.

Da un punto di vista delle risorse economiche, la tabella successiva (Tabella 2.50) presenta la ripartizione per tipologia di ricavo degli introiti complessivi riferiti agli anni 2009-2010. Dei 745 milioni di euro attribuibili alla radiofonia, locale e nazionale, 103 derivano dal finanziamento del servizio pubblico, pari ad una quota del 13,8% dei ricavi complessivi; 601 dalla raccolta pubblicitaria, pari all'80,7% dei ricavi complessivi, e 41 da convenzioni e provvidenze erogate dallo Stato (5,5%).

Nel 2010 si segnala, rispetto all'anno precedente, accanto alla crescita pari al 5% del canone, un trend positivo del fatturato pubblicitario, con un incremento maggiore del 7% (in linea con quanto è avvenuto nel comparto televisivo), a dimostrazione della capacità della radio di continuare ad attrarre risorse economiche dal sistema pubblicitario, nonostante la crescita dei consumi dei mezzi innovativi e la maggiore articolazione dell'offerta di contenuti sul mezzo televisivo trainata dai succitati processi di digitalizzazione e dallo sviluppo di nuove infrastrutture trasmissive.

Tabella 2.50. Radio – Ricavi da attività caratteristiche

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|---------------|--------------------|---------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010*** | | |
| Canone* | 98,10 | 103,01 | 5,0% | 13,8% |
| Pubblicità | 558,66 | 601,24 | 7,6% | 80,7% |
| Altro** | 40,66 | 40,66 | 0,0% | 5,5% |
| Totale | 697,42 | 744,91 | 6,81% | 100,0% |

* Allo scopo di pervenire ad una corretta imputazione della quota di canone da attribuire all'attività radiofonica, si è tenuto conto dello schema di contabilità separata della RAI, riferito all'esercizio 2009, e dei relativi aggregati contabili: il canone da attribuire alla diffusione radiofonica è stato calcolato applicando al valore totale una percentuale pari alla quota di costi diretti attribuiti a tale attività sul totale dei costi diretti imputati al servizio pubblico (c.d. aggregato A della contabilità regolatoria).

** Il dato comprende i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2010.

*** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 65% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

L'analisi della posizione dei diversi operatori del mercato (Tabella 2.51) mostra che, nel 2010, non si sono verificate delle variazioni significative degli equilibri di mercato fra gli stessi soggetti rispetto alle quote registrate nell'anno precedente. In particolare, fatta eccezione per il gruppo Rai, primo operatore in termini di ricavi complessivi (21,9%) che ha subito una lieve contrazione nel 2010, per i principali soggetti si sono registrate delle variazioni nulle o positive della propria posizione nel mercato. Fra questi, si segnala, in particolare, la crescita del Gruppo editoriale L'Espresso, terzo operatore del settore radiofonico, che ha ottenuto, nel 2010, un incremento della propria quota di mercato di circa 3 punti percentuali.

Tabella 2.51. Radio – Ricavi complessivi per impresa

| | Quote di mercato (%) | |
|------------------------------|----------------------|--------|
| | 2009 | 2010* |
| Rai | 22,9% | 21,9% |
| Finelco | 10,3% | 10,3% |
| Gruppo Editoriale l'Espresso | 10,1% | 12,9% |
| RTL | 7,7% | 8,2% |
| RDS | 7,1% | 7,1% |
| Mondadori | 3,6% | 3,9% |
| Il Sole 24 Ore | 2,1% | 2,2% |
| Altri operatori | 36,3% | 33,5% |
| Totale | 100,0% | 100,0% |
| Indice di concentrazione HHI | 895 | 924 |

* Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 65% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Il valore e la dinamica dell'indice di concentrazione (HHI), che ha registrato nel 2010 un lieve incremento, rispetto al dato dell'anno precedente, rimanendo tuttavia ben inferiore ai 1.000 punti, confermano la presenza di un assetto di mercato dell'emittenza radiofonica piuttosto frammentato. Tale andamento dell'indice di concentrazione è in linea con i fenomeni che negli ultimi anni hanno investito il settore, già evidenziati dall'Autorità, quali: i) la crescita del numero delle emittenti commerciali nazionali, ii) un processo di aggregazione e concentrazione stimolato dai principali gruppi editoriali, e infine, iii) le acquisizioni di frequenze ed impianti delle emittenti radiofoniche locali da parte delle emittenti nazionali finalizzato al potenziamento del servizio trasmissivo.

Di conseguenza, l'assetto di mercato appare, allo stato, caratterizzarsi per una vivace concorrenza nazionale e per una graduale diminuzione del peso dell'emittenza locale.

■ 2.2.4. L'editoria

Quadro generale

Il pluralismo informativo, come detto, è un principio inerente al sistema dell'informazione, quale comprensivo di tutti i *media*, all'interno del quale la garanzia di una pluralità di voci è essenziale al fine di permettere l'esplicazione della libertà d'informazione, nelle sue componenti attiva e passiva.

Al riguardo, il settore editoriale si è tradizionalmente caratterizzato quale veicolo privilegiato delle istanze pluralistiche di un paese. L'editoria rappresenta infatti uno strumento poderoso di divulgazione di conoscenze, notizie, correnti di pensiero politiche, sociali e culturali, che pongono il cittadino in condizione di informarsi e formare le proprie opinioni, nonché di compiere le conseguenti valutazioni in base ai diversi punti di vista emersi.

L'editoria, dunque, riveste una primaria importanza nella garanzia di un assetto pluralistico, sebbene con una rilevanza piuttosto differenziata in base alle tipologie editoriali: la stampa quotidiana, per la frequenza di pubblicazione e il contenuto che la caratterizza, assume un rilievo centrale nel sistema dell'informazione; l'editoria periodica risulta invece una fonte assai meno influente⁸², mentre l'editoria elettronica, e più in generale il mondo Internet, appare il mezzo del futuro per informare i cittadini.

Il settore editoriale si è infatti trovato negli ultimi anni ad affrontare una trasformazione dovuta all'evoluzione tecnologica, che, per quanto incisiva, non ne ha scalfito comunque la natura di mezzo di informazione fondamentale. Il Parlamento europeo⁸³ ha ricordato che, anche se *"Internet ha notevolmente incrementato l'accesso a diverse fonti di informazione, punti di vista e opinioni, [...] non ha ancora sostituito i mezzi d'informazione tradizionali quale importante formatore dell'opinione pubblica"*.

In Italia la stampa quotidiana registra ridotti tassi di diffusione e si assiste ad una progressiva crescita degli altri mezzi di comunicazione (tv, internet e radio) a scapito delle pubblicazioni cartacee⁸⁴. Questo segnale sembra indicare una minore ricerca di informazione attiva da parte dei cittadini, ampliando invece gli spazi di informazione di tipo passivo e indiretto.

È da rilevare d'altronde che, nonostante la crisi che attraversa il settore editoriale (sulla quale v. *infra*), i giornali quotidiani rimangono il secondo mezzo di informazione per importanza in Italia al fine di acquisire informazioni di attualità internazionale, nazionale e locale. Infatti da un'indagine effettuata nel marzo 2010 dall'Autorità, sulla rilevanza dei mezzi di comunicazione per la tutela del pluralismo⁸⁵, è emerso, come illustrato nella Tabella 2.44 (cfr. par. 2.2.2), che il 61,6% degli individui, in Italia, si informa attraverso la stampa quotidiana. I quotidiani, pertanto, rappresentano il solo mezzo che avvicini la capacità di informare i cittadini della televisione (cfr. par. 2.2.2). In particolare, i quotidiani si connotano come una fonte di elezione per l'informazione locale, mentre su livelli assai minori si collocano i periodici, i quali, essendo utilizzati solo dal 10% degli individui al fine di informarsi, denotano una limitata capacità di contribuire alla formazione dell'opinione dei cittadini.

L'importanza del mezzo stampa al fine di garantire il principio pluralistico è stata ulteriormente riconosciuta anche dal recente intervento del Legislatore in tema di divieto di partecipazioni incrociate nei settori della stampa e della televisione⁸⁶. Infatti

82 I periodici più rilevanti ai fini del pluralismo sono i *newsmagazines* o le pubblicazioni di approfondimento di tematiche generali, politiche, sociali o culturali.

83 Risoluzione del Parlamento europeo del 25 settembre 2008 sulla concentrazione e il pluralismo dei mezzi d'informazione nell'Unione europea (2007/2253(INI)) (2010/C 8 E/16).

84 Tale fenomeno è stato rilevato anche da altri studi recenti: si veda ad esempio l'Ottavo Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione *I media tra crisi e metamorfosi*, 2009.

85 Vedi delibera n. 555/10/CONS.

86 In un primo momento, con il decreto legge del 29 dicembre 2010, n. 225 (cd. "decreto mille proroghe"), convertito in legge il 26 febbraio (la conversione è avvenuta con la legge del 26 febbraio 2011, n. 10) il Legislatore era intervenuto sul divieto, per chi possiede più di una rete televisiva in ambito nazionale, di acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani previsto dall'art. 43 del TUSMAR (L'art. 43 del TUSMAR, dispone che "[i] soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete non possono, prima del 31 dicembre 2010, acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani. Il divieto si applica anche alle imprese controllate, controllanti o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile.") prorogando l'efficacia di tale disposizione al 31 marzo 2011.

ti, anche alla luce delle esortazioni rivolte al Parlamento e al Governo da questa Autorità⁸⁷, il Consiglio dei ministri ha prorogato tale divieto sino al 31 dicembre 2012⁸⁸, proprio al fine di tutelare il pluralismo dell'informazione attraverso la difesa dell'indipendenza della stampa, ed in particolare di quella quotidiana.

Per quanto concerne l'andamento del settore nel suo complesso, questo nel 2009 ha registrato una contrazione, aggravatasi ulteriormente nel corso dell'anno successivo a causa della crisi di natura sia congiunturale, sia strutturale⁸⁹ che ha colpito l'intero comparto (Tabella 2.52).

Tabella 2.52. Ricavi complessivi dell'editoria⁹⁰

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|------------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010*** | | |
| Editoria quotidiana* | 3.121,13 | 2.971,13 | -4,8% | 43,0% |
| Editoria periodica* | 3.422,46 | 3.158,72 | -7,7% | 45,7% |
| Editoria elettronica** | 686,91 | 774,16 | 12,7% | 11,2% |
| Totale | 7.230,50 | 6.904,01 | -4,5% | 100,0% |

* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.

** Il dato è comprensivo dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti e servizi editoriali *on line*, e dalla pubblicità *on line* dell'editoria.

*** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 60% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Nel 2010, i ricavi complessivi del settore ammontano a 6.904 milioni di euro, mostrando una contrazione, rispetto all'anno precedente, che ha riguardato sia l'editoria quotidiana (-4,8%), sia, in particolar modo, quella periodica (-7,7%), che sembra aver subito di più la crisi che ha investito il comparto. A fronte di tali contrazioni, l'editoria elettronica, con un incremento del 12,7%, rappresenta il segmento dove si registrano segnali di crescita, sebbene partendo da valori assoluti ancora piuttosto contenuti (686 milioni di euro nel 2009). Nel 2010, la componente Internet del mondo editoriale ha raggiunto quasi 800 milioni di euro, compensando (ma solo in parte) la perdita della quotidiana e della periodica.

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

88 Cfr. Decreto legge 31 marzo 2011, n. 34.

89 Il settore editoriale italiano ha sempre sofferto di alcune circostanze negative quali, ad esempio, il basso tasso di penetrazione della lettura. Tale fenomeno appare essersi aggravato nell'ultimo triennio a causa della diffusione di nuovi mezzi quali, ad esempio, Internet, divenuto il mezzo privilegiato dalle nuove generazioni.

90 Rispetto ai valori delle precedenti Relazioni Annuali, i dati si riferiscono al complesso del settore editoriale (e non ad un campione dei principali operatori). I valori non sono quindi confrontabili con quelli degli anni precedenti, e ricalcano la metodologia della valorizzazione delle dimensioni economiche del Settore Integrato delle Comunicazioni (cfr. delibera n. 126/11/CONS). Tale avvertenza vale per tutte le tabelle del presente paragrafo.

Analizzando i ricavi derivanti dalle attività caratteristiche (Tabella 2.53), emerge una perdurante riduzione dei ricavi derivanti da vendita di prodotti editoriali cartacei, pari, nell'ultimo anno, al -6,3%. A ciò si aggiunga, il consistente decremento dei ricavi da prodotti collaterali (-22%), i quali, dopo i risultati lusinghieri conseguiti a metà del decennio scorso, appaiono oramai essere oggetto di un declino senza fine. Infine, gli introiti derivanti dalla pubblicità sono rimasti sostanzialmente invariati (-0,1%), anche se tale dato risulta negativo se si considera che si partiva dalla brusca contrazione della pubblicità occorsa, specie nell'editoria, nel 2009.

Tabella 2.53. Editoria – Ricavi da attività caratteristiche

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010*** | | |
| Vendita di copie | 3.424,63 | 3.209,66 | -6,3% | 46,5% |
| Pubblicità | 3.164,65 | 3.162,82 | -0,1% | 45,8% |
| Collaterali* | 499,58 | 389,88 | -22,0% | 5,7% |
| Altro** | 141,65 | 141,65 | 0,0% | 2,0% |
| Totale | 7.230,50 | 6.904,01 | -4,5% | 100,0% |

* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.

** Il dato comprende i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2010.

*** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 60% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Come già sottolineato, l'editoria quotidiana e periodica mostrano una sostanziale contrazione, mentre l'editoria elettronica risulta essere l'unico comparto che ha registrato una consistente crescita, la quale compensa, in parte, la crisi che ha colpito l'editoria cartacea. Gli editori, infatti, hanno mostrato nell'ultimo anno segni di reazione alla crisi investendo nel *web*. A tal riguardo, si rileva che la presenza in rete dei giornali è ad oggi piuttosto estesa con risultati notevoli in termini di utenza. Molte testate hanno infatti sviluppato siti *web* che hanno raggiunto un elevato numero di contatti (cfr. par 2.2.6). In tale ottica, sono stati anche sviluppati una serie di servizi editoriali *on line* su *device*, quali *smartphone* e *tablet*. Da una prima analisi compiuta dall'Autorità emerge come, a dicembre 2010, sono circa 500.000 gli abbonamenti a servizi e testate digitali, di cui un 30% circa attraverso connessioni mobili (tramite *smartphone* e *tablet*).

La seguente tabella (Tabella 2.54) mostra la ripartizione dei ricavi dei principali gruppi editoriali nel settore editoriale, comprensivo dell'editoria quotidiana, periodica ed elettronica.

Tabella 2.54. *Editoria – Ricavi complessivi per impresa (%)*

| | 2009 | 2010* |
|-------------------|--------------|--------------|
| RCS Mediagroup | 13,5 | 13,3 |
| Gruppo L'Espresso | 11,0 | 10,9 |
| Arnoldo Mondadori | 6,8 | 6,9 |
| Il Sole 24 Ore | 5,1 | 5,0 |
| Caltagirone | 3,5 | 3,5 |
| Monrif | 2,8 | 2,9 |
| Condè Nast | 2,3 | 2,5 |
| De Agostini | 1,7 | 1,2 |
| Altri | 53,4 | 54,8 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

* Per l'anno 2010, il valore è stimato partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 60% del settore.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Come si evince dai dati, la struttura del settore editoriale risulta assai dispersa, con la presenza di un gran numero di soggetti di minori dimensioni (quali quotidiani locali, periodici specializzati), e sostanzialmente inalterata nell'ultimo anno.

I quotidiani

Coerentemente con l'andamento del settore, nel 2010 i dati relativi all'editoria quotidiana mostrano (Tabella 2.55), come già rilevato, una complessiva flessione del mercato (-4,8%), che investe in misura maggiore i ricavi derivanti dalla vendita di prodotti collaterali (-26,9%). Tale andamento negativo è riconducibile alla crisi che ha colpito l'intero comparto, testimoniata anche dal decremento dei ricavi derivanti da vendita di copie (-5,9%) e, in misura minore, da pubblicità (-1,1%).

A causa della crisi, il margine operativo lordo delle imprese editoriali di quotidiani ha registrato una drastica riduzione, passando da un valore, nel 2006, pari a circa 283,40 milioni di euro a -30,76 milioni di euro nel 2009⁹¹. Nel 2010, si rileva invece una ripresa della redditività operativa, grazie a politiche di contenimento dei costi, all'aumento dei ricavi derivanti dall'offerta di contenuti editoriali e di pubblicità *on line*, nonché agli intervenuti incrementi dei prezzi di alcune testate cartacee⁹².

91 Cfr. FIEG, *La stampa in Italia 2007-2009*, aprile 2010.

92 Cfr. FIEG, *La stampa in Italia 2008-2010*, aprile 2011.

Tabella 2.55. Editoria quotidiana – Ricavi da attività caratteristiche

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010*** | | |
| Vendita di copie | 1.291,14 | 1.215,16 | -5,9% | 40,9% |
| Pubblicità | 1.500,67 | 1.484,31 | -1,1% | 50,0% |
| Collaterali* | 214,27 | 156,61 | -26,9% | 5,3% |
| Altro** | 115,05 | 115,05 | 0,0% | 3,8% |
| Totale | 3.121,13 | 2.971,13 | -4,8% | 100,0% |

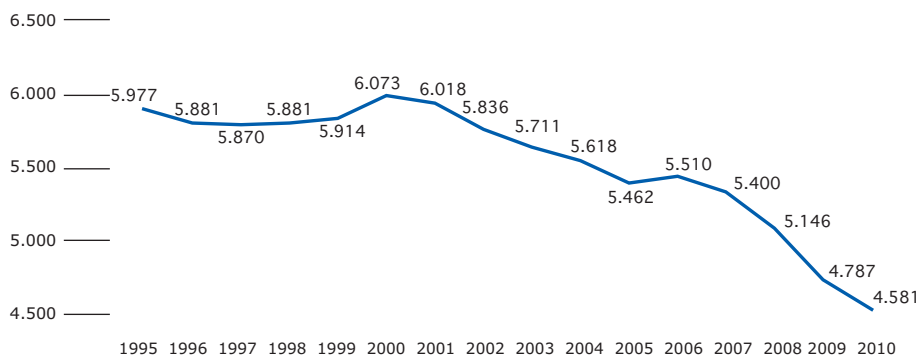
* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.

** Il dato comprende i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2010.

*** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 70% del mercato.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Nonostante i lievi segnali di ripresa, soprattutto nella componente elettronica dei prodotti e servizi, la flessione dei quotidiani cartacei presenta caratteristiche di profonda strutturale, sia in termini di copie vendute, sia, conseguentemente, di ricavi pubblicitari. Come illustrato nel grafico successivo (Figura 2.37), a partire dall'inizio dello scorso decennio le copie vendute sono passate da oltre 6 milioni a circa 4,5 milioni nel 2010, con una flessione costante, se si eccettua il 2006.

Figura 2.37. Vendite medie giornaliere di quotidiani (1995-2010 in migliaia)

Fonte: FIEG, *La stampa in Italia 2008-2010*, aprile 2011

Ancora più marcato è il declino della *free press*, che presenta un andamento decrescente sia in termini di diffusione che in termini di ricavi da pubblicità. Tale comparto ha infatti registrato una decisa contrazione, con ricavi totali che, nel 2009, ammontavano a 83 milioni di euro circa. La stampa gratuita, infatti, basandosi esclusivamente sulla pubblicità, appare aver risentito più degli altri segmenti della crisi, iniziata nella seconda metà del 2008 e aggravatasi, peraltro, nel corso del 2009. Tale andamento ha prodotto la chiusura (e il ridimensionamento) di interessanti esperienze

ze editoriali che erano nate lo scorso decennio, sull'onda della crescita del comparto pubblicitario.

Anche a livello internazionale, la stampa quotidiana ha mostrato una notevole riduzione delle vendite, e, con riferimento alla *free press*, una drammatica contrazione delle copie diffuse, come illustrato nella successiva tabella.

Se la dinamica recessiva del mercato risulta essere generalizzata a livello internazionale, il valore della crisi appare più pregnante in Italia, che presenta valori assoluti di diffusione dei quotidiani decisamente inferiori a Paesi quali Francia, Germania e Regno Unito, ed in linea invece con Nazioni mediterranee, quali Spagna e Grecia (Tabella 2.56).

Tabella 2.56. *Quotidiani – Diffusione media giornaliera nei principali paesi (2008-2009)*

| Paesi | Quotidiani a pagamento | | | Quotidiani gratuiti | | |
|---------------|------------------------|---------------|----------------|---------------------|---------------|----------------|
| | 2008 (000) | 2009 (000) | Δ 2009/2008 | 2008 (000) | 2009 (000) | Δ 2009/2008 |
| Austria | 2.348 | 2.305 | -1,8 | 609 | 564 | -7,4 |
| Belgio | 1.414 | 1.382 | -2,3 | 255 | 252 | -1,2 |
| Canada | 4.295 | 4.117 | -4,1 | 1.577 | 1.502 | -4,8 |
| Danimarca | 1.164 | 1.058 | -9,1 | 986 | 570 | -42,2 |
| Finlandia | 2.127 | 2.049 | -3,7 | 167 | 115 | -31,1 |
| Francia | 7.600 | 7.362 | -3,1 | 2.690 | 2.398 | -10,9 |
| Germania | 20.079 | 19.746 | -1,7 | - | - | - |
| Giappone | 51.491 | 50.353 | -2,2 | 84 | 84 | 0,0 |
| Grecia | 1.205 | 1.100 | -8,7 | 242 | 215 | -11,2 |
| Irlanda | 833 | 767 | -7,9 | 146 | 142 | -2,7 |
| Italia | 5.145 | 4.787 | -7,0 | 4.385 | 4.023 | -8,3 |
| Norvegia | 2.185 | 2.061 | -5,7 | - | - | - |
| Olanda | 3.638 | 3.530 | -3,0 | 1.671 | 1.317 | -21,2 |
| Polonia | 3.690 | 3.168 | -14,1 | 496 | 445 | -10,3 |
| Portogallo | 558 | 533 | -4,5 | 612 | 345 | -43,6 |
| Regno Unito | 15.062 | 14.009 | -7,0 | 2.394 | 2.346 | -2,0 |
| Spagna | 4.165 | 3.915 | -6,0 | 4.119 | 2.609 | -36,7 |
| Svezia | 3.334 | 3.205 | -3,9 | 1.060 | 699 | -34,1 |
| Svizzera | 2.205 | 2.126 | -3,6 | 1.886 | 1.499 | -20,5 |
| Stati Uniti | 48.598 | 46.278 | -4,8 | 2.791 | 2.296 | -17,7 |

Fonte: World Press Trend in FIEG, *La stampa in Italia 2008-2010*, aprile 2011

La scarsa fidelizzazione dei consumatori italiani al quotidiano cartaceo è anche testimoniata dalla limitata percentuale di vendite in abbonamento che ha sempre caratterizzato il nostro Paese (9%), a fronte di Paesi che sfiorano (Francia) o addirittura superano abbondantemente il 50% (Germania; Tabella 2.57).

Tabella 2.57. *Quotidiani – Abbonamenti su totale vendite nei principali paesi (%)*

| Paesi | Vendite in abbonamento | Altri canali (incluse edicole) |
|-----------------|-----------------------------------|---|
| Austria | 71 | 29 |
| Belgio | 52 | 48 |
| Brasile | 49 | 51 |
| Danimarca | 85 | 15 |
| Estonia | 64 | 36 |
| Finlandia | 88 | 12 |
| Francia | 48 | 52 |
| Germania | 65 | 35 |
| Giappone | 95 | 5 |
| Grecia (2008) | 3 | 97 |
| Irlanda | 9 | 91 |
| Italia | 9 | 91 |
| Lussemburgo | 39 | 61 |
| Norvegia | 78 | 22 |
| Olanda | 90 | 10 |
| Polonia | 20 | 80 |
| Portogallo | 4 | 96 |
| Repubblica Ceca | 34 | 66 |
| Slovacchia | 35 | 65 |
| Spagna | 20 | 80 |
| Svezia | 77 | 23 |
| Svizzera | 90 | 10 |
| Stati Uniti | 75 | 25 |
| Turchia | 25 | 75 |
| Ungheria | 65 | 35 |

Fonte: *World Press Trend in FIEG, La stampa in Italia 2008-2010, aprile 2011*

Con riferimento all'offerta di quotidiani in Italia, l'Autorità quest'anno ha proceduto a catalogare l'intera offerta informativa, nazionale e locale, dando conto di tale spettro, in termini sia di tipologia di quotidiani, distinguendo tra testate di informazione, politiche, sportive, economiche, e di altra specializzazione (Tabella 2.58), sia di diffusione dei principali quotidiani sul territorio, distinguendo tra nazionali, pluriregionali, regionali e provinciali (Tabella 2.59)⁹³. Al riguardo, si fa presente che la tabella seguente è predisposta sulla base delle tirature del 2009 e non considera quindi alcune modifiche avvenute lo scorso anno. In particolare, come sopra evidenziato, il 2010 ha rappresentato un anno di ulteriore declino per la *free press*, le cui testate perdono rilevanza, e contemporaneamente un momento di ascesa per altri editori a pagamento (quali la nuova testata *Il Fatto Quotidiano*).

⁹³ A causa della riforma dell'Informativa Economica di Sistema (di cui si dà conto al par. 3.7), i dati sulle tirature dei quotidiani saranno disponibili nell'autunno di quest'anno. La pubblicazione di tali dati non è quindi contenuta nella presente Relazione e rimandata ad altra sede.

Tabella 2.58. Quotidiani in Italia per tipologia

Informazione

- di cui Free Press

| City | DNews | E Polls | In Città e Dintorni | In Città Verona | Leggo | Metro |
|---|--|--|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| - di cui a Pagamento | | | | | | |
| Alto Adige / Corriere delle Alpi / Trentino | Avvenire | BresciaOggi | Buogiorno Campania | Calabria Ora | Corriere | Corriere - quotidiano dell'Irpinia |
| Corriere Adriatico | Corriere del giorno (Puglia e Lucania) | Corriere del Mezzogiorno (anche Bari e Puglia) | Corriere del Trentino | Corriere del Veneto | Corriere dell'Alto Adige | Corriere della Sera |
| Corriere di Caserta | Corriere di Como | Corriere di Livorno | Corriere Fiorentino | Corriere Mercantile | Cronacaqui.it | Corriere di Bologna |
| Dolomiten | Editoriale Oggi | Financial Times | Foggia Sera | Gazeta Shqiptare | Gazzetta del Sud | Cronache del Mezzogiorno |
| Gazzetta di Reggio | Giornale di Bergamo | Giornale di Brescia | Giornale di Sicilia | Il Centro | Il Cittadino oggi | Gazzetta di Parma |
| Il Domani | Il Fatto Quotidiano | Il Gazzettino | Il Gettone | Il Giornale | Il Giornale dell'Umbria | Il Cittadino |
| Il Giornale Nuovo della Toscana | Il Giorno | Il Manifesto | Il Mattino | Il Mattino di Padova | Il Messaggero | Il Nuovo Corriere (FI) |
| Il Nuovo Salernitano | Il Paese Nuovo | Il Piccolo | Il Quotidiano (Calabria) | Il Quotidiano del Golfo | Il Quotidiano del Molise | Il Resto del Carlino |
| Il Sannio Quotidiano | Il Secolo XIX | Il Tempo | Il Territorio | Il Tirreno | Informazione di Parma | Il Giornale di Vicenza |
| L'Altro fax | L'Arena | L'Avanti! | L'Eco di Bergamo | L'Informazione - Il Domani | L'Italiano | Il nuovo Riformista |
| L'Unione Sarda | La Città quotidiana di Salerno e provincia | La Cronaca | La Discussione | La Gazzetta del Mezzogiorno | La Nazione | Il Quotidiano della Basilicata |
| La Nuova Ferrara | La Nuova Sardegna | La Prealpina | La Provincia | La provincia (Cremona) | La Provincia Pavese | Il Quotidiano della Basilicata |
| La Sicilia | La Stampa | La Tribuna di Treviso | La verità | La Voce | La Voce della Città Taranto | L'Adige |
| La voce nuova | Libero | Libertà | Linea | Messaggero Veneto | La Voce di Mantova | L'Umanità |
| Nuovo Corriere Barisera | Nuovo Quotidiano di Puglia | Ottopagine | Polis Quotidiano | Primo piano Molise | Metropolis | La Nuova di Venezia e Mestre |
| Quotidiano di Bari | Quotidiano di Foggia | Quotidiano di Sicilia | Rinascita | | Primorski dnevnik | La Repubblica |
| | | | | | Puglia | La Voce di Romagna |
| | | | | | Nuova Caserta | Nuova Gazzetta di Modena |
| | | | | | | Quotidiano delle regioni |

(segue) **Tabella 2.58. Quotidiani in Italia per tipologia**

| Specializzati | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------------------|---------------------|--|
| <i>- di cui Politici *</i> | | | | | | | |
| Cronache di Liberal Liberazione giornale comunista | Democrazia Cristiana L'Unità | Europa L'opinione delle libertà | Il Denaro Metropoli day | Il Foglio quotidiano Roma | Il Socialista Lab Secolo d'Italia | La Padania Terra | La Voce Repubblicana Zukunft in Südtirol Zis |
| <i>- di cui Economici</i> | | | | | | | |
| Finanza e Mercati | Il Fiorino | Il Sole 24 ore | ItaliaOggi | MF/Milano Finanza | New Bot L'economia in gioco | Ore 12 | |
| <i>- di cui Sportivi</i> | | | | | | | |
| Corriere dello Sport / Stadio | | Gazzetta dello sport | Il Romanista | Tuttosport | | | |
| <i>- di cui Altro (Sindacali, istituzionali, ...)</i> | | | | | | | |
| Conquiste del lavoro Staffetta Quotidiana | Gazzetta aste e appalti pubblici | Impresa artigiana | Io l'impresa | L'avvisatore marittimo | Le scelte del consumatore | Scuola e insegnanti | Scuola Snals |

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

Fonte: Agcom

Le tabelle danno conto della grande varietà del panorama informativo italiano, veicolato dall'editoria quotidiana, sia in termini di numerosità di tale offerta, sia di specializzazione merceologica e territoriale.

Tabella 2.59. Diffusione dei principali quotidiani in Italia (ordinati per tiratura netta annua 2009)*

| Editore | Testata | Tipologia | Diffusione ** |
|---|--|------------------|----------------------|
| Rcs Quotidiani s.p.a. | Corriere della sera | Informazione | Nazionale |
| Gruppo Editoriale L'Espresso | La Repubblica | Informazione | Nazionale |
| Rcs Quotidiani s.p.a. | Gazzetta dello sport | Sportivo | Nazionale |
| Editrice La Stampa | La Stampa | Informazione | Nazionale |
| E Polis s.p.a. | E Polis il Sardegna | Free Press/Pay | Regionale |
| Leggo s.p.a. | Leggo | Free Press | Pluriregionale |
| Corriere dello Sport s.r.l. | Corriere dello sport-Stadio | Sportivo | Nazionale |
| Il Sole 24 ore s.p.a. | Il Sole 24 ore | Economico | Nazionale |
| Società Europea di Edizioni | Il Giornale | Informazione | Nazionale |
| Il Messaggero s.p.a. | Il Messaggero | Informazione | Nazionale |
| Poligrafici Editoriale s.p.a. | Il Resto del Carlino | Informazione | Regionale |
| Nuova Editoriale Sportiva | Tuttosport | Sportivo | Nazionale |
| Editoriale Libero | Libero | Informazione | Nazionale |
| Poligrafici Editoriale s.p.a. | La Nazione | Informazione | Pluriregionale |
| Nuova Iniziativa Editoriale s.p.a. | L'Unità | Politico | Nazionale |
| Avvenire s.p.a. | Avvenire | Informazione | Nazionale |
| Mag editoriale s.r.l. | DNews | Free Press | Pluriregionale |
| Il Gazzettino | Il Gazzettino | Informazione | Regionale |
| Italia Oggi Editori - Erinne s.r.l. | Italia Oggi | Economico | Nazionale |
| Il Mattino s.p.a. | Il Mattino | Informazione | Regionale |
| Società Edizioni e Pubblicazioni s.p.a. | Il Secolo XIX | Informazione | Regionale |
| Finegil editoriale | Il Tirreno | Informazione | Regionale |
| Poligrafici Editoriale s.p.a. | Il Giorno | Informazione | Regionale |
| City Milano s.p.a./ City Italia s.p.a. | City (Milano, Bari, Bologna, Firenze, Genova, Lombardia, Napoli, Roma, Torino, Verona) | Free Press | Pluriregionale |
| New Media Enterprise s.r.l. | Metro | Free Press | Pluriregionale |
| Giornale di Sicilia Editoriale Poligrafica s.p.a. | Giornale di Sicilia | Informazione | Regionale |
| L'Unione Sarda s.p.a. | L'Unione Sarda | Informazione | Regionale |
| Domenico Sanfilippo Editore s.p.a. | La Sicilia | Informazione | Regionale |
| Editoriale la nuova Sardegna | La nuova Sardegna | Informazione | Regionale |
| Società editrice Il Tempo | Il Tempo | Informazione | Pluriregionale |
| S.E.S. s.p.a. | Gazzetta del sud | Informazione | Regionale |
| Il Manifesto | Il Manifesto quotidiano comunista | Informazione | Nazionale |

(segue) **Tabella 2.59.** Diffusione dei principali quotidiani in Italia (ordinati per tiratura netta annua 2009)*

| Editore | Testata | Tipologia | Diffusione ** |
|--|-----------------------------|-------------------|---------------|
| SESAAB s.p.a. | L'Eco di Bergamo | Informazione | Provinciale |
| Soc. Edisud s.p.a. | La Gazzetta del mezzogiorno | Informazione | Regionale |
| Società Athesis s.p.a. | L'Arena | Informazione | Provinciale |
| Editoriale Bresciana s.p.a. | Giornale di Brescia | Informazione | Provinciale |
| Milano Finanza editori s.p.a. | MF/Milano Finanza | Economico | Nazionale |
| Il Foglio quotidiano soc. coop. | Il Foglio quotidiano | Politico | Nazionale |
| La Provincia di Como s.p.a. editoriale | La Provincia | Informazione | Regionale |
| Conquiste del lavoro s.r.l. | Conquiste del lavoro | Altro (sindacale) | Nazionale |

* In base alle tirature rilevate nel corso del 2009.

** In base alla distribuzione territoriale della testata rilevata nel 2009, si definisce:

Nazionale: la testata che presenta una diffusione in tutte le regioni italiane ed in almeno quattro di esse raggiunge una percentuale di diffusione (sul totale della propria tiratura) superiore al 5%.

Pluriregionale: la testata che, pur non avendo una copertura nazionale, presenta una distribuzione diffusa su più di due regioni.

Regionale: la testata che presenta in una singola regione (o in due regioni territorialmente limitrofe) una percentuale di diffusione (sul totale della propria tiratura) superiore al 95%.

Provinciale: la testata regionale che presenta in una singola provincia una percentuale di diffusione (sul totale della propria tiratura) superiore al 90%.

Fonte: Agcom

Si può evidenziare che le testate specialistiche presentano in generale una diffusione piuttosto omogenea sul territorio, mentre la caratterizzazione geografica riguarda specificamente le testate di informazione (un caso a sé è costituito dalla *free press* che presenta generalmente caratteristiche di pluriregionalità data la distribuzione nei maggiori centri urbani). È da rilevare al riguardo che, nonostante la distribuzione limitata ad un'area del paese, alcune testate raggiungono una platea di lettori paragonabile alle testate a diffusione nazionale (Tabella 2.60).

Con riguardo infine all'analisi degli assetti di mercato, la tabella seguente indica le quote dei principali gruppi editoriali. In via preliminare, si rileva che tale mercato appare essere poco concentrato, con un indice HHI inferiore a 1.000 punti. Occorre altresì precisare che, come l'Autorità ha già avuto modo di affermare⁹⁴, per le testate quotidiane la vocazione locale è assai rilevante. Pertanto, se a livello nazionale il mercato dei quotidiani risulta essere poco concentrato, a livello locale, la diffusione di tali testate potrebbe in taluni specifici casi presentarsi più polarizzata, determinando un livello di concentrazione maggiore di quanto non appaia in un'analisi condotta a livello nazionale.

In secondo luogo, due operatori (L'Espresso e RCS) detengono una posizione di *leadership*, raggiungendo congiuntamente una quota pari a circa il 40% del mercato. Essi presentano, inoltre, un ricco portafoglio di prodotti editoriali, sia nazionali che locali (L'Espresso), sia di informazione che specializzati (RCS). Gli altri operatori seguono con quote piuttosto stabili e decisamente inferiori al 10%.

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

Tabella 2.60. *Editoria quotidiana – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)*

| | Quote di mercato (%) | |
|------------------------------|----------------------|--------|
| | 2009 | 2010* |
| Gruppo L'Espresso | 19,4% | 20,0% |
| RCS Mediagroup | 18,9% | 18,6% |
| Caltagirone | 8,0% | 8,4% |
| Monrif | 6,4% | 6,9% |
| Il Sole 24 Ore | 6,3% | 6,1% |
| Editrice La Stampa | 4,1% | 4,6% |
| Società Europea di editori | 2,1% | 2,4% |
| Altri | 34,8% | 32,9% |
| Totale | 100,0% | 100,0% |
| Indice di concentrazione HHI | 936 | 964 |

* Per l'anno 2010, il valore è stimato partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 70% del mercato.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

I periodici

Il mercato italiano dell'editoria periodica si caratterizza per la presenza di numerosi operatori e per un'elevata differenziazione (orizzontale) del prodotto, ancora maggiore di quella che concerne le testate quotidiane. Ciò consente agli editori di coprire un ampio spettro di interessi dei lettori. In particolare, la successiva tabella elenca le diverse tipologie di testate periodiche e mostra, con riferimento a ciascuna categoria, la sua percentuale di penetrazione all'interno della popolazione italiana. La categoria di periodici più letta è quella informativa, seguono i femminili ed i settimanali di gossip e attualità.

Tale dato fa emergere, al contrario dei quotidiani, la già citata limitata capacità dei periodici di porsi come strumento di informazione generale, e ne evidenzia il carattere più di intrattenimento del prodotto editoriale.

Tabella 2.61. *Letture dei periodici per tipologia (2010)*

| | Penetrazione* |
|---------------------------------|----------------------|
| Totale Periodici | 43,2 |
| Attualità/informazione generale | 11,8 |
| Economia | 0,7 |
| Attualità/gossip | 9,6 |
| Femminili | 11,7 |
| Maschili | 1,0 |
| Motori | 4,8 |
| Arredamento/architettura | 6,1 |
| Scienza/ambiente | 7,1 |
| Turismo | 3,5 |
| Cucina/vino | 6,1 |
| Salute | 6,5 |
| Computer/videogames | 2,2 |
| Religione | 1,9 |
| Ragazzi / bambini | 1,7 |
| Cinema, spettacolo e guide tv | 8,7 |
| Sport | 2,6 |
| Moda | 6,5 |
| Astrologia | 0,6 |
| Giardinaggio | 1,9 |
| Altro | 3,9 |

* La somma delle singole voci supera il totale della penetrazione dei periodici (pari al 43,2%) in quanto ad ogni individuo intervistato è stata data la possibilità di indicare tutte le tipologie di periodici lette.

Fonte: indagine Gfk Eurisko per Agcom

Con riguardo all'andamento economico di tale mercato, come sopra esposto, l'editoria periodica, nel 2010, ha registrato una consistente contrazione, con una riduzione dei ricavi pari al -7,7% (Tabella 2.61), dato che si aggiunge al -16% fatto registrare appena un anno prima.

L'analisi dei ricavi relativi alle attività caratteristiche (Tabella 2.62) mostra come anche in tale comparto si sia verificata, rispetto all'anno precedente, una forte riduzione dei ricavi da vendita di copie (-8,49%) e di collaterali (-18,2%), seguita da un decremento significativo dei ricavi da pubblicità (-4,4%).

Tabella 2.62. Editoria periodica – Ricavi da attività caratteristiche

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010*** | | |
| Vendita di copie | 1.820,36 | 1.665,73 | -8,5% | 52,7% |
| Pubblicità | 1.293,43 | 1.236,37 | -4,4% | 39,1% |
| Collaterali* | 285,31 | 233,27 | -18,2% | 7,4% |
| Altro** | 23,36 | 23,36 | 0,0% | 0,7% |
| Totale | 3.422,46 | 3.158,72 | -7,7% | 100,0% |

* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.

** Il dato comprende i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2010.

*** Per l'anno 2010, i ricavi sono stimati partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 50% del mercato.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

A fronte di tale fase recessiva, la struttura di mercato rimane assai poco concentrata (Tabella 2.63). Il valore dell'indice HHI (intorno a 500, il più basso tra i mezzi di comunicazione) mostra, infatti, come il mercato dei periodici presenti un elevato livello di concorrenza. Tuttavia, a causa dell'ampia diversificazione orizzontale che come detto caratterizza le testate periodiche, alcuni operatori potrebbero detenere posizioni di forza economica in alcuni specifici segmenti di mercato.

Da un punto di vista delle quote, il gruppo Mondadori risulta decisamente in posizione di *leadership*, anche se con una quota del 15%; seguono RCS Mediagroup, Condè Nast, Hachette Rusconi, L'Espresso e Cairo.

Tabella 2.63. Editoria periodica – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)

| | Quote di mercato (%) | |
|------------------------------|----------------------|---------------|
| | 2009 | 2010* |
| Mondadori | 14,2% | 15,2% |
| RCS Mediagroup | 9,4% | 9,6% |
| Condè Nast | 4,8% | 5,3% |
| Hachette Rusconi | 4,7% | 5,2% |
| Gruppo L'Espresso | 4,6% | 4,6% |
| Cairo | 3,2% | 3,1% |
| De Agostini | 3,5% | 2,6% |
| Il Sole 24 Ore | 3,0% | 2,9% |
| Altri | 52,5% | 51,4% |
| Totale | 100,0% | 100,0% |
| Indice di concentrazione HHI | 467 | 505 |

* Per l'anno 2010, il valore è stimato partendo dal fatturato realizzato da un campione rappresentativo di circa il 50% del mercato.

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

■ 2.2.5. Internet

Quadro generale

L'Italia, anche se in ritardo rispetto ad altri paesi, sta assistendo ad una rapida, seppur incompleta, trasformazione digitale della propria economia, con conseguenze notevoli sia sul piano economico sia sociale⁹⁵.

Tabella 2.64. Internet – Utenti attivi (gennaio 2011)

| Paese | Utenti attivi (milioni) |
|-------------|-------------------------|
| Stati Uniti | 197,8 |
| Francia | 40,0 |
| Regno Unito | 38,4 |
| Spagna | 26,9 |
| Germania | 47,0 |
| Italia | 25,8 |

Fonte: Audiweb

L'utilizzo di Internet in Italia, infatti, risulta ancora molto al di sotto rispetto alle altre economie (Tabella 2.64), ma presenta altresì una decisa e costante crescita. Secondo i dati Audiweb, nel 2010, l'accesso ad Internet ha riguardato circa il 69,7% degli individui tra gli 11 e i 74 anni (circa 33 milioni), con un incremento del 7,9% rispetto all'anno precedente: non solo crescono i collegamenti da casa (+14%), ma soprattutto quelli da apparecchiatura mobile (*smartphone* in particolare, con un +44,4%).

Parallelamente, gli utenti attivi sono cresciuti, passando dal 42,5% al 47,2% della popolazione (da 23 a quasi 26 milioni; Tabella 2.65), con una differenza di genere (50,9% per gli uomini, 43,6% per le donne) ma soprattutto di età: sono, infatti, le fasce giovani della popolazione a fruire della connessione. I giovani tra i 18 e i 24 anni (1,3 milioni) restano più tempo *on line*, con 2 ore di tempo speso nel giorno medio e 262 pagine viste per persona, a fronte rispettivamente di 1 ora 36 minuti e 192 pagine per gli utenti tra i 35 e i 54 anni. Si assiste d'altra parte ad un'evoluzione nella fruizione di Internet, che registra contestualmente un aumento dei bambini *on line* (+29,6% tra i 2 e gli 11 anni) e degli *over 45* (+18,8% tra i 45 e i 54 anni).

⁹⁵ Un recente studio ("Fattore Internet" Come Internet sta trasformando l'economia italiana" Boston Consulting Group per Google, Aprile 2011) ha evidenziato come le piccole e medie imprese che usano internet attivamente crescono più in fretta, raggiungono più facilmente una clientela più internazionale, assumono più persone e sono più produttive rispetto alle aziende non attive sul web. Inoltre, tale rapporto fornisce una misura dell'*Internet economy* italiana pari a 31,6 miliardi di euro nel 2010 (2% del prodotto interno lordo), prevedendo che nel 2015 tale comparto rappresenterà tra il 3,3% e il 4,3% del PIL.

Tabella 2.65. La fruizione di internet in Italia

| Audience online | gen-10 | gen-11 | Δ |
|---|---------------|---------------|------------------|
| | | | 2011/2010 |
| Utenti connessi a internet (000) | 32.990 | 36.974 | 12,1% |
| Utenti attivi nel mese (000) | 23.156 | 25.849 | 11,6% |
| Utenti attivi nel giorno medio (000) | 11.307 | 12.583 | 11,3% |
| Pagine viste nel giorno medio per persona | 181 | 201 | 10,9% |

Fonte: Audiweb

Nell'analisi dinamica di Internet in Italia, si assiste ad un'evoluzione in parte comune alle altre economie⁹⁶, in parte caratterizzata da alcune peculiarità nazionali, come, da un lato, la scarsa alfabetizzazione informatica delle famiglie italiane, e, dall'altro lato, la enorme potenzialità della comunicazione in mobilità e una diffusione dei *social network* ancora più marcata che altrove.

Il *mobile internet* è, come detto, la tecnologia con la crescita più veloce a livello mondiale, e in generale riguarda i giovani molto più delle altre generazioni. L'Italia, in particolare, presenta la più alta percentuale di penetrazione degli *smartphone* tra i giovani (il 47% tra i ragazzi di 15-24 anni; dati Nielsen); conseguenza ne è una enorme potenzialità di sviluppo dell'accesso in mobilità.

Sulla base delle caratteristiche socio-economiche e demografiche dell'utenza, Internet si contraddistingue quindi come un mezzo distinto dagli altri *media*; esso non costituisce una piattaforma alternativa attraverso la quale veicolare contenuti, ma un vero e proprio mezzo di comunicazione, che offre prevalentemente contenuti ideati specificamente per la rete, ha un proprio peculiare bacino di utenti, e soddisfa la domanda di distinte categorie di inserzionisti.

A riprova di tale circostanza, gli operatori attivi su Internet sono soprattutto società nate sulla rete, mentre le imprese operanti su comparti limitrofi (telco, software e *media* classici) hanno dovuto subire un vero processo di riconversione (con la creazione di nuovi prodotti e servizi) per affermarsi sul nuovo mezzo.

Al riguardo, la successiva tabella riporta i risultati di *audience* (in termini di numero di utenti unici su quelli attivi e sull'universo, minuti di traffico, pagine consultate in valore assoluto e per utente) calcolati per i primi dieci gruppi (*parent*)⁹⁷ che operano sul *web*. Come si evince dai dati, il *leader* del mercato risulta essere Google, presente sui motori di ricerca oltre che su altri siti di intrattenimento (quali YouTube), che raggiunge oltre il 90% degli utenti attivi ed il 42% della popolazione totale. Più in generale tra i primi dieci gruppi, sei sono operatori internet puri (oltre a Google, anche Facebook, Yahoo!, Banzai, Wikipedia, ed eBay), una società proviene dal software (Microsoft), due dalle telco (Telecom Italia e Wind, peraltro anche grazie alle storiche acquisizioni dei portali Virgilio e Libero), ed una dai *media* classici (RCS).

96 Anche sotto il profilo dell'*e-commerce*, in cui l'Italia è più arretrata rispetto ad altri paesi, si è assistito ad una crescita notevolissima. Si pensi ad esempio, al sito *Groupon*, che a febbraio 2009 non esisteva, e, a distanza di due anni, è diventato il 23esimo sito più visitato.

97 Secondo la definizione Audiweb, *parent* o *property* è il più alto livello di aggregazione di un insieme di siti, di domini, di *brand* e di *channel* (ne sono esempi: Google, Yahoo!, Wind Telecomunicazioni, Seat Pagine Gialle). Il *parent* fa generalmente capo ad un'azienda, organizzazione, agenzia di governo, gruppo privato o altra istituzione che abbia la proprietà di oltre il 50% di ciascun dominio e/o URL.

Tabella 2.66. Le prime 10 società sul web in termini di audience (febbraio 2011)⁹⁸

| | Active Reach | Universe Reach | Minuti (000) | Pagine viste (000) | Pagine per utente |
|------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|--------------------------|
| Totale | 100,0% | 46,4% | 35.050.068 | 72.621.787 | 2.863 |
| Google | 91,8% | 42,6% | 3.424.802 | 7.958.355 | 341,7 |
| Microsoft | 77,4% | 35,9% | 2.052.869 | 1.786.272 | 91,0 |
| Facebook | 76,2% | 35,3% | 10.250.108 | 24.390.113 | 1.262,3 |
| Telecom Italia | 57,3% | 26,6% | 580.155 | 1.329.744 | 91,5 |
| Yahoo | 54,0% | 25,0% | 528.378 | 1.111.679 | 81,2 |
| Banzai | 48,7% | 22,6% | 180.095 | 431.639 | 34,9 |
| Wind Telecomunicazioni | 48,2% | 22,3% | 901.142 | 2.137.455 | 174,9 |
| Wikimedia Foundation | 47,8% | 22,2% | 172.640 | 232.363 | 19,2 |
| RCS MediaGroup | 38,2% | 17,7% | 376.275 | 596.317 | 61,5 |
| eBay | 37,6% | 17,4% | 675.222 | 1.571.448 | 165,0 |

Fonte: Audiweb

Internet e l'informazione

Internet, anche in assenza di un quadro normativo certo di riferimento, sta assumendo una rilevanza sempre crescente anche sotto il profilo del pluralismo. È ormai il terzo mezzo attraverso cui informarsi, nonostante sia ancora in termini percentuali distante dalla televisione e dai quotidiani⁹⁹.

La presente analisi estenderà, quindi, la propria osservazione alle nuove forme di comunicazione, pur mantenendo un'attenzione privilegiata agli ambiti previsti dal vigente contesto normativo: editoria elettronica e servizi *media* audiovisivi (SMA) per il tramite di internet.

Al riguardo, la seguente tabella (Tabella 2.67) mostra come i cittadini su internet non solo si informano attraverso le fonti di informazione dei *media* classici, ma fanno molto affidamento (in misura percentualmente anche maggiore: 73% a fronte di circa il 50%) sui nuovi operatori: portali, aggregatori, blog, social network¹⁰⁰.

⁹⁸ In considerazione delle specificità del mezzo, il dato di audience non viene misurato anche in termini di media annuale, ma mese per mese. Di conseguenza, in questa sede, si riporta l'ultimo dato disponibile al momento della redazione riferito a febbraio 2011.

⁹⁹ Si veda al riguardo la Tabella 2.44 del paragrafo 2.2.2.

¹⁰⁰ Al riguardo, è da rilevare il caso di Wikileaks, esploso nel 2010, che ha stravolto il mondo dell'informazione tradizionale, ponendo in termini drastici la questione della trasparenza, e sollevando quesiti sul ruolo dell'informazione nelle moderne economie digitali.

Tabella 2.67. Utilizzo delle fonti di informazione online (2010 in % individui che si informano su internet)

| | | Incidenza sul totale* |
|--------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Fonti tradizionali | Editoria elettronica | 49,5 |
| | Quotidiani <i>on line</i> | 46,2 |
| | Periodici <i>on line</i> | 8,0 |
| | Agenzie di stampa | 23,2 |
| | Televisioni e Radio | 13,5 |
| | Totale | 65,9 |
| Nuovi operatori | Aggregatori di notizie e portali | 55,2 |
| | <i>Social network</i> | 19,6 |
| | Blog | 8,9 |
| | Altro | 9,7 |
| | Totale | 72,9 |

* I valori sono calcolati sul totale degli utenti che dichiarano di informarsi su internet nei tre mesi precedenti la rilevazione. La somma delle singole voci supera il 100% in quanto ad ogni individuo intervistato è stata data la possibilità di indicare tutte le fonti di informazione *on line* che utilizza.

Fonte: Agcom

Tuttavia, al riguardo, è da segnalare che, alcuni dei nuovi operatori (ad esempio Google News), aggregano su un medesimo portale le notizie derivanti da diversi siti di fonti tradizionali, quali quotidiani e periodici. Di conseguenza, l'analisi delle fonti di informazione deve prendere in considerazione anche gli effetti indiretti dovuti a tali legami.

Per approfondire l'analisi sotto questo profilo sono interessanti i dati sui siti maggiormente seguiti, e come sono cambiate nel tempo le abitudini di navigazione degli utenti, con un raffronto degli ultimi due anni. Dalle rilevazioni Audiweb emerge che tra i primi dieci siti per numero di utenti unici, a febbraio 2011, non rientra nessun sito di editori che provengono dall'area classica. Il primo di tali siti è La Repubblica *on line* che si situa al 13simo posto, seguito al 14simo posto dal Corriere della Sera (*corriere.it*). Il sito successivo di informazione proveniente dagli editori operanti nell'area classica è il TGC.COM al 25simo posto (vedi successiva Tabella 2.69).

È da rilevare d'altronde, la presenza di portali che forniscono informazioni di varia natura (Wikipedia risulta al nono posto in tale classifica) e di aggregatori di *blog* (il sito Blogger, decimo posto, che prima si chiamava Blogspot, ospita attualmente tra i 15 ed i 20 milioni di *blog*).

I portali generalisti giocano ancora un ruolo rilevante con un'offerta variegata sia a livello nazionale (Virgilio, Libero e Leonardo), che internazionale (MSN, Yahoo).

Tabella 2.68. I primi 15 siti sul web in termini di audience

| Brand | Gennaio 2009 | | | Brand | Gennaio 2011 | | |
|---------------|----------------|--------------|------------------|---------------------|----------------|--------------|------------------|
| | Audience (000) | Active Reach | Tempo per utente | | Audience (000) | Active Reach | Tempo per utente |
| Total | 20.685 | 100% | 22:19:23 | Total | 25.849 | 100% | 25:13:14 |
| Google | 18.365 | 88,8% | 01:38:57 | Google | 23.532 | 91,0% | 01:39:36 |
| MSN | 15.223 | 73,6% | 04:40:34 | Facebook | 20.046 | 77,6% | 09:27:43 |
| Microsoft | 13.049 | 63,1% | 01:00:42 | MSN | 17.398 | 67,3% | 01:39:12 |
| Virgilio | 12.072 | 58,4% | 00:45:15 | YouTube | 16.151 | 62,5% | 01:05:15 |
| Facebook | 11.520 | 55,7% | 05:58:07 | Yahoo | 14.550 | 56,3% | 00:41:50 |
| Yahoo | 11.222 | 54,2% | 00:44:18 | Virgilio | 14.496 | 56,1% | 00:39:50 |
| Libero | 10.490 | 50,7% | 01:00:25 | Microsoft | 14.188 | 54,9% | 00:53:37 |
| YouTube | 9.900 | 47,9% | 00:57:00 | Libero | 13.147 | 50,9% | 01:12:44 |
| Wikipedia | 9.474 | 45,8% | 00:15:52 | Wikipedia | 13.104 | 50,7% | 00:21:14 |
| eBay | 9.384 | 45,4% | 01:06:13 | Blogger | 10.472 | 40,5% | 00:11:17 |
| Blogger | 7.543 | 36,5% | 00:08:21 | Leonardo.it | 9.454 | 36,6% | 00:10:45 |
| Leonardo.it | 7.361 | 35,6% | 00:15:23 | eBay | 9.186 | 35,5% | 01:02:20 |
| eMule | 6.717 | 32,5% | 01:34:23 | La Repubblica | 8.292 | 32,1% | 00:43:23 |
| La Repubblica | 6.336 | 30,6% | 00:35:22 | Corriere della Sera | 7.781 | 30,1% | 00:38:19 |
| SeatPG | 6.297 | 30,4% | 00:07:30 | Skype | 7.508 | 29,0% | 01:49:40 |

Fonte: Audiweb

Gli attori più importanti sono però Google e Facebook. In particolare, quest'ultimo, che è il *social network* più diffuso, che negli ultimi due anni si è affermato in modo straordinario, in linea con quanto accaduto a livello mondiale, ma con peculiarità italiane. Non solo, infatti, ha visto quasi raddoppiare i propri utenti unici (da 11 a 20 milioni), ma è aumentato anche il tempo medio per utente, che, oggi, raggiunge un livello (quasi 9 ore e mezza) che non ha eguali tra gli altri siti. In definitiva, Facebook in due anni è diventato il secondo sito più visitato, con la permanenza e l'attività media più alta e con una penetrazione pari al 78% degli utenti attivi. Con questi dati non sorprende che l'Italia è la prima nazione al mondo, insieme al Brasile, per penetrazione dei *social media* (86% secondo i dati Nielsen), seguita poi dalla Spagna con il 79%.

L'evoluzione di internet, identificata con la locuzione web 2.0, ha condotto ad uno spiccato livello di interazione tra il sito e l'utente, che si è trovato a passare dalla possibilità di una mera consultazione (seppure supportata da efficienti strumenti di ricerca, selezione e aggregazione) alla possibilità di contribuire alimentando il *web* con propri contenuti. Questi sviluppi hanno coinvolto il sistema informativo e attualmente le stesse testate giornalistiche *on line* utilizzano i *social network* e le piattaforme di *microblogging* come strumento di diffusione della notizia oltre che come fonte per l'aggiornamento in tempo reale delle informazioni (informazione verticale). Tali piattaforme rappresentano quindi, nuove fonti di informazione e nuovi canali di diffusione delle notizie, così come diventano il mezzo attraverso cui veicolare il cosiddetto giornalismo partecipativo (*citizen journalism*), una nuova forma di giornalismo che vede la partecipazione attiva dei lettori, anche in veste di fornitori di notizie, grazie alla natura inte-

rattiva dei nuovi *media* e alla possibilità di collaborazione tra moltitudini offerta da internet.

Parallelamente gli inserzionisti di pubblicità utilizzano sempre più la prerogativa dell'interattività e il carattere di condivisione di tale mezzo per effettuare campagne di comunicazione per i propri prodotti che raggiungono un elevato livello di *targetizzazione* (difficilmente replicabile dagli altri *media*).

Altro fenomeno di interesse per l'Autorità, ed in profonda ascesa, è la crescente fruizione di video: YouTube, già in ottava posizione a gennaio 2009, attualmente è il quarto sito più visitato e raggiunge il 62,5% di utenti attivi, rispetto al 47,9% di due anni fa. Al riguardo, uno studio internazionale di IAB evidenzia come, sempre di più, televisione e Internet siano collegati¹⁰¹, sia nel senso che sono fruiti contemporaneamente, sia nel senso che i contenuti televisivi vengono fruiti *on line*. A questo riguardo si segnala che le categorie di siti che sono cresciute di più¹⁰² negli ultimi tre anni (nel periodo dicembre 2007 – dicembre 2010), in termini di penetrazione sul totale dei navigatori attivi, sono proprio i video/film (+19,5%), seguiti dalle *member communities* (+16,8%) e dai giochi *on line* (+15,9%).

Da tali dati emerge con chiarezza l'evoluzione delle preferenze dei cittadini, che utilizzano sempre più Internet per comunicare, per informarsi (anche attraverso nuove fonti, non necessariamente paragonabili a quelle tradizionali), per l'intrattenimento (anche quello audiovisivo) oltre che per comprare in maniera più consapevole.

Analizzando in particolare il tema legato all'informazione, si riscontra una maggiore attenzione degli editori classici verso le nuove tecnologie digitali e le nuove modalità di fruizione dell'informazione. Al riguardo, come si è visto nei paragrafi precedenti, nel corso dell'ultimo anno, editori ed emittenti (sia nazionali che internazionali) hanno cominciato a proporre nuovi servizi e prodotti, incluse applicazioni "always on" anche attraverso le nuove tecnologie mobili (*net PC, tablet, smartphone, ecc.*), con l'effetto di ampliare l'offerta informativa e di intrattenimento adeguandola al nuovo e diverso mezzo. Spesso la formula proposta è in abbonamento (sia per la stampa che per gli SMA), mentre risultano meno sviluppate, almeno in Italia, forme più flessibili di fruizione (associabili ai micropagamenti).

Questa maggiore attenzione alle tecnologie digitali da parte degli editori si riflette in termini di *audience*. Considerando i soli siti di editori che provengono dalle aree tradizionali dell'informazione e della comunicazione, si rileva che, pur non essendo tra i primi siti più visitati (come evidenziato in precedenza), registrano un'evoluzione positiva, in crescita.

101 Cfr. *Rapporto IAB - Internet Advertising Revenue 2010*. Dal rapporto emerge che il 61% degli intervistati guarda la televisione mentre naviga in Internet, mentre il 66% dichiara di aver visto contenuti televisivi o film su web: il 53% sui siti delle emittenti, il 45% su YouTube, il 9% su altri siti. Dallo stesso studio emerge che le campagne pubblicitarie congiunte su Internet e televisione, mostrano un'efficacia maggiore in tutte le categorie merceologiche analizzate e su tutte le marche, con un incremento di efficienza del 18%.

102 Classificazione sulla base delle 30 categorie più visitate.

Tabella 2.69. I primi 15 siti degli operatori dei media classici
(gennaio 2009 – gennaio 2011)

| Brand | Gennaio 2009 | | | Brand | Gennaio 2011 | | |
|-------------------------|--------------|-------------------|---------------------|-------------------------|--------------|-------------------|---------------------|
| | Rank | Audience (000) | Tempo per utente | | Rank | Audience (000) | Tempo per utente |
| La Repubblica | 14 | 6.336 | 00:35:22 | La Repubblica | 13 | 8.292 | 00:43:23 |
| Corriere della Sera | 16 | 5.694 | 00:29:19 | Corriere della Sera | 14 | 7.781 | 00:38:19 |
| Mediaset.it | 24 | 4.584 | 00:27:46 | TGCOM | 25 | 5.294 | 00:16:55 |
| Fox Interactive Media | 27 | 3.968 | 00:16:11 | Rai | 29 | 5.008 | 00:14:32 |
| Rai | 29 | 3.921 | 00:10:56 | Mediaset.it | 39 | 3.988 | 00:13:20 |
| La Gazzetta dello Sport | 39 | 3.159 | 00:24:45 | La Gazzetta dello Sport | 43 | 3.808 | 00:23:35 |
| Il Sole 24 ORE | 50 | 2.735 | 00:12:58 | SKY.it | 47 | 3.433 | 00:11:08 |
| SKY.it | 56 | 2.465 | 00:09:38 | Il Sole 24 ORE | 48 | 3.364 | 00:09:55 |
| La Stampa.it | 86 | 1.765 | 00:14:40 | ANSA | 49 | 3.271 | 00:15:24 |
| Donna Moderna | 91 | 1.663 | 00:06:46 | Fox Interactive Media | 61 | 2.824 | 00:05:36 |
| Il Giornale | 131 | 1.207 | 00:09:06 | La Stampa.it | 63 | 2.767 | 00:19:11 |
| Quattroruote | 138 | 1.147 | 00:12:03 | VideoMediaset | 64 | 2.759 | 00:14:27 |
| Mondadori | 150 | 1.080 | 00:04:53 | Donna Moderna | 88 | 2.279 | 00:07:06 |
| Il Messaggero | 172 | 975 | 00:10:02 | Quotidiani Espresso | 110 | 1.942 | 00:07:13 |
| Il Tempo | 175 | 967 | 00:02:41 | Il Giornale | 111 | 1.913 | 00:15:30 |

Fonte: Audiweb

Dall'analisi dei dati riportati in Tabella 2.69, si conferma la crescita, in termini sia *audience*, sia di *ranking* dei maggiori siti editoriali e audiovisivi nazionali.

Le risorse economiche

Tutti gli operatori presenti in rete competono, allo stato, principalmente dal lato della vendita di spazi pubblicitari agli inserzionisti, che rappresenta ancora di gran lunga la principale fonte di ricavo per chi opera in tale settore, considerato che molti servizi e prodotti sono fruibili gratuitamente da parte degli utenti. Infatti, come visto in precedenza, le offerte di prodotti e servizi web editoriali e di intrattenimento a pagamento sono ancora in fase di *start-up*.

Il settore della raccolta pubblicitaria *online* è stato finora considerato generalmente in modo unitario (con un'eventuale distinzione tra segmento *search* e *non search*) ed è individuato in maniera distinta dai mercati della raccolta pubblicitaria sugli altri mezzi di comunicazione.

In particolare, la pubblicità *online* si caratterizza per la capacità di individuare e raggiungere efficientemente specifici *target* di utenti e per la possibilità di misurare

puntualmente l'efficacia dell'inserzione, con conseguenze dirette sulle modalità di definizione e sull'entità dei prezzi delle inserzioni.

Gli investimenti pubblicitari *on line* sono cresciuti anche nel periodo di maggiore crisi e continuano a crescere, un fenomeno che contribuisce certamente all'accelerazione dello sviluppo del mezzo in Italia. Nonostante questa notevole crescita, il livello degli investimenti pubblicitari *online* in Italia è ancora di dimensioni contenute rispetto ad altri paesi, in particolare se confrontati con i cosiddetti "Big 5" (USA, Regno Unito, Francia, Germania, Spagna).

Nella pubblicità *on line* è possibile distinguere le inserzioni in base alla tipologia di messaggio pubblicitario, e l'Autorità, sulla base dei dati forniti dai principali operatori che operano in Internet e sulla base dei dati FCP, Nielsen e IAB, ha proceduto a stimare il settore della pubblicità *on line* in Italia, distinguendo tra pubblicità *search*, *display* e di altra tipologia, includendo in quest'ultima categoria sia l'*affiliate (classified/directories/performance)* sia i progetti e le iniziative speciali. In via preliminare, occorre osservare come tale stima rappresenti una rappresentazione in valore per difetto degli investimenti pubblicitari *on line*, visto che considera solo gli operatori maggiori, rilevati (o stimati) da FCP/Nielsen e dall'Autorità¹⁰³.

Tabella 2.70. Stima della distribuzione della raccolta pubblicitaria online per categoria

| | Ricavi (Mln. euro) 2009 | Incidenza sul totale % | Ricavi (Mln. euro) 2010 | Incidenza sul totale % | Δ 2010/2009 |
|---------------|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------------|
| Display | 325,15 | 39,8% | 400,74 | 40,3% | 23,2% |
| Search | 261,69 | 32,0% | 325,98 | 32,7% | 24,6% |
| Altro | 230,68 | 28,2% | 268,88 | 27,0% | 16,6% |
| Totale | 817,52 | 100% | 995,60 | 100% | 21,8% |

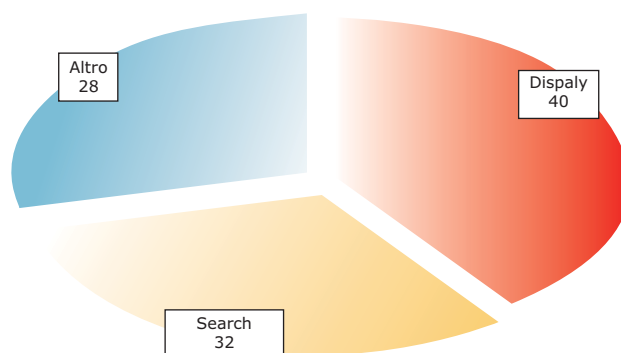
Fonte: elaborazioni Agcom su dati FCP, IAB, Nielsen e aziendali

Il mercato della raccolta pubblicitaria *online* in Italia, nel 2010, è stimato pari a 995 milioni di euro, a fronte degli 817 milioni all'anno precedente, con un incremento di circa il 22%.

In Italia, la quota maggiore di investimenti *on line* è appannaggio della pubblicità di tipo *display* con una proporzione pari al 40% e con una distribuzione abbastanza equidistribuita della quota rimanente. Di contro, in un mercato evoluto come quello statunitense, quasi la metà degli investimenti pubblicitari *on line* sono di tipo *search*, mentre il *display* è confinato ad una quota minoritaria (22%) (per un confronto si veda Figura 2.38).

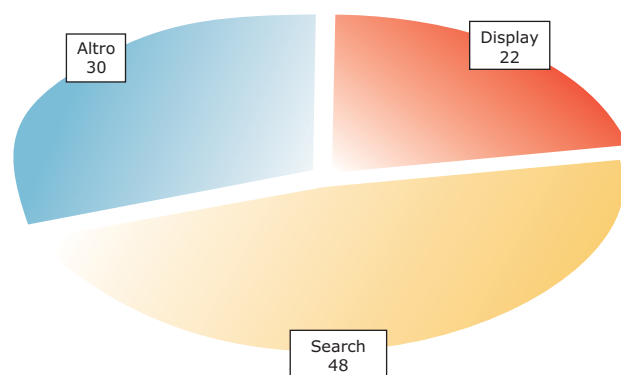
103 Le società analizzate sono: ADLink, Arcus, Banzai, Buongiorno, Class, Condè Nast, Dada, Finelco, Google, Hachette, Il Sole 24 Ore, Leonardo, Manzoni, Matrix, Mediamond, Microsoft, Publi-kompass, Publitalia, RCS, Reed, SEAT, Sky, Sipra, SPE, Sportnetwork, Tag, TGA-DV, Tiscali, WebAds, Wind Libero, Yahoo.

■ **Figura 2.38.** Distribuzione degli investimenti pubblicitari online in Italia nel 2009



Fonte: IAB - Internet Advertising Revenue Report

■ **Figura 2.39.** Distribuzione degli investimenti pubblicitari online negli Stati Uniti nel 2009



Fonte: IAB - Internet Advertising Revenue Report

Dal punto di vista concorrenziale, il mercato appare piuttosto concentrato, presentando un indice HHI (vedi Tabella 2.71) superiore a 2.000 punti e tendenzialmente in aumento¹⁰⁴. Andando ad analizzare i dati in maggior dettaglio si osserva come la maggior parte dei ricavi sia appannaggio degli operatori *web* che raccolgono oltre il 60% delle risorse pubblicitarie. Ciò è in linea con quanto osservato precedentemente circa i livelli di *audience* dei vari gruppi societari che operano in rete.

Tuttavia, forte appare il ruolo degli editori, che riescono a sfruttare la propria strutturata capacità di vendita delle inserzioni (attraverso le concessionarie di pubblicità classiche), mentre ancora minoritario, seppur in decisa crescita, è la capacità di vendita di inserzioni negli SMA.

¹⁰⁴ Peraltro è da considerare che tale valore risulta leggermente sovrastimato poiché include solo i maggiori operatori e non considera (se non allorché intermediati dalle concessionarie maggiori) la frangia frammentata delle società web di piccola e piccolissima dimensione.

Tabella 2.71. Stima del settore della raccolta pubblicitaria online in Italia

| | Ricavi (Mln. euro) | | | Quote (%) | |
|---------------------------------|--------------------|--------|-------------|-----------|--------|
| | 2009 | 2010 | Δ 2010/2009 | 2009 | 2010 |
| Operatori <i>media</i> classici | 319,45 | 390,29 | 22,2% | 39,1% | 39,2% |
| Operatori editoria elettronica | 118,75 | 144,39 | 21,6% | 14,5% | 14,5% |
| Operatori SMA | 4,50 | 14,38 | 219,5% | 0,6% | 1,4% |
| Operatori annuaristica | 196,20 | 231,52 | 18,0% | 24,0% | 23,3% |
| Operatori internet | 498,07 | 605,31 | 21,5% | 60,9% | 60,8% |
| Totale | 817,52 | 995,60 | 21,8% | 100,0% | 100,0% |
| Indice di concentrazione HHI | | | | 2.047 | 2.140 |

Fonte: elaborazioni Agcom su dati FCP, IAB, Nielsen e aziendali

■ 2.2.6. La pubblicità

L'analisi dell'offerta di pubblicità attraverso i mezzi di comunicazione, sia classici, sia innovativi è stata sviluppata in modo articolato nei paragrafi precedenti. In questa parte si riporta, pertanto, una sintesi dei ricavi pubblicitari realizzati nel periodo 2009-2010 articolata per mezzi classici e internet, per poi focalizzare l'attenzione sulla struttura della domanda da parte degli inserzionisti di pubblicità e sul comparto dei servizi di intermediazione fra la domanda e la offerta di spazi pubblicitari¹⁰⁵.

Nel dettaglio, la distribuzione degli investimenti pubblicitari sui mezzi classici ed internet (Tabella 2.72), quest'ultimo valorizzato nelle sue diverse componenti (*display*, *search*, altro), evidenzia una quota dei servizi di *media* audiovisivi pari al 44,8% sul totale ricavi complessivi da pubblicità nazionale e locale, con una evidente capacità da parte dei canali della televisione gratuita di attrarre una quota dei ricavi complessivi particolarmente significativa (circa il 40%). Il peso del settore dei servizi di *media* audiovisivi è ancora più importante se si considerano esclusivamente i ricavi della pubblicità nazionale, escludendo pertanto gli introiti della pubblicità diffusa su base locale.

Se alla quota della televisione aggiungiamo quella dei quotidiani (15,4%) – secondo mezzo in termini di ricavo pubblicitario – si raggiunge circa il 60% dei proventi complessivi. Altro elemento da sottolineare è il crescente peso dei ricavi pubblicitari su Internet, che hanno raggiunto e superato il 10%, quota ben superiore a quella realizzata, nel medesimo anno, dalla radio, dalla editoria annuaristica, dalla pubblicità esterna e dal cinema.

¹⁰⁵ Il settore della raccolta pubblicitaria è oggetto di una specifica Indagine conoscitiva ancora in corso dei cui sviluppi procedurali si dà conto nel successivo paragrafo 3.30.

Tabella 2.72. Ripartizione dei ricavi da pubblicità (nazionale e locale) per mezzo

| | Ricavi (Mln. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|---------------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010* | | |
| Televisione | 4.024,15 | 4.324,09 | 7,5% | 44,8% |
| - televisione gratuita | 3.732,28 | 3.938,00 | 5,5% | 40,8% |
| - televisione a pagamento | 291,87 | 386,09 | 32,3% | 4,0% |
| Radio | 558,66 | 601,24 | 7,6% | 6,2% |
| Editoria cartacea | 2.794,10 | 2.720,68 | -2,6% | 28,2% |
| - quotidiana | 1.500,67 | 1.484,31 | -1,1% | 15,4% |
| - periodica | 1.293,43 | 1.236,37 | -4,4% | 12,8% |
| Editoria annuaristica | 655,00 | 451,15 | -31,1% | 4,7% |
| Cinema | 57,60 | 64,62 | 12,2% | 0,7% |
| Pubblicità esterna | 492,00 | 498,64 | 1,4% | 5,2% |
| Internet | 817,52 | 995,60 | 21,8% | 10,3% |
| Totale | 9.399,04 | 9.656,02 | 2,7% | 100,0% |

* Per l'anno 2010, i ricavi pubblicitari sui diversi mezzi di comunicazione sono stimati partendo dai ricavi realizzati da un campione rappresentativo di imprese (cfr. supra per la stima dei ricavi pubblicitari televisivi, radiofonici, editoriali e su internet).

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

La domanda di pubblicità

Il numero totale degli inserzionisti pubblicitari nel 2010 è stato superiore a 20.000 imprese (Tabella 2.73) mentre coloro che investono esclusivamente in pubblicità nazionale è stato pari a circa 16.496 soggetti¹⁰⁶. La ripartizione degli inserzionisti per mezzo evidenzia una crescita del numero complessivo degli investitori con la sola eccezione dell'editoria periodica, che, come accennato in precedenza, soffre di una crisi ormai strutturale del comparto pubblicitario.

Tabella 2.73. Numero inserzionisti (pubblicità nazionale e locale) per mezzi classici e internet (display)

| | N. inserzionisti | | Δ 2010/2009 |
|----------------------|------------------|---------------|----------------|
| | 2009 | 2010 | |
| Televisione | 1.469 | 1.572 | 7,0% |
| Radio | 1.078 | 1.114 | 3,3% |
| Editoria quotidiana* | 6.846 | 7.097 | 3,7% |
| Editoria periodica | 11.193 | 10.730 | -4,1% |
| Pubblicità esterna | 1.147 | 1.363 | 18,8% |
| Cinema | 270 | 332 | 23,0% |
| Internet (display) | 2.852 | 3.471 | 21,7% |
| Totale | 19.991 | 20.111 | 0,6% |

* Non include gli inserzionisti pubblicitaria della editoria quotidiana free press.

Fonte: Nielsen, Media Monthly Report, febbraio 2011

106 UPA, Pubblicità in Cifre, 2010, Totale anno Italia.

Altra caratteristica strutturale della domanda di pubblicità nel nostro Paese è il significativo livello di concentrazione: i primi 50 investitori fanno circa il 40% dell'investimento pubblicitario complessivo.

Anche dal punto di vista merceologico (Tabella 2.74), si osserva che le prime due categorie settoriali in termini di spesa pubblicitaria hanno realizzato, nel 2010, più di $\frac{1}{4}$ degli investimenti complessivi, mentre le prime sei rappresentano oltre il 50%. L'analisi dinamica degli investimenti pubblicitari nell'ultimo biennio mostra, con riferimento ai primi dieci settori per investimento complessivo, che le categorie merceologiche con una crescita più significativa sono riconducibili al comparto dei beni di largo consumo - alimentari (5,4%), abbigliamento (4,9%), bevande/alcolici (10,5%), toilettries (5,3%), cura persona (13,7%) - nonché della distribuzione (15,5%). Per altri settori trainanti della spesa pubblicitaria si sono, invece, registrate delle variazioni negative confermate anche dalle stime riferibili ai primi mesi del 2011¹⁰⁷: telecomunicazioni (-1%), finanza/assicurazioni (-3,1%), media/editoria (-0,7%).

Tabella 2.74. Investimenti pubblicitari (pubblicità nazionale) per mezzi classici e internet (display)

| | Investimenti pubblicitari (Min. euro) | | Δ 2010/2009 | Incidenza sul totale (2010) |
|-----------------------------|--|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| | 2009 | 2010 | | |
| Alimentari | 1.040,14 | 1.095,95 | 5,4% | 14,6% |
| Automobili | 817,22 | 841,66 | 3,0% | 11,2% |
| Telecomunicazioni | 710,77 | 703,40 | -1,0% | 9,3% |
| Abbigliamento | 441,52 | 463,05 | 4,9% | 6,2% |
| Bevande/Alcolici | 377,75 | 417,51 | 10,5% | 5,5% |
| Media/Editoria | 360,53 | 358,14 | -0,7% | 4,8% |
| Toiletries | 328,79 | 346,21 | 5,3% | 4,6% |
| Cura persona | 290,18 | 330,06 | 13,7% | 4,4% |
| Finanza/Assicurazioni | 322,53 | 312,58 | -3,1% | 4,2% |
| Distribuzione | 268,04 | 309,56 | 15,5% | 4,1% |
| Varie | 316,75 | 298,78 | -5,7% | 4,0% |
| Abitazione | 287,76 | 275,16 | -4,4% | 3,7% |
| Farmaceutici/Sanitari | 260,15 | 275,08 | 5,7% | 3,7% |
| Gestione casa | 257,46 | 273,20 | 6,1% | 3,6% |
| Tempo Libero | 168,28 | 166,80 | -0,9% | 2,2% |
| Turismo/Viaggi | 173,60 | 151,90 | -12,5% | 2,0% |
| Industria/Edilizia/Attività | 121,97 | 149,98 | 23,0% | 2,0% |
| Oggetti Personali | 128,79 | 144,25 | 12,0% | 1,9% |
| Servizi Professionali | 132,80 | 143,49 | 8,0% | 1,9% |
| Elettrodomestici | 116,87 | 141,37 | 21,0% | 1,9% |
| Enti/Istituzioni | 116,94 | 113,74 | -2,7% | 1,5% |
| Giochi/Articoli Scolastici | 102,95 | 100,69 | -2,2% | 1,3% |
| Moto/Veicoli | 60,55 | 61,16 | 1,0% | 0,8% |
| Informatica/Fotografia | 48,19 | 50,91 | 5,6% | 0,7% |
| Totale | 7.250,54 | 7.524,63 | 3,8% | 100,0% |

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Ad Ex Nielsen

107 Nielsen, Media Montly report, marzo 2011, p. 5.

L'analisi della ripartizione degli investimenti pubblicitari per mezzo sul settore economico (Tabella 2.75) indica, con riferimento ai primi dieci settori *top spender*, un *media mix* di investimento pubblicitario decisamente sbilanciato a favore del mezzo televisivo, sia televisione gratuita, sia a pagamento. Tali settori economici hanno investito in pubblicità televisiva almeno il 40% della spesa complessiva dove le quote più elevate sono state registrate con riferimento ai beni a largo consumo: alimentari (83,0%), bevande/alcolici (71,9%) e cura della persona (79,7%). Settori, quest'ultimi che necessitano di un mezzo di comunicazione in grado di raggiungere un'ampia platea di potenziali consumatori. La sola eccezione è rappresentata dal comparto dell'abbigliamento che presenta un *media mix* con un investimento maggiore in editoria periodica (48,3%) rispetto al budget speso in televisione (23,5%), stante la maggiore capacità di tali prodotti editoriali di raggiungere target di pubblico specifici. Le medesime motivazioni inducono gli investitori pubblicitari dei settori quali oggetti personali, moto/veicoli, informatica/fotografia a ricorrere prevalentemente alla editoria periodica per la propria comunicazione pubblicitaria. L'editoria quotidiana ed, in particolare, quella locale si conferma il mezzo privilegiato per alcune forme di comunicazione pubblicitaria (pubblicità locale, rubricata, di servizio) attualmente riepilogate nella generica categoria merceologica "varie" considerata la capacità dei quotidiani (locali) di raggiungere un pubblico di consumatori circoscritto ad un determinato ambito territoriale.

Si rileva, infine, che alcuni settori dedicano quote piuttosto importanti della propria spesa pubblicitaria complessiva ad internet: servizi professionali (22,1%), informatica/fotografia (20,8%), tempo libero (13,2%), finanza e assicurazioni (14,8%). Settori che tuttavia in Italia non appartengono ai primi dieci maggiori investitori in pubblicità sui mezzi di comunicazione.

L'analisi della distribuzione degli investimenti per settore economico sul mezzo conferma la concentrazione della domanda di pubblicità (seconda parte della Tabella 2.75). Per tutte le piattaforme di comunicazione si osserva, infatti, che le prime categorie merceologiche in termini di investimento sono in grado di assorbire quote significative dell'investimento complessivo sul mezzo.

Con riferimento, sia alla televisione gratuita, sia a quella pagamento, le prime quattro categorie merceologiche in termini di spesa pubblicitaria (alimentari, automobili, telecomunicazioni, bevande/alcolici) appartenenti, fra le altre cose, ai primi cinque settori economici *top spender* in pubblicità, realizzano la metà dell'investimento complessivo nel mezzo.

Livelli di concentrazione della spesa pubblicitaria altrettanto significativi si riscontrano con riferimento all'editoria quotidiana e a quella periodica, con i primi quattro settori economici per spesa pubblicitaria sul mezzo che realizzano rispettivamente il 49% e il 53% degli investimenti totali.

Tabella 2.75. Ripartizione investimenti pubblicitari mezzi classici e internet (display), valori percentuali (2010)

| | Per mezzo sul settore economico in % sul totale del settore | | | | | | | | | | Persettore economico sul mezzo in % sul totale del mezzo | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|--------------|-------------|--------|-------|---------------------|--------------------|------------------|--------|------------------|--|-------------|--------|-------|---------------------|--------------------|------------------|--------|------------------|--|
| | Incidenza su totale | Totale Mezzi | TV gratuita | TV pay | Radio | Editoria Quotidiana | Editoria periodica | Pubblità Esterna | Cinema | Internet Display | Totale Mezzi | TV gratuita | TV pay | Radio | Editoria Quotidiana | Editoria periodica | Pubblità Esterna | Cinema | Internet Display | |
| Alimentari | 14,6 | 100,0 | 83,0 | 4,3 | 3,3 | 2,0 | 5,2 | 0,6 | 0,6 | 0,9 | 14,6 | 21,2 | 14,3 | 8,2 | 2,0 | 6,9 | 5,0 | 10,4 | 2,8 | |
| Automobili | 11,2 | 100,0 | 57,9 | 5,6 | 12,3 | 13,1 | 3,9 | 1,9 | 1,4 | 3,9 | 11,2 | 11,4 | 14,3 | 23,4 | 10,1 | 3,9 | 11,5 | 18,8 | 9,7 | |
| Telecomunicazioni | 9,3 | 100,0 | 76,4 | 4,5 | 5,1 | 5,4 | 1,6 | 2,1 | 0,3 | 4,5 | 9,3 | 12,5 | 9,5 | 8,2 | 3,5 | 1,3 | 11,0 | 3,3 | 9,2 | |
| Abbigliamento | 6,2 | 100,0 | 23,5 | 1,2 | 1,5 | 18,0 | 48,3 | 5,1 | 1,0 | 1,4 | 6,2 | 2,5 | 1,7 | 1,6 | 7,6 | 27,0 | 17,1 | 7,7 | 1,8 | |
| Bevande/alcolici | 5,5 | 100,0 | 71,9 | 8,8 | 5,2 | 5,4 | 4,9 | 1,1 | 1,4 | 1,5 | 5,5 | 7,0 | 11,0 | 4,9 | 2,1 | 2,5 | 3,2 | 9,1 | 1,8 | |
| Media/editoria | 4,8 | 100,0 | 50,0 | 3,3 | 10,4 | 12,7 | 5,4 | 2,8 | 1,7 | 13,6 | 4,8 | 4,2 | 3,6 | 8,4 | 4,2 | 2,3 | 7,4 | 10,0 | 14,1 | |
| Toiletries | 4,6 | 100,0 | 79,7 | 5,8 | 1,5 | 2,7 | 8,6 | 0,4 | 0,6 | 0,7 | 4,6 | 6,4 | 6,1 | 1,2 | 0,9 | 3,6 | 0,9 | 3,1 | 0,7 | |
| Cura persona | 4,4 | 100,0 | 57,2 | 4,9 | 3,2 | 5,0 | 26,6 | 1,2 | 0,4 | 1,6 | 4,4 | 4,4 | 4,8 | 2,4 | 1,5 | 10,6 | 2,9 | 2,0 | 1,5 | |
| Finanza/Assicurazioni | 4,2 | 100,0 | 41,7 | 4,5 | 9,3 | 21,7 | 5,9 | 1,3 | 0,9 | 14,8 | 4,2 | 3,0 | 4,2 | 6,6 | 6,2 | 2,2 | 3,0 | 4,5 | 13,5 | |
| Distribuzione | 4,1 | 100,0 | 44,0 | 1,3 | 13,0 | 25,2 | 5,2 | 3,7 | 0,3 | 7,3 | 4,1 | 3,2 | 1,2 | 9,1 | 7,2 | 2,0 | 8,4 | 1,4 | 6,6 | |
| Varie | 4,0 | 100,0 | 0,8 | 0,1 | 0,1 | 86,7 | 5,6 | 0,4 | 0,0 | 6,5 | 4,0 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 23,7 | 2,0 | 0,8 | 0,0 | 5,6 | |
| Abitazione | 3,7 | 100,0 | 45,9 | 1,3 | 5,0 | 18,4 | 25,1 | 2,9 | 0,3 | 1,0 | 3,7 | 2,9 | 1,1 | 3,1 | 4,7 | 8,3 | 5,9 | 1,3 | 0,8 | |
| Farmaceutici/Sanitari | 3,7 | 100,0 | 75,4 | 4,2 | 4,1 | 5,2 | 9,3 | 0,1 | 0,4 | 1,3 | 3,7 | 4,8 | 3,5 | 2,6 | 1,3 | 3,1 | 0,3 | 1,9 | 1,1 | |
| Gestione casa | 3,6 | 100,0 | 78,2 | 8,2 | 3,8 | 2,3 | 6,1 | 0,4 | 0,2 | 0,8 | 3,6 | 5,0 | 6,7 | 2,4 | 0,6 | 2,0 | 0,9 | 0,7 | 0,7 | |
| Tempo Libero | 2,2 | 100,0 | 43,0 | 5,7 | 7,8 | 16,4 | 9,8 | 3,3 | 0,8 | 13,2 | 2,2 | 1,7 | 2,9 | 3,0 | 2,5 | 2,0 | 4,0 | 2,2 | 6,4 | |
| Turismo/Viaggi | 2,0 | 100,0 | 24,7 | 4,8 | 10,1 | 28,7 | 19,2 | 2,8 | 1,3 | 8,4 | 2,0 | 0,9 | 2,2 | 3,5 | 4,0 | 3,5 | 3,1 | 3,1 | 3,7 | |
| Industria/edilizia/attività | 2,0 | 100,0 | 51,1 | 3,9 | 5,5 | 20,4 | 11,7 | 1,7 | 1,4 | 4,3 | 2,0 | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 2,8 | 2,1 | 1,8 | 3,4 | 1,9 | |
| Oggetti personali | 1,9 | 100,0 | 30,6 | 1,5 | 0,1 | 28,7 | 34,4 | 1,9 | 1,3 | 1,4 | 1,9 | 1,0 | 0,7 | 0,0 | 3,8 | 6,0 | 2,0 | 3,0 | 0,6 | |
| Servizi Professionali | 1,9 | 100,0 | 18,3 | 0,5 | 3,7 | 41,1 | 11,6 | 2,5 | 0,3 | 22,1 | 1,9 | 0,6 | 0,2 | 1,2 | 5,4 | 2,0 | 2,6 | 0,6 | 9,2 | |
| Elettrodomestici | 1,9 | 100,0 | 63,1 | 8,6 | 1,8 | 7,5 | 12,1 | 0,6 | 2,0 | 4,1 | 1,9 | 2,1 | 3,7 | 0,6 | 1,0 | 2,1 | 0,6 | 4,6 | 1,7 | |
| Enti/Istituzioni | 1,5 | 100,0 | 29,5 | 9,7 | 8,4 | 27,3 | 9,3 | 6,0 | 2,6 | 7,3 | 1,5 | 0,8 | 3,3 | 2,2 | 2,8 | 1,3 | 5,0 | 4,8 | 2,4 | |
| Giochi/Articoli scolastici | 1,3 | 100,0 | 84,3 | 5,8 | 1,1 | 0,8 | 3,1 | 0,3 | 1,8 | 2,8 | 1,3 | 2,0 | 1,7 | 0,2 | 0,1 | 0,4 | 0,3 | 2,9 | 0,8 | |
| Moto/Veicoli | 0,8 | 100,0 | 19,9 | 3,2 | 30,0 | 18,7 | 22,5 | 4,0 | 0,2 | 1,6 | 0,8 | 0,3 | 0,6 | 4,2 | 1,0 | 1,7 | 1,8 | 0,2 | 0,3 | |
| Informatica/Fotografia | 0,7 | 100,0 | 14,9 | 5,8 | 10,5 | 22,7 | 22,5 | 1,6 | 1,2 | 20,8 | 0,7 | 0,2 | 0,9 | 1,2 | 1,1 | 1,4 | 0,6 | 1,0 | 3,1 | |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 57,0 | 4,4 | 5,9 | 14,5 | 11,0 | 1,8 | 0,8 | 4,6 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | |

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Ad Ex Nielsen

L'intermediazione fra domanda e offerta di pubblicità

Solo una piccola parte (il 20-30%) degli spazi pubblicitari è acquistata dagli inserzionisti direttamente presso le concessionarie di pubblicità. Infatti, la gran parte della domanda di pubblicità sui mezzi di comunicazione viene intermediaata dai cosiddetti centri *media*.

Il centro *media* svolge una funzione di collegamento fra due gruppi di attori del comparto pubblicitario. Il primo gruppo è rappresentato dai clienti/inserzionisti che dovendo comunicare e promuovere i propri prodotti ad un determinato target di potenziali consumatori necessitano di programmare la propria campagna pubblicitaria sui diversi mezzi di comunicazione e di acquistare i corrispondenti spazi pubblicitari. Il secondo gruppo concerne, invece, le concessionarie di pubblicità che ricevono l'incarico da parte degli editori di collocare sul mercato gli spazi pubblicitari disponibili sui mezzi gestiti.

Il ruolo principale del centro *media* concernente, pertanto, la gestione del budget pubblicitario del cliente/inserzionista attraverso una selezione della strategia di comunicazione e, quindi, del *media mix* idoneo a massimizzare l'efficacia della campagna pubblicitaria. A tale scopo, il centro *media* offre una serie piuttosto articolata di servizi ai clienti che a seconda della loro specifica natura possono essere raggruppati in due gruppi principali di attività:

i) attività di consulenza che comprende la definizione della strategia *media* e del piano *media* ottimale ossia della distribuzione degli investimenti fra le diverse piattaforme di comunicazione maggiormente rispondente alle esigenze di comunicazione del cliente;

ii) attività operativa che concerne la negoziazione e acquisto degli spazi pubblicitari, la gestione amministrativa delle fatture, nel caso in cui siano intestate direttamente al centro *media* ovvero la mera rispondenza fra spazi richiesti e spazi effettivamente resi disponibili dalla concessionaria, laddove le fatture siano intestate al cliente; al controllo *ex post* della effettiva realizzazione e dell'efficacia della campagna pubblicitaria.

Il centro *media* svolge anche una funzione di aggregatore della domanda da parte degli inserzionisti nei confronti delle concessionarie di pubblicità. Infatti, gestendo un portafoglio clienti, che potrebbe essere piuttosto vasto soprattutto nel caso di centri *media* appartenenti a gruppi internazionali, rappresenta un interlocutore attraverso cui la concessionaria è in grado di raggiungere e far conoscere le potenzialità dei propri mezzi di comunicazione ad una pluralità di aziende inserzioniste. Il ruolo di aggregatore della domanda di pubblicità assume particolare rilievo soprattutto per le concessionarie di minore dimensione che, in genere, non sono dotate di reti di vendita particolarmente capillari sul territorio nazionale e che, attraverso il centro *media*, riescono a ridurre, sia i costi di commercializzazione, sia quelli di promozione dei prodotti gestiti presso i potenziali clienti.

Sotto il profilo economico, l'agenzia *media* svolge, quindi, una funzione classica di riduzione dei costi di transazione (costi di ricerca, contatto e negoziazione) propria del ruolo di intermediari nell'ambito di settori caratterizzati da numerosi operatori attivi dal lato della domanda (inserzionisti) e da quello dell'offerta (mezzi di comunicazione / concessionarie) che si concretizza nella negoziazione e acquisto di spazi pubblicitari per in nome (e per conto) del cliente. L'agenzia *media* dovrebbe, inoltre, offrire un'altra funzione economica di riduzione dell'asimmetria informativa fra domanda e offerta di pubblicità; attività particolarmente preziosa in ragione della maggiore complessità

sità della scelta fra i mezzi di comunicazione trainata dall'evoluzione tecnologica che ha favorito lo sviluppo di piattaforme di comunicazione innovative, fra cui Internet assume particolare importanza.

Il comparto dell'offerta dei servizi di intermediazione è stato caratterizzato negli ultimi anni da un processo di concentrazione industriale intrapreso a livello internazionale, che ha comportato un accentramento delle attività di intermediazione pubblicitaria in capo ad alcuni gruppi multinazionali. A livello nazionale si è potuto osservare uno sviluppo del tutto analogo dell'offerta dei servizi da parte dei centri *media*, in base al quale i principali gruppi internazionali attivi nei servizi di intermediazione hanno realizzato operazioni di acquisizione e fusione riducendo progressivamente il numero degli operatori indipendenti.

L'effetto del processo evolutivo sopra descritto è stato, dunque, quello di aver aumentato, anche con riferimento al contesto nazionale, il livello di concentrazione dell'offerta dei servizi di intermediazione pubblicitaria. Al momento sono, infatti, presenti in Italia 6 gruppi societari internazionali (Aegis, Havas, Interpublic, WPP, Publicis, Omnicom) che, come indicato nella Tabella 2.76, presentano una organizzazione articolata attraverso una o due società capogruppo cui fanno capo diversi centri *media* operativi sul territorio nazionale ciascuno dei quali afferisce ad un *network* societario di carattere internazionale.

Accanto ai grandi gruppi internazionali sono presenti, inoltre, altri centri *media* indipendenti, di minori dimensioni, attivi esclusivamente in Italia, fra cui, si ricorda il maggiore in termini di fatturato amministrato, Media Italia (Gruppo Armando Testa) e, a titolo non esaustivo, le seguenti società: Piano! s.r.l., OC&M Media e Comunicazione s.r.l., Strategy & Media Group, InMedia to s.r.l., Waycomm s.r.l., Waymedia s.r.l., Fullsix s.p.a.

Tabella 2.76. Principali centri media attivi in Italia (2010)

| Gruppo di riferimento | Società capogruppo in Italia | Centri media |
|------------------------------|--|--|
| Aegis plc | Aegis Media Italia Spa (100% MMA Technologies LTD Italia) | Aegis Media Italia s.p.a. Carat Italia s.p.a. Carat Luxory s.p.a. (100% Carat Italia) Vizeum s.p.a. Isobar Communication s.r.l. Poster Scope Italia s.r.l. |
| Havas Sa | MPG Italia s.r.l. | MPG Italia s.r.l. Media contacts s.r.l. (100% MPG Italia) |
| Interpublic Group Sarl | IPG Italia s.r.l. | Universal Mccann s.r.l. Draftfcb s.r.l. McCann Erikson Italia s.r.l. (100% Mccann Erikson Worldgroup s.r.l.) IM Holding srl Initiative Media Milano s.r.l. (100% IM Holding s.r.l.) |
| WPP | WPP Marketing Communication (WPPMC) s.r.l. (Vincent Square Holding B.V. Holland) | Mediaedgeia Italy s.r.l. Cia Medianetwork Milano s.r.l. (100% Mediaedgeia Italy s.r.l.) Cia Medianetwork Club s.r.l. (100% Mediaedgeia Italy s.r.l.) Cia Medianetwork Team s.r.l. (*) Blumedia s.r.l. (*) Maxus s.r.l. Maxus MC2 s.p.a. Media Club s.p.a. GroupM s.r.l. Mediacom Italia s.r.l. (20% Grey Worldwide srl, 100% WPPMC) |
| | WPP Holding Italy (WPPHI) s.r.l. (WPP Holdings Holland BV) | Mindshare s.p.a. Mindshare Trevenezie s.r.l. (100% Mindshare s.p.a.) Kinetic s.r.l. Media Insight s.r.l. |
| Publicis Groupe | MMS Italy Holding s.r.l. | Startcom Media Vest Group s.r.l. ZenithOpmptimedia Group s.r.l. |
| Omnicom Media Group Inc | Omnicom Media Group s.r.l. | Optimum Media Direction (OMD) s.r.l. PHD s.r.l. Tecnimedia s.r.l. |
| | Armando Testa s.p.a. | Media Italia s.p.a. Tailor Media s.r.l. (50% Media Italia) |

* Società fuse per incorporazione nel 2010.

Fonte: Agcom

Con riferimento alla struttura negoziale dell'intermediazione si osserva un sistema duale in base al quale il centro *media* riceve un corrispettivo, sia dai clienti, sia dalle concessionarie di pubblicità. Nel dettaglio, il centro *media* agisce, infatti, su mandato del cliente che può essere conferito con o senza rappresentanza, fornendo una serie di servizi descritti in precedenza per i quali riceve una remunerazione definita, generalmente, attraverso contratti standard le cui caratteristiche (corrispettivo fisso o variabile) possono variare in base agli accordi commerciali presi con il singolo cliente.

Accanto ai corrispettivi ricevuti a fronte dei servizi resi alla clientela finale, i centri *media* ricevono un'ulteriore forma di remunerazione da parte delle concessionarie di pubblicità rappresentato dalle cd. *overcommission* o premi di fine anno o ancora *media volume discount*, ossia ricavi proporzionali ai volumi di fatturato realizzati con la singola concessionaria. In genere, tali corrispettivi sono riconosciuti dalle concessionarie di pubblicità in base ai volumi di investimenti complessivamente amministrati dai centri *media*, ovvero in base agli incrementi di fatturato rispetto ai volumi gestiti nell'anno precedente; assumendo pertanto la forma di "scalette incentivanti" per il centro *media*.

Se da un lato, quindi, il centro *media* svolge una serie di servizi per l'inserzionista di pubblicità – identifica la strategia e il piano *media* più efficiente ed efficace per il cliente, gestisce la compravendita di spazi pubblicitari e svolge alcuni controlli *ex post* – ricevendo una remunerazione; dall'altro lato, riceve altresì un corrispettivo commisurato ad obiettivi definiti e concordati ad inizio anno con le concessionarie di pubblicità che può essere (parzialmente o totalmente) retrocesso ai medesimi clienti in base agli accordi stipulati con gli stessi.

Il meccanismo di remunerazione fondato sulle *overcommission* è suscettibile di produrre un allineamento degli obiettivi dei centri *media* con quelli delle concessionarie di pubblicità che, stante la funzione svolta per conto dell'inserzionista, potrebbe ingenerare una situazione di conflitto di interessi. La misura in cui tale potenziale conflitto di interessi sia idoneo a generare degli effetti distorsivi sul normale funzionamento del comparto, tenuto conto, come già evidenziato dall'Autorità, "*della storica esistenza di problematiche di ordine concorrenziale nel settore pubblicitario, e negli ambiti di mercato che lo compongono, nonché di una struttura di transazioni economiche che non sempre presentano caratteristiche riconducibili a condizioni di trasparenza e di efficienza allocativa*"¹⁰⁸, è da verificare e sarà esaminata in modo approfondito nell'ambito della indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria di cui si è già detto.

108 Cfr. Delibera n. 402/10/CONS, recante "Avvio di una indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria".

■ 2.2.7. L'evoluzione del quadro normativo in Italia

Con riferimento all'evoluzione del quadro normativo nazionale nei settori di competenza dell'Autorità, giova sottolineare che, alla data di redazione della Relazione Annuale, è in corso l'iter di recepimento nazionale del nuovo quadro normativo comunitario delle comunicazioni elettroniche, adottato nel dicembre 2009 e costituito dal regolamento n. 1211/2009, istitutivo del Body of european regulators in electronic communications (BEREC) e del relativo Ufficio di supporto, e delle direttive n. 2009/136/CE e 2009/140/CE, recanti emendamenti al quadro regolamentare del 2002¹⁰⁹.

In relazione alle disposizioni comunitarie che non sono direttamente applicabili, tale recepimento nell'ordinamento nazionale dovrà compiersi entro il 26 maggio 2011, attraverso decreti legislativi adottati dal Governo sulla base della delega conferita con il disegno di legge comunitaria 2010 (articolo 11), al momento in discussione in sede parlamentare.

Al riguardo, nel febbraio scorso, l'Autorità, nell'esercizio della funzione di segnalazione in merito all'opportunità di interventi legislativi interenti all'evoluzione del settore delle comunicazioni attribuitale dalla legge n. 249/97, ha richiamato l'attenzione del Governo e del Parlamento sulla tempistica di adozione dei decreti di recepimento delle direttive di settore e sui rischi derivanti dal mancato rispetto dei termini fissati dal legislatore comunitario. Inoltre, con riferimento alla formulazione dei criteri di delega, l'Autorità ha inteso segnalare l'importanza che il potenziamento dei requisiti di indipendenza delle Autorità nazionali riveste nell'ambito del nuovo disegno istituzionale comunitario (sia sotto il profilo della neutralità nell'esercizio delle proprie funzioni, sia sotto quello della impermeabilità rispetto a qualsiasi tipo di influenza politica, sia sotto quello della autonomia organizzativa e finanziaria) e la conseguente esigenza che il quadro regolamentare nazionale si conformi a tali requisiti.

Nella citata segnalazione, l'Autorità ha altresì evidenziato la singolarità della previsione che salvaguarda in capo alla Presidenza del Consiglio dei ministri una competenza generale sulla tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, con ciò ponendosi in aperto contrasto con quanto prescritto dalla legge n. 248/2000, nonché dal recente decreto legislativo n. 44/2010 che espressamente individuano nell'Autorità l'istituzione naturalmente deputata ad esercitare le competenze relative alla tutela del diritto d'autore nel settore.

Appurate tali criticità già in fase di definizione dei criteri di delega al Governo per il recepimento del nuovo pacchetto di direttive comunitarie, sarebbe quantomai auspicabile un più vivo coinvolgimento dell'Autorità nella successiva azione di trasposizione normativa, attraverso la richiesta all'Autorità di un formale parere sui disegni di decreti legislativi delegati che saranno messi a punto dal Governo.

109 In particolare, la direttiva 2009/136/CE reca modifiche alla direttiva 2002/22/CE, relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica, alla direttiva 2002/58/CE relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche ed al regolamento (CE) n. 2006/2004 sulla cooperazione tra le Autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa a tutela dei consumatori. Per una disamina dei contenuti della riforma comunitaria del 2009, si rinvia al capitolo 4.1.1. – I Rapporti Internazionali della Relazione annuale 2010.

Ciò premesso, nel periodo di riferimento (1° maggio 2010 – 31 marzo 2011) si sono inoltre registrati, nei vari settori di competenza dell'Autorità, gli interventi legislativi di seguito indicati.

Frequenze

Riveste particolare rilievo la legge 13 dicembre 2010, n. 220 (meglio nota come "legge finanziaria 2011") recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato", pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 297, del 13 dicembre 2010.

Di interesse per il settore è l'art. 1, comma 8, ai sensi del quale, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è chiamata ad avviare le procedure per l'assegnazione di diritti d'uso di frequenze radioelettriche da destinare a servizi di comunicazioni elettroniche mobili in banda larga con l'utilizzo della banda 790-862 MHz e di altre risorse eventualmente disponibili, conformemente a quanto previsto dal codice delle comunicazioni elettroniche (d.lgs. n. 259/2003). Il succitato comma precisa, altresì, che la liberazione delle frequenze di cui sopra dovrà avvenire entro il 31 dicembre 2012; è inoltre prescritto che il piano nazionale di ripartizione delle medesime frequenze e il piano nazionale di assegnazione delle frequenze televisive dovranno essere adeguati alle disposizioni contenute nel presente comma.

Al comma 11, del medesimo articolo 1, si dà incarico al Ministero dello sviluppo economico e all'Autorità, nell'ambito delle rispettive competenze, di fissare gli ulteriori obblighi dei titolari dei diritti d'uso delle radiofrequenze destinante alla diffusione dei servizi di *media* audiovisivi, ai fini di un utilizzo più efficiente dello spettro e della valorizzazione e promozione delle culture regionali o locali. Al medesimo comma è altresì indicato che il mancato rispetto dei suindicati obblighi, da parte dei titolari dei diritti, comporta l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 52, comma 3, del "Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici" (d.lgs. n. 177/2005 e ss. modificazioni).

Sempre all'articolo 1 della legge in parola, ma al comma 12, è altresì stabilito che in caso di trasmissione di programmi televisivi in tecnica digitale in mancanza di necessario titolo abilitativo al soggetto che ne ha la responsabilità editoriale si applicano le sanzioni amministrative pecuniarie fino ad un massimo di 2,5 milioni di euro (come previsto dall'art. 98, comma 2, del codice delle comunicazioni elettroniche). È previsto, inoltre, che l'operatore di rete che ospita nel proprio blocco di diffusione un fornitore di servizi di *media* audiovisivi privo di titolo abilitativo rischia la sospensione o la revoca dell'utilizzo della risorsa assegnata con il diritto d'uso.

Di rilievo, sempre con riferimento al tema delle frequenze radiotelevisive, è anche il decreto legge 31 marzo 2011 n. 34 recante "Disposizioni urgenti in favore della cultura, in materia di incroci tra settori della stampa e della televisione, di razionalizzazione dello spettro radioelettrico, di moratoria nucleare, di partecipazioni della Cassa depositi e prestiti, nonché per gli enti del Servizio sanitario nazionale della regione Abruzzo", pubblicato in Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 74 del 31 marzo 2011. Al riguardo, è di specifico interesse l'articolo 4 atteso che tale disposizione, all'ultimo alinea, attribuisce all'Autorità il compito di disporre le modalità e le condizioni economiche secondo cui i soggetti assegnatari dei diritti d'uso hanno l'obbligo di cedere una quota della capacità trasmissiva ad essi assegnata (comunque non inferiore a due programmi) a favore dei soggetti legittimamente abilitati alla trasmissione televisiva in ambito locale alla data del 1° gennaio 2011; segnatamente, è stabilito che tale ces-

sione debba essere fatta a coloro tra questi che non risultino destinatari di diritti d'uso di frequenze radiotelevisive in ambito locale sulla base delle graduatorie dei soggetti legittimati predisposte dal Ministero dello sviluppo economico ai sensi del comma 1 del medesimo articolo.

Editoria

Il già citato decreto legge 31 marzo 2011 n. 34 viene in rilievo anche sotto il profilo degli incroci proprietari tra stampa e televisione. Di specifico interesse è l'articolo 3, rubricato "Proroga del divieto di incroci tra settore della stampa e settore della televisione", che ha sostituito il comma 12 dell'art. 43 del "Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici", di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni. Segnatamente, tale articolo 3 prevede che i soggetti esercenti l'attività televisiva in ambito nazionale su qualunque piattaforma che, sulla base dell'ultimo provvedimento di valutazione del valore economico del Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) adottato dall'Autorità, abbiano conseguito ricavi superiori all'8 per cento di detto valore economico e i soggetti di cui al precedente comma 11 (vale a dire le imprese che conseguano direttamente o indirettamente, nel settore delle comunicazioni elettroniche, ricavi superiori al 40%) non possono, prima del 31 dicembre 2012 (il precedente limite temporale era fissato al 31 marzo 2011), acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani, fatta eccezione per le imprese editrici di giornali quotidiani diffusi esclusivamente in modalità elettronica. Nella medesima disposizione si precisa, altresì, che il suindicato divieto si applica anche alle imprese controllate, controllanti o collegate ai sensi dell'art. 2359 del codice civile.

Sempre sul fronte dell'editoria si segnala, inoltre, il decreto del Presidente della Repubblica del 25 novembre 2010 n. 223, avente ad oggetto "Regolamento di semplificazione e riordino dell'erogazione dei contributi all'editoria, a norma dell'articolo 44 del decreto legge 25 giugno 2008 n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 229 del 23 dicembre.

Di particolare interesse è l'art. 5 rubricato "Situazione di collegamento e controllo", a mente del quale il Dipartimento per l'informazione e l'editoria è tenuto a richiedere all'Autorità, relativamente alle imprese richiedenti i contributi, oltre alla regolarità dell'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione (ROC), l'attestazione di conformità degli assetti societari alla normativa vigente, nonché l'attestazione dell'assenza di situazioni di controllo e/o collegamento per gli effetti di cui all'articolo 3 commi 11-ter e 13 della legge 7 agosto n. 250 e dell'articolo 1, comma 574, della legge 23 dicembre 2005, n. 266.

Tutela dell'utenza

A tale specifico riguardo ci si limita a rammentare che a far data dal 31 gennaio 2011 l'abbonato al servizio telefonico il cui nominativo è inserito negli elenchi telefonici pubblici può chiedere l'iscrizione al "Registro Pubblico delle Opposizioni", istituito con decreto del Presidente della Repubblica n. 178 del 7 settembre 2010, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 2 novembre, n. 256, e gesti-

to dal Ministero dello sviluppo economico, al fine di opporsi all'utilizzo del proprio numero telefonico per vendite o promozioni commerciali da parte degli operatori di *telemarketing*.

Processo amministrativo

Il decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104, avente ad oggetto "Attuazione dell'articolo 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69 recante delega al Governo per il riordino del processo amministrativo (Codice del processo amministrativo), pubblicato nel supplemento ordinario n. 148 alla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 156 del 7 luglio, ha provveduto alla razionalizzazione e riorganizzazione delle frammentarie leggi preesistenti in materia di contenzioso amministrativo. Qui di seguito si fa menzione di alcune delle disposizioni più rilevanti riportate nel suddetto Codice in ordine ai contenziosi innanzi a questa Autorità.

Si segnalano, in particolare, gli artt. 133 e 134 del suindicato decreto. Il primo articolo, alla lettera l), ricomprende, tra le materie rientranti nella giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo, le controversie aventi ad oggetto tutti i provvedimenti, inclusi quelli sanzionatori e ad eccezione di quelli inerenti ai rapporti di impiego privatizzati, adottati dalle autorità indipendenti, compresi giustappunto quelli della Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Tale disposizione va letta in combinato disposto con l'art. 134, lett. c), a mente del quale il giudice amministrativo esercita giurisdizione con cognizione estesa al merito nelle controversie aventi ad oggetto le sanzioni pecuniarie la cui contestazione è affidata alla giurisdizione del giudice amministrativo, comprese quelle applicate dalle autorità amministrative indipendenti.

L'articolo 135, inoltre, ribadisce la competenza funzionale inderogabile del Tar Lazio per le controversie originate dai provvedimenti dell'Autorità garante per la concorrenza ed il mercato e da quelli dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Di particolare interesse è l'articolo 119 relativo al rito abbreviato, il quale riprende, in parte riscrivendole alla luce delle difficoltà interpretative ed applicative emerse, le disposizioni dell'art. 23-bis della legge n. 1034/1971 (cd. legge Tar) e delle norme ad essa correlate; segnatamente, tale articolo, al primo comma, lett. b) chiarisce che il rito abbreviato si applica ai giudizi aventi ad oggetto le controversie relative ai provvedimenti adottati dalle autorità amministrative indipendenti, con esclusione di quelli relativi al rapporto di servizio con i propri dipendenti.

Al comma 2 dell'art. 119 si precisa poi che tutti i termini processuali ordinari sono ridotti alla metà, salvo, nei giudizi di primo grado, quelli per la notificazione del ricorso introduttivo, del ricorso incidentale, dei motivi aggiunti e, nei giudizi d'appello, quelli per i ricorsi avverso le ordinanze cautelari.

Gli interventi dell'Autorità



3.1. Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica

L'Autorità, nel corso degli ultimi 12 mesi, ha concluso il secondo ciclo delle analisi di mercato e ha avviato il terzo ciclo, secondo quanto previsto dal codice delle comunicazioni elettroniche.

In particolare, l'Autorità ha ultimato l'esame dei mercati al dettaglio dei servizi telefonici locali e/o nazionali (mercati n. 3 e 5 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2003/311/CE) e del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2003/311/CE), ritenendo che tali mercati – non più inclusi nella raccomandazione n. 2007/879/CE – non siano più suscettibili di regolamentazione *ex ante*, con conseguente rimozione degli obblighi regolamentari esistenti. L'Autorità ha poi avviato, nel dicembre 2010, il terzo ciclo di analisi del mercato disponendo l'avvio del procedimento relativo ai servizi di terminazione su singole reti mobili (mercato n. 7 fra quelli individuati dalla raccomandazione n. 2007/879/CE).

L'Autorità, inoltre, a seguito dell'adozione della raccomandazione della Commissione europea in materia NGA, ha avviato un procedimento volto a definire le condizioni regolamentari relative ai servizi di accesso alle reti di nuova generazione, nell'ambito del quale ha sottoposto a consultazione pubblica nazionale i propri orientamenti in materia.

Nello stesso periodo, l'Autorità ha peraltro adottato numerosi interventi regolatori che danno piena attuazione alla disciplina dei mercati delle comunicazioni elettroniche derivante dal secondo ciclo di analisi dei mercati. Tra questi provvedimenti, assumono rilievo gli interventi relativi ai mercati dei servizi di accesso alla rete fissa, di terminazione fissa, nonché di terminazione mobile. In particolare, l'Autorità, con la delibera n. 578/10/CONS, ha definito un modello di costo per la determinazione delle tariffe dei servizi di accesso all'ingrosso; inoltre, ha svolto le attività di verifica sulla qualità e l'ammodernamento della rete di Telecom Italia necessarie ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso previste dalla suddetta delibera per l'anno 2011.

Nell'ambito dei mercati della terminazione mobile e della terminazione fissa è stato definito un modello di costo per la determinazione delle tariffe del servizio di terminazione vocale su rete mobile e sono altresì stati definiti i prezzi per l'anno 2011 dei servizi di raccolta e transito distrettuale offerti da Telecom Italia e del servizio di terminazione su rete fissa offerto da tutti gli operatori notificati.

Di seguito si riportano, in dettaglio, le attività svolte dall'Autorità in materia di analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche, illustrando, dapprima, le attività inerenti al secondo e al terzo ciclo di analisi di mercato e, successivamente, gli interventi che ne danno piena attuazione.

I mercati dei servizi di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili

I mercati dei servizi di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili sono attualmente sottoposti a regolamentazione ai sensi della delibera n.

667/08/CONS del 26 novembre 2008, adottata nell'ambito del secondo ciclo di analisi dei mercati.

Essendo trascorso il periodo di 18 mesi previsto dal codice delle comunicazioni elettroniche per poter procedere alle successive analisi, l'Autorità ha avviato la terza analisi del mercato dei servizi di terminazione su singole reti mobili (mercato n. 7 della raccomandazione della Commissione europea n. 2007/879/CE) con la delibera n. 670/10/CONS del 17 dicembre 2010.

L'Autorità con la delibera n. 254/11/CONS del 5 maggio 2010, ha sottoposto a consultazione pubblica lo schema di provvedimento relativo alla definizione dei mercati rilevanti, all'identificazione delle imprese detentrici di significativo potere di mercato e all'imposizione di obblighi regolamentari relativamente al mercato dei servizi di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili.

In base all'analisi svolta, l'Autorità conferma la definizione del mercato contenuta nella delibera n. 667/08/CONS ed individua quattro mercati rilevanti del servizio di terminazione del traffico voce su singola rete mobile indipendentemente dalla rete di origine, aventi dimensione geografica nazionale, uno per ciascun operatore di rete mobile (MNO) presente in Italia.

Per quanto riguarda la valutazione del significativo potere di mercato, dall'analisi degli indicatori utilizzati (quote di mercato, barriere all'entrata e contropotere di acquisto), lo schema di provvedimento conferma che gli operatori H3G, Telecom Italia, Vodafone e Wind sono detentori di significativo potere di mercato nella fornitura del traffico di terminazione di chiamate vocali su propria rete mobile, come riscontrato nella precedente analisi di mercato.

Pertanto, l'Autorità propone di confermare in capo ai quattro operatori notificati, ossia H3G, Telecom Italia, Vodafone e WIND gli obblighi di *i)* accesso e di uso di determinate risorse di rete; *ii)* trasparenza; *iii)* non discriminazione; *iv)* controllo dei prezzi e contabilità dei costi.

Con riferimento all'obbligo di controllo dei prezzi, lo schema di provvedimento definisce – sulla base di un modello a costi incrementali di lungo periodo (LRIC) di tipo *bottom-up* (BU) ed all'attività di riconciliazione adottati con la delibera n. 60/11/CONS¹¹⁰ – un *glide path* di quattro anni (dal 1 gennaio 2012 al 31 dicembre 2015) che porterà, a partire dal 1° gennaio 2014 alla piena simmetria dei prezzi di terminazione.

Infine, lo schema di provvedimento posto a consultazione definisce secondo la metodologia adottata con delibera n. 60/11/CONS, il nuovo valore del costo medio ponderato del capitale (WACC) per gli operatori mobili.

In esito alle attività di cui alla delibera n. 254/11/CONS, recepiti i pareri della Commissione europea e dell'AGCM nonché le osservazioni degli operatori, sarà definito il provvedimento finale relativo all'analisi del mercato dei servizi di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili.

¹¹⁰ La delibera n. 60/11/CONS ha definito sia il modello BU-LRIC sia le modalità di svolgimento dell'attività di riconciliazione tra i risultati del modello BU-LRIC ed i dati contabili degli operatori, tenendo nella massima considerazione quanto previsto dalla Raccomandazione 2009/396/CE, ai fini della determinazione dei prezzi del servizio di terminazione mobile individuati nella proposta di provvedimento in consultazione.

I mercati dei servizi telefonici locali e/o nazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali

Con la delibera n. 284/10/CONS del 10 giugno 2010, l'Autorità ha concluso la seconda analisi dei mercati al dettaglio dei servizi telefonici locali e/o nazionali (mercati n. 3 e 5 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2003/311/CE).

La delibera finale non contiene alcuna modifica sostanziale rispetto a quanto previsto nel documento sottoposto a consultazione pubblica, con delibera n. 95/10/CONS del 25 marzo 2010, e contestualmente inviato alla Commissione europea e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato al fine di acquisire i pareri di rispettiva competenza. Entrambi i pareri sono stati favorevoli e hanno confermato la validità dell'analisi svolta dall'Autorità.

Il documento di analisi identifica due mercati rilevanti, entrambi di dimensione geografica nazionale: i) il mercato dei servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e ii) il mercato dei servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti non residenziali. L'Autorità ha ritenuto che i due mercati rilevanti non siano suscettibili di regolamentazione *ex ante* in quanto non risulta superato il *test* dei tre criteri indicato nella raccomandazione n. 2007/879/CE. Di conseguenza, sono stati revocati tutti gli obblighi precedentemente imposti a Telecom Italia con la delibera n. 642/06/CONS. Il provvedimento, tuttavia, ha previsto un periodo transitorio di sei mesi, a partire dalla pubblicazione del provvedimento finale nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, durante il quale alcuni degli obblighi hanno continuato ad avere efficacia (l'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte tariffarie ai fini del test di prezzo, l'obbligo di non privilegiare ingiustamente i clienti finali e l'obbligo di non accorpare in modo indebito i servizi offerti).

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

L'Autorità, con la delibera n. 24/11/CONS del 20 gennaio 2011, ha concluso la seconda analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali. Tale mercato, incluso nei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea nella raccomandazione n. 2003/311/CE, era stato invece escluso dalla lista contenuta nell'allegato alla raccomandazione del 2007 dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

Per tale motivo, nella suddetta analisi, al fine di valutare se il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali fosse ancora suscettibile di regolamentazione *ex ante*, quindi ancora soggetto agli obblighi di cui alla delibera n. 159/08/CONS, l'Autorità, dopo aver definito i mercati rilevanti, ha verificato che fossero soddisfatti i tre criteri indicati dalla raccomandazione (il c.d. triplo *test*).

Con riferimento ai mercati rilevanti, l'Autorità, sulla base dell'analisi di sostituibilità condotta fra i diversi servizi di diffusione radiotelevisiva, ha identificato i seguenti ambiti merceologici e geografici:

a) mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, che comprende, rispetto alla precedente analisi di mercato, i servizi di trasmissione in tecnica analogica e digitale, in considerazione del prossimo *switch-off*;

- b) mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H, individuato, rispetto alla precedente analisi di mercato, come nuovo mercato, in considerazione della rilevata assenza di sostituibilità con il DVB-T;
- c) mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre;
- d) mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse;
- e) mercato transnazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite;
- f) mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;
- g) mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

Successivamente, l'Autorità ha verificato il superamento del triplo *test* nei mercati così come definiti, dedicando un approfondimento particolare al mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, in virtù della nuova definizione dello stesso e al nuovo mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H. Per gli altri mercati individuati, che già nella precedente analisi di mercato non superavano il triplo *test*, non sono stati riscontrati mutamenti strutturali sostanziali.

Per quanto riguarda il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, l'analisi svolta ha accertato la presenza di ostacoli non transitori all'accesso al mercato stesso, rappresentati soprattutto dalla scarsità del patrimonio frequenziale disponibile e, pertanto, il primo criterio del triplo *test* è stato ritenuto soddisfatto. Diversamente, il secondo criterio non è stato ritenuto soddisfatto, tenuto conto della struttura di mercato attualmente in evoluzione, in considerazione del prossimo passaggio al digitale e soprattutto del quadro regolamentare recentemente definito dall'Autorità (delibere n. 181/09/CONS e 300/10/CONS) recepito dalla legislazione nazionale (legge n. 88/09) e avallato dalla Commissione europea, la cui implementazione dovrebbe condurre all'ingresso di nuovi operatori nel digitale terrestre e al rafforzamento degli operatori minori già attivi. Inoltre, è stato considerato che la razionalizzazione dello spettro frequenziale secondo i principi stabiliti dal nuovo quadro ha già consentito l'ingresso di un nuovo operatore nel digitale terrestre.

L'Autorità è giunta alle medesime conclusioni con riguardo al mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H, ove il primo criterio è stato ritenuto soddisfatto. Poiché anche questo mercato è interessato dalla regolamentazione descritta, con i medesimi benefici attesi, anche in questo caso il secondo criterio non è stato ritenuto soddisfatto.

In definitiva, il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali, articolato nei mercati analizzati, non ha superato il triplo *test* e, pertanto, non è più suscettibile di regolamentazione *ex ante*. Tuttavia, al fine di assicurare maggiori garanzie agli operatori minori nella fase di transizione al digitale terrestre, l'Autorità ha ritenuto opportuno mantenere in vigore gli obblighi imposti dalla delibera n. 159/08/CONS fino al completamento dello *switch-off*.

Regolamentazione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione

Nel definire i rimedi applicabili a Telecom Italia quale operatore dominante nei mercati dell'accesso alla rete fissa, la delibera n. 731/09/CONS ha previsto espressamente che, all'esito della approvazione della raccomandazione della Commissione europea sull'accesso regolamentato alle reti di nuova generazione (raccomandazione

NGA) e sulla base di una proposta di Linee guida per la disciplina della transizione verso le reti NGA formulata nell'ambito dei lavori del Comitato NGN Italia, l'Autorità avrebbe riesaminato le condizioni regolamentari per i servizi di accesso alle reti NGA.

A seguito dell'adozione, il 20 settembre 2010, della raccomandazione NGA e della presentazione della proposta di Linee guida, l'Autorità, con la delibera n. 498/10/CONS, ha quindi avviato un procedimento volto a definire le suddette condizioni regolamentari.

Successivamente, in data 11 gennaio 2011, con la delibera n. 1/11/CONS, l'Autorità ha approvato un documento, in consultazione fino ai primi di marzo 2011, contenente i propri orientamenti circa i possibili rimedi da imporre a Telecom Italia relativamente ai servizi di accesso su reti di nuova generazione.

Il documento, in linea con la raccomandazione NGA, si propone di delineare un approccio regolamentare equilibrato ai temi della concorrenza e della promozione degli investimenti nell'ambito dei mercati dell'accesso alla rete fissa (mercati n. 4 e n. 5 della raccomandazione 2007/879/CE). In particolare, il documento mira a valorizzare il principio della *ladder of investment*, e a tenere in debito conto le differenze esistenti nelle condizioni concorrenziali esistenti nelle differenti aree geografiche. L'Autorità, inoltre, in esso si esprime circa l'opportunità di applicare obblighi di accesso simmetrici ai *bottlenecks* della rete, di prevedere un "premio di rischio" per remunerare il rischio di investimento e di fornire i corretti incentivi per iniziative di co-investimento nella realizzazione delle reti NGA.

In conformità a quanto sopra, il documento in consultazione, nel riconoscere che lo sviluppo della competizione è il principale *driver* degli investimenti, prevede che Telecom Italia renda disponibili tutti i prodotti di accesso su rete in rame previsti per i mercati dell'accesso fisico (mercato n. 4) e dell'accesso virtuale (mercato n. 5) anche in un contesto NGA.

In tal senso, nell'ambito dei rimedi del mercato n. 4, l'Autorità ha proposto l'estensione dell'obbligo di accesso alle infrastrutture di posa e alla fibra spenta – già previsto dalla delibera n. 731/09/CONS con riferimento alla tratta primaria e secondaria – anche alla c.d. "tratta di adduzione" (che completa l'accesso fino alla base dell'edificio dell'utente finale) e alla tratta di accesso alla centrale.

Nel caso di installazione da parte dell'operatore SMP di una rete FTTH, l'Autorità ha poi proposto l'imposizione dell'obbligo di accesso al segmento di terminazione della rete di accesso – compreso il cablaggio all'interno degli edifici – poiché tale segmento di rete costituisce un "collo di bottiglia" che può impedire la competizione infrastrutturale tra operatori. Sia per i servizi di accesso alle infrastrutture che al segmento terminale, il *pricing* proposto si basa sul principio dell'orientamento al costo con la previsione di un opportuno premio di rischio nel caso di infrastrutture di nuova realizzazione. L'Autorità si è, inoltre, riservata la possibilità di imporre un obbligo simmetrico in relazione all'accesso al segmento terminale – qualora riscontri che esso non sia né tecnicamente né economicamente duplicabile – ai sensi dell'articolo 12 della direttiva quadro 2002/21/CE.

Rimanendo nell'ambito del mercato n. 4, l'Autorità ha poi evidenziato l'opportunità di imporre anche l'obbligo di *unbundling* della fibra, a prezzi orientati ai costi, presso un punto di concentrazione intermedio tra la centrale locale e l'utente finale.

In merito al tema del co-investimento, in diversi punti del documento in consultazione, l'Autorità ha espresso la volontà di incentivare la cooperazione tra gli operatori

nella realizzazione delle diverse componenti delle nuove reti d'accesso, proponendo che Telecom Italia fornisca all'Autorità e a tutti gli operatori interessati informazioni circa i propri piani di investimento in reti di nuova generazione ed inviti gli operatori alternativi a manifestare la propria volontà nel partecipare ad eventuali progetti di co-investimento relativi alla realizzazione di una rete d'accesso FTTH.

Per quanto riguarda gli obblighi previsti per il mercato n. 5, l'Autorità ha evidenziato la necessità di confermare l'obbligo generale di fornitura del servizio *bitstream* su rete di accesso in fibra, già previsto dalla delibera n. 731/09/CONS.

Con riferimento a tutti i servizi di accesso all'ingrosso su rete NGA, sia quelli appartenenti al mercato n. 4 che a quelli che rientrano nel mercato n. 5, il documento propone altresì l'imposizione a Telecom Italia degli obblighi di trasparenza, non discriminazione, separazione contabile, controllo dei prezzi e contabilità dei costi.

Individuati gli obblighi regolamentari da imporre a Telecom Italia, l'Autorità ha ritenuto opportuno proporre un'applicazione modulata sulla base delle differenti condizioni concorrenziali correntemente o prospettivamente riscontrabili nel breve-medio periodo nel mercato italiano. Entrando nel merito delle singole misure, nel documento in consultazione, l'Autorità ha ritenuto che i servizi di accesso alle infrastrutture di posa e alla fibra spenta debbano essere resi disponibili sull'intero territorio nazionale, in maniera da non disincentivare lo sviluppo di reti NGA in determinate aree geografiche. Al contrario, l'Autorità ha proposto l'imposizione dell'obbligo di fornitura del servizio di *unbundling* – a partire dal 2013 – esclusivamente laddove l'unica rete in fibra presente sarà quella dell'operatore *incumbent*. Con riferimento all'obbligo di accesso al segmento di terminazione, il documento prevede che esso debba essere imposto esclusivamente nelle situazioni nelle quali non vige l'obbligo di *unbundling*, in quanto quest'ultimo è già comprensivo dell'accesso al segmento di terminazione. Per quanto riguarda i servizi *bitstream* in fibra, l'Autorità ha ritenuto che essi debbano essere disponibili sull'intero territorio nazionale fino al 2013, data a partire dalla quale gli stessi non dovrebbero essere più offerti nelle aree aperte all'*unbundling* su fibra, in maniera da incentivare gli operatori a risalire la scala degli investimenti. Telecom Italia dovrà comunque garantire, in tali aree, la prosecuzione per i successivi 12-24 mesi della fornitura dei servizi *bitstream* su fibra agli operatori che abbiano già attivato tali servizi.

Inoltre, il documento in consultazione prevede che i prezzi dei servizi *bitstream* siano orientati ai costi, con il riconoscimento di un opportuno premio di rischio, nelle aree in cui è presente la sola rete in fibra di Telecom Italia, e invece fissati nel rispetto del principio di non discriminazione altrove. L'Autorità, in ogni caso, ha espresso la propria volontà di monitorare le condizioni concorrenziali del mercato, al fine di verificare la necessità di un'eventuale revisione della disciplina dei prezzi dei servizi *bitstream*, alla luce, tra l'altro, dell'effettivo miglioramento delle condizioni concorrenziali derivanti dalla progressiva attuazione della separazione delle attività connesse alla rete di accesso di Telecom Italia, realizzata a partire dal febbraio 2008 con l'istituzione di *Open Access* e l'assunzione degli Impegni, resi vincolanti dall'Autorità con la delibera n. 718/08/CONS (cfr. par. 4.2.3).

Infine, nel documento in consultazione, l'Autorità, in merito alle modalità di migrazione dai servizi offerti sulla rete in rame a quelli offerti sulla rete in fibra, si è espressa nel senso che Telecom Italia, in assenza di accordi tra le parti, informi l'operatore alternativo con almeno cinque anni di anticipo della dismissione o riconversione delle centrali di commutazione dell'attuale rete di accesso. Il documento prevede che, in deroga a tale previsione, il periodo considerato per la transizione potrebbe essere ridotto a

tre anni, laddove le circostanze lo richiedano. Le modalità di migrazione saranno comunque definite dall'Autorità nell'ambito di un apposito procedimento.

Alla luce degli esiti della consultazione pubblica, l'Autorità, in data 19 maggio 2011, ha approvato, con la delibera n. 301/11/CONS, uno schema di provvedimento che sarà notificato alla Commissione europea per il relativo parere e, parallelamente, sottoposto ad una nuova consultazione pubblica nazionale al fine di consentire a tutti i soggetti interessati di esprimere osservazioni in merito agli elementi di novità rispetto agli orientamenti espressi nel testo che aveva formato oggetto della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 1/11/CONS.

La nuova proposta di regolamentazione dei servizi NGA offerti da Telecom Italia, contenuta nello schema di provvedimento, consiste di una combinazione di rimedi attivi e passivi che pone l'Italia nel segno delle *best practices* europee, utilizzando strumenti introdotti in diversi Stati membri, opportunamente contestualizzati con le dinamiche di mercato italiano. In particolare, le nuove regole mirano a *i*) garantire un elevato grado di apertura della rete, indipendentemente dalle scelte dell'*incumbent* in merito alla tecnologia ed all'architettura di rete, *ii*) consentire quindi la realizzazione di reti alternative (o parallele) secondo diverse soluzioni architetture (P2P, GPON o miste), *iii*) permettere agli operatori alternativi di scegliere la migliore soluzione per offrire servizi di accesso a seconda del proprio livello di infrastrutturazione, *iv*) facilitare l'implementazione di servizi *retail* supportati da livelli differenziati di qualità del servizio.

Lo schema di provvedimento presenta significative proposte di modifica ed integrazione rispetto al documento sottoposto a consultazione con la delibera n. 1/11/CONS.

Si tratta, in particolare, della previsione dell'obbligo in capo a Telecom Italia di fornire un servizio di accesso *end to end* alla propria rete passiva predisponendo quindi una soluzione di accesso disaggregato a livello di centrale. L'insieme dei rimedi passivi proposti (accesso *end to end* e accesso ai cavidotti e fibra spenta in tutte le tratte compresi i servizi di colocazione) consentirà agli operatori alternativi di realizzare la propria rete di accesso in fibra adottando la soluzione ritenuta dagli stessi più indicata (P2P o GPON o altro), essendo peraltro tali rimedi neutrali rispetto alla topologia ed all'architettura che la stessa Telecom Italia intende adottare per la propria rete.

Lo schema di provvedimento, inoltre, al fine di facilitare la programmazione degli ordini degli operatori alternativi e degli investimenti di Telecom Italia, prevede l'obbligo per quest'ultima di dare comunicazione, attraverso un apposito annuncio, degli investimenti programmati in nuove infrastrutture di accesso in fibra, in modo che tutti i soggetti interessati possano manifestare anticipatamente la propria volontà di acquistare i servizi di accesso alle suddette infrastrutture.

In merito ai rimedi attivi, lo schema di provvedimento prevede l'obbligo di accesso al servizio *bitstream* su tutto il territorio nazionale, senza programmarne al momento una futura rimozione (*sunset clause*).

L'Autorità, in particolare, propone che Telecom Italia offra un servizio di accesso *bitstream* di livello 2 (Ethernet) di tipo GEA (*Generic Ethernet Access*) a livello di centrale locale, ossia un servizio di accesso disaggregato virtuale (VULA), in grado di garantire un elevato livello di configurabilità della qualità del servizio (QoS) e tecnologicamente neutrale. In aggiunta, lo schema di provvedimento prevede che Telecom Italia offra il servizio *bitstream* su fibra, in tecnologia di trasporto *Ethernet*, anche con una modalità di interconnessione presso i nodi *feeder* che permetta agli operatori di raccogliere il traffico a livello di area di raccolta oppure a livello di macroarea di raccolta.

Per quanto riguarda il *pricing* dei servizi attivi, lo schema di provvedimento mantiene la differenziazione sulla base delle differenti aree del Paese. Nelle aree caratterizzate dall'assenza di competizione infrastrutturale, lo schema di provvedimento conferma l'idea di implementare un modello basato sulla metodologia a costi incrementali di lungo periodo (di tipo *Bottom-Up*), e rimanda la definizione del relativo modello di costo ad un apposito procedimento, nell'ambito del quale saranno altresì individuate le aree dove non sussiste competizione infrastrutturale. Fino alla definizione del suddetto modello di costo, si prevede che Telecom Italia pubblichi un'offerta *bitstream* su fibra i cui prezzi saranno soggetti ad approvazione da parte dell'Autorità.

Un altro importante elemento di novità è rappresentato dalla previsione dell'avvio di un procedimento volto alla valutazione di eventuali profili regolamentari connessi alla fornitura di diverse classi di qualità del servizio e la gestione di diversi livelli di priorità del traffico, coerenti con l'evoluzione verso le nuove architetture di rete, nel cui ambito saranno acquisite le conclusioni istruttorie sull'interconnessione IP e le indicazioni che emergeranno dall'indagine conoscitiva sulla *net neutrality*.

Il modello di costo per la determinazione dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa di Telecom Italia s.p.a. e la rivalutazione del costo del capitale

L'Autorità, all'esito della seconda analisi dei mercati dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa, nel porre in capo a Telecom Italia – quale operatore dotato di significativo potere di mercato nella fornitura di tali servizi – l'obbligo di controllo dei prezzi, aveva disposto che le variazioni percentuali annuali dei panieri di servizi per l'applicazione del meccanismo del *network cap* fossero determinate sulla base dei costi incrementali di lungo periodo. In tale sede (*cf.* delibera n. 731/09/CONS), pertanto, l'Autorità aveva disposto la realizzazione di un modello di costo economico-ingegneristico di tipo *Bottom-Up Long Run Incremental Cost* (BU-LRIC) e contestualmente la rivalutazione del costo del capitale (*Weighted Average Cost of Capital* – WACC). L'Autorità ritiene, infatti, che la metodologia BU-LRIC sia la più idonea a fornire al mercato precisi segnali di *make or buy* – specie in una fase di transizione tecnologica quale quella che si sta attraversando – e quindi la più efficace nello stimolare gli investimenti in reti di accesso alternative, in quanto sulla base di tale metodologia i prezzi dei servizi di accesso sono definiti sulla base dei costi che un'impresa sosterebbe, allo stato attuale, per la costruzione di una rete di accesso, non dei costi sostenuti nel passato. In aggiunta, dal momento che tale metodologia è anche la più adottata in Europa per la definizione dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso, l'Autorità ha potuto allinearsi alle *best practices* europee in tema di fissazione dei prezzi di accesso alle reti fisse.

Pertanto, nel mese di dicembre 2009, l'Autorità ha avviato il procedimento per la definizione del modello di costo e per la rivalutazione del costo del capitale (WACC), per la cui realizzazione si è avvalsa della consulenza di un soggetto terzo indipendente individuato – in quell'occasione – nella società *Europe Economics*. Durante la fase di predisposizione del modello, l'Autorità ha più volte interagito con gli operatori presenti – dal lato dell'offerta e della domanda – nel mercato, sia raccogliendo informazioni per mezzo di questionari, sia confrontandosi in appositi incontri sulle metodologie da utilizzare. Successivamente, nel mese di aprile 2010, l'Autorità ha avviato, con la delibera n. 121/10/CONS, la consultazione pubblica sulla metodologia adottata e sui risulta-

ti del modello. In particolare, il modello proposto, essendo basato sulla metodologia BU-LRIC, determina il costo che un operatore efficiente dovrebbe sostenere per la realizzazione di una ipotetica nuova rete di accesso in rame dimensionata sulla base della domanda di servizi di accesso prevista nell'orizzonte temporale di applicazione del modello e le cui centrali di accesso sono posizionate in corrispondenza delle centrali locali della rete dell'operatore notificato (modello tipo *schorched node*). Ai costi di realizzazione della rete così stimati, il modello poi aggiunge i costi necessari a mantenere in piena efficienza la rete, ossia i costi di manutenzione e da ultimo i costi di commercializzazione dei servizi. Infine, dal costo totale così ottenuto, il modello, sulla base di un meccanismo di allocazione dei costi ai servizi, ricava i costi unitari dei servizi di accesso regolamentati.

I valori del canone di *unbundling* derivanti dal modello sono risultati in aumento rispetto a quelli in vigore nel 2009. In particolare, il modello ha previsto degli incrementi del canone di *unbundling* rispetto all'anno precedente – da applicarsi per il solo 2010 retroattivamente a partire dal 1° maggio, mentre saranno applicati per gli anni 2011 e 2012 a partire dal 1° gennaio – pari a circa il 4,43%. Analoghe variazioni in aumento sono state proposte per i servizi di *Wholesale Line Rental* (WLR) e di *bitstream naked*, mentre per gli altri servizi di accesso *bitstream* sono stati proposti dei prezzi in diminuzione, specie per i servizi di trasporto della banda *bitstream*, per i quali è stata indicata una riduzione annua pari a circa il 6% (8,6% per i servizi di trasporto in tecnologia *ethernet*).

L'Autorità, inoltre, ha proposto di condizionare l'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi previste per gli anni 2011 e 2012 all'esito di una verifica circa la realizzazione di alcune condizioni relative alla qualità e all'ammodernamento della rete di accesso di Telecom Italia, in modo da stimolare Telecom Italia ad investire per il miglioramento della qualità della propria rete in rame, che continuerà a rivestire, nei prossimi anni, un ruolo di rilievo per la fornitura dei servizi di comunicazione ed in particolare di quelli a larga banda.

La consultazione ha visto la partecipazione dei principali attori del mercato, i quali grazie ai propri contributi, spesso accompagnati da relazioni e pareri forniti da società di consulenza e da istituzioni universitarie, hanno contribuito attivamente al procedimento. Nel mese di settembre 2010 l'Autorità ha quindi approvato lo schema di provvedimento – modificato rispetto alla versione originale al fine di recepire le osservazioni dei soggetti che hanno partecipato alla consultazione – che è stato notificato alla Commissione europea per acquisirne il relativo parere.

La Commissione ha, in linea generale, espresso un giudizio positivo sulla metodologia adottata dall'Autorità, ma ha tuttavia formulato alcune osservazioni in merito alla tipologia e alle fonti di parte dei dati utilizzati nel modello e in merito al meccanismo di verifica della qualità della rete, introdotto dall'Autorità ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi. La Commissione si è inoltre espressa in merito all'obbligo di controllo dei prezzi per i servizi *bitstream* e WLR e alla differenziazione dei prezzi dei servizi WLR per clientela residenziale e non residenziale.

Pur confermando l'impostazione generale del modello, l'Autorità ha apportato alcune modifiche allo schema di provvedimento al fine di tenere conto delle osservazioni della Commissione. In particolare, sulla base degli ulteriori approfondimenti degli uffici competenti, condotti anche in questo caso avvalendosi del supporto del consulente indipendente, è stato effettuato un riesame delle modalità di determinazione di alcune componenti dei costi operativi, quali i costi di manutenzione corretti-

va e i costi commerciali. Nell'accogliere le osservazioni della Commissione e al fine di garantire la massima certezza della regolamentazione nei mercati dell'accesso all'ingrosso, inoltre, l'Autorità ha specificato la metodologia di calcolo dei tre indicatori di qualità della rete individuati ("KO di rete", "manutenzione preventiva" e "tasso di guasto"), nonché gli obiettivi di qualità che devono essere raggiunti ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi previste dal modello per gli anni 2011 e 2012.

Con la delibera n. 578/10/CONS, l'Autorità, nel mese di novembre del 2010, ha quindi approvato il modello nella sua versione finale e i relativi valori dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete di Telecom Italia per gli anni 2010-2012. In particolare, il canone di *unbundling* è stato fissato ad un valore pari a 8,70 euro/mese a partire dal 1° maggio 2010, a 9,02 euro/mese a partire dal 1° gennaio 2011 e a 9,28 euro/mese a partire dal 1° gennaio 2012, dando luogo ad un incremento medio annuale dei canoni pari a circa il 3%.

In sintesi, il modello sviluppato dall'Autorità ha determinato nel suo complesso:

a) l'allineamento del prezzo del canone di *unbundling* alla media dei paesi europei caratterizzati da una maggiore diffusione dei servizi di *unbundling*, quali Francia, Germania e Regno Unito;

b) il mantenimento delle differenze (il cosiddetto spazio economico) esistenti fra i canoni dei servizi di *bitstream naked*, di WLR e di *unbundling*, al fine di incentivare gli operatori alternativi a salire lungo la *ladder of investment*;

c) la significativa riduzione dei prezzi dei servizi di trasporto della banda *bitstream*, con una riduzione più marcata per i servizi su tecnologia Ethernet (riduzione annua dell'8,6% a fronte di una riduzione del 6,04% per i servizi in tecnologia ATM), al fine di incentivare la migrazione verso quest'ultima tecnologia in luogo della precedente soluzione ATM.

Il valore del WACC da utilizzarsi per la valorizzazione dei prezzi dei servizi di rete fissa all'ingrosso di Telecom Italia è stato fissato nel 9,36%, in riduzione rispetto al valore di 10,2% determinato nel precedente ciclo di analisi di mercato.

Le verifiche degli indicatori di qualità della rete di accesso di Telecom Italia, ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso per l'anno 2011

Come già chiarito nel paragrafo precedente, la delibera n. 578/10/CONS, che ha definito il modello di costo economico-ingegneristico di tipo BULRIC per la definizione dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa di Telecom Italia, ha condizionato l'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi dei servizi previste per gli anni 2011 e 2012, all'esito di una verifica del soddisfacimento di alcune condizioni circa la qualità e l'ammmodernamento della rete di accesso di Telecom Italia.

In particolare, l'articolo 5 della delibera n. 578/10/CONS specifica gli indicatori di qualità relativi ai processi di attivazione dei servizi di accesso all'ingrosso e di esercizio e manutenzione della rete, da utilizzare ai fini della verifica di cui sopra, ossia: *i*) la percentuale dei rifiuti, sul totale delle richieste degli operatori, motivati da problematiche inerenti alla rete di accesso (i c.d. KO di rete); *ii*) lo stato di avanzamento dei programmi di rinnovamento della rete in rame; *iii*) il numero di guasti segnalati per i quali si è reso necessario un intervento *on field*, rapportato al totale delle linee attive. La stessa delibera stabilisce, inoltre, la metodologia da adottare per il calcolo di tali

indicatori e gli obiettivi che essi devono realizzare ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi.

In ottemperanza all'art. 5 della delibera n. 731/10/CONS, Telecom Italia nel mese di gennaio 2011, ha presentato all'Autorità una relazione, certificata dalla società di consulenza Ernst & Young, concernente la misura e l'andamento degli indicatori di qualità della rete ai fini dell'applicazione delle tariffe previste per l'anno 2011. Al riguardo, si evidenzia che, come anche certificato dal soggetto indipendente, gli obiettivi di qualità indicati dalla delibera, misurati secondo la metodologia di calcolo ivi riportata, sono stati tutti raggiunti.

Successivamente, l'Autorità ha avviato un'attività di verifica sulla qualità e l'ammodernamento della rete di Telecom Italia volta ad accertare che la metodologia di calcolo, adottata nella relazione certificata per la misura degli indicatori, fosse coerente con quanto previsto dalla delibera n. 578/10/CONS e che i valori assunti dagli indicatori soddisfacessero gli obiettivi imposti dalla delibera stessa.

Tale attività ha avuto riscontro favorevole e si è conclusa con la delibera n. 71/11/CONS del 16 febbraio 2011, con la quale l'Autorità ha dichiarato applicabili le variazioni in aumento dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso previste per l'anno 2011 dalla delibera n. 578/10/CONS.

Definizione dei prezzi per l'anno 2011 dei servizi di raccolta, terminazione e transito distrettuale nella rete telefonica pubblica fissa

Con la delibera n. 602/10/CONS del 15 novembre 2010, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica nazionale lo schema di provvedimento avente ad oggetto la definizione dei prezzi per l'anno 2011 dei servizi di raccolta e transito distrettuale offerti da Telecom Italia e del servizio di terminazione su rete fissa offerto da tutti gli operatori notificati.

Nello schema di provvedimento, l'Autorità ha proposto di confermare per il 2011 i prezzi dei servizi di raccolta, terminazione e transito distrettuale di Telecom Italia fissati per il 2010 dalle delibere nn. 179/10/CONS e 180/10/CONS, relative alla seconda analisi di mercato dei servizi di raccolta, terminazione e transito nella rete telefonica pubblica fissa. Con riferimento alla definizione dei prezzi dei servizi di terminazione offerti dagli operatori alternativi notificati, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica due diverse opzioni regolamentari: con la prima è stato proposto di definire per l'anno 2011 la simmetria delle tariffe di terminazione al livello del prezzo del servizio di terminazione locale di Telecom Italia, applicando quindi a tutti gli operatori alternativi notificati un livello di prezzo pari a 0,302 centesimi di euro al minuto; con la seconda opzione è stato proposto di confermare per l'anno 2011 il prezzo fissato per il 2010 dalla delibera n. 179/10/CONS – pari a 0,57 centesimi di euro al minuto – simmetrico rispetto al prezzo di terminazione SGT distrettuale di Telecom Italia, nonché di rinviare l'individuazione di un nuovo livello di simmetria al procedimento di definizione dei prezzi per l'anno 2012. Entrambe le opzioni sottoposte a consultazione pubblica danno seguito, sebbene in tempi diversi, all'invito a definire un effettivo livello di simmetria tariffaria, espresso dalla Commissione europea nella lettera di commenti agli schemi di provvedimento relativi alla seconda analisi di mercato dei servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa. Infine, lo schema di provvedimento sottoposto a consultazione pubblica propone di estendere ai cosiddetti operatori alternativi "non infrastrutturati", il cui prezzo di termina-

zione deve essere regolamentato per la prima volta nell'anno 2011, il medesimo obbligo di prezzo imposto agli altri operatori alternativi notificati¹¹¹.

Nel mese di marzo 2011, al fine di acquisire il parere ai sensi dell'articolo 12 del codice delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità ha notificato alla Commissione europea lo schema di provvedimento che recepisce le osservazioni formulate dagli otto operatori (BT Italia, Fastweb, Telecom Italia, TeleTu, Tiscali Italia, Vodafone, Welcome Italia e Wind) che hanno partecipato alla consultazione pubblica nazionale e le valutazioni in merito dell'Autorità. In particolare, lo schema di provvedimento conferma i prezzi stabiliti per l'anno 2010 dalle delibere nn. 179/10/CONS e 180/10/CONS per servizi di raccolta, terminazione e transito distrettuale di Telecom Italia, nonché per i servizi di terminazione offerti da tutti gli operatori alternativi notificati, così come era previsto dalla seconda opzione sottoposta alla valutazione dei soggetti interessati. Inoltre, per l'anno 2012, lo schema di provvedimento notificato prevede la definizione – oltre che delle tariffe dei servizi di interconnessione in tecnologia IP scaturenti dal modello BU-LRIC – delle tariffe di terminazione in tecnologia TDM, individuando un nuovo livello di simmetria tariffaria corrispondente alla tariffa di terminazione locale (SGU) di Telecom Italia, al fine di incentivare la transizione degli operatori verso l'adozione della tecnologia di interconnessione IP.

In seguito alla consultazione comunitaria, nel mese di aprile 2011 l'Autorità ha adottato il provvedimento finale con la delibera n. 229/11/CONS. L'Autorità ha confermato l'impianto della proposta di provvedimento inviata alla Commissione europea e, tenendo conto delle osservazioni formulate dalla Commissione, ha stabilito i tempi per la migrazione degli operatori verso l'architettura di interconnessione IP.

Modello BU-LRIC per la determinazione delle tariffe del servizio di terminazione su rete mobile

Con la delibera n. 509/10/CONS, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica nazionale il modello ingegneristico-contabile di tipo BU-LRIC per la determinazione delle tariffe del servizio di terminazione vocale su rete mobile. Il modello – sviluppato con l'ausilio di un soggetto indipendente – recepisce quanto indicato nella raccomandazione 2009/396/CE della Commissione del 7 maggio 2009 sulla regolamentazione delle tariffe di terminazione su reti fisse e mobili nell'Unione europea e calcola, secondo un approccio di tipo *scorched earth*, il "LRIC puro", ossia il costo che un operatore eviterebbe nel caso in cui cessasse l'erogazione del servizio all'ingrosso di terminazione di chiamata vocale su rete mobile. L'Autorità ha altresì provveduto a sviluppare una metodologia per il calcolo del WACC (*Weighted average cost of capital*), ossia del costo medio ponderato del capitale¹¹².

La raccomandazione 2009/396/CE attribuisce altresì alle autorità nazionali di regolamentazione la facoltà di riconciliare i risultati del modello *bottom-up* con quelli

111 Acantho s.p.a., Adr Tel s.p.a., Csinfo s.p.a., Decatel s.r.l., Estracom s.p.a., Freeway s.r.l., Intermatica s.p.a., Mc-Link s.p.a., Noatel s.p.a., Okcom s.p.a., Phonica s.p.a., Publicom s.r.l., Rita s.r.l., Teleunit s.p.a., Terrecablare Reti e Servizi s.r.l., Thunder s.p.a., Trans World Communications s.p.a., Trans World Telecommunications s.r.l., Verizon Italia s.p.a., Wavecrest Italia s.r.l.

112 Il modello progetta la rete di un operatore ipotetico efficiente senza tenere conto dei nodi di rete già esistenti.

ottenuti utilizzando un modello di tipo contabile *top-down*, che utilizza come input i dati certificati della contabilità regolatoria. L'Autorità ha ritenuto opportuno avvalersi di tale facoltà sottoponendo a consultazione pubblica una metodologia di riconciliazione finalizzata a individuare gli scostamenti di maggiore entità tra dati contabili (reali) e dati del modello (teorici) ed apportare al risultato gli aggiustamenti necessari.

Da ultimo, nel testo sottoposto a consultazione pubblica sono stati forniti alcuni chiarimenti volti a fugare dubbi interpretativi e a garantire maggiore certezza al quadro regolamentare di riferimento in materia di contabilità dei costi.

Tenuto conto dei contributi degli operatori intervenuti nella fase di consultazione nazionale e dell'assenza di commenti da parte della Commissione europea, l'Autorità ha approvato il provvedimento finale (delibera n. 60/11/CONS) che definisce la metodologia per la determinazione delle tariffe da utilizzare nell'ambito della terza analisi del mercato dei servizi di terminazione vocale su rete mobile (procedimento avviato con la delibera n. 670/10/CONS). Questa metodologia prevede l'impiego sia del modello *bottom-up* sia dei dati desumibili dalle contabilità regolatorie certificate degli operatori al fine dell'attività di riconciliazione.

3.2. I servizi di telecomunicazione su rete fissa

Nel periodo compreso tra il mese di maggio 2010 e il mese di aprile 2011 gli interventi dell'Autorità in tema di telefonia fissa, con riferimento alle attività di regolamentazione e vigilanza nel rispetto dell'attuale quadro normativo, hanno riguardato i seguenti aspetti:

- a) verifica della contabilità regolatoria predisposta da Telecom Italia;
- b) verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia;
- c) verifica delle condizioni di offerta al pubblico per i servizi di chiamata fisso-mobile praticate da Telecom Italia attraverso il listino generalizzato;
- d) valutazione delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche;
- e) approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi di raccolta e terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa;
- f) approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-localizzazione;
- g) approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi trasmissivi a capacità dedicata (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale) e delle offerte di circuiti diretti *wholesale* e di circuiti parziali per l'anno 2010;
- h) approvazione della offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per il servizio WLR (*wholesale line rental*);
- i) implementazione delle procedure di portabilità del numero su rete fissa;
- j) attività di vigilanza sui servizi di interconnessione e sui processi di trasferimento delle utenze;
- k) modifica e monitoraggio dell'implementazione del Piano nazionale di numerazione.

Verifica della contabilità regolatoria predisposta da Telecom Italia

L'attività di verifica della contabilità regolatoria dell'operatore di rete fissa Telecom Italia è svolta allo scopo di certificare la conformità della rendicontazione contabile prodotta dall'*incumbent* al quadro normativo vigente.

La società Mazars, aggiudicataria della gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico di verifica dei documenti contabili prodotti da Telecom Italia, a gennaio 2011 ha completato le attività di verifica concernenti i documenti contabili dei servizi all'ingrosso e al dettaglio offerti su rete fissa relativi all'esercizio 2008. Le attività relative all'anno 2009 sono in fase di conclusione.

In particolare, la Società Mazars ha verificato la conformità della rendicontazione contabile prodotta da Telecom Italia al quadro regolamentare vigente, ossia alle disposizioni in materia di contabilità dei costi e separazione contabile adottate agli esiti del primo ciclo di analisi dei mercati (delibere nn. 4/06/CONS, 33/06/CONS, 34/06/CONS,

45/06/CONS, 343/06/CONS, 417/06/CONS e 642/06/CONS). Gli obblighi di contabilità dei costi e separazione contabile imposti all'operatore notificato di rete fissa sono stati, peraltro, confermati con l'adozione delle delibere relative al secondo ciclo di analisi dei mercati (delibere nn. 731/09/CONS, 2/10/CONS, 179/10/CONS e 180/10/CONS).

Tali delibere hanno inoltre apportato alcune modifiche agli schemi contabili che verranno applicate alla contabilità regolatoria a partire dall'esercizio contabile 2011. Per l'esercizio contabile 2010, Telecom Italia, invece, affiancherà alla contabilità regolatoria redatta secondo la normativa vigente, soggetta a revisione, un secondo documento contabile in cui verranno recepite in via sperimentale le disposizioni contenute nelle delibere in parola, che sarà soggetta ad approvazione da parte dell'Autorità. Al fine di definire la metodologia con cui dovrà essere predisposto il nuovo modello contabile è in fase di redazione un documento di linee guida, per cui è stata svolta una consultazione pubblica (cfr. delibera n. 2/11/CONS) che si è conclusa il 28 febbraio 2011.

L'attività di verifica relativa all'esercizio 2008 condotta dal revisore si è conclusa con la consegna delle relative relazioni. A valle delle verifiche in esame, l'Autorità ha approvato la delibera n. 162/11/CONS, relativa alla pubblicazione delle relazioni di conformità del sistema di contabilità dei costi, di separazione contabile e della contabilità regolatoria di Telecom Italia, redatte dal revisore.

Verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia

Nel 2010, si è dato avvio alle attività istruttorie finalizzate alla rinnovazione dei procedimenti concernenti l'applicabilità del meccanismo di ripartizione e la valutazione del costo netto del servizio universale per gli anni 1999, 2000, 2002 e 2003, al fine di dar seguito alle sentenze del Consiglio di Stato – emesse a gennaio 2010 – che hanno accolto i ricorsi proposti dalla società Vodafone nei confronti delle delibere nn. 67/05/CIR, 23/01/CIR, 16/04/CIR e 28/07/CIR.

In particolare, la rinnovazione dei procedimenti menzionati è stata disposta al fine di integrare la parte istruttoria relativa all'analisi di sostituibilità tra servizi di telefonia fissa e mobile ritenuta carente dal giudice e di valutare, conseguentemente, l'impatto degli esiti di tale analisi sull'applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale.

I primi risultati dell'attività istruttoria svolta sono stati presentati negli schemi di provvedimento oggetto delle consultazioni pubbliche indette con le delibere nn. 120/10/CIR, 121/10/CIR, 122/10/CIR e 123/10/CIR.

L'analisi di sostituibilità svolta dall'Autorità, in coerenza con l'indirizzo segnato dal giudice amministrativo, ha valutato le condizioni di concorrenzialità esistenti tra i servizi di telefonia fissa e mobile nell'ambito del contesto "merceologico/geografico" costituito dall'intero territorio nazionale, con lo scopo di verificare se, negli anni considerati, si sia verificato un generale e diffuso ricorso ai servizi di telefonia mobile a detrimento dell'utilizzo dei servizi di telefonia su rete fissa, tale da fare emergere un fenomeno di progressiva sostituzione tra i due servizi.

Per poter valutare le concrete possibilità di sostituzione da parte degli acquirenti tra servizi di telefonia fissa e mobile, anche alla luce dell'evoluzione delle preferenze degli utenti rispetto ai dispositivi di comunicazioni vocali, l'analisi si è focalizzata sull'osservazione congiunta di alcune delle variabili maggiormente rappresentative della

domanda e dell'offerta, collegando le dinamiche emerse da tale osservazione all'andamento registrato dai prezzi di mercato.

L'analisi ha evidenziato una tendenza crescente a preferire il telefono cellulare in luogo del telefono fisso quale mezzo di comunicazione vocale basata non solo su fattori economici, quale, ad esempio, la dinamica dei prezzi, ma anche dall'evidenza di una propensione progressiva degli utenti a modificare le proprie abitudini di utilizzo dei mezzi di comunicazione, in linea con l'evoluzione tecnologica del settore. Sul piano tecnico è stata evidenziata la piena interoperabilità dei sistemi di comunicazione vocale fissa e mobile, ed anche la circostanza che, dal punto di vista dell'utente, il servizio di telefonia vocale viene erogato in maniera pressoché equivalente mediante l'utilizzo di due tecnologie differenti. Pertanto, alla luce delle analisi condotte secondo le indicazioni del Consiglio di Stato, l'Autorità ha espresso, negli schemi di provvedimenti sottoposti a consultazione pubblica, l'orientamento secondo il quale il grado di concorrenzialità esistente, negli anni considerati, tra i servizi di telefonia fissa e mobile è tale da giustificare la partecipazione al fondo per il finanziamento del servizio universale anche degli operatori di rete mobile.

L'Autorità ha acquisito su tali esiti istruttori le osservazioni dei soggetti interessati intervenuti alle consultazioni pubbliche, i cui contributi sono stati illustrati nel corso di apposite audizioni.

Al fine di poter adeguatamente valutare gli esiti delle consultazioni, è stata disposta una proroga delle istruttorie in corso, la cui conclusione è prevista entro l'estate del 2011.

Verifica delle condizioni di offerta al pubblico per i servizi di chiamata fisso-mobile praticate da Telecom Italia attraverso il listino generalizzato

Nel periodo in esame è proseguita l'attività di controllo, da parte dell'Autorità, dei prezzi al dettaglio dei servizi telefonici praticati da Telecom Italia alla generalità della clientela per i servizi di chiamata fisso-mobile.

Ai sensi dell'art. 12 della delibera n. 642/06/CONS, il regime del *price cap* si è in realtà concluso nel 2009: per l'anno 2010, pertanto, non sussisteva in capo a Telecom Italia alcun obbligo relativo alla variazione massima della spesa complessiva del paniere di consumo di riferimento. Tuttavia, poiché all'atto della modifica dei prezzi di terminazione mobile risultava ancora in vigore l'art. 13 della delibera n. 642/06/CONS che vincolava Telecom Italia all'obbligo di non discriminazione tra i diversi operatori mobili, è stato necessario verificare che la nuova formulazione dei prezzi per i servizi di chiamata fisso mobile rispettasse tale obbligo.

La Tabella 3.1 illustra gli effetti dell'intervento sui prezzi del traffico fisso-mobile attuato con decorrenza dal 1° luglio 2010 in concomitanza della rimodulazione dei prezzi del servizio di terminazione su rete mobile imposta agli operatori Tim, Vodafone, Wind e H3G ai sensi della delibera n. 667/08/CONS¹¹³.

¹¹³ I prezzi di terminazione in vigore dal 1° luglio 2010 sono fissati per Tim, Vodafone, Wind e H3G rispettivamente pari a: 6,60 €cent./min. e 6,60 €cent./min., 7,20 €cent./min. e 9,00 €cent./min.

Tabella 3.1. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile a partire dal 1° luglio 2010
(eurocent/min., IVA esclusa)

| | | Clienti residenziali | | Clienti affari | |
|----------|----------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | | fino al 30/06/2010 | proposti dal 1/07/2010 | fino al 30/06/2010 | proposti dal 1/07/2010 |
| TIM | set up (€cent) | 6,56 | 6,56 | 6,56 | 6,56 |
| | fascia intera | 11,13 | 9,50 | 8,45 | 8,45 |
| | fascia ridotta | 6,47 | 6,47 | | |
| VODAFONE | set up (€cent) | 6,56 | 6,56 | 6,56 | 6,56 |
| | fascia intera | 11,55 | 9,85 | 8,55 | 8,55 |
| | fascia ridotta | 6,60 | 6,60 | | |
| WIND | set up (€cent) | 6,56 | 6,56 | 6,56 | 6,56 |
| | fascia intera | 13,01 | 10,00 | 9,70 | 9,00 |
| | fascia ridotta | 8,04 | 7,57 | | |
| H3G | set up (€cent) | 6,56 | 6,56 | 6,56 | 6,56 |
| | fascia intera | 15,43 | 11,20 | 14,31 | 10,80 |
| | fascia ridotta | 9,03 | 9,03 | | |

Fonte: Autorità

La manovra proposta da Telecom Italia, risultando conforme al principio di non discriminazione nei confronti dei diversi operatori di terminazione mobile, è stata approvata dall'Autorità.

Valutazione delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche

L'Autorità ha effettuato diverse valutazioni delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche sulla base di quanto disciplinato dalle delibere n. 642/06/CONS, n. 731/09/CONS, n. 284/10/CONS e n. 499/10/CONS.

Gli ultimi due provvedimenti, in particolare, hanno modificato, in maniera significativa, la disciplina precedente in materia di test di prezzo.

Con riferimento ai servizi di traffico telefonico, la delibera n. 284/10/CONS ha rimosso tutti gli obblighi precedentemente imposti in capo a Telecom Italia dalla delibera n. 642/06/CONS, disponendo tuttavia l'efficacia, per ulteriori 6 mesi (a decorrere dalla data di pubblicazione della delibera n. 284/10/CONS nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, avvenuta il 12 luglio 2010), dell'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte ai fini della verifica dei test di prezzo, nonché degli obblighi di non privilegiare ingiustamente determinati clienti finali e di non accorpate in modo indebito i servizi offerti.

Con l'approvazione della delibera n. 499/10/CONS, in vigore dal 28 ottobre 2010, l'Autorità ha, invece, provveduto ad aggiornare i meccanismi di valutazione delle offerte di Telecom Italia, adottando una nuova metodologia dei test di prezzo più flessibile e adeguata alla mutata configurazione del mercato e dell'offerta di servizi di comunicazione elettronica, sempre più comunemente basata su pacchetti che propongono in forma congiunta servizi di accesso e traffico. Il nuovo test consente di valutare offerte

retail di servizi regolamentati – eventualmente venduti in *bundle* con servizi non regolamentati – avvalendosi di strumenti di analisi desunti dalla prassi *antitrust*, quali il metodo DCF (*Discounted Cash Flow*) adatto anche per la valutazione di offerte per le quali si realizzano investimenti *ad hoc* da recuperare in un determinato intervallo temporale.

Sulla base della normativa richiamata, sono state quindi valutate una serie di nuove offerte tariffarie ovvero promozioni applicate a offerte già in commercio proposte da Telecom Italia. L'attività di verifica ha comportato, in alcune circostanze, lo svolgimento di un lungo e complesso processo di valutazione, in considerazione della complessità e dell'elevato numero di condizioni economiche di offerta proposte dall'operatore.

Nel corso del periodo è inoltre proseguita l'attività di monitoraggio a consuntivo dei consumi sviluppati dalla clientela delle offerte con modalità di tariffazione *flat* del traffico telefonico, onde verificare la permanenza delle condizioni di replicabilità delle stesse.

Sono state, infine, concluse le attività di verifica di alcune offerte di servizi telefonici proposte da Telecom Italia in sede di partecipazione a procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore di servizi di telecomunicazione, di importo superiore a 500.000 euro, promosse da clienti privati, e in ambito di gare per pubblici appalti, ai sensi dell'art. 14, comma 2, della già citata delibera n. 642/06/CONS e dell'art. 69 della delibera n. 731/09/CONS.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi di raccolta e terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa

L'Autorità, con la delibera n. 55/10/CIR, ha avviato il procedimento di approvazione, tramite consultazione pubblica, dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi, offerti agli operatori interconnessi, di raccolta e terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 2 e n. 3 della raccomandazione n. 2007/879/CE)¹¹⁴. L'Autorità ha approvato la suddetta offerta di riferimento, con modifiche, con la pubblicazione della delibera n. 119/10/CIR.

L'approvazione ha riguardato la verifica del rispetto dei prezzi per i servizi di raccolta e terminazione delle chiamate disposte dalle delibere n. 179/10/CONS e n. 180/10/CONS, la verifica degli obblighi di orientamento al costo per i servizi accessori ed aggiuntivi, nonché la verifica di aspetti procedurali e tecnici inclusi nell'offerta di riferimento.

Le principali modifiche richieste dall'Autorità all'offerta di riferimento per l'anno 2010 proposta da Telecom Italia hanno riguardato la base di costo da utilizzare per la determinazione dei prezzi dei servizi, il mantenimento per il 2010 del costo orario della manodopera approvato per il 2009, la gestione delle frodi nell'ambito dell'accesso degli abbonati di Telecom Italia ai servizi su numerazioni non geografiche di altro operato-

114 Si tratta dei servizi di interconnessione che consentono all'operatore concorrente di Telecom Italia di richiedere la raccolta, presso un determinato punto di consegna, del traffico telefonico dei propri clienti, o la terminazione, a partire da un punto di consegna, del traffico telefonico dei propri clienti che chiamano clienti di Telecom Italia o di altri operatori.

re, la valorizzazione dei contributi per l'utilizzo dei *kit reverse* e della *surcharge* per il servizio di raccolta da telefonia pubblica.

Con riferimento alla gestione delle frodi, le novazioni introdotte dall'Autorità hanno riguardato la possibilità di una temporanea sospensione per Telecom Italia degli obblighi di fatturazione al cliente qualora, in presenza di evidenze documentali idonee a far presumere l'esistenza di una frode, la stessa abbia presentato al riguardo apposita denuncia all'Autorità giudiziaria. In assenza di misure cautelari adottate entro quattro mesi da parte di quest'ultima, Telecom Italia procede alla fatturazione del cliente.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-locazione

Con la delibera n. 53/10/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 16/10/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche ed ai servizi di co-locazione.¹¹⁵ La delibera di approvazione ha tenuto conto di quanto previsto dalla delibera n. 731/09/CONS, approvata dall'Autorità in esito alla nuova analisi dei mercati d'accesso alla rete fissa, che ha stabilito, in particolare, un obbligo di controllo dei prezzi in capo a Telecom Italia basato su un meccanismo di programmazione triennale dei prezzi (*network cap*) per gli anni 2010-2012 con vincoli di *cap* definiti sulla base di un modello a costi incrementali di lungo periodo di tipo *bottom up* (c.d. modello *BU-LRIC*). I prezzi dei servizi di co-locazione, nonché dei servizi di accesso disaggregato non compresi nei panieri a *network cap* sono, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, orientati ai costi.

Nelle more dell'adozione del suddetto modello *BU-LRIC* (avvenuta successivamente alla delibera n. 53/10/CIR e, segnatamente, con delibera n. 578/10/CONS), il procedimento di approvazione dell'offerta di riferimento in esame ha riguardato la verifica del rispetto da parte di Telecom Italia dell'obbligo di orientamento al costo, nonché la verifica di aspetti procedurali e tecnici relativi ai servizi inclusi nella suddetta offerta di riferimento. Le principali modifiche richieste a Telecom Italia dall'Autorità con la delibera n. 53/10/CIR hanno, in particolare, riguardato le condizioni economiche dei servizi di co-locazione (spazi, energia e condizionamento) i cui prezzi sono stati riformulati in riduzione rispetto a quanto proposto da Telecom Italia per il 2010. Inoltre, l'Autorità è intervenuta su alcuni contributi *una tantum* relativi a servizi (c.d. ripristino borchia e qualificazione) non inclusi nei panieri del *network cap*. Ulteriori modifiche hanno interessato il costo della manodopera, la gestione delle c.d. opere speciali, nonché l'introduzione di opportuni SLA (*Service Level Agreement*) e penali per la gestione dei degradingi¹¹⁶. L'Autorità, con delibera n. 53/10/CIR ha, altresì, provveduto a fornire chiarimenti in merito alla decorrenza delle condizioni economiche dei servizi di accesso *wholesale* determinate sulla base del modello *BU-LRIC*, per l'anno 2010, da applicarsi, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, a partire dal 1° maggio 2010.

¹¹⁵ Il servizio di *unbundling* del *local loop* consente all'operatore alternativo l'accesso alla rete in rame di Telecom Italia per la copertura dell'ultimo miglio e, quindi, la fornitura dei tradizionali servizi di fonia e di servizi a banda larga. I servizi di co-locazione consentono all'operatore alternativo di installare i propri apparati presso le centrali locali di Telecom Italia.

¹¹⁶ Particolari condizioni di deterioramento della qualità del servizio offerto da Telecom Italia agli operatori interconnessi.

Nel mese di marzo del 2011, successivamente all'adozione della delibera n. 578/10/CONS, è stato avviato il procedimento istruttorio relativo all'approvazione dei prezzi per l'anno 2010 dei servizi di accesso disaggregato a *network cap*. Il procedimento si è concluso con l'adozione della delibera n. 28/11/CIR che ha sostanzialmente confermato i prezzi proposti da Telecom Italia.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per i servizi trasmissivi a capacità dedicata (circuiti terminating, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale) e delle offerte di circuiti diretti wholesale e di circuiti parziali per l'anno 2010

Con la delibera n. 73/10/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 34/10/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2010 per i servizi trasmissivi a capacità dedicata di cui al mercato n. 6 della raccomandazione n. 2007/879/CE (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale), nonché le offerte di riferimento di Telecom Italia, per l'anno 2010, relative ai servizi trasmissivi a capacità dedicata del vecchio quadro regolamentare, ossia i circuiti diretti *wholesale* (CDN) e i circuiti parziali.

In particolare, nell'ambito del suddetto provvedimento, l'Autorità, con riferimento ai circuiti *terminating* PDH/SDH, ha verificato il rispetto dei vincoli di *network cap* disposti per l'anno 2010 dalla delibera n. 2/10/CONS. Sono state, altresì, valutate le condizioni economiche dei circuiti *terminating ethernet over SDH* introdotti per la prima volta da Telecom Italia, ai sensi della suddetta delibera, nell'ambito dell'offerta 2010. Le principali modifiche richieste a Telecom Italia con la delibera n. 73/10/CIR hanno riguardato le condizioni economiche dei flussi di interconnessione (soggetti ad orientamento al costo) i cui prezzi sono stati riformulati al ribasso sia rispetto a quanto proposto da Telecom Italia per il 2010 sia rispetto alle corrispondenti condizioni economiche in vigore nel 2009. Ulteriori modifiche hanno interessato, in particolare, il costo dei c.d. interventi a vuoto e la valorizzazione delle penali cui Telecom Italia è soggetta per il mancato rispetto degli SLA di *provisioning*. Nell'ambito del citato provvedimento sono state altresì definiti alcuni aspetti procedurali e tecnici relativi alla fornitura dei servizi trasmissivi a capacità dedicata.

L'Autorità ha, inoltre, approvato le condizioni economiche dei CDN *wholesale* e circuiti parziali da applicare per l'anno 2010, nelle more della migrazione da tali servizi previsti, come premesso, dal vecchio quadro regolamentare, ai circuiti *terminating* del nuovo quadro.

Infine, agli inizi del 2011, sono state avviate le attività relative all'approvazione delle offerte di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2011 per i servizi trasmissivi a capacità dedicata sia del vecchio quadro (collegamenti diretti *wholesale* e circuiti parziali) che del nuovo quadro regolamentare (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale). Le suddette attività sono culminate, nel mese di febbraio 2011, con l'approvazione della delibera n. 8/11/CIR, con cui è stato posto a consultazione pubblica uno schema di provvedimento di approvazione delle suddette offerte di riferimento.

Approvazione della offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per il servizio WLR

Il servizio WLR (*wholesale line rental*) è un servizio intermedio disciplinato dall'Autorità e divenuto operativo a partire dal 2008. Tale servizio consente agli operatori interconnessi alla rete di Telecom Italia di fornire ai propri clienti sia l'accesso alla rete telefonica sia il servizio di traffico telefonico, inviando agli stessi una sola fattura e rappresenta una significativa evoluzione rispetto al servizio di preselezione del vettore CPS (*carrier preselection*) che consente all'operatore concorrente la fornitura del solo traffico telefonico, con conseguente doppia fatturazione al cliente, per il canone di accesso (da parte di Telecom Italia) e il traffico telefonico (da parte dell'operatore interconnesso). Il servizio WLR, disponibile esclusivamente nelle aree non aperte all'*unbundling*, è stato introdotto dall'Autorità per consentire agli operatori concorrenti di acquisire clienti in modalità simile a quanto offerto in presenza del servizio di *unbundling*.

Al riguardo, nel periodo in esame, l'Autorità, con la delibera n. 15/10/CIR, ha avviato il procedimento di approvazione, tramite consultazione pubblica, della offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2010 per il servizio WLR. Per le stesse ragioni su esposte con riferimento ai servizi di *unbundling*, nelle more dell'adozione del suddetto modello BU-LRIC (avvenuto successivamente alla delibera n. 15/10/CIR e, segnatamente, con la delibera n. 578/10/CONS), il procedimento di approvazione dell'offerta di riferimento in esame ha riguardato soltanto i servizi soggetti ad orientamento al costo e le condizioni tecniche e procedurali di fornitura (con l'esclusione quindi dei servizi soggetti a *network cap*). L'Autorità ha approvato le suddette condizioni di offerta con la delibera n. 54/10/CIR. Con riferimento alle condizioni procedurali (in particolare la decorrenza delle condizioni economiche) detta delibera ha stabilito il mantenimento dei prezzi approvati per il 2009, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, per il periodo dal 1° gennaio fino al 30 aprile 2010, nonché l'applicazione dei nuovi prezzi, incluso quelli derivanti dall'applicazione del modello di costo BU-LRIC (valido per i servizi a *network cap*), a partire dal 1° maggio 2010, coerentemente con quanto disposto per i servizi di *unbundling* (si veda la sezione precedente) del rame e per il *bitstream*. Con riferimento agli altri servizi soggetti ad orientamento al costo, le modifiche richieste dall'Autorità, con detta delibera, hanno riguardato la valorizzazione del contributo addizionale di *set-up*, la riduzione dei contributi previsti per gli interventi a vuoto, l'eliminazione del contributo per il subentro e la valorizzazione del contributo di attivazione del WLR su linea *bitstream naked*¹¹⁷.

Il procedimento di approvazione dei prezzi dei servizi a *network cap*, per quanto detto applicabili nel periodo 1° maggio 2010 – 31 dicembre 2010, è stato avviato dall'Autorità nel mese di marzo 2011, successivamente all'adozione della delibera n. 578/10/CONS, la quale ha fissato i vincoli per le variazioni dei valori economici per i panieri di servizi definiti dalla delibera n. 731/09/CONS. Il procedimento si è concluso con l'adozione della delibera n. 27/11/CIR.

¹¹⁷ Il *bitstream* è un servizio di interconnessione all'ingrosso che consiste nella fornitura, da parte dell'operatore SMP nel mercato delle reti di accesso (Telecom Italia), della capacità trasmissiva tra la postazione di un cliente finale ed un punto di interconnessione o PoP (*Point of Presence*) di un altro operatore che, a sua volta, vuole offrire servizi a banda larga ai propri clienti finali. Il *bitstream naked*, in particolare, è offerto sulle linee per le quali non è contemporaneamente attivo un servizio telefonico tradizionale (POTS – *Plain Old Telephone Service*).

Implementazione delle procedure di portabilità del numero su rete fissa

Nel corso del 2009 e durante primi mesi del 2010 l'Autorità aveva completato il quadro normativo relativo alle procedure di cui alla delibera n. 274/07/CONS (procedure di attivazione e procedure di migrazione)¹¹⁸.

L'Autorità ha, nel corso del 2010, proseguito un'intensa attività normativa tesa a completare il quadro normativo delle procedure di passaggio dei clienti tra operatori di rete fissa. Il principale risultato di tale attività ha riguardato la definizione delle specifiche tecniche per la portabilità del numero su rete fissa cosiddetta "Pura" (cioè indipendente dalla fornitura di un servizio di accesso intermedio di Telecom Italia e riguardante, quindi, anche gli accessi su rete proprietaria di operatori alternativi), da e verso qualunque operatore, sia in caso di prima portabilità che di portabilità successiva. In particolare, l'Autorità con la delibera n. 35/10/CIR ha modificato il processo di portabilità definito nella delibera n. 41/09/CIR e ne ha definito le specifiche tecniche. L'Autorità ha altresì introdotto, a tutela del cliente contro le attivazioni non richieste, il codice segreto nella procedure di NP (*number portability*) pura secondo modalità coerenti con quanto disciplinato dalla delibera n. 52/09/CIR per le procedure di attivazione e migrazione.

Le nuove procedure di NP pura, dopo un periodo di sperimentazione di due mesi, sono divenute pienamente operative a partire dal 7 febbraio 2011 attraverso un percorso scandito dall'adozione, da parte dell'Autorità, di una serie di provvedimenti attuativi, quali la circolare dell'11 ottobre 2010, che ha reso pubbliche e vincolanti per tutti gli operatori le specifiche tecniche concordate nel tavolo tecnico, e la circolare del 27 ottobre 2010, la quale ha definito la tempistica e le modalità per la transizione dalle vecchie procedure di portabilità del numero, basate su accordi bilaterali tra operatori, alle procedure di cui alla delibera n. 35/10/CIR. Quest'ultima circolare, inoltre, ha disposto l'adozione di un "accordo quadro temporaneo" tra operatori che ha anticipato, al mese di novembre 2010, la possibilità per un cliente di trasferire la propria numerazione tra operatori anche in assenza di accordi bilaterali tra gli stessi¹¹⁹.

Secondo il quadro regolamentare definito dall'Autorità con la delibera n. 35/10/CIR il cliente che intende passare ad altro operatore deve semplicemente rivolgersi al nuovo operatore aderendo ad una offerta commerciale e fornirgli il proprio codice di trasferimento dell'utenza¹²⁰. Sarà compito del nuovo operatore contattare, utilizzando una

118 Con tale delibera, per entrambe le procedure, un cliente che voglia passare ad altro operatore di rete fissa dispone di procedure con tempi certi, con costi ridotti (il contributo di cessazione è a carico dell'operatore che acquisisce il cliente e non più del cliente), senza interruzioni del servizio (le attività di configurazione delle rete sono sincronizzate tra gli operatori coinvolti nel passaggio) e con la possibilità di usufruire del servizio di portabilità del numero, contestualmente alla migrazione del servizio di accesso.

119 Prima dell'adozione dell'accordo quadro temporaneo e delle procedure di NP pura di cui alla delibera n. 35/10/CIR, in assenza di un preventivo accordo bilaterale tra gli operatori coinvolti, un cliente era impossibilitato a trasferire la propria numerazione tra i medesimi operatori.

120 Il *codice di trasferimento dell'utenza* è una sequenza alfanumerica fornita al cliente dall'operatore che eroga il servizio e contiene il codice segreto del cliente oltre che eventuali informazioni per consentire al nuovo operatore l'individuazione della risorsa e del servizio da trasferire. Il codice di trasferimento dell'utenza è reperibile nella fattura, chiamando il *call center* del proprio operatore o visitando l'area *web* del proprio operatore riservata ai clienti. Il *codice di migrazione* è un caso particolare del codice di trasferimento dell'utenza e si utilizza nelle procedure di migrazione (passaggi tra OLO e rientri in Telecom Italia) che implicano sempre la presenza di un servizio di intermedio di Telecom Italia.

rete telematica tra operatori, il vecchio gestore per la chiusura del precedente contratto del cliente e per avviare la procedura tecnica corretta (attivazione, migrazione o portabilità del numero pura) sulla base della configurazione di rete del cliente.

Attività di vigilanza sui servizi di interconnessione e sui processi di trasferimento delle utenze

L'Autorità ha proseguito la propria attività di vigilanza al fine di garantire il buon andamento delle procedure per il trasferimento delle utenze, convocando in audizione, ove necessario, i tavoli tecnici inter-operatore con lo scopo di risolvere le diverse problematiche segnalate dagli stessi operatori. L'Autorità ha proseguito, altresì, l'attività di monitoraggio sull'andamento delle procedure di attivazione e migrazione sulla base dei *report* mensili che gli operatori devono inviare ai sensi delle delibere n. 274/07/CONS e n. 68/08/CIR.

Modifica e monitoraggio dell'implementazione del Piano nazionale di numerazione

Il Piano nazionale di numerazione disciplina l'attribuzione delle risorse di numerazione ai servizi di comunicazione elettronica offerti su diverse tipologie di rete. Le principali innovazioni introdotte nel Piano per quanto riguarda le numerazioni destinate ai servizi di rete fissa, dettagliatamente descritte al paragrafo 3.3, sono contenute nella delibera n. 74/10/CIR e sono costituite dall'inclusione nel Piano stesso dei numeri a codice 116 per servizi "armonizzati europei a valenza sociale", sulla base della disciplina comunitaria, e nell'individuazione di una numerazione per servizi a sovrapprezzo che può essere utilizzata per i cosiddetti servizi POS (*Point of Sale*)¹²¹.

121 Gli interventi in tema di monitoraggio e implementazione del Piano in materia di servizi di rete fissa sono stati qui solo accennati e saranno descritti in modo più dettagliato nella sezione riguardante i servizi mobili poiché gli interventi attuati nel 2010 hanno riguardato prevalentemente numerazioni utilizzate su rete mobile.

3.3. I servizi di telecomunicazione su rete mobile

Nel periodo compreso tra maggio 2010 e aprile 2011, gli interventi dell'Autorità in materia di telefonia mobile hanno riguardato i seguenti aspetti:

- a) verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete mobile notificati quali aventi significativo potere di mercato;
- b) attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di roaming internazionale;
- c) attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile;
- d) misure riguardanti l'utilizzo delle bande di frequenze radiomobili;
- e) modifica e monitoraggio dell'implementazione del piano di numerazione.

Verifica della contabilità regolatoria degli operatori di di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato

Gli operatori di telefonia mobile, notificati quali detentori di significativo potere nel mercato della terminazione delle chiamate vocali sulle rispettive reti, sono tenuti alla predisposizione di un sistema di contabilità regolatoria, a costi storici e a costi correnti. Peraltro, con l'entrata in vigore della delibera n. 667/08/CONS, e precisamente a partire dalla contabilità regolatoria relativa all'anno 2009, l'obbligo di rendicontazione contabile è limitato alla sola contabilità a costi storici.

Il sistema contabile è oggetto di revisione da parte di un organismo indipendente, incaricato dall'Autorità, al fine di verificare il rispetto degli obblighi di rendicontazione di cui alle delibere n. 485/01/CONS, n. 399/02/CONS, n. 3/06/CONS e n. 667/08/CONS.

Il raggruppamento temporaneo d'impresе guidato dalla società Mazars è risultato aggiudicatario della gara a procedura aperta, approvata con delibera n. 747/09/CONS, concernente l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato, per gli anni 2008, 2009 e 2010.

Il revisore ha avviato l'attività di verifica lo scorso mese di luglio e, nel rispetto della pianificazione concordata, ha completato il lavoro relativo alla prima annualità del triennio (2008) consegnando le relazioni di seguito indicate:

- a) la relazione di verifica dei documenti contabili prodotti dall'operatore Telecom Italia s.p.a. e la nota metodologica sulla contabilità a costi storici predisposta dalla medesima società a fini regolatori, consegnate in data 14 gennaio 2011;
- b) la relazione di verifica della contabilità regolatoria di Vodafone s.p.a. e la nota metodologica sulla contabilità a costi storici predisposta a fini regolatori, consegnate in data 29 dicembre 2010;
- c) la relazione relativa alla verifica della documentazione contabile prodotta dall'operatore Wind s.p.a., consegnata in data 13 dicembre 2010, e la nota metodologica sulla contabilità a costi storici predisposta a fini regolatori, consegnata in data 29 dicembre 2010;

d) la relazione relativa alla verifica della documentazione contabile e la nota metodologica sulla contabilità a costi storici predisposta a fini regolatori da H3G s.p.a., consegnate in data 24 marzo 2011.

Si evidenzia che l'attività del revisore è finalizzata principalmente ad accertare la correttezza dei raggruppamenti per centro di costo a livello della contabilità gestionale, la corretta integrazione della contabilità gestionale nel modello di contabilità regolatoria e la correttezza dei raggruppamenti per centro di costo nelle categorie definite dall'Autorità.

L'attività di verifica in questione si è conclusa con esito positivo, con alcune osservazioni evidenziate dal revisore in ordine a taluni aspetti dei documenti contabili.

Sono inoltre state avviate, nel corso dei primi mesi dell'anno, le attività di verifica della documentazione contabile inerente all'ultimo esercizio finanziario disponibile, ovverosia il 2009, che si concluderanno entro l'estate del 2011.

Nel corso degli ultimi mesi è stato dunque completamente recuperato il ritardo nelle certificazioni della contabilità regolatoria degli operatori mobili, più volte segnalato come aspetto critico dagli stessi operatori e dalla Commissione europea.

Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di roaming internazionale

La regolamentazione europea in materia di servizi di *roaming* internazionale disposta con il regolamento (CE) n. 717/2007, così come modificato dal regolamento (CE) n. 544/2009 (di seguito: Regolamento), attribuisce precisi poteri di vigilanza alle Autorità nazionali.

In particolare, tali regolamenti conferiscono alle Autorità nazionali di regolamentazione del settore il compito di monitorare i prezzi all'ingrosso e al dettaglio per la fornitura di servizi di telefonia, di SMS e di dati in *roaming*, anche con iniziative proprie, allo scopo di "assicurare un accesso e un'interconnessione adeguati al fine di garantire la connettività da punto a punto e l'interoperabilità dei servizi di roaming", verificando il complessivo rispetto delle norme contenute nel Regolamento stesso. Le Autorità hanno, in particolare, il potere di esigere dagli operatori tutte le informazioni ritenute utili per la verifica del corretto adempimento del Regolamento.

L'attività di monitoraggio e di vigilanza – che viene già da tempo effettuata mediante l'analisi delle informazioni raccolte semestralmente nell'ambito della collaborazione con le Autorità nazionali europee di regolamentazione ed è coordinata dal BEREC (*Body of European Regulators for Electronic Communications*) – è stata affiancata di recente dall'attività di raccolta dei dati di traffico, al dettaglio e all'ingrosso, e delle informazioni relative alle tariffe di *roaming* internazionale praticate da ciascun operatore, realizzatasi attraverso la predisposizione e l'invio di un questionario a tutti i soggetti coinvolti. In particolare, il questionario è stato strutturato con l'obiettivo di raccogliere informazioni puntuali sulle modalità effettive con le quali i singoli operatori adempiono agli obblighi derivanti dalla succitata disciplina.

Con riferimento alle questioni più importanti che sono emerse dall'analisi dei dati inviati, infine, l'Autorità ha tenuto una serie di audizioni con gli operatori, le cui risposte avevano destato i motivi di attenzione maggiore in ordine all'adempimento alla normativa comunitaria vigente. Dall'analisi delle risposte inviate e degli incontri tenuti con gli operatori, risulta comunque nel complesso un livello di *compliance* soddisfacente,

anche se talune problematiche sono emerse in particolare con riferimento ai dati forniti dagli operatori virtuali.

Attività di vigilanza in tema di portabilità del numero mobile (MNP)

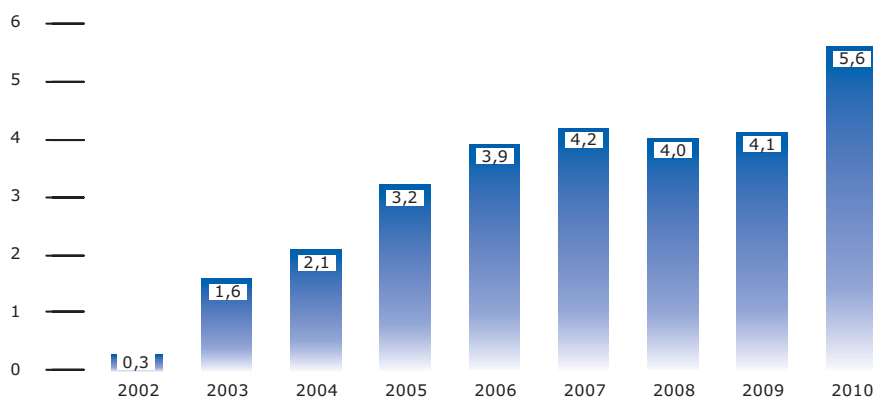
La possibilità di cambiare operatore per la fornitura dei servizi di telefonia mobile, voce e dati conservando il proprio numero mobile (*mobile number portability* – MNP) è un diritto tutelato dall'art. 80 del codice delle comunicazioni elettroniche (decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259).

La prestazione di portabilità del numero mobile è attiva in Italia già dal 2002 e una significativa innovazione in tale materia è stata introdotta dalla delibera n. 78/08/CIR che ha fissato in modo sistematico le procedure fra operatori, al fine di ridurre a tre giorni lavorativi i tempi necessari per la portabilità e rendere la procedura più efficiente e rispettosa dei principi di leale concorrenza, come è stato riferito nello specifico nelle precedenti relazioni. Tuttavia, tale delibera, dopo alterne vicende giudiziarie, è stata adottata integralmente solo a novembre del 2009.

L'Autorità, come previsto nella citata delibera, effettua il monitoraggio sulla portabilità del numero mobile al fine di analizzare la corretta applicazione delle regole e individuare l'insorgenza di eventuali criticità. Gli operatori forniscono dati mensilmente secondo uno schema che consente di valutare tra l'altro il numero di portabilità effettuate. Nella Figura 2.34 è mostrato l'andamento cumulato del numero totale di portabilità effettuate dall'introduzione della MNP, avvenuta come detto nel 2002, sino al 2010.

Inoltre, nella Figura 3.1 è riportato il numero di portabilità effettuate per ciascun anno nel periodo dal 2002 al 2010. Da questa si può evincere che, inizialmente, il numero di portabilità effettuate aumenta sino a stabilizzarsi a un valore di circa 4 milioni di trasferimenti l'anno. Successivamente all'effettiva applicazione delle nuove normative, nel 2010 si riscontra un notevole incremento nel numero di portabilità, che può essere certamente attribuita anche alla maggiore efficienza della procedura come ride-

Figura 3.1. Numero di portabilità del numero mobile effettuate in ciascun anno (2002-2010 in milioni)



Fonte: Autorità

finita del 2009, che ha ridotto la possibilità per gli operatori di opporre ostacoli alla portabilità del numero mobile. Infatti, l'Autorità ha delimitato in modo preciso le causali che possono determinare il rifiuto alla portabilità da parte dell'operatore cedente, circoscrivendole a quelle dovute a errore nel fornire i dati all'atto della richiesta del cliente o all'esecuzione delle procedure oppure all'inattività della SIM da oltre 30 giorni. È da notare, inoltre, che la portabilità non può essere rifiutata neanche in caso di domanda di annullamento della richiesta della stessa da parte del cliente, e ciò impedisce alla radice ogni attività di *retention* posta eventualmente in essere da parte dell'operatore cedente.

La crescita nel numero di portabilità effettuate nel 2010 è anche dovuta al deterrente costituito dall'obbligo per gli operatori di stabilire SLA (*Service level agreement*), che impongono al responsabile dell'eventuale ritardo nel servizio di portabilità, il pagamento di penali nei confronti dell'operatore *recipient*.

Ulteriore elemento che ha contribuito all'incremento della numerosità nelle portabilità nell'ultimo anno può ricercarsi nella crescita degli attori del mercato, con l'ingresso degli operatori mobili virtuali, i quali, come nuovi entranti nel mercato, sono quelli che primariamente traggono beneficio dall'assenza della *retention* e dal processo di portabilità del numero mobile particolarmente efficiente, che ha minimizzato le cause di rifiuto.

In materia di portabilità del numero mobile, infine, l'Autorità ha indetto una consultazione pubblica con la delibera n. 30/11/CIR al fine di recepire la direttiva europea 136/09/CE che prescrive la riduzione ad un giorno della prestazione di portabilità del numero al cliente finale ed introduce l'istituto dell'indennizzo e del risarcimento nei confronti dei clienti in caso di ritardo o di attivazione non richiesta. Cogliendo l'occasione l'Autorità, anche considerando l'introduzione di indennizzi in favore degli utenti, ha messo in consultazione anche la revisione del sistema delle penali, per tenere conto di alcune segnalazioni da parte degli operatori circa l'onerosità delle stesse nella disciplina vigente in caso di eventi straordinari ed imprevedibili, quali disservizi che impediscono agli operatori di rispettare le tempistiche previste.

Misure per l'utilizzo delle bande di frequenza radiomobili

Con la delibera n. 541/08/CONS del 17 settembre 2008, recante "Procedure e regole per l'assegnazione e l'utilizzo delle bande di frequenza a 900 e 2100 MHz da parte dei sistemi di comunicazione elettronica", l'Autorità ha aggiornato il quadro regolamentare per l'assegnazione delle frequenze nelle bande radiomobili, incluse nuove frequenze in banda 2100 MHz, prevedendo anche la riorganizzazione della banda GSM a 900 MHz e ponendo le premesse per l'avvio ordinato del *refarming*. Il *refarming* del GSM, che opera oltre che a 900 MHz anche a 1800 MHz, consiste nell'utilizzo delle dette bande con sistemi *broadband* avanzati di tipo 3G e successivi, tra i quali l'UMTS (*Universal Mobile Telecommunications System*), LTE (*Long Term Evolution*) e Wimax (*Worldwide interoperability for microwave access*).

La citata delibera ha trovato attuazione ed espletato vari effetti anche nel corso del periodo 2010-2011. I gestori GSM hanno infatti portato avanti il piano di riorganizzazione della banda a 900 MHz, ponendo le basi per la progressiva liberazione sul territorio nazionale di un blocco da 5 MHz, che sarà utilizzato dall'quarto operatore.

Nel corso del 2010, lo stato di avanzamento degli obiettivi previsti con tale piano

é stato esaminato congiuntamente dall'Autorità e dal Ministero dello sviluppo economico, e ulteriori verifiche sono previste nel corso dei prossimi mesi. In particolare, alla fine del 2010, è stata autorizzata la prima attività di *refarming* da parte di un operatore GSM che ha iniziato a convertire l'uso di 5 MHz GSM verso l'UMTS in alcune aree del territorio nazionale. Attraverso la riorganizzazione e l'avvio del *refarming* della banda a 900 MHz si sta, pertanto, realizzando sia un uso più efficiente dello spettro, sia un riequilibrio della dotazione frequenziale fra i gestori, con conseguenti vantaggi per la concorrenza, nonché, in conseguenza dello sviluppo tecnologico, un ampliamento dei servizi mobili a banda larga offerti a vantaggio dell'utenza finale.

Anche sul piano normativo è proseguito l'adeguamento della normativa nazionale a quella europea nel frattempo intervenuta, tra cui si segnalano in particolare la direttiva n. 2009/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 16 settembre 2009, recante la modifica della direttiva n. 87/372/CEE del Consiglio sulle bande di frequenza per i servizi mobili paneuropei, e la decisione della Commissione n. 2009/766/CE del 16 ottobre 2009, relativa all'armonizzazione delle bande di frequenze 900 MHz e 1800 MHz per i sistemi mobili a larga banda. Tali normative sono state recepite, anche sulla base di un parere reso dall'Autorità ai sensi dell'art. 1, comma 6, lettera a), n. 1 della legge n. 249/97, all'interno del Piano nazionale di ripartizione delle frequenze predisposto dal Ministero dello sviluppo economico (decreto 4 novembre 2010).

Con tali attività l'Autorità, fra le prime in Europa per quanto riguarda la banda 900 MHz, ha quindi consolidato un percorso di sviluppo del mercato radiomobile nazionale che si è dimostrato tra i più avanzati ed innovativi a livello europeo.

Ulteriori attività hanno poi riguardato il monitoraggio dello sviluppo dei servizi cosiddetti Wimax, avviato con le disposizioni di cui alla 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", e la fornitura di appositi pareri al Ministero dello sviluppo economico, sia in relazione alla possibilità di concedere un'eventuale proroga dei termini previsti per l'adempimento agli obblighi di copertura da parte degli aggiudicatari, sia in generale circa la fornitura del servizio nelle modalità *retail* e *wholesale*.

Il 1° gennaio 2011, inoltre, è entrata in vigore la legge 13 dicembre 2010, n. 220, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2011)", la quale contiene disposizioni ai fini dell'impiego del cosiddetto "dividendo digitale" esterno, ovvero della banda 790-862 MHz (banda 800 MHz), finora utilizzata per il servizio di radiodiffusione, e delle altre risorse frequenziale disponibili per la fornitura di servizi di comunicazione elettronica mobili in larga banda, seguendo il percorso avviato nell'Unione con la raccomandazione della Commissione del 28 ottobre 2009, n. 2009/848/CE, con la Decisione n. 2010/267/CE del 6 maggio 2010, e con i pareri e rapporti in materia pubblicati dal *Radio Spectrum Policy Group*. Tale nuova attribuzione della banda è anche prevista dalla bozza del provvedimento legislativo della Commissione europea contenente il primo Programma politico sullo spettro radio, presentato a settembre 2010 ed attualmente in fase di co-decisione, in cui è previsto che la banda a 800 MHz sia destinata ai servizi *broadband* in maniera armonizzata a partire dal 1° gennaio 2013, salva la possibilità di una proroga, peraltro limitata, in casi eccezionali e giustificati.

Nel mese di gennaio 2011 l'Autorità, sulla base di quanto previsto dall'articolo 1, comma 8, di tale legge, ha quindi approvato la delibera n. 3/11/CONS recante "Deter-

minazioni in materia di dividendo digitale in attuazione della legge 13 dicembre 2010, n. 220", con cui sono state avviate le attività di propria competenza riguardanti le procedure per l'assegnazione di diritti d'uso delle varie bande di frequenza disponibili per i servizi di comunicazione elettronica a larga banda. Tra le frequenze in questione, oltre a quelle citate a 800 MHz, si considerano i blocchi a 2000 MHz rimasti liberi nella cosiddetta "core UMTS" e ulteriori risorse nelle bande a 1800 MHz e 2.6 GHz.

In tale contesto l'Autorità nel mese di marzo 2010 ha espresso il proprio parere ai sensi dell'art. 1, comma 6, lettera a), n. 1 della legge 249/97, su uno schema di modifica del Piano nazionale di ripartizione delle frequenze del Ministero dello sviluppo economico, contenente, ancorché in bozza, le misure per la messa a disposizione della banda a 800 MHz a partire dal 1° gennaio 2013 e della banda disponibile a 1800 MHz a partire dal 1° gennaio 2012. Tale schema, tuttavia, ancora non scioglie la riserva, posta dal Ministero della difesa, circa l'effettiva completa liberazione della banda 2600 MHz. Nello stesso mese l'Autorità ha, inoltre, approvato la delibera n. 127/11/CONS recante la "Consultazione pubblica sulle procedure e regole per l'assegnazione e l'utilizzo delle frequenze disponibili in banda 800, 1800, 2000 e 2600 MHz per sistemi terrestri di comunicazione elettronica e sulle ulteriori norme per favorire una effettiva concorrenza nell'uso delle altre frequenze mobili a 900, 1800 e 2100 MHz".

Con tale provvedimento l'Autorità ha, quindi, avviato una fase consultiva della durata di 30 giorni sulle procedure per l'assegnazione delle citate frequenze, nonché sulle regole per assicurare efficienza e condizioni di concorrenza nell'uso dello spettro radiomobile. Il testo adottato apre un ampio dibattito sulle norme di sistema proposte a beneficio del settore delle comunicazioni elettroniche mobili. Infatti, oltre a mettere a gara circa 300 MHz di banda, che costituiscono la maggiore assegnazione singola per sistemi mobili mai avvenuta in Italia, il provvedimento detta le linee guida per procedere al *refarming* anche della banda già assegnata a 1800 MHz, oltre a quella a 900 MHz, e per prorogare le licenze esistenti a 900 e 2100 MHz ai fini di un generale riassetto del comparto mobile, completando quindi il processo avviato con la delibera n. 541/08/CONS.

Tale ampia dotazione spettrale dovrebbe rispondere alle esigenze già emerse in relazione al *deficit* di capacità delle attuali reti mobili, dovuto all'enorme successo dei nuovi servizi derivanti dalla diffusione di palmari e *tablet*. La proposta asta multifrequenza in consultazione garantisce, inoltre, condizioni ottimali per l'ingresso di eventuali nuovi competitori nel mercato mobile, i quali possono selezionare la quantità e le tipologie di frequenze necessarie per le più ampie necessità di *business*, beneficiando delle sinergie fra le varie bande di frequenza da assegnare. A favore del nuovo entrante sono previste, tra l'altro, anche le misure per favorire il *roaming* e la condivisione dei siti. Il testo in consultazione propone, inoltre, di introdurre a carico degli aggiudicatari un insieme di obblighi di copertura, differenziati per le varie bande di frequenza. Vincoli nella direzione della copertura del divario digitale verrebbero imposti agli aggiudicatari delle bande più pregiate a 800 MHz, mentre obblighi più orientati alle coperture cittadine graverebbero sugli aggiudicatari delle altre bande, in tal modo rendendo compatibili gli oneri previsti con le caratteristiche delle bande, e realizzando così obiettivi in sintonia con l'*Agenda digitale*. Il provvedimento in consultazione introduce, inoltre, numerose disposizioni che vanno nella direzione dell'uso efficiente e flessibile dello spettro, con la possibilità di *leasing* dello spettro, offerte *wholesale* e condivisione delle frequenze. Sono previsti anche sconti sulle offerte aggiudicatarie per coloro che realizzano reti "verdi" di nuova generazione a basso impatto ambientale. Per gli aggiudicatari è anche previsto l'obbligo di avvio del servizio commerciale entro tempi prefis-

sati ed il mantenimento di una offerta commerciale che segua i principi di "net neutrality", con benefici per l'utenza.

Al termine della consultazione pubblica avviata con la suddetta delibera n. 127/11/CONS, l'Autorità ha approvato, con la delibera n. 282/11/CONS, il provvedimento che definisce le procedure per l'assegnazione delle frequenze del digital dividend televisivo e delle altre frequenze disponibili per sistemi mobili a larga banda. Il provvedimento definisce le regole della più grande asta delle frequenze mai effettuata in Italia (poco meno di 300 MHz di banda) per i sistemi mobili. L'Autorità ha stabilito un valore di partenza per la gara coerente con l'obiettivo di un incasso di 2,4 miliardi indicato dalla Legge di stabilità, elevabile all'esito dell'asta.

Il testo approvato ha confermato le norme di sistema a beneficio di tutto il settore delle comunicazioni mobili proposto in consultazione e apportato alcuni miglioramenti, anche sulla base delle osservazioni fatte pervenire dai partecipanti alla consultazione. In particolare, il provvedimento ha dettato le linee guida per assegnare le frequenze nelle bande a 800, 1800, 2000 e 2600 MHz e per procedere al refarming della banda a 1800 MHz, oggi usata per il GSM, verso le più moderne tecnologie a larga banda quali LTE e Wimax. È stata data inoltre la possibilità agli operatori di prorogare le licenze esistenti a 900 e 2100 MHz ai fini di una razionalizzazione del comparto radio-mobile.

È stato inoltre alleggerito il complesso degli oneri per gli aggiudicatari delle bande, pur mantenendo gli obiettivi prefissati in materia di promozione della concorrenza e di benefici per l'utenza. A tal fine, la proposta di copertura a carico degli aggiudicatari della banda più pregiata a 800 MHz delle aree a *digital divide*, coincidenti con le zone meno densamente popolate del Paese, è stata resa più proporzionata e maggiormente efficace. Le aree da coprire sono state infatti suddivise in elenchi associati a ciascun blocco di frequenze in gara e l'aggiudicatario di un blocco dovrà offrire, entro 5 anni, il servizio ad almeno il 75% dei comuni di ciascun elenco.

L'asta multifrequenza pone inoltre le condizioni per l'ingresso di eventuali nuovi competitori nel mercato mobile, prevedendo, tra l'altro, un tetto di banda massima assegnabile a ciascun concorrente pari a 25 MHz complessivi tra le bande a 800 e a 900 MHz.

Le menzionate procedure di assegnazione saranno gestite dal Comitato dei ministri, da poco costituito su proposta dell'Autorità, che avrà il compito di proseguire le attività con la pubblicazione del banda di gara.

Modifica e monitoraggio e implementazione del piano nazionale di numerazione

La costante interlocuzione con gli operatori di comunicazione elettronica, attraverso incontri periodici riguardanti l'implementazione del Piano di numerazione, realizza un puntuale monitoraggio dell'evoluzione dei servizi cui sono associate le numerazioni del Piano, e focalizza l'attenzione sulle richieste del mercato e sulle eventuali problematiche. L'attiva partecipazione al WG NaN (*Working Group Numbering and Networks*) in ambito CEPT, inoltre, consente l'aggiornamento su temi emergenti nello scenario internazionale e la ricerca di soluzioni condivise, volte ad allocare al meglio le risorse di numerazione.

L'opportunità di assegnare direttamente agli operatori mobili virtuali risorse di numerazione, indipendentemente dal grado di infrastrutturazione degli stessi, inten-

de contribuire a introdurre ulteriori stimoli di apertura al mercato dei servizi di comunicazione elettronica, nonché migliorare il grado di competitività atto ad apportare ulteriori benefici ai consumatori: questi, pertanto, costituisce il tema principale oggetto di consultazione all'inizio del 2010 con la delibera n. 2/10/CIR. La proposta poggia sull'assunto in base al quale eliminando i vincoli all'acquisizione in proprio dei diritti d'uso della numerazione per servizi mobili e personali, gli operatori mobili virtuali potranno acquisire un grado maggiore di libertà nello sviluppare le proprie strategie commerciali, per cui il mercato potrà ricevere nuovi impulsi e gli utenti potranno godere di un miglioramento delle condizioni economiche di offerta. Nello scenario pre-esistente, da quale ha preso le mosse la consultazione pubblica, gli operatori virtuali, non potendo accedere in proprio a tali risorse di numerazione, erano evidentemente limitati nella possibilità di cambiare operatore ospitante, poiché ad esempio, avrebbero dovuto sostituire tutte le SIM dei propri clienti con quelle del nuovo operatore di rete. Tale situazione, inoltre, ostacolava la possibilità di replicare le offerte fisso-mobile proposte dagli operatori di rete che si sarebbero rilevate vantaggiose sia per l'operatore virtuale sia per i clienti dello stesso.

Le tipologie di numerazione utilizzate per servizi mobili e personali che sono state oggetto del provvedimento di modifica del Piano di numerazione di cui alla delibera n. 74/10/CIR sono le numerazioni di utente, nonché il codice MNC (*Mobile Network Code*) e quello per l'instradamento delle chiamate o *Routing Number*, mentre è rimasta sostanzialmente invariata la disciplina per ciò che concerne i codici di accesso per le chiamate e il trasferimento alla segreteria telefonica.

L'Autorità, nel provvedimento in parola, ha inteso disegnare un quadro regolamentare che permettesse una gestione efficiente delle risorse di numerazione in un ambiente in cui il numero dei soggetti di mercato non è determinabile a priori e comunque appare notevolmente più ampio rispetto al precedente scenario, nel quale il legame funzionale-normativo tra risorse di frequenze-rete-servizio mobile, invece, limitava fortemente il numero dei soggetti in campo e il loro eventuale incremento era lento e prevedibile. L'Autorità ha deciso, perciò, di riservare a regime la decade 3 alla numerazione di utente, in vista di un ampliamento dei servizi e degli operatori potenzialmente interessati a fornire tali servizi, e di utilizzare codici diversi per le altre tipologie di numerazione necessari all'espletamento dei servizi mobili, così da liberare risorse in un periodo sufficiente all'adeguamento dei sistemi da parte di tutti gli operatori che forniscono servizi mobili e personali.

In relazione alla numerazione d'utente e i codici di *Routing Number*, il provvedimento, pertanto, prefigura un percorso che si sviluppa nell'arco temporale di almeno diciotto mesi (per alcuni aspetti ventiquattro mesi), durante i quali gli operatori mobili virtuali possono vedersi assegnare sia la numerazione di utente sia i codici per *Routing Number*, ancora in decade 3; al termine del processo di transizione – dopo 24 mesi – si giunge all'assegnazione generalizzata: quindi per tutti gli operatori mobili, siano essi dotati di rete o virtuali, subentrerà l'assegnazione di codici a quattro cifre (sempre in decade 3) per la numerazione di utente e di codici a quattro cifre per *Routing Number*, del tipo 73XY, liberando in tal modo la decade 3 da tale ultimo utilizzo e prevenendo, anche nel lungo periodo, l'insorgenza di problemi di scarsità della risorsa di numerazione in tale decade. L'assegnazione del codice MNC anche agli operatori mobili virtuali, invece, è stato previsto sin dalla data di entrata in vigore della delibera n. 74/10/CIR poiché per tale risorsa non sembrano esserci criticità rispetto alla disponibilità di risorse.

Al fine di evitare che, con l'incremento del numero di soggetti abilitati a richiedere le risorse di numerazione di utente, queste possano esaurirsi, l'Autorità ha ridotto, a regime, la dimensione del blocco da assegnare a una misura più proporzionata alle esigenze di mercato, prevedendo che, come sopra riportato, l'assegnazione avvenga con codici di blocchi di lunghezza a quattro cifre. È stato infatti stabilito che siano assegnati blocchi da un milione di numeri, invece di – come prevedeva il precedente Piano di numerazione – dieci milioni di numeri, quantitativo ridotto e senz'altro più consono alle necessità dei nuovi entranti. È stata prevista, inoltre, una specifica procedura in fase di prima assegnazione, che l'Amministrazione competente è tenuta a rispettare, che consente un passaggio fluido dal vecchio al nuovo regime.

L'armonizzazione in ambito europeo della categoria dei cosiddetti numeri per servizi "armonizzati a valenza sociale", ai quali è stato destinato il codice 116, ha di fatto soppiantato le numerazioni a codice 196, destinate nel precedente Piano ai cosiddetti "servizi sociali". Essendo inopportuna una duplicazione di codici per le medesime finalità, l'Autorità, sempre con il provvedimento n. 74/10/CIR, ha ritenuto opportuno sopprimere la preesistente categoria di numerazioni 196, recuperando la disponibilità del relativo codice, anche in considerazione della necessità di rendere uniforme a livello europeo sia l'uso delle numerazioni sia le modalità di svolgimento dei servizi su queste erogati, migliorandone così la fruibilità per i cittadini dell'Unione. A tale scopo, l'Autorità ha interessato la Presidenza del Consiglio dei ministri affinché desse ampia diffusione della disponibilità di tali codici ai dicasteri competenti. In ogni caso, è stata consentita la prosecuzione dell'utilizzo dei numeri a codice 196 già assegnati per servizi definiti di comunicazione sociale.

L'Autorità, con la citata delibera, inoltre, ha ritenuto utile individuare una numerazione con lunghezza dieci cifre per i cosiddetti servizi POS, a cui è stato attribuito il codice 89111, per consentire agli operatori di telecomunicazioni la remunerazione del chiamato, vietata su altre numerazioni non a sovrapprezzo, sulle quali peraltro continua ad essere possibile fornire tali servizi, ma senza la remunerazione del chiamato.

Oltre alla citata attività di regolamentazione, di cui si è riferito solo per grandi linee, l'Autorità, nell'ambito dei propri compiti di vigilanza ha seguito con attenzione la transizione dei servizi, in precedenza impropriamente svolti su numerazione interna di rete (intera decade 4), alla porzione di decade 4 divenuta numerazione pubblica, processo che ha comportato un'intensa interlocuzione con gli operatori di comunicazione elettronica al fine di ribadire quali siano i soli servizi per i quali è possibile utilizzare la numerazione interna di rete. In quest'ambito, a seguito anche di attività ispettiva, si è reso altresì necessario avviare procedimenti sanzionatori nei confronti di quegli operatori che, nonostante le numerose interlocuzioni, hanno continuato ad utilizzare tale numerazione interna di rete per la fornitura dei cosiddetti servizi MAM (*Messaggistica aziendale mobile*).

3.4. I servizi e le reti a banda larga

Durante il periodo di riferimento, per quanto riguarda i servizi e le reti a banda larga, l'attività svolta dall'Autorità ha riguardato le seguenti tematiche:

- a) approvazione dell'offerta di riferimento 2010 per il servizio *bitstream* per l'accesso degli operatori alla rete dati a banda larga di Telecom Italia;
- b) attività di vigilanza sulle offerte *retail* di Telecom Italia di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL;
- c) regolamentazione dei servizi VoIP (*voice over internet protocol*): specifiche tecniche di interconnessione IP;
- d) pareri resi sugli aiuti di Stato delle Regioni/Province agli operatori;
- e) regolamento relativo alla installazione di reti per collegamenti dorsali e condivisione di infrastrutture;
- f) attività di vigilanza sui servizi di accesso ADSL.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per il servizio bitstream

Con la delibera n. 105/10/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con la delibera n. 43/10/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, le condizioni tecniche ed economiche dell'offerta di riferimento 2010 di Telecom Italia per il servizio *bitstream*¹²². In particolare, la suddetta approvazione ha riguardato la verifica del rispetto da parte di Telecom Italia dell'obbligo di orientamento al costo stabilito dalla delibera n. 731/09/CONS per i servizi non inclusi nei panieri a *network cap*, nonché la verifica di aspetti procedurali e tecnici relativi alla fornitura dei servizi *bitstream*. Le attività di verifica delle condizioni economiche dei servizi *bitstream* a *network cap* sono state avviate, con specifico procedimento, nel mese di marzo del 2011, successivamente all'adozione della delibera n. 578/10/CONS, coerentemente con il quadro normativo previsto per l'*unbundling* e il WLR (*wholesale line rental*), e si sono concluse con l'adozione della delibera n. 29/11/CONS.

122 Il servizio *bitstream*, operativamente disponibile in Italia a partire dal 2007, consente agli operatori alternativi di fornire ai propri clienti connettività ad internet a banda larga, telefonia su IP (VoIP) e *streaming* video. In particolare, il servizio *bitstream* consente l'accesso dell'operatore concorrente alla capacità trasmissiva della rete dati a commutazione di pacchetto a larga banda di Telecom Italia disponibile tra un punto di consegna, a livello urbano o regionale, e l'abitazione del cliente. A differenza del servizio di accesso disaggregato, in base al quale l'operatore, noleggiando la coppia in rame per la copertura dell'ultimo miglio, si dota di propria infrastruttura giungendo fino alla centrale locale dell'*incumbent*, il servizio *bitstream* consente agli operatori concorrenti di Telecom Italia di consegnare a quest'ultimi il traffico dati a livello più remoto sostenendo, pertanto, minori costi di infrastrutturazione. Con l'offerta di riferimento *bitstream*, disponibile sia in tecnologia ATM che *ethernet*, l'operatore interconnesso acquista, quindi, da Telecom Italia sia la componente di accesso (che copre i costi di *assurance* dell'ultimo miglio e degli apparati in centrale) che la componente di trasporto (dalla centrale locale di Telecom Italia al nodo di consegna). Il servizio *bitstream* rappresenta, inoltre, un'importante alternativa per la fornitura di servizi a banda larga in quelle aree in cui non è disponibile il servizio di *unbundling* o laddove le centrali di *unbundling* risultano sature.

Le modifiche richieste dall'Autorità a Telecom Italia con la delibera n. 105/10/CIR hanno riguardato, principalmente, la riduzione del costo della banda *ethernet* di secondo livello e la modalità di gestione del traffico *ethernet* prevedendo, in particolare, per alcune classi di servizio, un modello di aggregazione della banda a livello di macroarea¹²³. Tale misura, tesa ad equiparare le condizioni tecniche di fornitura del trasporto ATM (*Asynchronous Transfer Mode*) ed *ethernet*, unita alla riduzione dei costi della banda *ethernet*, costituisce un particolare incentivo per tutti gli operatori a migrare dalla rete ATM alla rete *ethernet* di nuova generazione rispetto a quella ATM, con conseguente miglioramento della capacità di banda a disposizione degli stessi operatori e dei clienti finali.

Ulteriori modifiche hanno interessato le condizioni economiche (orientate al costo) di alcuni contributi *una tantum*, per i quali alla luce del costo della manodopera approvato con delibera n. 53/10/CIR è stato chiesto a Telecom Italia di ripristinare i prezzi approvati per il 2009, e degli SLA (*Service Level Agreement*) per la gestione dei degrading, le cui tempistiche sono state ridotte rispetto a quanto proposto da Telecom Italia nell'offerta di riferimento. Sempre in merito alla gestione dei degrading, oggetto di analisi sperimentale in ambito OTA - Italia, sono state fornite alcune linee guida sia con riferimento al degrado della componente di accesso che di quella di trasporto.

Con la delibera n. 105/10/CIR sono state, altresì, valutate le condizioni economiche iniziali di alcuni servizi che, sebbene inclusi nei panieri a *network cap*, sono stati introdotti per la prima volta con l'offerta di riferimento 2010, nonché di alcuni servizi per i quali la delibera n. 71/09/CIR aveva richiesto una riformulazione. È stato, inoltre, indicato a Telecom Italia di introdurre in offerta di riferimento, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, le condizioni tecniche ed economiche per il servizio di *multicast*.

Alla luce della problematica originata dal crescente fenomeno di saturazione delle centrali *bitstream* ATM, verificatasi nel corso del 2010, l'Autorità ha migliorato, con detta delibera, le specifiche del processo di comunicazione, da parte di Telecom Italia agli altri operatori, della copertura delle centrali *bitstream* mediante l'introduzione dell'obbligo di indicazione preventiva delle centrali prossime alla saturazione e dei tempi di ripristino. L'Autorità, infine, ha fornito alcune disposizioni per la predisposizione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per i servizi *bitstream* per l'anno 2011.

Con riferimento ai prezzi dei servizi *bitstream* a *network cap* validi per il 2010 l'Autorità, in esito al procedimento istruttorio avviato, come premesso, a marzo del 2011, ha sostanzialmente approvato con la delibera n. 29/11/CIR quanto proposto da Telecom Italia.

Attività di vigilanza sulle offerte retail di Telecom Italia di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL

Nel periodo compreso tra il mese di maggio 2010 e il mese di marzo 2011, l'attività dell'Autorità, con riferimento al mercato dell'accesso a internet, ha riguardato in particolare modo l'analisi delle offerte *retail* di Telecom Italia di connettività ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*), con modalità di tariffazione sia a consumo sia di tipo *flat*, e di offerte *bundle* comprendenti, tra l'altro, anche servizi di connettività ADSL.

123 Il territorio nazionale è suddiviso in 30 macroaree di raccolta *ethernet*. La banda *ethernet* di secondo livello indica appunto la banda *ethernet* tra due nodi *feeder* appartenenti alla medesima macroarea di raccolta.

Le verifiche effettuate dall'Autorità volte ad accertare il rispetto della normativa vigente, e segnatamente quanto previsto dagli art. 15 e 64 della delibera n. 731/09/CONS, hanno riguardato principalmente gli obblighi di comunicazione preventiva delle condizioni tecniche ed economiche e la replicabilità di tali offerte *retail* mediante i corrispondenti servizi all'ingrosso disponibili agli operatori concorrenti di Telecom Italia.

L'attività condotta dall'Autorità ha riguardato l'offerta di Telecom Italia denominata "Internet Premium", le offerte commerciali a 2 Mbit/s simmetrici, i profili ADSL/ADSL 2+, l'applicazione di promozioni e/o modifiche alle condizioni economiche delle offerte tariffarie denominate "Alice 7 Mega", "Alice 20 Mega", "Alice Night & Weekend", "Internet 7 Mega", "Internet 7 Mega +", "Internet 20 Mega", "Internet 20 Mega +", nonché alle offerte *bundle* denominate "Internet Senza Limiti", "Tutto Senza Limiti", "Linea Tuttocompreso", comprendenti, tra l'altro, anche servizi di connettività ADSL.

Particolare impegno ha richiesto l'attività di verifica della prima offerta di connettività in fibra ottica di Telecom Italia, finalizzata all'introduzione dei servizi di navigazione e trasmissione dati ad altissima velocità. Le valutazioni di replicabilità dell'offerta hanno condotto all'individuazione di un percorso regolamentare finalizzato a supportare la progressiva sperimentazione e diffusione dei servizi su fibra ottica mediante la predisposizione di specifiche offerte *wholesale* (delibera n. 61/11/CONS e offerta "Easy IP Fibra" di Telecom Italia). In tal modo, si è voluto assicurare che sussistessero le condizioni per consentire agli operatori alternativi di replicare i servizi proposti dall'*incumbent* nelle more del completamento del percorso regolamentare in materia di reti NGN (*Next Generation Networks*), che condurrà, tra l'altro, alla disponibilità di una più ampia offerta all'ingrosso di servizi di accesso *ultrabroadband* su fibra.

Regolamentazione dei servizi VoIP: specifiche tecniche di interconnessione IP e utilizzo della numerazione in decade 5 per la fornitura di servizi VoIP nomadici

Con riferimento alle disposizioni regolamentari inerenti all'interconnessione IP si rileva che l'Autorità, con la delibera n. 179/10/CONS, ha evidenziato come il modello BU-LRIC (*Bottom-up- Long-run incremental cost*), essendo di tipo prospettico, dovrà prendere a riferimento l'architettura di interconnessione che sarà adottata dagli operatori nel prossimo futuro. Per tale ragione il procedimento volto alla definizione del modello BU-LRIC sarà avviato una volta concluse le attività del Tavolo tecnico "Interventi regolamentari in merito alla interconnessione IP e interoperabilità per la fornitura di servizi VoIP".

L'Autorità ha a tal fine proseguito le attività tecniche necessarie per la definizione delle suddette specifiche, atte a indicare i protocolli e gli *standard* di interconnessione, l'architettura di interconnessione (numero di nodi di consegna a livello nazionale, ecc.) e gli scenari di migrazione dalla attuale architettura di interconnessione TDM (*Time-division multiplexing*) verso l'architettura di interconnessione IP.

L'attività si è conclusa con l'adozione di uno schema di provvedimento riguardante le tematiche sopra delineate, sottoposte a consultazione pubblica (delibera n. 55/11/CIR).

Pareri resi su aiuti di Stato delle Province/Regioni per la realizzazione di infrastrutture a larga banda

Si rammenta che le regole europee definiscono come "aiuto di Stato" qualsiasi forma di intervento pubblico a sostegno di un'impresa o di un settore economico che venga concessa mediante risorse pubbliche, che conferisca alle imprese un vantaggio economico selettivo che falsi o rischi di falsare la concorrenza, che incida negativamente sugli scambi comunitari. Gli aiuti di Stato, in tale ottica distorcono la concorrenza e sono in linea generale vietati, a meno che i loro benefici non compensino la distorsione causata. In particolare, per quanto riguarda la banda larga, la Commissione europea ha pubblicato le "Linee Guida", ossia i criteri con cui valutare se un aiuto di Stato per la larga banda sia compatibile o meno con la legislazione comunitaria. Nello specifico, le Linee Guida chiariscono le modalità attraverso cui è possibile utilizzare fondi pubblici per la realizzazione di reti a banda larga, soprattutto nelle aree rurali e nelle regioni scarsamente servite (e di conseguenza meno sviluppate), precisando che l'operatore privato beneficiario di aiuti di Stato deve promuovere la concorrenza accordando libero accesso alla rete finanziata con fondi pubblici.

Da un punto di vista procedurale, le "Linee Guida" sopra richiamate prevedono che lo Stato o Ente locale che intenda introdurre un regime di aiuti sia tenuto a notificare preventivamente e a sottoporre a un esame preliminare tale progetto alle Autorità di regolazione nazionale di settore (comunicazioni elettroniche e concorrenza) e alla Commissione europea. In particolare, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è tenuta, sulla base delle suddette "Linee Guida", a valutare le condizioni di fornitura all'ingrosso, da parte del beneficiario, della infrastruttura di rete la cui realizzazione ha usufruito dell'aiuto di Stato.

In ottemperanza al quadro sopra richiamato, nel periodo di riferimento sono state sottoposte all'Autorità tre richieste di parere per aiuti di Stato dalla Provincia autonoma di Trento, dalle regioni Marche e Friuli Venezia Giulia.

L'Autorità dopo aver valutato il rispetto, nella fornitura all'ingrosso della rete che ha beneficiato dell'aiuto di Stato, dei principi di trasparenza, non discriminazione, parità di trattamento, neutralità tecnologica e allineamento alla regolamentazione vigente adottata dall'Autorità stessa, si è espressa favorevolmente relativamente alle tre richieste di parere presentate.

Installazione di reti per collegamenti dorsali e condivisione di infrastrutture

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha avviato, con la delibera n. 510/10/CONS, una consultazione pubblica in materia di realizzazione e installazione delle reti dorsali, nonché di ubicazione e condivisione di infrastrutture.

Tale attività trova il suo fondamento nella legge n. 133 del 2008, che attribuisce all'Autorità la competenza all'emanazione del regolamento in materia di installazione delle reti dorsali e ribadisce il potere regolamentare già riconosciuto all'Autorità in materia di ubicazione e condivisione di infrastrutture dall'art. 89 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Nel testo posto a consultazione pubblica, l'Autorità affronta, con riferimento alle reti dorsali, le seguenti tematiche: la nozione di rete dorsale; la delimitazione dei sog-

getti obbligati al rispetto delle emanande norme in materia, identificati previamente negli enti proprietari pubblici, nei concessionari pubblici o, in generale, negli organismi di diritto pubblico; le procedure e le condizioni per la realizzazione, sul suolo da essi gestito, di nuove infrastrutture (diritti di passaggio) e per l'accesso a quelle esistenti; la partecipazione ai lavori di costruzione o di ampliamento di infrastrutture; gli oneri economici in capo all'operatore di comunicazione elettronica per i diritti di passaggio o per l'utilizzo delle infrastrutture di posa per la realizzazione di reti dorsali.

Con riferimento alla coubicazione di infrastrutture, nella citata consultazione viene messo in rilievo il potere generale dell'Autorità a incoraggiare la condivisione delle infrastrutture. L'Autorità ritiene, a tal fine, opportuna la costituzione di un archivio telematico, contenente l'insieme delle infrastrutture e realizzato sulla base delle informazioni fornite dai soggetti destinatari degli obblighi di pubblicizzazione e comunicazione delle infrastrutture da essi gestite e degli interventi, programmati, in tale materia.

Lo schema di provvedimento di cui alla delibera n. 510/10/CONS prevede, altresì, che tale archivio venga aggiornato, con l'invio delle domande per la concessione dei diritti di passaggio per la realizzazione di reti con scavi, incluso i progetti di realizzazione di reti di comunicazione elettronica.

L'emanando regolamento si occupa, infine, degli obblighi di condivisione in capo agli operatori di comunicazione elettronica nei casi in cui l'operatore abbia ricevuto un provvedimento di diniego in merito alla richiesta di ottenimento di diritti di passaggio per interventi di installazione di reti e impianti di comunicazione elettronica, per l'esistenza delle circostanze ostative previste dall'articolo 89, comma 2, del Codice delle comunicazioni elettroniche (la tutela dell'ambiente, la salute pubblica o la sicurezza, il patrimonio culturale, la pianificazione del territorio e la salvaguardia del paesaggio urbano o rurale). In tal caso si prevede un obbligo di comunicazione da parte dell'operatore del provvedimento all'Autorità.

Sia in riferimento alle reti dorsali che alle attività di condivisione, lo schema di provvedimento a consultazione pubblica prevede specifici poteri di controllo e sanzionatori dell'Autorità sulle disposizioni oggetto del regolamento in parola.

Infine, lo schema di regolamento posto a consultazione pubblica contiene, in annesso, "Linee Guida in tema di diritti di passaggio e accesso alle infrastrutture di posa" in ambito urbano (anche non finalizzate alla realizzazione di reti dorsali) che, in attuazione dell'articolo 13 del Codice delle comunicazioni elettroniche, prevedono l'adozione di una serie di misure volte ad incoraggiare investimenti efficienti e sostenibili in materia di infrastrutture e a promuovere l'innovazione e lo sviluppo di reti e servizi, ivi compresi quelli a larga banda.

Le Linee Guida, per loro natura non vincolanti, suggeriscono l'adozione, ove possibile, di procedure autorizzatorie uniformi sul territorio nazionale, sia in tema di accesso alle infrastrutture di posa esistenti sia nel caso di realizzazione di nuove infrastrutture, nonché la fissazione di istruzioni tecniche per l'installazione di infrastrutture adatte ad ospitare reti di comunicazione elettronica, privilegiando le soluzioni a minore impatto ambientale ed economico.

I termini della consultazione in oggetto sono stati prorogati di ulteriori trenta giorni, con delibera n. 106/11/CONS, a seguito di richieste pervenute ed in ragione della complessità della materia.

Attività di vigilanza sui servizi all'ingrosso di accesso ADSL

Problematiche relative alla saturazione delle risorse di collocazione delle centrali ULL

Nell'ambito delle attività di vigilanza, in attuazione del quadro normativo vigente l'Autorità ha avviato, facendo seguito ad alcune segnalazioni di operatori circa le problematiche di saturazione di alcune centrali aperte all'*unbundling*, un'attività mirata e finalizzata all'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse di collocazione.

Problematiche di saturazione e degrado nei servizi bitstream

L'Autorità ha rilevato un crescente fenomeno di saturazione delle centrali *bitstream* ATM dovuto sia all'esaurimento delle schede nel DSLAM (*Digital Subscriber Line Access Multiplexer*) sia al raggiungimento dei limiti della capacità trasmissiva del collegamento di *backhaul* verso i nodi degli operatori. In tali centrali non è possibile fornire ulteriori linee ADSL ai clienti finali sia di Telecom Italia sia degli operatori interconnessi. L'Autorità è in tali casi intervenuta sollecitando Telecom Italia a porre in essere tutte le necessarie attività per l'adeguamento di dette centrali.

Ulteriore questione affrontata dall'Autorità è quella dei degrading del servizio. Questi ultimi possono riguardare sia la componente di accesso che di trasporto del servizio *bitstream*. Tale fenomeno ha un diretto impatto sugli utenti finali in termini di riduzione della velocità di accesso ad internet e qualità delle comunicazioni VoIP. In tale ambito, l'Autorità è intervenuta con un'attività di vigilanza finalizzata a risolvere sollecitamente le situazioni di degrado segnalate dagli operatori. L'Autorità è altresì intervenuta a livello regolamentare (con delibera n. 105/10/CIR) richiedendo a Telecom Italia di migliorare l'attuale processo di fornitura delle informazioni circa la copertura *bitstream*, includendo una notifica, con congruo anticipo, circa lo stato di potenziale saturazione delle centrali e l'obbligo di comunicazione dei tempi di ripristino. L'Autorità ha, con detta delibera, altresì, introdotto una definizione quantitativa di degrado, oltre ad aver stabilito tempi e penali di ripristino.

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha proseguito lo svolgimento dell'attività di vigilanza, avviata generalmente su impulso proveniente da segnalazioni degli utenti finali (molto spesso Enti locali) o di operatori, che ha riguardato la copertura del servizio ADSL offerto da Telecom Italia. L'intervento dell'Autorità ha contribuito ad accelerare la soluzione dei problemi sollevati grazie a un incremento, da parte di Telecom Italia, della copertura ADSL (nelle aree precedentemente non coperte) o della capacità trasmissiva disponibile tra la centrale locale ed il nodo di consegna dell'operatore (nelle aree già coperte dall'ADSL).

3.5. Le controversie tra operatori nelle comunicazioni elettroniche

L'Autorità, nell'ambito delle attività relative alla risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche, ha avviato tredici procedimenti nel periodo oggetto della presente Relazione annuale, secondo le previsioni del regolamento di cui alla delibera n. 352/08/CONS. In merito ai procedimenti avviati nel corso del periodo precedente a quello di riferimento (aprile 2009 – marzo 2010) e conclusi nel periodo di interesse della presente Relazione annuale, l'Autorità, invece, ha approvato due delibere di archiviazione di procedimento, ai sensi del precedente regolamento di cui alla delibera n. 148/01/CONS, tre determine direttoriali, ai sensi dell'articolo 12 del regolamento di cui alla delibera n. 352/08/CONS, una delibera inerente a misure cautelari, ai sensi dell'articolo 4 del medesimo regolamento e due delibere di archiviazione, ai sensi dell'articolo 12 del regolamento.

Nel seguito, si fornisce, dapprima, una descrizione sintetica dei procedimenti avviati nel periodo precedente a quello di riferimento e conclusi tra maggio 2010 ed aprile 2011. Successivamente, si procede a una descrizione dei procedimenti avviati in quest'ultimo periodo, in parte conclusi e in parte in corso.

L'Autorità, con riferimento ai procedimenti avviati ai sensi del precedente regolamento, di cui alla delibera n. 148/01/CONS, ha archiviato, con le delibere n. 36/10/CIR e n. 37/10/CIR, le controversie promosse rispettivamente da Vodafone e da H3G nei confronti di Telecom Italia, in tema di tariffazione del servizio di *onward routing*, a seguito dell'accordo transattivo raggiunto dalle parti sotto l'egida dell'Autorità medesima.

Con riferimento alle attività concluse con determina di cui alla delibera n. 352/08/CONS, l'Autorità, con decisione n. 5/10/DIR, ha provveduto a dichiarare il non luogo a procedere nella controversia tra Digitel Italia e H3G in materia di portabilità del numero mobile e contestualmente ha disposto l'archiviazione del procedimento medesimo dopo aver preso atto della rinuncia dell'istante a seguito del raggiungimento di un accordo con H3G. Inoltre, l'Autorità, con determina n. 8/09/DIR, ha provveduto a dichiarare il non luogo a procedere nella controversia tra T-Systems Italia e Skyways Italia in materia di fornitura di servizi di comunicazioni elettronica. Per quanto concerne la controversia tra Super3 e Rete A in materia di numerazione automatica dei canali digitali in tecnica digitale terrestre (LCN), essa è stata risolta alla luce della successiva regolamentazione generale della materia adottata dall'Autorità con la delibera n. 366/10/CONS recante il Piano di numerazione dei canali della televisione digitale terrestre.

Per quanto concerne le attività concluse con delibera ai sensi della delibera n. 352/08/CONS, l'Autorità ha adottato i provvedimenti n. 17/11/CIR e n. 26/11/CIR, con cui ha definito le controversie, instaurate rispettivamente dalle società Eutelìa e TWT nei confronti di Telecom Italia, in materia di traffico anomalo su numerazioni geografiche.

Con riferimento ad entrambe le suddette controversie, l'Autorità, sulla base di valutazioni in merito al traffico "anomalo", ha stabilito l'importo che Telecom è tenuta a corrispondere alle società istanti per la sospensione dei pagamenti relativi al ser-

vizio di terminazione vocale sulle reti delle medesime. L'Autorità ha altresì stabilito l'obbligo in capo agli operatori assegnatari della numerazione di garantire la conformità dei servizi offerti, per il tramite di tali numerazioni, alla disciplina regolamentare vigente.

L'Autorità ha adottato la delibera n. 18/10/CIR, recante le misure cautelari ai sensi dell'articolo 4 del regolamento n. 352/08/CONS, nell'ambito della controversia insorta tra Tex97 e BT in materia di fornitura di servizi intermedi di accesso disaggregato (ULL) e interconnessione. L'Autorità ha rilevato che la risoluzione degli accordi contrattuali *wholesale* in essere tra le parti avrebbe determinato l'interruzione del servizio di telecomunicazione, a esclusivo danno dei clienti di Tex97. Le ragioni per l'adozione di tale provvedimento sono pertanto riconducibili alla tutela dei diritti dei consumatori, secondo quanto previsto dall'articolo 4, comma 4, del regolamento n. 352/08/CONS. Il procedimento è stato successivamente archiviato, ai sensi dell'art. 12, comma 2 del citato regolamento 352/08/CONS, con determina direttoriale n. 6/10/DIR, per aver rimesso, BT Italia, la medesima controversia alla cognizione della giurisdizione civile.

Proseguendo nell'esame dei procedimenti avviati nel periodo antecedente il periodo di riferimento, si fa presente che l'Autorità ha ripreso le attività inerenti alla controversia instaurata da Vodafone nei confronti di Fastweb, avente ad oggetto le modalità tecnico-operative in materia di migrazione delle utenze di rete fissa. Tale controversia era stata sospesa in attesa del completamento delle attività svolte nell'ambito del procedimento sanzionatorio avviato nei confronti di Fastweb. Con l'adozione della delibera n. 263/10/CONS, con la quale sono stati approvati e resi obbligatori gli Impegni di Fastweb, l'Autorità ha ripreso le attività istruttorie sperando un tentativo di conciliazione, come previsto dall'articolo 9 del regolamento. Le parti hanno successivamente dichiarato il fallimento delle trattative e l'istruttoria si è conclusa con la trasmissione degli atti alla Commissione per le infrastrutture e le reti dell'Autorità, che ha provveduto alla convocazione in audizione delle parti innanzi a sé. A seguito di ciò è pervenuta all'Autorità la richiesta di Vodafone di disporre l'archiviazione del procedimento contenzioso in oggetto per sopravvenuta improcedibilità del medesimo, avendo la stessa rimesso la cognizione della controversia in corso presso l'Autorità dinanzi all'Autorità giudiziaria. L'Autorità, dopo aver constatato la coincidenza delle questioni devolute alla cognizione del Tribunale Civile di Milano, ha disposto, con la delibera n. 144/10/CIR, l'archiviazione della controversia, per sopravvenuta improcedibilità, ai sensi dell'art. 12 del regolamento.

Analogamente, l'Autorità ha ripreso le attività inerenti alla controversia instaurata da Vodafone nei confronti di Wind, avente ad oggetto le modalità tecnico-operative in materia di migrazione delle utenze di rete fissa, che erano state sospese in attesa del completamento delle attività svolte nell'ambito del procedimento sanzionatorio avviato nei confronti di Wind. Con l'adozione della delibera n. 308/10/CONS, con la quale sono stati approvati e resi obbligatori gli Impegni presentati dalla società Wind, l'Autorità ha ripreso le attività istruttorie sperando un tentativo di conciliazione, come previsto dall'articolo 9 del regolamento. Le parti hanno successivamente dichiarato che erano venute meno le condizioni per la prosecuzione delle trattative finalizzate a una composizione bonaria della controversia e l'istruttoria si è conclusa con la trasmissione degli atti alla Commissione per le infrastrutture e le reti, che ha provveduto alla convocazione in audizione delle parti innanzi a sé. A seguito di ciò è pervenuta la richiesta di Vodafone di disporre l'archiviazione del procedimento contenzioso in oggetto per sopravvenuta improcedibilità del medesimo, avendo

la stessa rimesso la cognizione della controversia in corso presso l'Autorità dinanzi all'Autorità giudiziaria. L'Autorità, dopo aver constatato la coincidenza delle questioni devolute alla cognizione del Tribunale Civile di Roma, ha disposto, con la delibera n. 145/10/CIR, l'archiviazione della controversia, per sopravvenuta improcedibilità, ai sensi dell'art. 12 del regolamento.

Con riferimento ai procedimenti avviati antecedentemente al periodo di riferimento e tuttora in corso si riporta quanto segue.

Con riguardo all'istanza promossa da Fastweb nei confronti di Telecom Italia in materia di servizi *bitstream*, l'Autorità, conclusa la fase istruttoria e preso atto del mancato raggiungimento di un accordo negoziale tra parti, sta predisponendo la trasmissione degli atti alla Commissione per le infrastrutture e le reti.

Con riferimento ai procedimenti avviati nel periodo di riferimento si riporta quanto segue.

La società 10993 ha instaurato una controversia nei confronti di Telecom Italia in materia di accesso di clienti Telecom Italia ai servizi erogati tramite numerazioni non geografiche di 10993. L'Autorità, svolta una ricognizione del quadro regolamentare, con particolare riferimento ai profili attinenti la fornitura, da parte di Telecom, dei dati in merito all'evoluzione del credito dei propri clienti, ha effettuato una proposta conciliativa. Le società hanno successivamente comunicato di aver raggiunto un accordo e, secondo quanto previsto dall'articolo 9 del Regolamento, il procedimento si è concluso con la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione.

Okcom ha instaurato una controversia nei confronti di Telecom Italia, con contestuale richiesta di misure cautelari, in merito ad illegittime sospensioni dei pagamenti dei corrispettivi derivanti dai contratti di interconnessione e relativi al servizio di terminazione vocale su rete Okcom. Rigettata la richiesta di misure cautelari per la mancata sussistenza dei presupposti del *fumus bonis iuris* e del *periculum in mora*, l'Autorità, con determina n. 7/10/DIR, ha disposto l'archiviazione del procedimento, dopo aver preso atto della rinuncia, presentata dall'istante, a seguito della mancata accettazione della proposta transattiva formulata dall'Autorità, su richiesta della stessa Okcom.

Telecom Italia ha instaurato nei confronti della società Teletu (già Opitel) una controversia, con contestuale richiesta di misure cautelari, in materia di procedure per il passaggio degli utenti finali da un operatore di telefonia fissa all'altro. L'Autorità, svolti gli adempimenti previsti dall'articolo 4 del regolamento, ha adottato la delibera n. 124/10/CIR con cui è stato previsto il divieto a carico di Teletu di utilizzare la casuale di scarto per servizio non richiesto o qualunque altra causale di scarto, prevista dall'Accordo Quadro sulle procedure di migrazione, al fine di bloccare la procedura di migrazione in caso di ripensamento del cliente. Ai sensi di quanto riportato nei punti 24 e 29 della delibera n. 274/07/CONS, l'Autorità ha ordinato a Teletu di inviare una comunicazione interna alle proprie forze commerciali contenente il divieto, per queste ultime, di svolgere attività di promozione commerciale con finalità di *retention* nel corso dei contatti con clienti, oggetto delle richieste di migrazione inoltrate da Telecom. L'attività è proseguita con l'esame dei profili di merito, tra cui la proposta da parte dell'Autorità di intraprendere un percorso negoziale.

Teletu ha instaurato una controversia nei confronti di Telecom Italia, con contestuale richiesta di misure cautelari, in materia di procedure per il passaggio degli utenti finali da un operatore di telefonia fissa, lamentando attività di *retention* svolte da parte di Telecom e la mancata gestione, da parte della stessa, del ripensamen-

to dei clienti. L'Autorità ha rigettato la richiesta di misure cautelari per la mancata sussistenza dei presupposti del *fumus bonis iuris* e del *periculum in mora*. L'analisi condotta non ha infatti evidenziato la presenza di alcuna attività, svolta da Telecom, tesa ad indurre i propri clienti al ripensamento (*retention*) durante il processo di attivazione del cliente né tanto meno si è ravvisato un comportamento di Telecom Italia volto ad interrompere, di propria iniziativa, la procedura di attivazione avviata da Teletu. In secondo luogo dagli esiti dell'istruttoria, non è stato possibile dimostrare una condotta illecita nei riguardi del diritto di ripensamento dei clienti.

Telecom Italia ha instaurato nei confronti di Fastweb una controversia, con contestuale richiesta di misure cautelari, in materia di procedure per il passaggio degli utenti finali da un operatore di telefonia fissa all'altro. L'Autorità, svolti gli adempimenti previsti dall'articolo 4 del regolamento, ha adottato la delibera n. 96/10/CIR e, con tale provvedimento, ha posto il divieto a carico di Fastweb di utilizzare la casuale di scarto per servizio non richiesto o qualunque altra causale di scarto, prevista dall'Accordo Quadro sulle procedure di migrazione del 14 giugno 2008, al fine di bloccare la procedura di migrazione in caso di ripensamento del cliente. Ai sensi di quanto riportato nei punti 24 e 29 della delibera n. 274/07/CONS, l'Autorità ha ordinato a Fastweb di inviare una comunicazione interna alle proprie forze commerciali contenente il divieto, per queste ultime, di svolgere attività di promozione commerciale con finalità di *retention* nel corso dei contatti con clienti, oggetto delle richieste di migrazione inoltrate da Telecom Italia. L'attività è proseguita con l'esame dei profili di merito, tra cui la proposta da parte dell'Autorità di intraprendere un percorso negoziale. Le società hanno successivamente comunicato di aver raggiunto un accordo e, secondo quanto previsto dall'articolo 9 del regolamento, il procedimento si è concluso con la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione.

Fastweb ha instaurato una controversia nei confronti di Telecom Italia, con contestuale richiesta di misure cautelari, in materia di procedure di portabilità del numero tra gli operatori. L'Autorità, svolte le valutazioni del caso e rilevata l'assenza del presupposto di *periculum in mora*, ha rigettato la richiesta cautelare. L'attività è proseguita con l'esame dei profili di merito, tra cui la proposta da parte dell'Autorità di intraprendere un percorso negoziale. Le società hanno successivamente comunicato di aver raggiunto un accordo e, secondo quanto previsto dall'articolo 9 del regolamento, il procedimento si è concluso con la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione.

Digitel ha instaurato una controversia nei confronti di Eutelia, con contestuale richiesta di misure cautelari, in materia di inadempimenti di accordi contrattuali relativi al servizio ADSL *Wholesale*. In assenza dei presupposti di cui all'art. 4 del regolamento, è stata rigettata l'istanza cautelare e l'attività istruttoria è in corso con l'esame dei profili di merito.

Proseguendo con le controversie instaurate nel periodo di riferimento e tuttora pendenti, Telecom Italia ha presentato un'istanza nei confronti di Fastweb in materia di condizioni economiche del servizio di raccolta per l'accesso a numerazioni non geografiche di Telecom Italia. L'attività istruttoria è in corso con l'esame dei profili di merito.

Le attività in corso riguardano, altresì, il procedimento tra Eutelia e Telecom Italia in materia di contributi di attivazione del servizio ADSL. Le parti hanno congiuntamente richiesto di rinviare la trattazione della controversia nel merito in attesa dell'evolversi della procedura fallimentare nei confronti di Eutelia avviata con la sentenza del Tribunale di Arezzo del 1° giugno 2010.

Quanto alla controversia tra la società Sat House e la società Sky Italia, in materia di *simulcrypt*, il procedimento sta proseguendo nel merito in attesa di una possibile soluzione bonaria.

Telecom Italia ha inoltre promosso un'istanza nei confronti di Fastweb, in materia di condizioni economiche dei *kit* di interconnessione. L'Autorità ha svolto le attività di competenza, anche effettuando un'analisi del quadro regolamentare conseguente alla notifica di Fastweb, come operatore SMP, nel mercato della terminazione vocale. Tra le parti sono, altresì, in corso trattative finalizzate al raggiungimento di una soluzione negoziale della controversia.

Ubiquity ha instaurato una controversia nei confronti della società Vodafone in materia di accesso ed interconnessione alla propria rete mediante la fornitura del servizio di terminazione di SMS e di quantitativi di SMS. Gli uffici, conclusa l'attività istruttoria, stanno predisponendo la trasmissione degli atti alla Commissione per le infrastrutture e le reti.

Infine, l'Autorità ha avviato l'esame della controversia, instaurata su istanza di Fastweb nei confronti di Telecom Italia, in materia di condizioni economiche della raccolta del traffico, originato da rete mobile, diretto a numerazione non geografica di Fastweb.

Nella Tabella 3.2 è riportato l'elenco delle controversie, con il relativo stato, avviate nel periodo di riferimento.

Tabella 3.2. Controversie tra operatori di comunicazione elettronica
(1 maggio 2010 - 30 aprile 2011)

| Data Arrivo | Istante | Controparte | Oggetto | Stato |
|--------------------|----------------|--------------------|--|---|
| 8/06/10 | Eutelia | Telecom Italia | Contributi attivazione ADSL | In corso |
| 22/06/10 | OKcom | Telecom Italia | Interconnessione Inversa | Archiviazione per rinuncia ai sensi dell'articolo 12, comma 2 del regolamento |
| 21/09/10 | Sat House | Sky Italia | Simulcrypt | In corso |
| 29/09/10 | Telecom Italia | Teletu | Procedure di migrazione utenza rete fissa | Adottata delibera n. 124/10/CIR ai sensi dell'art. 4 del regolamento - In corso |
| 29/09/10 | Telecom Italia | Fastweb | Procedure di migrazione utenza rete fissa | Adottata delibera n. 96/10/CIR ai sensi dell'art. 4 del regolamento - Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4 del regolamento. |
| 22/10/10 | Teletu | Telecom Italia | Procedure di migrazione utenza rete fissa | Rigetto misure cautelari ai sensi dell'art. 4 - In corso |
| 3/11/10 | Telecom Italia | Fastweb | Kit di interconnessione | In corso |
| 18/11/10 | Telecom Italia | Fastweb | Servizi raccolta NNG | In corso |
| 24/11/10 | Digitel Italia | Eutelia | Servizio ADSL Wholesale | In corso |
| 9/12/10 | 10993 | Telecom Italia | Accesso a NNG | Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4 del regolamento |
| 10/12/10 | Fastweb | Telecom Italia | Procedure di portabilità | Rigetto misure cautelari ai sensi dell'art. 4 - Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4 del regolamento. |
| 14/12/10 | Ubiquity | Vodafone | Fornitura del servizio di terminazione di SMS | In corso |
| 24/03/11 | Fastweb | Telecom | Servizi raccolta da rete mobile verso servizi offerti su NNG di FW | In corso |

Fonte: Autorità

3.6. Il Sistema integrato delle comunicazioni e i singoli mercati che lo compongono

L'Autorità, con la delibera n. 555/10/CONS del 28 ottobre 2010, ha concluso il procedimento per l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC), avviato con la delibera n. 558/09/CONS del 6 ottobre 2009.

Nel suddetto procedimento, l'Autorità ha, preliminarmente, effettuato la valorizzazione del Sistema Integrato delle Comunicazioni relativa all'anno 2007-2008 e, successivamente, ha individuato i mercati rilevanti.

L'attività di analisi, condotta ai sensi dell'art. 43, comma 2, del Testo Unico dei Servizi di *media* audiovisivi e radiofonici (di seguito TUSMAR), ha tenuto conto delle principali modifiche apportate a tale Testo dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44.

Nell'ambito del procedimento in considerazione, il processo di valorizzazione delle aree del SIC è stato particolarmente rigoroso, al fine di addivenire a dati certi su cui basare la successiva analisi dei singoli mercati.

In ossequio al disposto dell'articolo 43 del TUSMAR, tale analisi è stata svolta conformemente ai principi in materia di concorrenza, ma avendo come fine ultimo la tutela del pluralismo dell'informazione, che informa per legge le funzioni demandate all'Autorità.

Siffatta analisi, basata su sofisticati indicatori di informazione attiva e passiva e sull'applicazione di consolidati principi giuridici ed economici, ha evidenziato, da un lato, la significativa valenza di taluni mezzi di comunicazione di massa e, dall'altro, l'irrilevanza, ai fini della tutela del pluralismo, di alcune delle aree individuate nel TUSMAR.

In particolare, dall'indagine svolta è risultata:

a) la rilevanza dei mezzi di informazione classici: televisione, radio, quotidiani e periodici;

b) la mancanza di valenza, ai fini del pluralismo, dei mercati di cui alle seguenti aree: cinema, pubblicità esterna, editoria annuaristica, iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi, e sponsorizzazioni. Ciò in seguito a motivazioni diverse, anche riconducibili all'ambito di indagine del SIC, limitato al lato *retail* di queste attività, ovvero alla presenza di normative esistenti che già disciplinano i diversi settori;

c) l'impossibilità di individuare uno specifico mercato dell'editoria elettronica, in quanto parte di un mercato più ampio – internet – che, pur di sicura valenza ai fini del pluralismo, non rientra, se non in parte, nelle aree menzionate dalla normativa vigente.

In considerazione dell'assoluta valenza di internet ai fini del pluralismo, soprattutto in un'ottica prospettica, e degli esiti raggiunti in merito alle altre aree del SIC ritenute irrilevanti ai fini della tutela del pluralismo, l'Autorità, nelle proprie conclusioni, ha ritenuto necessario sollecitare un intervento del legislatore, volto a ridefinire le aree economiche rilevanti ai fini di un'analisi a tutela del pluralismo. In tale segnalazione si è auspicato un approccio più flessibile di quello attuale, tale da prevedere, in capo all'Autorità, la possibilità di considerare anche i nuovi ambiti di attività che, per effetto dell'evoluzione tecnologica e di mercato, dovessero svilupparsi.

La successiva individuazione dei mercati rilevanti ha, quindi, riguardato i mezzi classici di informazione, anche se, comunque, si è analizzato in dettaglio il contesto competitivo e di mercato di tutte le aree economiche che compongono il SIC.

L'applicazione di una rigorosa metodologia basata su consolidati strumenti *anti-trust* e di tutela del pluralismo per l'analisi della sostituibilità fra i diversi mezzi di informazione, nonché la considerazione della più recente giurisprudenza, hanno consentito all'Autorità di identificare i seguenti mercati rilevanti:

- a) televisione in chiaro;
- b) televisione a pagamento;
- c) radio;
- d) quotidiani;
- e) periodici.

Le conclusioni descritte sono state raggiunte dall'Autorità al termine di una intensa e approfondita attività istruttoria, che ha previsto:

a) decine di audizioni con operatori del sistema (imprese attive nel settore, società di rilevazione ed associazioni di categoria);

b) richieste di informazioni a tutti i maggiori operatori dei mercati delle comunicazioni (oltre 400), con un ulteriore approfondimento informativo, piuttosto analitico, per i maggiori gruppi (circa 20), anche al fine di analizzare le relazioni di sostituibilità e di complementarità dei vari ambiti di attività del SIC, sia dal lato della domanda sia da quello dell'offerta;

c) incontri con istituzioni internazionali (Commissione europea, OFCOM, FCC) che hanno svolto attività simili;

d) acquisizione di dati e studi di mercato anche internazionali, che hanno consentito di effettuare, per tutte le aree analizzate, un confronto con le esperienze dei principali paesi esteri (*international benchmarking*);

e) uno studio *ad hoc* (su un campione di oltre 7.000 cittadini rappresentativo della popolazione italiana), condotto da una società di consulenza esterna – individuata a seguito di apposita gara – con l'ausilio dell'Autorità, volto ad analizzare attraverso metodologie antitrust (*SSNIP test*) e a tutela del pluralismo (uso dei *media* per informazione attiva e passiva) sia la sostituibilità dei mezzi di comunicazione per i consumatori finali sia la valenza di tali ambiti per il pluralismo dell'informazione;

f) lo svolgimento della consultazione pubblica nazionale.

A valle di tale intervento di individuazione ed analisi dei mercati rilevanti, l'Autorità ha poi avviato e successivamente concluso, con delibera n. 126/10/CONS del 23 marzo 2011, il procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni per l'anno 2009.

Il processo di valorizzazione ha mostrato come l'andamento del SIC, preso nel suo complesso abbia fatto registrare, nel 2009, una flessione pari al 5,2% dei ricavi complessivi (Tabella 3.3), in linea con quanto avvenuto a livello nazionale (nell'anno, la riduzione del PIL ai prezzi di mercato è stata proprio del 5,2%). La riduzione di reddito si è fatta sentire soprattutto nel comparto pubblicitario, che presenta caratteristiche cicliche, mentre sono cresciute alcune componenti a pagamento diretto (*pay tv*) e innovative (internet).

Tabella 3.3. Ricavi complessivi del SIC e delle relative aree economiche (2008-2009)

| Aree economiche di cui all'art. 2, comma 1, lett. s), TUSMAR | Ricavi (Mln. euro) 2008 | Ricavi (Mln. euro) 2009 | Δ 2008/2009 | Incidenza sul totale (2009) |
|--|-------------------------|-------------------------|--------------|-----------------------------|
| 1. Servizi di <i>media</i> audiovisivi e radio | 9.465,14 | 9.287,15 | -1,9% | 40,4% |
| 2. Stampa quotidiana e periodica (e agenzie di stampa) | 7.426,90 | 6.554,51 | -11,7% | 28,5% |
| 3. Editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di internet | 1.360,15 | 1.341,91 | -1,3% | 5,8% |
| 4. Cinema | 1.328,28 | 1.224,14 | -7,8% | 5,3% |
| 5. Pubblicità esterna | 602,00 | 492,00 | -18,3% | 2,1% |
| 6. Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi | 3.770,05 | 3.821,87 | 1,4% | 16,6% |
| 7. Sponsorizzazioni | 295,65 | 271,86 | -8,0% | 1,2% |
| Totale | 24.248,16 | 22.993,44 | -5,2% | 100,0% |

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali e fonti varie

Dall'attività di analisi svolta dall'Autorità è, altresì, emerso come nessuno dei soggetti considerati abbia realizzato, nell'anno 2009, ricavi superiori al limite del 20 per cento dei ricavi complessivi del SIC, fissato dal legislatore nell'articolo 43, comma 9, del TUSMAR (Tabella 3.4).

Tabella 3.4. Principali soggetti operanti nel SIC (2008-2009, in %)

| | 2008 | 2009 |
|----------------------------------|--------------|--------------|
| Fininvest | 13,75 | 13,34 |
| Mediaset | 11,35 | 11,40 |
| Arnoldo Modandori Editore | 2,4 | 1,95 |
| RAI Radiotelevisione Italiana | 11,93 | 11,80 |
| News Corporation | 10,58 | 11,58 |
| Sky Italia | 10,34 | 11,32 |
| Fox International Channels Italy | 0,24 | 0,26 |
| RCS Mediagroup | 4,71 | 4,12 |
| Gruppo Editoriale L'Espresso | 3,99 | 3,68 |
| Seat Pagine Gialle | 3,90 | 3,67 |
| Altri operatori | 51,14 | 51,79 |
| Totale | 100,0 | 100,0 |

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

3.7. L'Informativa economica di sistema

L'Autorità, con la delibera n. 116/10/CONS del 16 aprile 2010, ha rinnovato l'Informativa Economica di Sistema (di seguito IES) sotto vari aspetti, tra i quali la modulistica e le modalità di trasmissione, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza di tale indispensabile strumento di analisi e di monitoraggio delle imprese di comunicazione.

Infatti, la comunicazione IES è una dichiarazione annuale cui sono obbligati gli operatori dei settori della comunicazione, che riguarda i dati anagrafici ed economici sull'attività svolta dagli operatori interessati, consentendo di raggiungere una copertura settoriale pressoché totale relativamente ai seguenti ambiti di attività: televisione, radio, editoria quotidiana e periodica, editoria elettronica, pubblicità.

Proprio in ragione della sua natura censuale e dell'aggiornamento su base annuale, la IES rappresenta un patrimonio informativo di enorme valore, che consente all'Autorità di raccogliere gli elementi necessari per adempiere a precisi obblighi di legge, quali, tra l'altro, la valutazione annuale delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC), la correlata definizione dei mercati rilevanti e la verifica delle relative posizioni dominanti, le analisi di settore sia nell'ambito della relazione annuale, sia in contesti procedurali (quali le indagini conoscitive).

Al fine di conseguire il duplice obiettivo di semplificare gli adempimenti cui sono tenuti gli operatori e di potenziare le funzionalità informative, si è proceduto a razionalizzare i molteplici modelli prima in vigore, nonché ad aggiornarli secondo un *format* unico, che tiene conto delle principali evoluzioni normative e di mercato per i settori monitorati e prevede una comunicazione più snella per gli operatori cosiddetti sottosoglia (aventi un fatturato inferiore a un milione di euro).

Contestualmente all'ottimizzazione sostanziale, è stata rinnovata la modalità di comunicazione dei dati IES, attraverso lo sviluppo di un sistema di modulistica elettronica che semplifica l'inserimento dei dati e consente sia una loro validazione iniziale, sia una successiva gestione automatizzata dei contenuti da parte del personale dell'Autorità.

La transizione alla nuova IES ha comportato una complessa attività gestionale, operativa e di analisi, richiedendo un lavoro sinergico e coordinato fra diversi uffici dell'Autorità, che può essere sintetizzata in tre fasi attraverso cui è stato completato il passaggio al nuovo sistema:

a) la preparazione del nuovo sistema (dall'approvazione della delibera n. 116/10/CONS il 16 aprile 2010 al rilascio del nuovo modello informatico il 15 luglio 2010);

b) l'invio delle comunicazioni della IES da parte dei soggetti obbligati (dal 15 luglio al 30 settembre 2010);

c) il sollecito agli operatori mancanti e la verifica delle comunicazioni inviate a partire dal 30 settembre 2010.

Con riferimento alla prima fase, sin dall'approvazione della delibera n. 116/10/CONS si è proceduto a definire le caratteristiche del nuovo modello e il sistema informativo per l'invio e l'acquisizione automatica della modulistica nell'ambito del *database* detenuto dall'Autorità.

Nel complesso, la predisposizione del modello, oltre a rispondere all'esigenza di semplificazione già menzionata, consente di evitare duplicazioni delle richieste avanzate alle imprese, nonché di migliorare la produttività dell'Istituzione, migliorando la qualità e l'attendibilità dei dati acquisiti.

Le scelte relative al sistema informativo e alle modalità di trasmissione hanno tenuto in considerazione la necessità di rendere più flessibile la gestione della IES, pur mantenendo una continuità del dato, visto che la natura delle informazioni economiche da richiedere può mutare nel tempo, conseguentemente a variazioni normative, di mercato e/o tecnologiche. Inoltre, l'Autorità ha recepito le indicazioni del Codice dell'amministrazione digitale, adottando, per la trasmissione della comunicazione, lo *standard* della posta elettronica certificata.

Per agevolare la transizione al nuovo sistema e illustrare tutte le principali innovazioni, è stato organizzato, nel mese di luglio 2009, un incontro con le maggiori associazioni di settore, suddivise per attività principale (editoria, radiotelevisivo, concessionarie di pubblicità).

Il modello è stato rilasciato, come previsto, in data 15 luglio 2010. Sul sito sono state pubblicate, inoltre, le informazioni e le delucidazioni sulle voci del modello e i chiarimenti circa le modalità di compilazione del medesimo (Guida alla compilazione), sia dei singoli settori (Istruzioni per la compilazione dei quadri di attività – settore editoriale, radiotelevisivo e concessionarie di pubblicità).

Nella seconda fase – la comunicazione dei moduli da parte delle imprese – l'Autorità è stata investita da un'intensa attività di supporto e collaborazione con i soggetti obbligati, volta alla risoluzione delle criticità e problematicità emerse nella predisposizione e invio dei nuovi modelli. A tale scopo, sono stati messi a disposizione degli operatori numerosi strumenti attraverso cui è stata fornita assistenza nella compilazione e trasmissione del modello: (i) il *contact center* per la risoluzione delle problematiche meno complesse e standardizzate; (ii) la predisposizione di un indirizzo di posta elettronica info_ies@agcom.it per eventuali problemi tecnici; (iii) infine, la possibilità di contattare gli Uffici incaricati per la gestione diretta e la risoluzione delle criticità di maggiore portata.

Per completezza, si segnala che il servizio di *contact center* ha risposto ad una ragguardevole mole di richieste. Il numero complessivo di contatti ricevuti al *contact center*, in ordine alla IES, nel periodo consentito per la trasmissione della modulistica, ossia dal 15 luglio 2010 al 30 settembre 2010, è stato, infatti, pari a 1.277 (di cui il 92% attraverso il canale telefonico, ed il restante 8% tramite *e-mail*). Successivamente alla scadenza dei termini per l'invio del modulo, i contatti si sono ovviamente ridotti.

Dopo la scadenza del termine, è iniziata un'accurata e articolata attività di verifica delle informazioni raccolte e gestite dalla nuova IES. Tale attività di riscontro ha interessato sia i soggetti obbligati sia le informazioni trasmesse.

3.8. I procedimenti in materia di posizioni dominanti e di attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel SIC

Secondo quanto previsto dall'art. 43 del Testo Unico dei Servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, l'Autorità, a seguito di notifica di operazioni di concentrazione ed intese da parte dei soggetti che operano nel Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e, su segnalazione di chi vi abbia interesse o, periodicamente, d'ufficio, in conformità ai criteri e ai principi delineati nel comma 2 dell'art. 43, è tenuta a verificare che non si costituiscano, nel SIC e nei mercati che lo compongono, posizioni dominanti e che non siano superati i limiti stabiliti dai commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12 del medesimo articolo. Ai sensi dell'art. 4 del regolamento approvato con la delibera n. 646/06/CONS del 6 novembre 2006 (recante la disciplina dei procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive, dei procedimenti in materia di posizioni dominanti e dell'attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel Sistema integrato delle comunicazioni), e con riferimento a tali attività di verifica, alla data del 30 aprile 2011, per quanto concerne le operazioni di concentrazione e le intese superiori alle soglie di fatturato di cui all'art. 4, comma 1, del regolamento, sono state assunte n. 10 delibere di non avvio dell'istruttoria da parte del Consiglio dell'Autorità e 28 determinazioni di non avvio dell'istruttoria da parte della Direzione contenute audiovisivi e multimediali. I dati attestanti il volume di attività espletato nell'arco temporale intercorrente tra il mese di maggio 2010 e il mese di aprile 2011, con riguardo alle attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel SIC, sono riportati nella Tabella 3.5.

Tabella 3.5. *Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni*

| | |
|----------------------------------|----|
| Operazioni sottoposte a verifica | 44 |
| Assunte con delibera | 10 |
| Assunte con determina | 28 |
| Operazioni Infragruppo | 6 |
| Provvedimenti in trattazione | 52 |

Fonte: Autorità

Il trasferimento dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive ai sensi dell'art. 14 del Codice delle comunicazioni elettroniche

L'articolo 14 del decreto legislativo n. 259 del 1° agosto 2003 (Codice delle comunicazioni elettroniche) prevede che i diritti di uso delle frequenze con limitata disponibilità di banda e conseguentemente assegnati ad un numero predeterminato di operatori possono essere trasferiti su base commerciale dagli operatori che ne hanno legittima disponibilità ad altri operatori già autorizzati a fornire una rete con analoga tecnologia con le modalità di cui ai commi 4 e 5 del citato articolo. Soltanto

a seguito della digitalizzazione del segnale radiotelevisivo tale procedura ha potuto trovare applicazione anche per l'ambito radiotelevisivo. In particolare, viene previsto per gli operatori di rete l'obbligo di notificare il trasferimento in questione al Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni, nonché all'Autorità, la quale deve svolgere una verifica previo parere dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, affinché si definisca che l'operazione in questione non falsi la concorrenza nell'ambito del mercato di riferimento. Successivamente, una volta completate le attività di verifica, l'Autorità comunica il provvedimento al Ministero perché dia l'autorizzazione in questione. Con riferimento alle procedure previste all'art. 14 del Codice delle comunicazioni elettroniche, nel corso del 2010 sono stati avviati dall'Autorità n. 10 procedimenti, di cui n. 3 sono stati già definiti con delibera mentre n. 7 risultano in trattazione.

Ricognizione delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS del 2 marzo 2005 recante "Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112"

Con la delibera n. 136/05/CONS del 2 marzo 2005 recante "Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112" l'Autorità aveva adottato alcune misure di riequilibrio del mercato, ai sensi dell'art. 2, comma 7, della legge n. 249/97, nei confronti delle società RAI – Radiotelevisione Italiana s.p.a., R.T.I. s.p.a. e Publitalia'80 s.p.a., volte a ripristinare una situazione di maggiore equilibrio nel mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento. L'art. 3 della medesima delibera aveva previsto una clausola di rivedibilità delle misure alla luce dell'evoluzione dello scenario competitivo e, in ogni caso, all'esito della verifica delle quote del Sistema integrato delle comunicazioni.

Nel mese di ottobre 2010 la società R.T.I. ha prospettato all'Autorità l'intenzione di avvalersi della società Publitalia'80, concessionaria per la raccolta pubblicitaria sui propri canali analogici diffusi in *simulcast*, per la raccolta pubblicitaria relativa alla propria offerta gratuita erogata su reti televisive digitali terrestri e della società Digitalia, costituita in adempimento a quanto previsto dall'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1, della delibera n. 136/05/CONS, per la raccolta pubblicitaria relativa alla propria offerta a pagamento su reti digitali terrestri, illustrando le ragioni di tale nuova organizzazione. Nel mese di dicembre 2010 è stato comunicato alla società R.T.I. che la modalità organizzativa prospettata, alla luce dell'evoluzione dello scenario tecnologico e di mercato e delle risultanze dell'analisi dei mercati rilevanti del settore televisivo nell'ambito del SIC, non appariva in pregiudizio della *ratio* delle misure adottate dall'Autorità con la delibera n. 136/05/CONS, fermi restando gli altri obblighi di comunicazione e di non discriminazione previsti dalla citata delibera in capo alla concessionaria Publitalia. In tale contesto, l'Autorità ha ritenuto necessario effettuare una ricognizione delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS e delle sue modalità di attuazione, alla luce della suddetta clausola di rivedibilità di cui all'articolo 3 della medesima delibera, nonché delle rilevanti novità del quadro normativo, regolamentare, tecnologico e di mercato relativo alla radiodiffusione televisiva intervenute dopo l'adozione della citata delibera – quale, ad esempio, l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del SIC, effettuata dall'Autorità con la delibera n. 555/10/CONS del 15 novembre 2010 – al fine di individuare quali misure risultassero ancora vigenti. Pertanto, con la delibera n. 70/11/CONS del 16 febbraio 2011, l'Autorità ha provveduto a effettuare tale ricogni-

zione, stabilendo che le misure adottate con la delibera n. 136/05/CONS che si intendono tuttora in vigore sono:

a) la misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. a), n. 2, relativa all'obbligo imposto a RAI e RTI di destinazione di capacità trasmissiva a fornitori di contenuti indipendenti, nell'ambito della quota del 40 per cento di capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri di cui all'articolo 2-*bis*, comma 1, quinto periodo, della legge n. 66/2001, conformemente alle prescrizioni stabilite dalle delibere n. 109/07/CONS e n. 645/07/CONS, la quale mantiene la sua vigenza fino alla completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze televisive in tecnica digitale;

b) la misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. b), n. 2), relativa al divieto imposto a RTI di trasmettere messaggi pubblicitari nella programmazione televisiva digitale terrestre diversa dal *simulcast* in misura superiore al 12 per cento di ogni ora a partire dal 30 giugno 2005, la quale mantiene la sua vigenza fino alla data prevista dalla legge per la cessazione delle trasmissioni televisive in tecnica analogica, salva la sua rivedibilità;

c) la misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. d), n. 2), relativa all'obbligo imposto a Publitalia'80 di praticare condizioni trasparenti, eque e non discriminatorie nella vendita di spazi pubblicitari, dando separata evidenza degli eventuali sconti applicati ai singoli prodotti secondo le modalità definite dall'articolo 2, comma 6, della medesima delibera, la quale mantiene la sua vigenza fino alla cessazione delle trasmissioni televisive in tecnica analogica.

3.9. I servizi di *media* audiovisivi

A seguito delle modifiche apportate al Testo unico della radiotelevisione dal decreto legislativo n. 44 del 2010, ora Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici (decreto di recepimento della direttiva 2007/65/CE, ora 2010/13/UE), il quadro definitorio dei soggetti che forniscono servizi televisivi è stato profondamente innovato. La nuova definizione di "servizi di *media* audiovisivi" include i servizi che sono sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di *media* e il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche. Tale fornitura può avvenire in modalità lineare e non lineare, a seconda che il servizio venga fornito per la visione, rispettivamente, simultanea di programmi sulla base di un palinsesto oppure al momento scelto dall'utente e su sua richiesta sulla base di un catalogo di programmi selezionati dal fornitore di servizi di *media*.

L'Autorità, sulla base delle competenze ad essa assegnate dal citato decreto, stante la particolare novità e rilevanza della materia oggetto di regolamentazione, ha sottoposto a consultazione pubblica, con le delibere nn. 258/10/CONS e 259/10/CONS del 26 maggio 2010, due schemi di regolamento concernenti rispettivamente la prestazione di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica e la fornitura di servizi di *media* audiovisivi a richiesta. A seguito dell'esame dei contributi pervenuti e delle audizioni con i diversi soggetti intervenuti nel corso della consultazione, con le delibere nn. 606/10/CONS e 607/10/CONS del 25 novembre 2010 sono stati adottati, rispettivamente, il regolamento concernente la prestazione di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica ai sensi dell'art. 21, comma 1-*bis*, del Testo unico e il regolamento in materia di fornitura di servizi di *media* audiovisivi a richiesta ai sensi dell'articolo 22-*bis* del Testo unico.

I citati regolamenti, adottati in esecuzione della competenza attribuita all'Autorità in ordine alla disciplina per il rilascio dei titoli abilitativi necessari per l'esercizio delle menzionate attività, in linea con la direttiva 2010/13/UE e con il decreto di recepimento hanno provveduto a definire con precisione il campo di applicazione.

In primo luogo, sono esclusi dall'obbligo di richiedere un titolo abilitativo i servizi inerenti a ogni forma di corrispondenza privata (ad. es., i messaggi di posta elettronica inviati a un numero limitato di destinatari), nonché tutti i servizi la cui finalità principale non coincide con la fornitura di programmi, vale a dire i servizi nei quali il contenuto audiovisivo è meramente incidentale e non ne costituisce la finalità principale. Sono, inoltre, esclusi i servizi prestati nell'ambito di attività a prevalente carattere non economico e che non siano in concorrenza con emittenti radiotelevisive. Al fine di attribuire concretezza a tale previsione di origine comunitaria, l'Autorità ha circoscritto il campo di applicazione del regolamento solo ai professionisti che sono effettivamente provvisti di capacità competitiva, individuandoli presuntivamente in coloro che hanno una soglia minima di ricavi annui derivanti da attività tipicamente radiotelevisive (pubblicità, televendite, sponsorizzazioni, contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati, provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento) superiore a 100.000 euro. Sono esclusi, pertanto, i siti internet privati e i servizi consistenti nella fornitura o distribuzione di contenuti audiovisivi generati da utenti privati che provvedono alla selezione e all'organizzazione dei contenuti medesimi a fini di condivisione o di scambio nell'ambi-

to di comunità di interesse, tranne nel caso in cui sussistano, in capo ai soggetti che provvedono all'aggregazione dei contenuti medesimi, sia la responsabilità editoriale, in qualsiasi modo esercitata, sia uno sfruttamento economico. Mentre lo sfruttamento economico è facilmente individuabile, affinché si determini la responsabilità editoriale, sono invece richiesti due elementi concorrenti: l'esercizio di un controllo effettivo sia sulla selezione dei programmi, ivi inclusi i programmi-dati, sia sulla loro organizzazione in un palinsesto cronologico, nel caso delle radiodiffusioni televisive o radiofoniche, o in un catalogo nel caso dei servizi a richiesta. Pertanto, i siti che non selezionano *ex ante* i contenuti generati dagli utenti, ma effettuano una mera classificazione dei contenuti stessi, non rientrano nel campo di applicazione della norma.

Per quanto riguarda le esclusioni specifiche dall'obbligo di specifico titolo abilitativo, per i servizi lineari è stata prevista l'esclusione per i palinsesti identificati da un unico marchio di durata inferiore a ventiquattro ore settimanali con l'esclusione delle ore di programmazione in replica o le immagini fisse, in analogia con quanto previsto per le emittenti terrestri operanti in tecnica digitale, nonché per i servizi di *media* audiovisivi a circuito chiuso per gruppi chiusi di utenti, quali, a titolo esemplificativo, le diffusioni sonore o audiovisive all'interno delle stazioni ferroviarie, degli aeroporti, delle metropolitane, dei mezzi di trasporto e le diffusioni sonore o audiovisive all'interno di locali commerciali; per i servizi a richiesta, l'esclusione è stata prevista per la fornitura di cataloghi composti esclusivamente di programmi già trasmessi in modalità lineare e per l'offerta di contenuti che, pur identificata da uno specifico marchio, non si configura come un catalogo autonomamente accessibile dal pubblico.

Per quanto riguarda le radio trasmesse via *web* è stata introdotta una disciplina solo per la radio lineare, mentre resta esclusa quella a richiesta che pertanto non necessita di alcun titolo abilitativo.

Sono infine esclusi i quotidiani *online* e le versioni elettroniche di giornali e periodici, i siti internet che contengono elementi audiovisivi a titolo puramente accessorio, quali elementi grafici animati, brevi spot pubblicitari o informazioni relative a un prodotto o a un servizio non audiovisivo, i giochi d'azzardo con posta in denaro, comprese le lotterie, le scommesse e altre forme di servizi di giochi d'azzardo, nonché i giochi in linea e i motori di ricerca, ma non le trasmissioni dedicate a giochi d'azzardo o di fortuna.

In merito all'autorizzazione prevista, in linea con quanto indicato dal Testo unico, è stato diversificato il regime autorizzatorio per le due fattispecie. Per quanto riguarda i servizi lineari, è stato previsto l'istituto del silenzio-assenso attraverso il tacito accoglimento della domanda senza necessità di espresso rilascio del titolo abilitativo, sicché i soggetti che presentano la domanda si intendono autorizzati entro 30 giorni dalla sua presentazione, salva l'adozione, entro il medesimo termine, di un motivato provvedimento di diniego da parte dell'Autorità in mancanza dei requisiti. Per i servizi a richiesta occorre, invece, presentare una segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), che consente di iniziare l'attività oggetto della segnalazione dalla data della presentazione della medesima ai sensi dell'articolo 19 della legge n. 241/90, ferma restando la possibilità per l'Autorità, in caso di accertata carenza dei requisiti, di adottare motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività nel termine di trenta giorni dalla presentazione della segnalazione.

Per i soggetti che si sono costituiti in data successiva all'entrata in vigore dei regolamenti, la richiesta di autorizzazione o la segnalazione certificata vanno presentate decorso un anno dalla data di avvio del servizio in modo da poter verificare se, in base ai ricavi percepiti nel corso dell'anno, essi rientrino o meno nel campo di applicazione previsto.

3.10. La televisione digitale terrestre

La pianificazione delle frequenze

Nel corso degli ultimi dodici mesi sono proseguite le attività di pianificazione in attuazione di quanto stabilito dalla normativa vigente e di 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". Tali attività, finalizzate alla revisione e all'attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze e alla realizzazione di una razionale conversione del sistema radiotelevisivo dalla tecnica analogica a quella digitale, sono subordinate a quanto deciso dalla Conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC06), tenutasi a Ginevra dal 15 maggio al 16 giugno del 2006, organizzata dal Settore Radiocomunicazioni dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni per la pianificazione del servizio di radiodiffusione terrestre in tecnica digitale nelle bande di frequenze 174-230 MHz (per la radiodiffusione sonora e televisiva) e 470-862 MHz (per la radiodiffusione televisiva), nei paesi della regione 1, situati a ovest del meridiano 170°E e a nord del parallelo 40°S e nella Repubblica islamica dell'Iran.

Nell'attività di pianificazione sono state, altresì, attuate le previsioni di cui all'art. 2-bis, comma 5, del decreto-legge 23 gennaio 2001, n. 5, convertito, con modificazioni, dalla legge 20 marzo 2001, n. 66 recante "Disposizioni urgenti per il differimento di termini in materia di trasmissioni radiotelevisive analogiche e digitali nonché per il risanamento di impianti radiotelevisivi", modificato dalla legge 23 febbraio 2006, n. 51, e dalla legge 29 novembre 2007, n. 222, in cui si individua il 2012 quale termine ultimo per il passaggio al digitale, e, in ultimo, dall'art. 1 (commi 8-12) della legge 13 dicembre 2010, n. 220 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2011)".

L'articolo 8-novies del decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 giugno 2008, n. 101, al fine di rispettare il termine di *switch-off* delle trasmissioni analogiche, fissato al 2012 dalla legge n. 66/2001 e successive modificazioni, nonché di dare attuazione al piano di assegnazione delle frequenze, disponeva che fosse definito con decreto del Ministro dello sviluppo economico, d'intesa con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, il calendario per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva terrestre in tecnica digitale, con l'indicazione delle aree interessate e delle rispettive scadenze. Tale decreto, adottato il 10 settembre 2008 e pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 238 del 10 ottobre 2008, ha fissato le tempistiche per la definitiva conversione in Italia della radiodiffusione televisiva in tecnica digitale, prevedendo la suddivisione dell'Italia in 16 aree tecniche, stabilendo nel contempo il relativo calendario di *switch-off* nelle singole aree. Tale decreto è stato successivamente modificato con il decreto 10 aprile 2009, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 150 del 1° luglio 2009, ulteriormente modificato dal decreto 19 novembre 2010, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 295 del 18 dicembre 2010.

La delibera n. 181/09/CONS recante "Criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive terrestri", approvata dall'Autorità in data 7 aprile 2009 e pubblicata nella

Gazzetta Ufficiale n. 99 del 30 aprile 2009, stabilisce l'uso della tecnica SFN (*single frequency network*) per ottimizzare l'utilizzo della risorsa radioelettrica e pianificare così il maggior numero di reti televisive da suddividere tra reti nazionali e locali (riserva di un terzo secondo la normativa vigente), fissando nel numero di 21 le reti nazionali in tecnica DVB-T da pianificare, con copertura approssimativamente pari all'80% del territorio nazionale, e nel numero di 4 le reti nazionali in tecnica DVB-H. I criteri identificati nella summenzionata delibera sono stati successivamente richiamati dall'art. 45 della legge 7 luglio 2009, n. 88, recante "Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee – legge comunitaria 2008", anche per rispondere alla procedura di infrazione n. 2005/5086. Tale intervento normativo ha modificato l'art. 8-*novies*, comma 4, della legge 6 giugno 2008, n. 101 e ha stabilito che nel corso della progressiva attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze i diritti d'uso delle frequenze per le reti televisive digitali siano assegnati in conformità ai criteri di cui alla deliberazione n. 181/09/CONS.

In attuazione di quanto stabilito da questo rinnovato contesto normativo e regolamentare, nelle riunioni del Consiglio del 3 giugno 2010 e del 15 giugno 2010, l'Autorità ha adottato la delibera n. 300/10/CONS che detta i criteri generali per il piano di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale. La delibera individua 25 reti nazionali digitali terrestri e relative frequenze associate – in particolare, 16 reti in tecnica DVB-T, ai sensi di quanto previsto al punto 6, lettera b) dell'allegato A alla delibera n. 181/09/CONS, 3 reti in tecnica DVB-H, con vincolo di destinazione d'uso sulla base delle deliberazioni dell'Autorità, fatto salvo quanto previsto al successivo comma 5, ai sensi di quanto indicato al punto 6, lettera d) dell'allegato A alla delibera n. 181/09/CONS, e 5 reti in tecnica DVB-T e 1 rete in tecnica DVB-H, ai sensi di quanto previsto al punto 6, lettera f) dell'allegato A alla delibera n. 181/09/CONS – ed elenca le frequenze che possono essere assegnate alle emittenti televisive e agli operatori in base ai criteri di cui alla delibera n. 181/09/CONS, riservando al contempo almeno un terzo delle risorse di frequenze, nelle singole aree tecniche, alle emittenti televisive locali.

Rispettando le tempistiche fissate, l'Autorità ha indetto e convocato i tavoli tecnici che hanno visto la partecipazione di tutti i soggetti interessati e ha adottato le seguenti delibere di pianificazione di dettaglio nelle aree tecniche che man mano hanno attuato il passaggio alla tecnologia digitale:

a) delibera n. 475/10/CONS del 16 settembre 2010, recante il Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva in tecnica digitale nell'area tecnica corrispondente al territorio ricomprendente le province di Alessandria, Asti, Biella, Novara, Verbano-Cusio-Ossola, Vercelli, Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Lecco, Lodi, Milano, Monza e della Brianza, Pavia, Sondrio, Varese, Piacenza e Parma;

b) delibera n. 603/10/CONS del 22 novembre 2010, recante il Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva in tecnica digitale nelle aree tecniche 5, 6 e 7, corrispondenti al territorio delle regioni Emilia Romagna, Veneto (incluse le province di Mantova e Pordenone) e Friuli Venezia Giulia.

Tali delibere si aggiungono a quelle già precedentemente adottate a partire dal 2007 e che hanno interessato le aree tecniche riferite alle regioni Sardegna, Valle d'Aosta, Piemonte occidentale, Trentino Alto Adige, Lazio, esclusa la provincia di Viterbo, e alla Campania. Allo stato, il processo di digitalizzazione ha già interessato circa il 70% delle famiglie italiane.

Va rilevato che nella pianificazione di dettaglio delle successive aree tecniche, non ancora definita, occorre tenere conto della significativa novità introdotta dalla richiamata legge di stabilità 2011 (legge n. 220/2010), che ha stabilito la destinazione della sottobanda 790-862 MHz (canali da 61 a 69 UHF) per i sistemi mobili a larga banda a partire dal 1° gennaio 2013. Tali canali pertanto non sono più disponibili per la radiodiffusione televisiva.

In parallelo a quanto sopra riportato, è stata condotta una intensa attività internazionale al fianco del Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni, finalizzato a massimizzare le possibilità di utilizzo delle frequenze ben oltre quanto pianificato per l'Italia dalla Conferenza di Ginevra del 2006, attraverso accordi bilaterali con i Paesi confinanti. In tale ambito si sono tenuti proficui incontri con le competenti amministrazioni di Francia, Svizzera, Slovenia, Croazia e Malta.

Si vuole da ultimo sottolineare l'importanza che ha avuto sull'insieme delle attività sopra descritte, il sistema di gestione *on-line* del Catasto nazionale delle frequenze, avviato a gennaio 2009. Il Catasto (di cui si parla più diffusamente nel paragrafo 3.22 della presente Relazione) nel corso dell'ultimo periodo si è affermato come un importante strumento di conoscenza del sistema radiotelevisivo italiano e come un punto di riferimento per numerose attività tecniche e amministrative tra cui, in particolare, quelle legate all'attuale processo di transizione alla televisione digitale terrestre. L'aggiornamento *on-line* dei dati da parte degli operatori consente un costante monitoraggio delle dinamiche che caratterizzano l'utilizzo dello spettro elettromagnetico di radiodiffusione e permette pertanto di svolgere le attività di competenza relative alla pianificazione sulla base di informazioni sempre più accurate e aderenti alla realtà esistente. Ad esempio, in occasione della convocazione dei tavoli tecnici previsti nell'ambito dei procedimenti di pianificazione delle aree tecniche, l'Autorità si è avvalsa di elenchi aggiornati in tempo reale dei soggetti da convocare estratti dal Catasto.

Anche per l'attività di pianificazione vera e propria, i dati del Catasto, riscontrati in parte anche con gli esiti dei sopralluoghi sul campo, si sono rivelati una fonte preziosa di informazioni, ben strutturate e con un grado di affidabilità in costante aumento, utilizzate per le elaborazioni svolte dall'Autorità, nonché per le analisi effettuate congiuntamente al Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni.

Le procedure per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre e misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza

Con la delibera n. 497/10/CONS del 23 settembre 2010 l'Autorità ha approvato, sulla base dei criteri stabiliti dalla delibera n. 181/09/CONS, le procedure per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre e le misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza.

Il regolamento prevede una procedura di *beauty contest* per l'aggiudicazione dei diritti d'uso delle frequenze in gara sulla base di graduatorie distinte per ciascun sottoinsieme. Infatti, le frequenze (canali) assegnabili sono 6, suddivise in tre sottoinsiemi, nominati A, B e C; nel primo sottoinsieme sono contenute 3 frequenze, nel secondo 2 frequenze e nel terzo 1 frequenza. I lotti nei sottoinsiemi A e B sono pianificati per l'uso con sistemi di tipo DVB-T, mentre il lotto nel sottoinsieme C è pianificato per l'uso con sistemi avanzati di radiodiffusione digitale in tecnica DVB-H o in alternativa DVB-T2. Con riferimento alle modalità di partecipazione alla gara, la delibera stabilisce che

i diritti d'uso dei lotti in gara nel sottoinsieme A sono assegnati mediante procedure cui non possono partecipare operatori esistenti eventualmente integrati che, prima della conversione delle reti analogiche e della razionalizzazione dei canali (multiplex) digitali terrestri, avevano la disponibilità di due o più reti televisive nazionali in tecnica analogica. Tenuto conto della Decisione della Commissione europea del 20 luglio 2010 con la quale, a seguito della richiesta avanzata dalla società Newscorp, la Commissione ha parzialmente modificato il punto 9.1 della Decisione assunta il 2 aprile 2003 nel caso COMP/M.2876, è stato inoltre stabilito che l'operatore di cui alla Decisione può partecipare alle procedure per uno solo dei lotti nel sottoinsieme A. Il diritto d'uso del lotto in gara nel sottoinsieme C è assegnato mediante una procedura cui possono partecipare solo operatori non DBV-H e, in ogni caso, non possono partecipare gli operatori di tipo B che attualmente esercitano 3 reti nazionali in tecnica analogica.

Le eventuali offerte saranno comunque soggette ad un *cap*. Nel caso degli operatori di tipo B che attualmente esercitano 3 reti nazionali in tecnica analogica il tetto è fissato a un multiplex. Nel caso dell'operatore di tipo B che attualmente esercita 2 reti nazionali in tecnica analogica il tetto è fissato a due multiplex. In ogni caso, in esito alla procedura di gara, nessun operatore potrà ottenere più di 5 multiplex nazionali DVB-T. All'interno di ciascun sottoinsieme sono redatte graduatorie distinte per ciascun lotto (frequenza) e la formazione delle graduatorie avviene mediante l'attribuzione di un punteggio sulla base dei seguenti criteri: i) piano tecnico dell'infrastruttura; ii) piano commerciale dell'offerta dei servizi, dei rapporti con l'utenza, delle previsioni di mercato, degli obiettivi commerciali, nel rispetto delle norme di legge applicabili; iii) carattere innovativo dell'offerta.

La procedura di gara prevede anche misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza, previste al Capo III della delibera, ed in particolare relative alla cessione della capacità trasmissiva (art. 4) e alla realizzazione delle reti da parte degli operatori nuovi entranti (art. 5).

Con riferimento alla prima misura, la delibera stabilisce che l'operatore di rete di radiodiffusione terrestre, eventualmente integrato, che aveva, prima della conversione delle reti analogiche e della razionalizzazione dei canali (multiplex) digitali terrestri, la disponibilità di due o più reti televisive nazionali in tecnica analogica e che si trovi nelle condizioni di esercitare 5 multiplex nazionali DVB-T, ivi comprendendo le reti digitali derivanti da conversione dell'analogico e le esistenti reti nazionali DVB-T soggette a razionalizzazione, è tenuto a cedere il 40% della capacità trasmissiva del multiplex oggetto di eventuale aggiudicazione a fornitori di contenuti indipendenti, a condizioni contrattuali non inferiori ai limiti temporali previsti dalla delibera (almeno cinque anni dopo la data dello *switch-off* nazionale) ed economiche di offerta della predetta capacità trasmissiva, che devono essere eque, trasparenti, non discriminatorie e orientate ai costi effettivamente sostenuti nella fornitura dei servizi. A seguito della comunicazione da parte degli operatori interessati (RAI, Elettronica Industriale e Telecom Italia Media Broadcasting), ed effettuate le necessarie interlocuzioni, l'Autorità è tenuta ad approvare le condizioni contrattuali ed economiche di offerta della capacità trasmissiva. A seguito della definitiva approvazione delle predette condizioni da parte dell'Autorità, gli operatori acquisiscono la manifestazione di interesse da parte dei fornitori di contenuti indipendenti che intendono usufruire della capacità trasmissiva di cui al citato articolo, alle condizioni contrattuali ed economiche approvate dall'Autorità.

Con riferimento alla misura relativa alla realizzazione delle reti da parte degli operatori nuovi entranti, la delibera stabilisce che questi ultimi godono di un diritto di accesso,

a condizioni economiche orientate ai costi, ai servizi di trasmissione degli operatori che già dispongono di reti televisive (analogiche o digitali) con un grado di copertura superiore al 75% della popolazione nazionale, indipendentemente dalla loro partecipazione alla procedura. Tali operatori sono obbligati ad offrire i servizi in questione ai predetti aggiudicatari per un periodo di 5 anni dalla data dell'effettivo accesso a tali servizi. La delibera stabilisce altresì che un eventuale rifiuto potrà essere giustificato solo da ragioni di obiettiva impossibilità che costituiranno oggetto di controllo da parte dell'Autorità.

Le caratteristiche dei decodificatori per la ricezione dei programmi televisivi in tecnica digitale e sulle iniziative utili all'adozione di un "decoder unico"

Come già illustrato nella scorsa Relazione annuale, con delibera n. 523/09/CONS del 14 settembre 2009, l'Autorità ha avviato un'istruttoria finalizzata a: a) accertare le caratteristiche delle diverse tipologie di apparati per la ricezione dei segnali televisivi digitali attualmente commercializzati in Italia; b) effettuare la ricognizione dello stato degli accordi di cessione delle licenze per i sistemi di accesso condizionato alla luce della normativa di settore; c) pervenire, sentite le Associazioni dei consumatori, alla messa a punto di un sistema di classificazione dei *decoder* presenti sul mercato nazionale per fornire ai consumatori un ulteriore strumento di conoscenza che consenta una maggiore consapevolezza nell'acquisto e nell'utilizzo di tali apparati; d) individuare tutte le iniziative utili all'adozione di un "decoder unico", in relazione all'evoluzione tecnologica e di mercato in corso, con l'obiettivo di tutelare più efficacemente gli interessi degli utenti nel rispetto del quadro comunitario.

Nel corso dell'istruttoria in esame l'Autorità ha audito numerose associazioni e operatori del mercato e raccolto, tramite appositi questionari inviati a costruttori e distributori del settore, una considerevole mole di dati e di informazioni tecniche relative ai ricevitori digitali funzionanti su tutte le piattaforme trasmissive (terrestre, satellite, IPTV e *web TV*) compresi i c.d. *Televisori Internet Enabled*. Inoltre, nel corso di tali attività l'Autorità ha proceduto alla ricognizione della conformità degli accordi di cessione delle licenze per i sistemi di accesso condizionato alla luce della normativa di settore, anche sulla base delle informazioni ricevute dagli operatori del mercato. Alla luce dei risultati conseguiti, l'Autorità è pervenuta a un sistema di classificazione dei *decoder*, che è stato discusso con le Associazioni dei consumatori nell'ambito del Tavolo Permanente di confronto convocato ai sensi della delibera n. 662/06/CONS.

Sulla base della normativa vigente in materia e degli esiti delle predette attività, l'Autorità ha rilevato che un'eventuale imposizione relativa all'adozione di un "decoder unico" non risulta né coerente con i principi di proporzionalità e ragionevolezza stabiliti dall'ordinamento comunitario e nazionale, né compatibile con i principi sanciti dal Trattato UE in materia di libera circolazione delle merci e dei servizi. Inoltre, il mancato obbligo di un "decoder unico" è giustificato anche in considerazione della numerosità di tipologie di apparati decodificatori esistenti attualmente nel mercato in ordine a tutte le piattaforme di distribuzione e dei vari livelli di funzionalità integrate, di cui molti dei vari apparati riceventi oggi dispongono. Tuttavia, l'Autorità ha ritenuto che l'introduzione di un sistema di classificazione degli apparati riceventi che valga per tutte le piattaforme trasmissive, con la finalità di fornire agli utenti un utile ed ulteriore strumento orientativo per individuare la tipologia di *decoder* più adatta alle proprie esigenze, sia invece conforme al quadro normativo esistente e rispondente agli obiettivi dell'istruttoria avviata con la delibera n. 523/09/CONS.

Pertanto, l'Autorità, con la delibera n. 630/10/CONS del 9 dicembre 2010, ha sottoposto a consultazione pubblica uno schema di classificazione dei decodificatori per la ricezione dei programmi televisivi in tecnica digitale, nonché le relative modalità di implementazione e diffusione al pubblico. Lo schema di classificazione in consultazione identifica gli apparati di ricezione (*decoder*, televisori integrati, etc.) associandovi un numero decrescente in base alle capacità di fruizione delle diverse piattaforme e al grado di integrazione di diverse tecnologie e servizi (un prodotto contraddistinto dal numero 6 è dotato di minori funzioni rispetto ad un prodotto contraddistinto dal numero 1), con l'obiettivo di fornire un ulteriore utile strumento orientativo ai consumatori, più coerente con le diverse esigenze tecnologiche e di consumo di servizi di comunicazione elettronica. Infine, la consultazione propone alcune iniziative per rendere più efficace l'implementazione e la diffusione della classificazione al pubblico e aumentare l'efficacia e il grado di conoscenza della classificazione da parte dei consumatori.

Il piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, e modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre

L'art. 32, comma 2, del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, come introdotto dal decreto legislativo n. 44/2010, ha affidato all'Autorità il compito di adottare un apposito piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, e di stabilire, con proprio regolamento, le modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre, sulla base dei principi e dei criteri direttivi stabiliti dal citato articolo. La norma, mentre assegna all'Autorità l'individuazione di criteri e metodi idonei a favorire un utilizzo semplice del sistema (in linea con le pregresse abitudini degli utenti), affida al Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni la competenza ad assegnare le numerazioni a ciascun canale sulla base dei criteri stabiliti dall'Autorità.

Nell'esercizio delle competenze affidatele dalla norma in questione, stante la particolare novità e rilevanza della materia oggetto di regolamentazione, nonché al fine di approfondire gli aspetti relativi alle abitudini e alle preferenze degli utenti, con la delibera n. 122/10/CONS del 16 aprile 2010, l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica sullo schema di provvedimento recante il piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, le modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e le relative condizioni di utilizzo. Nell'ambito della medesima consultazione pubblica, l'Autorità, al fine di facilitare l'utilizzazione dei decodificatori da parte degli utenti, ha sottoposto a consultazione anche una proposta di integrazione della delibera n. 216/00/CONS, recante "Determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato", con la quale si intendeva introdurre nei decodificatori, anche integrati nei televisori, comprese le apparecchiature di consumo destinate esclusivamente alla ricezione dei programmi digitali in chiaro, una modalità di navigazione aggiuntiva che, attraverso una opportuna grafica, consentisse di accedere alla visione del canale prescelto senza dover digitare il numero di canale. Alla consultazione hanno

partecipato, con contributi scritti e audizioni, oltre 40 soggetti (operatori nazionali e locali e associazioni rappresentative di emittenti e di consumatori, enti locali).

In relazione alle prime risultanze istruttorie e al fine di disporre di dati aggiornati utili a verificare "le abitudini e preferenze degli utenti, con particolare riferimento ai canali generalisti nazionali e alle emittenti locali" (risalendo all'anno 2005 gli ultimi dati disponibili sulla pre-sintonia del telecomando forniti dalla società Auditel), l'Autorità ha ritenuto opportuno commissionare a una società indipendente un'indagine di mercato circa le abitudini e le preferenze degli utenti nella sintonizzazione dei canali sul telecomando della televisione analogica e digitale terrestre. La società è stata individuata mediante selezione a evidenza pubblica ai sensi del decreto legislativo n. 163/2006, indetta con delibera n. 220/10/CONS del 12 maggio 2010. Dai risultati dell'indagine di mercato effettuata dalla società Demoskopea s.p.a., risultata aggiudicataria del servizio, è emerso che circa il 70% degli utenti è dotato di un *decoder* digitale terrestre o di un televisore integrato e che una percentuale significativa di essi (il 57%) ha ordinato i programmi secondo le proprie preferenze. Per quanto riguarda le abitudini sul telecomando, il sondaggio ha evidenziato la prevalenza nelle prime posizioni del telecomando (numeri da 1 a 9) delle emittenti nazionali ex analogiche. In particolare, l'ottava posizione ha visto una nettissima prevalenza di un canale nazionale rispetto ai canali locali; nella nona posizione è emersa una presenza delle emittenti locali pari al 29,2% e delle emittenti nazionali pari al 69,7% per l'ascolto solo digitale e, rispettivamente, del 39,4% e del 59,5% per l'ascolto analogico e digitale. I risultati del sondaggio hanno quindi confermato la correttezza dello schema di provvedimento sottoposto a consultazione che attribuiva i numeri da 1 a 9 alle emittenti nazionali e da 10 a 19 alle emittenti locali.

Alla luce di tutti dati acquisiti, e nel rispetto delle abitudini e delle preferenze degli utenti, l'Autorità, nelle sedute dell'8 e del 15 luglio 2010, con delibera n. 366/10/CONS, ha quindi approvato il Piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, le modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e le relative condizioni di utilizzo, secondo la seguente ripartizione:

a) ai canali generalisti nazionali (ex analogici) sono assegnati i numeri da 1 a 9 e, comunque, almeno il numero 20 per le emittenti che non trovano collocazione nel primo intervallo;

b) alle emittenti locali sono assegnati i numeri da 10 a 19 e da 71 a 99, ripetuti con la stessa successione anche per il secondo e terzo arco di numerazione, nonché tutto il settimo arco di numerazione per le esigenze di crescita della nuova offerta digitale non *simulcast* di quella analogica;

c) ai canali digitali terrestri a diffusione nazionale in chiaro sono assegnati i numeri da 21 a 70 del primo arco di numerazione, suddivisi nei generi di programmazione previsti dalla legge: semigeneralisti, bambini e ragazzi, informazione, cultura, sport, musica, televendite. L'attribuzione delle numerazioni è effettuata sulla base di una suddivisione dei generi di programmazione in sottoblocchi secondo l'ordine di cui sopra; nel caso di richieste superiori alla disponibilità di numeri in relazione ai generi sopra richiamati, le numerazioni relative al genere di programmazione "televendite" sono collocate nel secondo arco di numerazione. Per il secondo e terzo arco di numerazione si ripetono blocchi e sottoblocchi con la medesima successione del primo, salvo l'eventuale inserimento del sottoblocco riservato al genere di programmazione tematico "televendite" a partire dal secondo arco di numerazione;

d) ai servizi di *media* audiovisivi a pagamento sono assegnati il quarto e quinto arco di numerazione;

e) ai programmi diffusi in HD (*High definition*) è assegnato il sesto arco di numerazione;

f) ai servizi radio è assegnato l'ottavo arco di numerazione;

g) ai servizi di interesse generale, quali le guide ai programmi e i canali mosaico sono assegnati i numeri 0, 100, 200, 300, 400, 500, 600, 700, 800, 900.

Con riferimento ai criteri per l'attribuzione delle numerazioni, il Piano di numerazione ha previsto l'attribuzione della numerazione alle emittenti locali secondo la collocazione derivante dalla media dei punteggi conseguiti da ciascuna emittente nelle ultime tre graduatorie approvate dai Comitati regionali delle comunicazioni (Co.re.com.), ai sensi del decreto del Ministro delle comunicazioni n. 292 del 5 novembre 2004. Sono stati inoltre previsti criteri per l'attribuzione delle numerazioni alle emittenti provinciali, nonché alle emittenti locali che servono, con propri impianti, più di due regioni. Con riferimento all'attribuzione dei canali digitali terrestri a diffusione nazionale in chiaro, il Piano di numerazione stabilisce che l'attribuzione della dimensione di ciascun sottoblocco è individuata dal Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni in relazione all'offerta esistente come determinata in base alle richieste formulate dai fornitori di servizi di *media* audiovisivi a diffusione nazionale già abilitati all'esercizio della radiodiffusione televisiva in tecnica digitale terrestre alla data di emanazione del bando di cui all'articolo 10 del Piano e riservando una percentuale non inferiore al trenta per cento di ciascun sottoblocco a disposizione per eventuali soggetti nuovi entranti. Inoltre, ai fini dell'attribuzione dei numeri ai canali nazionali già irradiati in tecnica digitale terrestre, il Piano stabilisce che, in ciascun sottoblocco, si considera la data di avviamento del programma in tecnica digitale terrestre e l'*audience* conseguito, con particolare riguardo ai canali irradiati dai soggetti che hanno avuto accesso al quaranta per cento della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri ai sensi della delibera n. 645/07/CONS. Il Piano provvede, infine, come prescritto dalla legge, a stabilire le modalità di attribuzione della numerazione e le relative condizioni di utilizzo da parte del Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni.

L'integrazione della delibera n. 216/00/CONS recante "Determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato" e successive modificazioni, a seguito del piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre di cui alla delibera n. 366/10/CONS

Con delibera n. 122/10/CONS del 16 aprile 2010, l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica sullo schema di provvedimento recante integrazioni da apportare alla delibera n. 216/00/CONS e successive integrazioni, al fine di adeguare le funzionalità dei decodificatori a quanto previsto dal citato Piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre. In particolare, lo schema in consultazione intendeva introdurre nei decodificatori, anche integrati nei televisori, comprese le apparecchiature di consumo destinate esclusivamente alla ricezione dei programmi digitali in chiaro, una modalità di navigazione aggiuntiva che, attraverso una opportuna grafica, consentisse di accedere alla visione del canale prescelto senza dover digitare il numero di canale. L'aggiornamento della delibera n. 216/00/CONS appariva

altresì opportuno al fine di uniformare la disciplina tecnica sulla funzionalità dei decodificatori alla nuova normativa dell'ordinamento automatico dei canali, anche in considerazione del criterio della suddivisione della numerazione dei canali in generi di programmazione tematici introdotto dal nuovo Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici. Al termine di suddetta consultazione e in esito all'analisi dei contributi ricevuti l'Autorità, con la delibera n. 629/10/CONS del 9 dicembre 2010, ha adottato alcune integrazioni alla delibera n. 216/00/CONS. In primo luogo, l'Autorità ha dapprima circoscritto l'ambito di applicazione della norma ai *decoder* digitali terrestri che consentono la ricezione esclusivamente di canali digitali terrestri e ha successivamente confermato l'ipotesi, sottoposta a consultazione, di prevedere nei decodificatori DTT, anche integrati nei televisori, una modalità di navigazione aggiuntiva che, attraverso una opportuna interfaccia grafica, consentisse di accedere alla visione del canale prescelto senza dover digitare il numero di canale. La citata delibera impone anche l'introduzione di modalità informative *ad hoc* sulla funzione di aggiornamento automatico e sulle sue modalità di disabilitazione allorché l'utente decida di effettuare la sintonizzazione manuale. La delibera, infine, per consentire l'adeguamento del mercato alle predette disposizioni, ha stabilito un termine di sei mesi dall'entrata in vigore del provvedimento per la piena operatività delle modifiche.

3.11. Il servizio pubblico radiotelevisivo

Il Contratto di servizio 2010-2012

L'anno 2010 è trascorso nell'attesa della sottoscrizione del Contratto di servizio per il triennio 2010-2012 tra il Ministero dello sviluppo economico e la Rai. I passaggi salienti dell'*iter* procedurale di seguito riportati ne danno conto:

a) l'Autorità, d'intesa con il competente Ministero, ha approvato il documento pro-pedeutico alla stesura del nuovo contratto – e cioè le Linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, di cui all'art. 17, comma 4, della legge n. 112/2004 e dell'art. 45, comma 4, del decreto legislativo n. 177/2005 (Testo unico della radiotelevisione, ora Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici) e successive modificazioni – in data 12 novembre 2009, con la delibera n. 614/09/CONS, come riferito nella scorsa Relazione annuale;

b) il 9 giugno 2010 la Commissione parlamentare per l'indirizzo e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi ha reso il previsto parere sullo schema del nuovo Contratto predisposto dal Ministero dello sviluppo economico e dalla concessionaria pubblica;

c) il Consiglio di amministrazione della Rai ha approvato, per quanto di competenza, il testo del Contratto di Servizio 2010-2012 il 3 febbraio 2011; successivamente, il 24 marzo, ha deliberato l'approvazione della nuova stesura del Contratto con la riformulazione dell'art. 27 in materia di pubblicazione dei compensi avanzata dal Ministero dello sviluppo economico, dopo aver già approvato, il 3 marzo, il testo contrattuale relativamente alla modifica dell'art. 17 richiesta dal medesimo Ministero.

Nelle citate Linee-guida l'Autorità aveva evidenziato la particolare rilevanza che il Contratto 2010-2012 veniva ad assumere nella transizione dalla televisione tradizionale al sistema multicanale. Infatti, come è noto, la moltiplicazione e la diversificazione degli ambienti mediali prodotta dalle tecnologie digitali sta modificando profondamente la relazione tra offerta e consumo, consentendo, tra l'altro, *chance* di accesso individualizzato e delocalizzato ai contenuti. Sul versante dell'offerta, l'accelerazione e la moltiplicazione dell'offerta di nuove tecnologie e di nuovi servizi, alcuni dei quali a pagamento, rischiano di marginalizzare gli operatori meno dinamici; sul versante della domanda, lo spostamento continuo della frontiera tecnologica – inedito punto critico del rinnovato sistema mediale – implica una parallela ridefinizione, per gli utenti, della capacità di spesa e delle competenze d'uso necessarie per accedere alla nuova offerta. Ciò potrebbe tradursi, almeno per alcuni strati della popolazione, in un sovraccarico tecnologico destinato ad amplificare il fenomeno definito "scarto di conoscenza" (*knowledge gap*). In conseguenza di ciò, segmenti di utenti potrebbero trovarsi relegati a consumare contenuti mediali "tradizionali", cioè più economici, meno pregiati e quantitativamente circoscritti. I cambiamenti in atto, e in particolare la velocità e la frequenza delle innovazioni tecnologiche, restituiscono centralità al servizio pubblico, sollecitandone il conseguente riposizionamento nello scenario televisivo. Nel nuovo panorama, il servizio pubblico generale radiotelevisivo è chiamato a contrastare, per quanto possibile, i fenomeni sopra descritti, e *in primis* il cosiddetto *cultural divide*, confermandosi garante strutturale del pluralismo e, al contempo, promotore di prodotti e servizi innovativi, oltre che indiscusso riferimento, per tutto il pubblico, di una program-

mazione multiplatforma diversificata e di qualità. Il servizio pubblico dovrebbe, quindi, aggiornare la propria *mission* e rafforzare il ruolo di garanzia che anche le disposizioni comunitarie, a partire dal Protocollo di Amsterdam, gli attribuiscono. In tale direzione, le politiche sviluppate dalla BBC, da sempre punto di riferimento indiscusso, testimoniano il profondo processo di revisione, innanzitutto identitario, intrapreso dall'operatore pubblico del Regno Unito.

Consapevole del passaggio epocale in atto, l'Autorità, successivamente all'emanazione delle Linee-guida, ha più volte sollecitato l'approvazione del Contratto di servizio 2010-2012. Ne è scaturito un carteggio tra i Presidenti dell'Autorità, della Rai, della Commissione parlamentare di vigilanza e il Ministro per lo sviluppo economico. Nonostante così importante interlocuzione, alla data del 23 marzo 2011 il Contratto di servizio non risultava ancora approvato dai due contraenti, conseguendone da parte dell'Autorità l'apertura, in data 24 marzo, di un'apposita istruttoria ai sensi dell'art. 48, comma 2, del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, per presunto inadempimento degli obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo, derivanti dall'art. 45 del citato Testo unico per la mancata stipula del contratto di servizio 2010-2012.

Contestualmente all'apertura dell'istruttoria, il Presidente della Rai ha comunicato all'Autorità l'avvenuta approvazione della già menzionata nuova stesura del Contratto di Servizio 2010-2012 secondo le richieste avanzate dal Ministero dello sviluppo economico, con ciò rappresentando come la riapertura della negoziazione sul Contratto e, quindi, l'ulteriore dilatarsi dei tempi di ratifica, non potesse essere addebitata alla Rai. Successivamente, in data 7 aprile 2011, il Ministro dello sviluppo economico ha comunicato all'Autorità la sottoscrizione del Contratto di servizio, avvenuta il 6 aprile 2011, da parte dei soggetti contraenti.

Stante quanto sopra evidenziato, nelle more dell'approvazione del nuovo contratto, l'attività dell'Autorità si è dovuta limitare, mancando il parametro che costituisce strumento per la vigilanza – appunto, il Contratto di servizio – al mero monitoraggio della programmazione diffusa, orientato a quegli ambiti ritenuti fondamentali nelle citate Linee-guida, e in particolare alla qualità dell'offerta e all'innovazione tecnologica.

Il giudizio del pubblico sulla Rai: corporate reputation e qualità dell'offerta

Nel 2010 i due sistemi di monitoraggio della *corporate reputation* e della qualità della programmazione (cosiddetto "Qualitel"), previsti dall'art. 3 del Contratto di servizio 2007-2009, hanno lavorato per la prima volta a regime. Ciascun sistema ha prodotto due rilevazioni realizzate nelle stagioni televisive primaverile e autunnale.

La corporate reputation

In base a quanto indicato nelle Linee guida redatte dal Comitato scientifico di cui all'art. 3, comma 8, del Contratto di servizio 2007-2009, "la rilevazione della *corporate reputation* definisce l'immagine e il valore sociale della Rai come gruppo industriale e istituzionale di servizio pubblico".

Le due rilevazioni del 2010 sono state condotte dall'Istituto Makno per conto di Rai e i rapporti sono pubblicati sul sito www.rai.it. Dalle due misurazioni si evince che l'in-

dice sintetico di *corporate reputation* della Rai – dato dai due indici “Rai come servizio pubblico” e “Rai come impresa” – registra una leggera flessione rispetto al valore riscontrato nell'autunno 2009: su una scala di valutazione 1-10, risulta paria a 6,4 punti a giugno 2010 e a 6,5 punti a novembre 2010, a fronte dei 6,7 punti di novembre 2009.

Il valore della Rai come servizio pubblico. Il giudizio complessivo sull'operato della Rai come servizio pubblico, espresso dall'indice di *corporate reputation* di “Rai come servizio pubblico”, nel 2010 presenta un *trend* negativo che si palesa con la rilevazione primaverile (6,9 a fronte di 7,2 conseguito nella rilevazione di novembre 2009) e viene confermato dall'indagine autunnale (6,6 vs. 6,9).

La tabella che segue (Tabella 3.6) descrive la struttura dell'indice “Rai come servizio pubblico” e riporta i valori attribuiti dagli utenti, nelle misurazioni novembre 2009, giugno 2010 e novembre 2010, alle 5 dimensioni che lo definiscono, e cioè 1. piattaforme trasmissive, 2. reti, 3. internet, 4. generi, 5. servizi per i diversamente abili.

Tabella 3.6. La struttura dell'indice di servizio pubblico

| | novembre 2009 | giugno 2010 | novembre 2010 |
|------------------------------------|------------------|----------------|------------------|
| Dimensioni | | | |
| Reti | 7,2 | 6,6 | 6,6 |
| Piattaforme | 7,1 | 6,7 | 6,7 |
| Internet | 7,1 | 6,8 | 6,6 |
| Generi | 6,7 | 6,6 | 6,6 |
| Attenzione ai diversamente abili | 8,3 | 8,1 | 8,3 |
| Indice di Servizio Pubblico | 7,2 | 6,9 | 6,6 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Rai

La moltiplicazione delle piattaforme trasmissive e dell'offerta si riflette sulle scelte di uso e consumo degli utenti che penalizzano, secondo quanto documentano nei rapporti pubblicati sul sito *web* della Rai, la televisione tradizionale a vantaggio delle nuove piattaforme digitali, le cosiddette *New Tv*. La televisione tradizionale conferma, comunque, una indiscussa centralità. L'indagine effettuata nell'autunno 2010 riscontra un incremento dell'importanza attribuita alla *Mobile Tv* e alla attività condotta dalla Rai in questo settore. Tutte le reti televisive e radiofoniche ottengono un giudizio complessivamente positivo in entrambe le rilevazioni, così come tra i canali specializzati spiccano per apprezzamento, confermando quanto già registrato nel 2009, Rai News e Rai Storia, cui si aggiunge, nel sondaggio autunnale, Rai 5. L'indagine di giugno 2010 pone in luce una maggiore attribuzione di rilevanza all'attività di servizio su Internet, ma riscontra il decrescere dell'apprezzamento per l'offerta Rai in rete; l'attenzione per Internet emersa a primavera non trova conferma nella rilevazione successiva, mentre permane la flessione nella valutazione di Rai come servizio pubblico nella rete. L'importanza attribuita all'impegno nel campo dell'innovazione tecnologica, risultata in crescita nella misurazione di giugno 2010, torna ad attestarsi, nella misurazione autunnale, sui valori più contenuti, ancorché elevati, registrati nel 2009. Nel 2010 si conferma l'attenzione, da parte del pubblico, per la programmazione e i servizi dedicati ai diversamente abili e l'apprezzamento per l'impegno profuso in tale ambito dalla concessionaria pubblica.

Quanto alla rilevanza attribuita ai diversi generi di programmi, ai fini del ruolo di servizio pubblico, rappresentata nella tabella successiva (Tabella 3.7), i monitoraggi condotti nel giugno e nel novembre 2010 mostrano, in conformità con i risultati emersi nel 2009, che il pubblico considera generi d'elezione della funzione di servizio pubblico i programmi culturali e l'informazione in tutte le sue declinazioni, compresa quella locale. Le due rilevazioni pongono in luce, tuttavia, un non trascurabile elemento di disomogeneità costituito dal fatto che la rilevazione dell'autunno presenta, rispetto a quella di primavera, "un tendenziale livellamento dell'importanza *media* di tutti i generi".

Tabella 3.7. *L'importanza dei generi ai fini del ruolo di servizio pubblico*

| | novembre 2009 | giugno 2010 | novembre 2010 |
|---------------------------------|------------------|----------------|------------------|
| Generi | | | |
| Informazione sui temi sociali | 7,6 | 7,8 | 7,2 |
| Programmi culturali | 7,3 | 7,7 | 7,2 |
| Informazione politica/Attualità | 7,5 | 7,6 | 7,0 |
| Informazione locale | 7,2 | 7,5 | 7,0 |
| Informazione di servizio | 7,3 | 7,5 | 7,0 |
| Programmi per bambini e ragazzi | 7,2 | 7,3 | 7,0 |
| Eventi e programmi sportivi | 6,9 | 7,1 | 6,8 |
| Spettacolo e intrattenimento | 7,2 | 7,1 | 6,8 |
| Film e fiction | 7,2 | 7,0 | 6,7 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Rai

La tabella successiva (Tabella 3.8) mostra l'immagine percepita della Rai come servizio pubblico. Le misurazioni sono state effettuate utilizzando "differenziali semantici" con poli estremi rappresentati da affermazioni simmetricamente opposte. Ai fini di una più agevole lettura dei dati si evidenzia che su una scala da 1 a 10, quanto più i valori sono elevati, tanto più il giudizio è positivo, quanto più i valori si avvicinano al minimo teorico di 1, tanto più il giudizio è negativo. Il confronto dei dati riportati in tabella indica che l'indagine condotta nell'autunno 2010 ha registrato un miglioramento, ancorché lieve, di alcuni giudizi.

Tabella 3.8. *L'immagine della Rai come servizio pubblico*

| | novembre 2009 | giugno 2010 | novembre 2010 |
|---|------------------|----------------|------------------|
| Fattori d'immagine | | | |
| I personaggi e i conduttori non sono professionali | | | |
| I personaggi e i conduttori sono professionali | 6,4 | 6,5 | 6,5 |
| I suoi programmi non sono seguiti da tutta la popolazione | | | |
| I suoi programmi sono seguiti da tutta la popolazione | 6,6 | 6,3 | 6,4 |
| Non mi permette di seguire i principali eventi (attualità, politica, sport, etc.) | | | |
| Mi permette di seguire i principali eventi (attualità, politica, sport, etc.) | 6,5 | 6,3 | 6,4 |
| Non mi permette di ampliare le mie conoscenze, la mia cultura | | | |
| Mi permette di ampliare le mie conoscenze, la mia cultura | 6,4 | 6,1 | 6,3 |
| Non ha una programmazione varia e completa | | | |
| Ha una programmazione varia e completa | 6,3 | 6,1 | 6,3 |
| Non rappresenta le varie realtà della società italiana | | | |
| Rappresenta le varie realtà della società italiana | 6,1 | 6,1 | 6,2 |
| Non mi aiuta a farmi un'idea sulle cose | | | |
| Mi aiuta a farmi un'idea sulle cose | 6,1 | 6,0 | 6,1 |
| I suoi programmi sono violenti, faziosi e frivoli | | | |
| I suoi programmi non sono violenti, faziosi e frivoli | 6,0 | 6,0 | 6,1 |
| Non si distingue dalla TV commerciale | | | |
| Si distingue dalla TV commerciale | 5,8 | 5,9 | 6,1 |
| La sua informazione non è obiettiva, imparziale e completa | | | |
| La sua informazione è obiettiva, imparziale e completa | 5,8 | 5,8 | 5,9 |
| Non rispetta il pluralismo delle opinioni politiche, culturali e sociali dell'Italia | | | |
| Rispetta il pluralismo delle opinioni politiche, culturali e sociali dell'Italia | 5,6 | 5,7 | 6,1 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Rai

Il valore della Rai come impresa. Il giudizio complessivo sulla Rai come impresa è espresso dall'indice di *corporate reputation* "Rai come impresa". L'indice di *corporate reputation* della Rai come impresa deriva dalla combinazione tra il valore dell'indicatore di fiducia verso l'impresa Rai, misurato su una scala decimale, e i valori di nove fattori di immagine misurati con differenziale semantico e ponderati. Si elencano, di seguito, i 9 fattori di immagine presi a riferimento: 1. È indipendente dalla politica; 2. Mi piacerebbe lavorarci; 3. Ha dirigenti corretti e leali; 4. È competitiva; 5. È un'impresa ben gestita; 6. È tecnologicamente all'avanguardia; 7. È di livello internazionale; 8. È un'impresa che guadagna; 9. È una delle più importanti aziende italiane.

La rilevazione condotta nella primavera 2010 ha visto scendere il valore dell'indice di *corporate reputation* di Rai come impresa sotto la soglia della positività, a 5,9 punti su una scala da 1 a 10, mentre nel precedente sondaggio (novembre

2009) si attestava a 6,3. La successiva misurazione, effettuata nell'autunno 2010, ha registrato un'inversione di tendenza, con il valore in crescita fino a 6,5 punti. Da quanto riportato nei documenti pubblicati sul citato sito Rai, la flessione riscontrata dalla prima indagine 2010 "appare legata ad un calo di fiducia nei confronti della Rai come impresa, accompagnato (...) dal manifestarsi di giudizi critici nei confronti della gestione aziendale e della correttezza e lealtà dei dirigenti, insieme ad un calo di attrattività della Rai intesa come azienda in cui lavorare". Parallelamente, valutazioni degli utenti meno critiche hanno portato alla ripresa di fiducia registrata dalla successiva misurazione.

L'immagine della Rai come impresa percepita nel 2010 è descritta dalla tabella successiva (Tabella 3.9). Le misurazioni sono state condotte, specularmente a quelle effettuate per rilevare l'immagine della Rai come servizio pubblico, utilizzando differenziali semantici con poli estremi rappresentati da affermazioni opposte.

Tabella 3.9. *L'immagine della Rai come impresa*

| | novembre 2009 | giugno 2010 | novembre 2010 |
|---|------------------|----------------|------------------|
| Fattori d'immagine | | | |
| È un'impresa che perde | 6,6 | 7,1 | 6,6 |
| È un'impresa che guadagna | | | |
| Non è una delle più importanti aziende italiane | 6,9 | 6,7 | 6,5 |
| È una delle più importanti aziende italiane | | | |
| Non è di livello internazionale | 6,6 | 6,3 | 6,3 |
| È di livello internazionale | | | |
| Non è tecnologicamente all'avanguardia | 6,6 | 6,3 | 6,4 |
| È tecnologicamente all'avanguardia | | | |
| Non è competitiva | 6,1 | 6,1 | 6,2 |
| È competitiva | | | |
| È un'azienda mal gestita | 6,4 | 5,7 | 6,1 |
| È un'azienda ben gestita | | | |
| Non ha dirigenti corretti e leali | 6,0 | 5,6 | 5,9 |
| Ha dirigenti corretti e leali | | | |
| Non mi piacerebbe lavorarci | 5,6 | 4,9 | 5,2 |
| Mi piacerebbe lavorarci | | | |
| È condizionata dalla politica | 4,6 | 4,5 | 5,2 |
| È indipendente dalla politica | | | |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Rai

Come mostra la tabella, la misurazione della primavera 2010 indica una generale flessione dei valori, il conseguente rafforzamento di criticità già palesate dal sondaggio del 2009 ("è condizionata dalla politica"), l'emergere di nuovi punti problematici ("non ha dirigenti corretti e leali"). La successiva rilevazione pone in luce il persistere dei nodi critici, tuttavia i valori, ancorché in alcuni casi sempre al di sotto della soglia di sufficienza, appaiono in recupero, evidentemente mitigati da giudizi meno negativi.

La Qualità dell'offerta

Nel 2010 la misurazione della qualità dell'offerta intesa come "valore pubblico", prevista dall'art. 3 del Contratto di servizio 2007-2009, è stata effettuata con due rilevazioni condotte per Rai da PRAGMA s.r.l. Dinamiche una nella stagione televisiva primaverile e l'altra in quella autunnale. I monitoraggi hanno misurato la qualità percepita dei principali programmi trasmessi sui tre canali televisivi generalisti nella giornata televisiva compresa tra le 7.00 e le 02.00. I programmi, con l'esclusione di eventi sportivi, eventi religiosi, film e *fiction* d'acquisto sono stati raggruppati nelle seguenti fasce orarie: 7.00-9.00 (prima mattina), 9.00-12.00 (mattinata), 12.00-15.00 (meridiana), 15.00-20.30 (preserale), 20.30-22.30 (*prime time*), 22.30-2.00 (seconda serata). Ciascuna rilevazione, eseguita con tecnica CAPI (Computer Aided Personal Interviewing) e con questionario informatizzato di tipo semi-strutturato articolato in più sezioni tematiche, ha avuto luogo nell'arco di un periodo di quattro settimane consecutive (15 aprile/13 maggio e 15 ottobre/14 novembre). I soggetti campionati – per un totale di 7.627 unità dai 14 anni in su nella rilevazione primaverile, e di 7.556 unità dai 14 anni in su nella rilevazione autunnale – sono stati pre-stratificati per quote di genere, età, area geografica e livello di istruzione in ciascuna delle fasce orarie sopra indicate. Due macro-indicatori – e cioè l'Indice di qualità percepita (IQP), che misura il gradimento dell'offerta e della qualità percepita dei programmi selezionati, e l'Indice di valore pubblico (IVP), che esprime il valore pubblico attribuito ai medesimi programmi – sintetizzano gli esiti delle indagini, pubblicati sul citato sito www.rai.it. Di seguito se ne illustrano i principali risultati.

Per quanto attiene alle scelte di fruizione, l'indagine dell'autunno documenta alcuni spostamenti in ordine al posizionamento gerarchico dei diversi generi. Si tratta, tuttavia, di variazioni modeste, a eccezione del *reality show*, il cui valore in autunno registra una flessione di 3,5 punti percentuali.

Il bisogno di informazione del pubblico Rai è documentato innanzitutto dall'importanza attribuita ai telegiornali; in proposito, la disaggregazione dei generi per fascia oraria indica, tanto nel monitoraggio di primavera quanto in quello autunnale, che i telegiornali si collocano al primo posto tra i programmi richiesti in quasi tutte le fasce orarie.

Entrambe le indagini del 2010 esprimono un valore dell'Indice di qualità percepita (IQP) della Rai pari a 64 (parametri di riferimento: sufficiente = 56; buono = 67; eccellente = da 78 in su), cioè più che sufficiente ed in crescita di un punto rispetto all'IQP registrato nella rilevazione effettuata nel 2009.

Si riporta, di seguito, una serie di tabelle che danno conto della qualità percepita (IQP) e del valore pubblico (IVP) dei diversi generi e di specifici programmi di alcuni generi. In relazione a tali tabelle, da Tabella 3.10 a Tabella 3.21, si forniscono le seguenti, essenziali, informazioni. Base: 7.556 cittadini italiani con più di 13 anni (tra cui 3.119 intervistati anche per il *prime time*). Indici su scala 0-100. Le variazioni sono da considerarsi significative se, in assoluto, la differenza tra i periodi è ≥ 2 .

La Tabella 3.10 visualizza, ponendoli a confronto, i valori di qualità percepita complessivamente attribuiti ai diversi generi nelle tre rilevazioni analizzate (autunno 2010, primavera 2010, autunno 2009). Si nota, in particolare, che solo il genere *Soap opera/telenovelas* presenta "voti" insufficienti, e che il *trend* del genere definito *Satira/Comici* è sempre in crescita.

Tabella 3.10. I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Rai

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Varietà | 67 | 64 | 68 |
| Cultura, scienza, ambiente | 66 | 68 | 68 |
| Telegiornali | 65 | 67 | 65 |
| Attualità | 65 | 65 | 63 |
| Satira/Comici | 65 | 64 | 61 |
| Approfondimento informativo | 64 | 65 | 64 |
| Quiz | 63 | 66 | 60 |
| Fiction/Sceneggiati | 62 | 58 | 61 |
| Intrattenimento leggero | 61 | 62 | 60 |
| Approfondimento sportivo | 61 | 58 | 61 |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 59 | 62 | 64 |
| Musica leggera | 58 | 65 | 53 |
| Soap opera/Telenovelas | 51 | 54 | 52 |
| Reality show | - | 42 | - |
| Media | 64 | 64 | 63 |

Fonte: Rai

La disaggregazione per rete degli indicatori di qualità percepita e di valore pubblico è mostrata dalle tre tabelle seguenti.

Nel caso di Rai Uno (Tabella 3.11), nell'ambito di un giudizio complessivo stabile, pari a 64, si palesano, tra l'altro, l'apprezzamento per i generi Approfondimento informativo e Attualità, quest'ultimo in crescita nel 2010, e la flessione della qualità percepita dei Telegiornali.

Tabella 3.11. I valori dell'IQP di Rai Uno

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Varietà | 67 | 64 | 68 |
| Cultura, scienza, ambiente | 66 | 64 | 67 |
| Attualità | 65 | 65 | 63 |
| Telegiornali | 63 | 67 | 65 |
| Quiz | 65 | 66 | 60 |
| Approfondimento informativo | 62 | 62 | 62 |
| Fiction/Sceneggiati | 62 | 58 | 62 |
| Intrattenimento leggero | 61 | 63 | 60 |
| Approfondimento sportivo | 61 | - | - |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 56 | 62 | 60 |
| Satira/Comici | - | - | - |
| Musica leggera | - | - | - |
| Soap opera/Telenovelas | - | - | - |
| Reality show | - | - | - |
| Media | 64 | 64 | 63 |

Fonte: Rai

La seconda rilevazione 2010 indica, per Rai Due (Tabella 3.12), una valutazione complessiva in crescita, nonostante il punteggio dei Telegiornali in calo di tre punti e il minor gradimento dell'offerta musicale (Musica leggera); migliora il giudizio sull'Approfondimento informativo.

Tabella 3.12. I valori dell'IQP di Rai Due

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Cultura, scienza, ambiente | 66 | 67 | 70 |
| Approfondimento informativo | 65 | 64 | 64 |
| Telegiornali | 64 | 67 | 66 |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 62 | - | 64 |
| Attualità | 61 | 59 | 64 |
| Approfondimento sportivo | 61 | 58 | 61 |
| Intrattenimento leggero | 60 | 61 | 59 |
| Musica leggera | 58 | 65 | 53 |
| Fiction/Sceneggiati | - | 59 | 57 |
| Reality show | - | 42 | - |
| Satira/Comici | - | - | 55 |
| Varietà | - | - | - |
| Quiz | - | - | - |
| Soap opera/Telenovelas | - | - | - |
| Media | 63 | 61 | 62 |

Fonte: Rai

Con la rilevazione autunnale la valutazione complessiva di Rai Tre (Tabella 3.13) torna al valore del 2009, annullando l'incremento di un punto registrato nella primavera 2010. Si notano, inoltre, la crescita contenuta ma costante del genere Satira/Comici, la stabilità del genere Attualità, la flessione di un punto dei programmi di Approfondimento informativo e dei Telegiornali. La comparazione tra i valori del genere Telegiornali di tutte e tre le reti Rai mostra che Rai Tre presenta sempre le valutazioni più elevate.

Tabella 3.13. I valori dell'IQP di Rai Tre

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|--|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Cultura, scienza, ambiente | 67 | 72 | 69 |
| Telegiornali | 67 | 68 | 65 |
| Approfondimento informativo | 65 | 66 | 66 |
| Attualità | 65 | 65 | 65 |
| Satira/Comici | 65 | 64 | 63 |
| Intrattenimento leggero | 62 | - | - |
| Approfondimento sportivo | 62 | 58 | 57 |
| Prosa, danza, musica, classica, cinema | 61 | 62 | 66 |
| Soap opera/Telenovelas | 51 | 54 | 52 |
| Fiction/Sceneggiati | - | - | 55 |
| Musica leggera | - | - | - |
| Varietà | - | - | - |
| Quiz | - | - | - |
| Reality show | - | - | - |
| Media | 65 | 66 | 65 |

Fonte: Rai

L'Indice di valore pubblico (IVP) della Rai, pari a 63 in entrambe le misurazioni 2010, risulta stabile, attestandosi al medesimo valore del 2009.

Il contributo che ciascun genere ha apportato alla definizione del valore pubblico della Rai nel 2010 e nel 2009 è indicato dalla tabella seguente (Tabella 3.14). Il confronto tra i valori di Qualità Percepita (Tabella 3.10), e quelli di Valore Pubblico (Tabella 3.14), pone in luce che nel caso di alcuni generi, come ad esempio Cultura, scienza, ambiente, i punteggi relativi alla pubblica utilità coincidono con quelli sulla performance di qualità percepita.

Tabella 3.14. I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Rai

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Cultura, scienza, ambiente | 66 | 68 | 68 |
| Attualità | 66 | 66 | 64 |
| Varietà | 66 | 62 | 67 |
| Telegiornali | 65 | 68 | 65 |
| Satira/Comici | 65 | 62 | 58 |
| Approfondimento informativo | 64 | 64 | 64 |
| Fiction/Sceneggiati | 62 | 57 | 60 |
| Intrattenimento leggero | 61 | 62 | 59 |
| Quiz | 60 | 62 | 57 |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 59 | 61 | 64 |
| Approfondimento sportivo | 58 | 58 | 59 |
| Musica leggera | 54 | 62 | 51 |
| Soap opera/Telenovelas | 50 | 53 | 51 |
| Reality show | - | 40 | - |
| Media | 63 | 63 | 63 |

Fonte: Rai

Le tre tabelle successive danno conto dei giudizi sul valore pubblico di ciascun genere per rete. Dai dati riportati emerge tra l'altro, che Rai Uno (Tabella 3.15), storicamente considerata la rete "più istituzionale", ottiene i valori migliori per i generi Cultura, scienza, ambiente, Attualità e Varietà. Nel caso di Rai Due (Tabella 3.16), a totalizzare i punteggi più elevati sono ancora Cultura, scienza, ambiente, nonché Telegiornali e Approfondimento informativo; si nota, inoltre, che i primi due generi citati, e in particolare i Telegiornali, registrano una flessione rispetto alla precedente rilevazione; l'IVP dell'indagine autunnale è però in crescita rispetto a quello dell'indagine primaverile. Le valutazioni più gratificanti espresse su Rai Tre (Tabella 3.17) si riferiscono ancora una volta al genere Cultura, scienza, ambiente, seguito da Telegiornali e di nuovo Attualità. Tutte le rilevazioni condotte mostrano che Rai Tre è la rete a cui gli utenti riconoscono l'utilità pubblica maggiore; a riguardo, la comparazione tra le citate tabelle documenta che tale canale ha sempre l'IVP più elevato.

Tabella 3.15. I valori dell'IVP di Rai Uno

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Cultura, scienza, ambiente | 66 | 65 | 66 |
| Attualità | 66 | 65 | 62 |
| Varietà | 66 | 62 | 67 |
| Telegiornali | 63 | 67 | 65 |
| Approfondimento informativo | 62 | 62 | 62 |
| Fiction/Sceneggiati | 62 | 57 | 62 |
| Intrattenimento leggero | 61 | 64 | 60 |
| Quiz | 60 | 62 | 57 |
| Approfondimento sportivo | 58 | - | - |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 57 | 61 | 60 |
| Musica leggera | - | - | - |
| Satira/Comici | - | - | - |
| Soap opera/Telenovelas | - | - | - |
| Reality show | - | - | - |
| Media | 63 | 64 | 62 |

Fonte: Rai

Tabella 3.16. I valori dell'IVP di Rai Due

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Cultura, scienza, ambiente | 66 | 67 | 70 |
| Telegiornali | 64 | 67 | 65 |
| Approfondimento informativo | 64 | 64 | 64 |
| Attualità | 61 | 59 | 63 |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 61 | - | 62 |
| Intrattenimento leggero | 60 | 61 | 57 |
| Approfondimento sportivo | 58 | 58 | 59 |
| Musica leggera | 54 | 62 | 51 |
| Fiction/Sceneggiati | - | 54 | 54 |
| Reality show | - | 40 | - |
| Satira/Comici | - | - | 50 |
| Quiz | - | - | - |
| Varietà | - | - | - |
| Soap opera/Telenovelas | - | - | - |
| Media | 62 | 60 | 61 |

Fonte: Rai

Tabella 3.17. I valori dell'IVP di Rai Tre

| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Cultura, scienza, ambiente | 67 | 72 | 69 |
| Telegiornali | 67 | 69 | 64 |
| Attualità | 66 | 67 | 66 |
| Approfondimento informativo | 65 | 66 | 67 |
| Satira/Comici | 65 | 62 | 60 |
| Intrattenimento leggero | 62 | - | - |
| Prosa, danza, musica classica, cinema | 62 | 61 | 68 |
| Approfondimento sportivo | 59 | 58 | 55 |
| Soap opera/Telenovelas | 50 | 53 | 51 |
| Fiction/Sceneggiati | - | - | 52 |
| Varietà | - | - | - |
| Quiz | - | - | - |
| Musica leggera | - | - | - |
| Reality show | - | - | - |
| Media | 65 | 66 | 65 |

Fonte: Rai

Si riportano di seguito, con riferimento ai generi che per rete hanno ottenuto le valutazioni più elevate, e cioè Cultura, scienza, ambiente (Tabella 3.18), Attualità (Tabella 3.19), Telegiornali (Tabella 3.20) e Approfondimento informativo (Tabella 3.21), le tabelle con i giudizi di qualità percepita e di valore pubblico dei programmi rilevati nelle tre misurazioni.

Tabella 3.18. IQP e IVQ dei programmi di Cultura, scienza, ambiente

| | Qualità percepita (IQP) | | | Valore pubblico (IVQ) | | |
|-------------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-----------------|
| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
| A sua immagine | 66 | 64 | 65 | 66 | 69 | 65 |
| Alle Falde del Kilimangiaro | 72 | - | 74 | 72 | - | 73 |
| Art news (*) | 63 | 57 | - | 58 | - | - |
| Correva l'anno (*) | 57 | - | - | 58 | - | - |
| Cose dell'altro Geo (*) | 67 | - | - | 69 | - | - |
| Dreams road (*) | 63 | - | 67 | 61 | - | 64 |
| E se domani (*) | 61 | - | - | 61 | - | - |
| Easy driver | 62 | 63 | 69 | 62 | 64 | 65 |
| Geo & geo (*) | 72 | 74 | 73 | 73 | 75 | 73 |
| La storia siamo noi (Rai2) | 69 | 71 | 70 | 70 | 68 | 71 |
| La storia siamo noi (Rai3) | 70 | 74 | 69 | 72 | 74 | 70 |
| Linea blu | 71 | - | 72 | 72 | - | 72 |
| Linea verde | 68 | 67 | 68 | 68 | 67 | 69 |
| Linea verde orizzonti | 67 | 69 | - | 67 | 69 | - |
| Memorie dal bianco e nero (*) | 63 | 63 | - | 63 | 61 | - |
| Passaggio a nord ovest | 74 | 69 | 74 | 74 | 69 | 72 |
| Passepartout (*) | 59 | 67 | 61 | 61 | 66 | 57 |
| Per un pugno di libri (*) | 68 | 73 | 72 | 70 | 75 | 72 |
| Protestantesimo | 64 | - | - | 64 | - | - |
| Racconti di vita (*) | 60 | 62 | 62 | 59 | 61 | 63 |
| Sereno variabile | 63 | 65 | 66 | 64 | 66 | 65 |
| Sì viaggiare | 65 | - | - | 65 | - | - |
| Sorgente di vita | 59 | - | - | 59 | - | - |
| Sottovoce | 52 | 49 | 51 | 51 | 50 | 50 |
| Sulla via di Damasco | 65 | 63 | - | 65 | 64 | - |
| TG3 Fuori tg (Rai3) (*) | 59 | - | - | 59 | - | - |
| TGR Bell'Italia | 55 | 60 | - | 67 | 70 | - |
| TGR Leonardo | 73 | 71 | - | 72 | 71 | - |
| Tv talk (*) | 62 | 66 | 68 | 61 | 66 | 69 |
| Voyager | 68 | 69 | 71 | 68 | 68 | 71 |
| Media di genere | 66 | 68 | 68 | 66 | 68 | 68 |

* Esiguo numero di rispondenti.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati RAI

Tabella 3.19. IQP e IVQ dei programmi di Attualità

| | Qualità percepita (IQP) | | | Valore pubblico (IVQ) | | |
|---------------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-----------------|
| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
| Agorà | 60 | - | - | 62 | - | - |
| Agorà - Brontolo (*) | 61 | - | - | 61 | - | - |
| Apprescindere | 60 | - | - | 59 | - | - |
| Bontà loro | 62 | 59 | - | 62 | 56 | - |
| Che tempo che fa | 69 | 70 | 71 | 69 | 69 | 70 |
| Chi l'ha visto | 61 | 60 | 57 | 65 | 64 | 60 |
| La vita in diretta | 62 | 61 | 62 | 62 | 61 | 61 |
| Le storie - Diario italiano (*) | 64 | 64 | 57 | 65 | 63 | 54 |
| Occhio alla spesa | 68 | 70 | 67 | 70 | 71 | 68 |
| Quello che... (*) | 60 | 58 | - | 61 | 59 | - |
| Se... a casa di Paola (*) | 52 | - | - | 50 | - | - |
| Uno mattina | 66 | 67 | 63 | 66 | 66 | 62 |
| Verdetto finale | 59 | 61 | 60 | 60 | 61 | 59 |
| Vieni via con me | 70 | - | - | 68 | - | - |
| Media di genere | 65 | 65 | 63 | 66 | 66 | 64 |

* Esiguo numero di rispondenti.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati RAI

Tabella 3.20. IQP e IVQ dei Telegiornali

| | Qualità percepita (IQP) | | | Valore pubblico (IVQ) | | |
|------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-----------------|
| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
| TG1 (13.30) | 65 | 68 | 65 | 65 | 68 | 65 |
| TG1 (20.00) | 59 | 65 | 66 | 60 | 65 | 65 |
| TG2 (13.00) | 64 | 67 | 67 | 64 | 67 | 66 |
| TG2 (20.30) | 64 | 66 | 65 | 65 | 66 | 65 |
| TG3 (14.30) | 66 | 67 | 64 | 67 | 68 | 63 |
| TG3 (19.00) | 66 | 66 | 64 | 67 | 67 | 64 |
| TGR (14.00) | 67 | 70 | 68 | 68 | 70 | 67 |
| TGR (19.30) | 67 | 69 | 65 | 67 | 69 | 64 |
| Media di genere | 65 | 67 | 65 | 65 | 68 | 65 |

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati RAI

Tabella 3.21. IQP e IVQ dei programmi di Approfondimento informativo

| | Qualità percepita (IQP) | | | Valore pubblico (IVQ) | | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-----------------|
| | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 | Autunno 2010 | Primavera 2010 | Autunno 2009 |
| Annozero | 62 | 59 | 59 | 61 | 58 | 58 |
| Articolotre | 58 | - | - | 61 | - | - |
| Ballarò | 63 | 63 | 63 | 62 | 62 | 62 |
| In mezz'ora | 61 | 56 | 51 | 61 | 55 | 54 |
| L'ultima parola (*) | 55 | 49 | - | 52 | 51 | - |
| Porta a porta | 60 | 61 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Report | 72 | 73 | 78 | 73 | 73 | 78 |
| Settegiorni | 56 | 58 | 49 | 58 | 60 | 51 |
| Speciale tg1 | 66 | 66 | 64 | 67 | 66 | 65 |
| Telecamere salute | 57 | 53 | 57 | 58 | 51 | 60 |
| TG1 Economia | 65 | - | - | 65 | - | - |
| TG2 Costume e società | 66 | 69 | 70 | 65 | 67 | 69 |
| TG2 Dossier | 66 | 66 | 63 | 66 | 66 | 63 |
| TG2 Dossier storie | 68 | 67 | 66 | 68 | 67 | 65 |
| TG2 Medicina 33 | 73 | 73 | 72 | 74 | 74 | 73 |
| TG2 Mizar (*) | 57 | 50 | - | 59 | 48 | - |
| TG2 Motori | 62 | 63 | - | 61 | 60 | - |
| TG2 Punto it | 63 | 68 | 61 | 63 | 67 | 60 |
| TG3 Linea notte | 66 | 68 | 63 | 67 | 66 | 65 |
| TGR Ambiente Italia (*) | 69 | 70 | 68 | 68 | 70 | 73 |
| TGR Buongiorno Italia | 67 | - | - | 65 | - | - |
| TGR Buongiorno regione | 67 | 68 | 66 | 65 | 69 | 67 |
| TGR Est ovest (*) | 64 | 72 | - | 64 | 70 | - |
| TGR Il settimanale (*) | 62 | 62 | 61 | 61 | 63 | 63 |
| TGR Mediterraneo | 66 | 71 | - | 67 | 71 | - |
| TGR Montagne (*) | 67 | 70 | - | 67 | 72 | - |
| TGR Prodotto Italia (*) | 60 | 70 | - | 61 | 67 | - |
| TGR Regione Europa | 65 | 64 | - | 63 | 65 | - |
| TV7 | 67 | 65 | 67 | 65 | 64 | 66 |
| Media di genere | 64 | 65 | 64 | 64 | 64 | 64 |

* Esiguo numero di rispondenti.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati RAI

La programmazione televisiva e radiofonica di servizio pubblico

L'offerta televisiva. In base a quanto previsto dall'articolo 4 del Contratto di servizio 2007-2009, la programmazione propriamente di servizio pubblico – cioè finanziata dal canone e rispondente ai generi Informazione, Approfondimento, Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità, Promozione culturale, scuola e formazione, Turismo e qualità del territorio, Spettacolo, Sport, Minori, Promozione dell'audiovisivo, come specificati dal comma 1 del citato articolo – deve rappresentare non meno del 65% della programmazione totale annua delle tre reti generaliste terrestri Rai Uno, Rai Due e Rai Tre e non meno dell'80% della programmazione annua complessiva di Rai Tre. I programmi di servizio pubblico debbono essere diffusi tra le ore 06:00 e le ore 24:00 in tutti i periodi dell'anno e anche in orari di buon ascolto. Si riportano di seguito i dati trasmessi da Rai all'Autorità ai sensi del comma 3 del citato articolo 4.

Le due seguenti tabelle danno conto della programmazione di servizio pubblico diffusa nel 2010. I dati, aggregati per generi e reti, sono espressi in ore, minuti e secondi (Tabella 3.22) ed in valori percentuali (Tabella 3.23).

Tabella 3.22. Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri

| Genere | 1 gennaio - 31 dicembre 2010 in ore nette ¹ | | | |
|--|--|-------------------|-------------------|--------------------|
| | Fascia oraria: 06:00 - 24:00 | | | |
| | Rai Uno | Rai Due | Rai Tre | Totale reti |
| Informazione | 930:56:50 | 804:46:50 | 927:28:01 | 2663:11:41 |
| Approfondimento | 358:34:11 | 504:03:18 | 1173:09:32 | 2035:47:01 |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | 947:32:04 | 414:33:46 | 643:25:40 | 2005:31:30 |
| Promozione culturale, scuola, formazione | 164:18:57 | 130:58:01 | 1026:58:47 | 1322:15:45 |
| Turismo e qualità del territorio | 137:06:56 | 120:44:32 | 44:27:50 | 302:19:18 |
| Spettacolo | 100:09:46 | 64:23:17 | 105:46:45 | 270:19:48 |
| Sport | 212:41:20 | 470:02:06 | 430:12:25 | 1112:55:51 |
| Minori | 29:23:49 | 1161:42:42 | 497:38:00 | 1688:44:31 |
| Promozione audiovisivo | 710:28:07 | 438:20:15 | 866:19:21 | 2015:07:43 |
| Totale servizio pubblico | 3591:12:00 | 4109:34:47 | 5715:26:21 | 13416:13:08 |
| Altri generi ² | 2395:03:02 | 1991:37:18 | 502:22:38 | 4889:02:58 |
| Totale programmazione | 5986:15:02 | 6101:12:05 | 6217:48:59 | 18305:16:06 |

1 Ore nette: sono esclusi pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni.

2 La voce "altri generi" comprende le macrocategorie Film e Fiction extraeuropei e intrattenimento.

Fonte: Rai

Tabella 3.23. Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri (%)

| Genere | 1 gennaio - 31 dicembre 2010 in ore nette* | | | |
|--|--|--------------|--------------|--------------|
| | Fascia oraria: 06:00 - 24:00 | | | |
| | Rai Uno | Rai Due | Rai Tre | Totale reti |
| Informazione | 15,55 | 13,19 | 14,92 | 14,55 |
| Approfondimento | 5,99 | 8,26 | 18,87 | 11,12 |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | 15,83 | 6,79 | 10,35 | 10,96 |
| Promozione culturale, scuola, formazione | 2,74 | 2,15 | 16,52 | 7,22 |
| Turismo e qualità del territorio | 2,29 | 1,98 | 0,72 | 1,65 |
| Spettacolo | 1,67 | 1,06 | 1,70 | 1,48 |
| Sport | 3,55 | 7,70 | 6,92 | 6,08 |
| Minori | 0,49 | 19,04 | 8,00 | 9,23 |
| Promozione audiovisivo | 11,87 | 7,18 | 13,93 | 11,01 |
| Totale servizio pubblico | 59,99 | 67,36 | 91,92 | 73,29 |
| Altri generi** | 40,01 | 32,64 | 8,08 | 26,71 |
| Totale programmazione | 100 | 100 | 100 | 100 |

* Ore nette: sono esclusi pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni.

** La voce "altri generi" comprende le macrocategorie Film e Fiction extraeuropei e intrattenimento.

Fonte: Rai

La programmazione propriamente di servizio pubblico trasmessa dalle tre reti generaliste terrestri nella fascia oraria tra le 6.00 e le 24.00 risulta ammontare, nel 2010, al 73,29% della programmazione totale. Il palinsesto di Rai Tre è stato costituito per il 91,92% da tali programmi, quello di Rai Due per il 67,36% dell'offerta complessiva, mentre nel caso di Rai Uno i generi di servizio pubblico hanno raggiunto il 59,99% del totale.

I dati riguardanti la programmazione per minori sono organizzati nella Tabella 3.24. Si riferiscono ai programmi trasmessi sulle tre reti generaliste nella fascia oraria compresa tra le 7.00-22.30 che l'articolo 7, comma 2, del Contratto di servizio 2007-2009 considera "dedicata a una visione familiare" della televisione.

Tabella 3.24. Rai – La programmazione per minori delle reti televisive generaliste terrestri

| | 1 gennaio - 31 dicembre 2010 - Ore nette* | | | |
|---------------------------------------|---|------------|------------|---------------------|
| | Fascia oraria: 07:00 – 22:30 | | | |
| | Rai Uno | Rai Due | Rai Tre | Totale prog. minori |
| Valori espressi in hh.mm.ss. | 14:11:28 | 1117:54:46 | 496:09:20 | 1628:15:34 |
| Valori espressi in percentuale | 0,27 | 21,26 | 9,23 | 10,30 |
| Totale programmazione | 5170:25:09 | 5257:30:16 | 5374:57:52 | 15802:53:17 |

* Ore nette: sono esclusi pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni.

Fonte: Rai

Si riporta, di seguito, l'elenco dei programmi propriamente di servizio pubblico trasmessi nel 2010 (Tabella 3.25). I titoli, suddivisi per rete e per genere, seguono l'ordine alfabetico; le repliche sono segnalate.

Tabella 3.25. Rai – Programmi per rete finanziati con il canone

| RAI UNO | |
|--|--|
| Informazione | Anniversario fondazione Polizia di Stato, Anniversario fondazione Arma dei Carabinieri, Anniversario fondazione Guardia di finanza, Anniversario della Repubblica, Cerimonia consegna decorazioni ordine militare, Conferenza stampa Presidente Consiglio, Consegna onoreficenze Cavalieri del lavoro, Elezioni regionali tavola rotonda, Euronews, Giudizio sul bilancio dello Stato, Inaugurazione anno giudiziario, Messaggio del Presidente, Premio san Michele Arcangelo., Relazione Presidente Autorità garante..., Saluto augurale Presidente Repubblica, Settegiorni, Speciale Parlamento, Tg Parlamento, Tg1, Tg1 (L.I.S.), Tg1 60 Secondi, Tg1: Anniversario Breccia di Porta Pia, Tg1: anniver. della Liberazione, Tg1: Celeb. 150° anniversario partenza..., Tg1: celeb. 150° anniversario sbarco..., Tg1: esequie solenni tenente..., Tg1: incontro nuovi maestri del lav., Tg1: visita del Papa..., Tg1-Edizione straordinaria, Tg1-Festa della Marina, Tutti a scuola |
| Approfondimento | A sua immagine, A sua immagine estate, Alessandra la forza di un..., Angelus, Anima good news, Anteprema speciale Tg1 L'inchiesta, Benedizione urbi et orbi, Bontà sua incontri tra..., E la chiamano estate, Le ragioni della speranza, Pianeta salute, Pietrelcina come Betlemme, Porta a porta, Porta a porta estate, Porta a porta speciale, Porta a porta-tg1 speciale, Quello che, Rito della via crucis, Sanremo? Parliamone, Santa Messa, Santa Messa di Natale, Santa Messa di Pasqua, Santa Messa e Beatificazione., Santa Messa per la pace, Santa Messa... delle Palme, Speciale Tg1, Speciale Tg1 il documentario, Speciale Tg1 L'inchiesta, Sua Santità incontra..., Sua Santità recita il regina..., Telethon-tutto benessere, Tg1: celebrazione giornata..., Tg1: funerali di Stato..., Tg1: funerali solenni..., Tg1: omaggio di Sua Santità..., Tg1: Santa Messa celebrata dal Papa, Tg1-Regionali 2010, Tutto benessere, Tv7. |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | Agenzia ripara torti, Bollettino viabilità, Elezioni comunali – provinciali 2010 (l.i.s.), Elezioni regionali (l.i.s.), Elezioni regionali-amministrative (l.i.s.), Il meglio di uno mattina..., La partita del cuore, Le note degli angeli, Meteo, Meteo verde, Nel nome del cuore, Occhio alla spesa, Telethon, Telethon-Occhio alla spesa, Telethon-Uno mattina, Tg1-economia, Uno mattina, Uno mattina estate, Uno mattina speciale, Uno mattina weekend. |
| Promozione culturale, scuola, formazione | A come animali, Antonio Ligabue fiction e..., Dai nostri inviati, Dreams road speciale, Dreams roads, Fratello Sole Madre Terra, I nostri angeli, Il magico Mondo dei Lemuri, Il meraviglioso mondo dei..., Il mondo dei cammelli, Incontri in antartide, La mia squadra, La storia a tavola, L'appuntamento scrittori in tv, L'oro dei conquistadores, Mar Rosso, Overland 12, Passaggio a nord ovest, Persefone awards, Premio Barocco, Premio letterario Strega, Quark atlante, Rosa dei venti l'isola che c'è, Super quark, Super quark speciale, Survival, Tg1-Storia. |
| Turismo e qualità del territorio | Azzurro tricolore, Bologna motorshow, Easy driver, Il meglio di linea verde, Linea blu, Linea verde, Linea verde estate, Linea verde orizzonti, Linea verde orizzonti estate, Magica Italia, Premio internazionale del vino, Una voce per Padre Pio. |
| Spettacolo | 11 settembre un canto di pace, 60° Festival di Sanremo, Arena di Verona 2010..., Biagio Antonacci in concerto, Castrocaro-concorso voci nuove, C'è più sicurezza insieme!, Concerto banda Guardia di finanza, Concerto dell'epifania, Concerto di Capodanno, Concerto di Natale, Concerto in onore del Santo Padre, Concerto sinfonico, Filumena Marturano, I promessi sposi opera moderna, Le vie dell'amicizia..., Mettiamoci all'opera, Musicultura, Obiettivo Castrocaro, Pooh speciale ancora una..., Premio Enrico Caruso, Premio Mogol Valle d'aosta, Reate Festival, Rigoletto a Mantova, Ti lascio una canzone, Ti lascio una canzo- |

ne..Natale, Ti lascio una canzone-Finale, Ti lascio una canzone-La festa, Tosca amore disperato.

| | |
|-------------------------------|--|
| Sport | Calcio amichevole, Calcio campionato del mondo, Calcio coppa Italia, Calcio qualificazione campionato europeo, Calcio Supercoppa, Calcio Supercoppa d'Italia, Calcio uefa champions league, Cerimonia apertura campionato mondiali calcio, Champions League, Gran premio di Formula 1, Il mondiale che non avete..., Mondiale Rai sprint, Mondiale Rai sprint news, Notti mondiali, Novantesimo minuto champions, Pole position, Pole position...il commento, Rai sport, South Africa 2010 Fifa W.C., Sport: calcio, Tg sport, Uefa Supercup. |
| Minori | 53° Zecchino d'oro, 8 semplici regole..., A sua immagine - La storia della sindone a cartone, Cenerentola, È quasi Natale, La bella addormentata nel..., Magico Natale, Matrimonio per papà, Tre scapoli e una bimba. |
| Promozione audiovisivo | 14° Distretto, 50 italiani, Amalfi coast <i>media</i> award, Appuntamento al cinema, Apri Rai, Apri Rai sport +, Assassinio sul Tevere, Capri, Capri la nuova serie, Capri terza stagione, C'era una volta la città..., Chiara e Francesco, Don Matteo 2, Don Matteo 3, Don Matteo 4, Don Matteo 5, Don Matteo 6, Don Matteo 7, Donna detective, Gli ultimi del paradiso, Ho sposato uno sbirro 2, Il bambino sull'acqua, Il commissario Manara, Il commissario Montalbano, Il commissario Rex, Il coraggio di Angela, Il cuore nel pozzo, Il destino ha 4 zampe, Il goal del martin pescatore, Il maresciallo Rocca e..., Il mondo è meraviglioso, Il sorteggio, Il veterinario, In fuga a Venezia, Io e mio figlio, La baronessa di Carini, La casa del guardaboschi, La casa sul lago, La ciocciara, La ladra, La leggenda del bandito e..., La mia casa è piena di..., La nave dei sogni, La premiere etoile-La prima..., La stella della porta accanto, La terza verità, Lady cop, Le ali, Le cose che restano, Le ragazze dello swing, L'ispettore Derrick, Lo scandalo della banca..., L'uomo che cavalcava nel buio, Magna graecia film Festival, Mannaggia alla miseria, Mi ricordo di Anna Frank, Mia madre, My Rai, Nuda proprietà vendesi, Paura di amare, Paura in volo, Pinocchio, Piovuto dal cielo, Preferisco il paradiso, Premio David di Donatello, Premio Nastri d'argento, Premio Regia televisiva, Premio Rodolfo Valentino, Prixitalia, Quattro giorni in Toscana, Raccontami, Raccontami capitolo II, Raccontami una storia, Regina dei fiori, Rex, Ricette d'amore, Sanguepazzo, Sant'Agostino, Scusate il disturbo, Se cucini ti sposo, Sissi, Sotto il cielo di Roma, Squadra antifurto, Squadra antigangsters, Squadra antimafia, Squadra antituffa, Terra ribelle, Toscana andata e ritorno, Tutti i padri di Maria, Tutti i rumori del Mondo, Tutti pazzi per amore 2, Un caso di coscienza 4, Un ciclone in convento, Un difetto di famiglia, Un medico in famiglia, Un posto tranquillo, Un rischio che vale la pena..., Una famiglia in giallo, Una farfalla nel cuore, Una storia qualunque, Wasabi. |

RAI DUE

| | |
|------------------------|---|
| Informazione | Anniversario fondazione Corpo forestale, Cerimonia anniversario Olimpiadi di Roma, Cerimonia insediamento Presidente Corte dei Conti, Elezioni regionali messaggi autogestiti, Elezioni regionali conferenza stampa, Elezioni regionali tavola rotonda, I custodi della sicurezza, Incontro Presidente Repubblica con., Messaggio del Presidente, Question time, Relazione Governatore Banca d'Italia, Speciale Parlamento, Tg Parlamento, Tg2, Tg2 (L.I.S.), Tg2-Flash (L.I.S.), Tg2-Mattina, Tg2-Punto.it. |
| Approfondimento | Annozero, Annozero speciale, B come bellezza, Culto della Pentecoste, Culto di Natale, Culto evangelico, Focus, Giornata internazionale studio Pio Manzù, Il fatto del giorno, Il Fatto del giorno flash, L'Aquila: la cultura rinascita, L'ultima parola, L'ultima parola speciale, Prima di Annozero, Prima di Annozero speciale, Protestantesimo, Quasi le sette, Quello che, Salute benessere, Speranza, Storie di salute, Sulla via di damasco, Tg2-costume e società, Tg2-Dossier, Tg2-e...state con costume, Tg2-Medicina 33, Tg2-Medicina 33 estate, Tg2- |

| | |
|--|--|
| | Mizar, Tg2-Motori, Tg2-Non solo soldi, Tg2-Punto di vista, Tg2-Regionali 2010, Tg2-Storie, Un caso una terapia. |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | Agenzia ripara torti, Concerto di Natale, Elezioni comunali provinciali 2010 (L.I.S.), Elezioni regionali (L.I.S.), Elezioni regionali-amministrative (L.I.S.), Estrazioni lotto, I fatti vostri, L'avvocato risponde, Lotto per amore, Meteo 2, Replica crash files, Replica metronapoli, Telethon. |
| Promozione cultura scuola, formazione | Abissi, Achab libri in onda, Alaska, Anchorage e in barca..., Anima incontra, Antonio, L'isola e la balena, Borneo, Nella terra dei..., Carnia le alpi verdi..., Caro amore, Caro..., Caro amore..., Cebu La perla delle filippine, Co'1 sol va a monte..., Da Oslo alle perle del Mar..., Dal pacifico all'atlantico..., Dalla Borgogna alle campagne..., Filippine ultima frontiera, Grazie dei fiori, Il cuore di tenebra del XXI..., Il filo di Arianna notte, Il mondo dei coralli, Il paesaggio descritto, Il ritorno del capriolo, Il Sannio, Il Tibet dello spirito..., Il viaggiatore residente, In arte..., In Danimarca, Lungo la via..., In Francia tra storia e..., In Groenlandia tra gli..., In Oman, Lungo la via del..., Inconscio e magia, Inconscio e magia speciale, Indonesia, Viaggio a Sumatra..., Islanda deserto di lava e..., La Giordania delle oasi e..., La resistenza tricolore, Le grotte dell'Etna, Le parole la musica il pallone, Lino-sa sconosciuta e favolosa, Lorenzo Lotto e le Marche, Lupi e mufloni storie..., Made in tv, Magazine 2, Magazine 2 galleria, Marusthali il deserto indiano, Meraviglie di un mondo..., Monica Vitti-sono un'attrice, Nell'Alaska dei parchi fino..., Nell'ombra della Luna, Panama un filo di terra tra..., Premio intern. alla Libertà, Premio Marisa Bellisario, Qatar, I mercati di Doha..., Replica cult book, Replica cult book storie, Replica la storia siamo noi, Roma sotterranea, Sagarmatha, Seychelles e bird Island..., Siria, Lungo la via della seta, Socialisti democratici, Stella del sud, Sulle due sponde della Manica, Svizzera, Ginevra, Zermatt e..., Ti ricordiamo così, Karol, Viaggio in Oman tra deserto..., Viaggio nella natura danese..., Vita di Teodoro Herzl, Voyager ai confini della..., Voyager speciale. |
| Turismo e qualità del territorio | Bologna motorshow, Capotavola, Eat parade, Il cerca sapori, Il cuore del paese, Rai notte cultura, Regata antiche Repubbliche..., Sereno variabile, Sereno variabile estate, Siena: Palio delle contrade, Stile, Tg2-Si,viaggiare, Tgr-Montagne, Venezia:regata storica. |
| Spettacolo | Concerto inaugurazione mondiali calcio, Concerto di Capodanno, Concerto in onore del santo Padre, Due, Emozioni, Festival show, Grammy awards, La signora della canzone..., Melanina e varechina, Minissima 2010, Palco e retro-palco, Pavarotti La voce degli angeli, Piantando chiodi nel..., Ritratti musicali, Sim sala min, The world music awards, Top of the pops, Un soffio caldo Natale con..., Venice music award. |
| Sport | Atletica leggera, Automobilismo, Calcio campionato europeo Under 21, Calcio coppa Italia, Calcio Uefa Champions League, Cerimonia apertura Olimpiadi invernali, Cerimonia chiusura campionati mondiali calcio, Champions League, Ciclismo, Dribbling mondiale, Gran premio di Formula 1, La domenica sportiva, La domenica sportiva estate, La domenica sportiva speciale, Mondiale Rai sera, Mondiale Rai sprint, Novantesimo minuto, Novantesimo minuto Champions, Novantesimo minuto Serie B, Novantesimo minuto speciale Serie B, Novantesimo minuto speciale, Numero 1, Numero 1 Gp, Nuoto, Passione mondiale, Pattinaggio artistico, Pattinaggio su ghiaccio, Pit lane, Pole position, Pole position... Il commento, Presentazione Ferrari F.1, Rai sport, Rai sport-dribbling, Rai sport-Sabato sprint, Rai sport-Sabato sprint spec., Rai sport-Stadio sprint, Rai sport-Stadio sprint post., Rai Sport-Vancouver 2010, Sci, Sci coppa del Mondo, Sci Coppa del mondo femminile, Sci nordico, Sport: Calcio, Tennis, Terzo stadio speciale, Tgsport, Toureplay, Tuffi, Un anno di calcio. |
| Minori | 8 semplici regole..., A come avventura, Acqua in bocca, Acqua in bocca 2, After-X factor, Agente speciale Oso, Agnello tenero agnello, Alvin superstar, Ameri- |

can dragon Jake Long, Animaliens, Art attack, Batman il mistero di Batwoman, Bianca e Bernie nella terra..., Braccio di ferro, Bruno the great, Buon Natale da pippo..., Canto di Natale di Topolino, Carl Attrezzi e la luce..., Cartoon Flakes, Chiamatemi Giò, Clic & Kat, Combo Ninos, Conciati per le Feste, Cuccioli, Diamoci una mossa!, Disney fairies, Duck Dodgers, Extra factor, F.B.I. operazione gatto, Flipper & Lopaka, Freddie, Gazoon, George della giungla, Geronimo Stilton, Ghost whisperer, Halloweentown high libri e..., Harry Potter e il prigioniero., Horseland, I famosi 5, I fratelli Koala, I Lunnis, I magici piedini di Franny, I miei amici Tigro e Pooh, I Saurini e i Viaggi del..., Il cane pompiere, Il diario di Bindi, Il gioco di Geri, Il nostro amico Charly, Il sogno di Red, Il treno dei dinosauri, Il vostro amico ratto, In giro per la giungla, Inami, Inazuma eleven la squadra..., Jack-Jack Attack, Jimmy Jimmy, Kaluoka'hina la barriera..., Karkù Atrevete, Kate & Leopold, Kick Chiapposky Aspirante..., Kid vs Kat Mai dire gatto, Kim possible, Knick Knack, La casa di topolino, La complicata vita di..., La famiglia Passiflora, La freccia azzurra, La nuova macchina di Mike, La spada nella roccia, L'agnello rimbalzello, L'albero azzurro, Lanny & Wayne missione Natale, L'apprendista Babbo Natale, Le avventure di André & Wally, Le avventure di Bianca., Le avventure di Jackie Chan, Le avventure Di Winny., Le cose che amo di te, Le nuove avv.di braccio di..., Le nuove avventure di Skippy, Le nuove avventure di Winny..., Le ragazze del coyote Ugly, Life unexpected, Looney Tunes: back in action, Loopdidoo, Luxo jr., Machine Robo rescue, Mamma Mirabelle, Manny tuttofare, Max Keeble alla riscossa, Merrie Melodies, Miss spider, Mowgli e il libro della., Mucche alla riscossa, nick e l'amnesia di Natale, One man band, One tree hill, Out of practice medici...ma..., Pennuti spennati, Phineas and Ferb, Pimpi, Piccolo grande eroe, Pocoyo, Pocoyo a Venezia, Polar Express, Pomi d'ottone e manici di..., Pororo e la magica missione..., Power rangers jungle fury, Pretty cure Max heart 2, Pretty cure splash star le., Progetto acqua H2000oh!, Pucca Funny love, Ragazzi C'è Voyager!, Ragazzi C'è Voyager! Feste..., Ratatouille, Red e Toby 2 nemici amici, Replica Tracy & Polpetta, Ritorno a Halloweentown, Shaun, Vita da pecora, Snow dogs-8 cani sotto zero, Spectacular Spider-man, Spike team, Spy kids 2 - L'isola dei..., Spy kids 3-missione 3d game..., Squadra antincendio, Stellina, Stitch!, Street football, Super niyandar il gatto..., Sylvanian families, T come Tigro, Taron e la pentola magica, Tarzan, Tarzan II, Teen days, The class amici per sempre, The naked brothers band, The super hero squad show, Tom & Jerry tales, Topolino & co., Topolino e il fagiolo magico, Topolino in il principe e il., Topolino Paperino Pippo i tre., Topolino strepitoso Natale, Toy story 2, Toy story il mondo..., Trilli, Trilli e il tesoro perduto, Tutti con Phineas e Ferb, Tutti odiano Chris, Uffa! che pazienza, Un minuto di diritti, Un trofeo per Kylie, Unfabulous, Walt Disney, Winnie the Pooh alla..., Winnie the Pooh e gli elefanti, Winx club, Winx club il segreto del..., X Factor, X Factor-i provini, Yakari, Yes! Pretty cure 5 Go Go!, Yes! Pretty cure 5 nel regno., Zio paperone alla..., Zorro.

Promozione audiovisivo

7 vite, Aeroporto internazionale, Alfie, Amori in corsa, Anna Winter, Anna Winter-in nome della..., Apri Rai, Apri Rai sport +, Babylon A.D., Bonekickers-i segreti del..., Cinematinee, Crimini, Danny the dog, Fernando Fernandel, Film 2, Funeral party, Giardini & misteri, Il commissario Herzog, Il commissario Kress, Il flauto magico, Il nostro amico Charly, Kate & Emma indagini per due, La valle delle rose..., Largo Winch, Lasko, Le grandi serie, Le rose del deserto, Le serie di Rai 2, Le serie estive 2010, L'ispettore Coliandro, Max & Tux, My Rai, Omicidi nell'alta società, Orizzonte infinito, Paradiso rubato, Persone sconosciute, Primeval, Rai 2 a settembre, Rai Due 2011, Rai Due Natale, Red Siren, Ricominciare, Riders, Squadra speciale Cobra 11, Squadra speciale Cobra 11 Sez.2, Squadra speciale Colonia, Squadra speciale Lipsia, Stracult speciale Roma, Taxxi 4, The clan, The last sign, Un giorno di gloria per miss., World on fire, Yamakasi-i nuovi samurai.

| RAI TRE | |
|--|--|
| Informazione | Celebrazione giornata internazionale donna, Elezioni regionali messaggi autogestiti, Elezioni regionali – Conferenza stampa, Messaggi autogestiti, Messaggio del Presidente, Question time, Raduno nazionale Alpini, Rai news 24, Speciale Parlamento, Tg3, Tg3 (L.I.S.), Tg3-Edizione straordinaria, Tg3-Flash, Tg3-Flash (L.I.S.), Tg3-minuti, Tg3-minuti (L.I.S.), Tgr, Tribuna elettorale. |
| Approfondimento | A slum symphony, Agenda del mondo, Agenda del mondo il meglio, Agorà, Agorà speciale, Amore criminale, Apprescindere, Apprescindere speciale, Arafà La ragazza dagli..., Ballarò, Benvenuti a detroit, Blu notte, Buongiorno Italia, C'era una volta, Che tempo che fa, Che tempo che fa serata..., Cifre in chiaro, Confini d'Europa, Decoder, Dentro la cultura, Dentro la notizia, Divine, Elisir, Figli della strada, Francobolli immagini dal mondo, Il caffè di Corradino Mineo, Il Caffè di Rai News 24, Il sangue verde, In mezz'ora, L'arcipelago della morte, Le storie diario italiano, Le storie diario italiano speciale, L'inchiesta web scenari, Lucarelli racconta, L'ultimo treno, Macerie, Notizie di carta, Presa diretta, Pronto elisir, Rai news 24 Il colosso di rodi, Rai news 24 L'inchiesta, Rai news 24 reportage, Report, Sala d'aspetto, Sogni infranti, Solo andata il viaggio di..., Storie maledette, Tatami, Telecamere, Telecamere salute, Tempi dispari, Tg3-Fuori Tg, Tg3-Lineanotte, Tg3-Speciale, Tg3-Speciale Elezioni, Tgr-Ambiente Italia, Tgr-Ambiente Italia Speciale, Tgr-Buongiorno Europa, Tgr-Buongiorno Regione, Tgr-Galileo trova casa, Tgr-II Settimanale, Tgr-Leonardo, Tgr-Leonardo Speciale, Tgr-L'Italia de Il settimanale, Tgr-Neapolis, Tgr-Regioneuropa, Tgr-Speciale Elezioni, Un giorno in pretura, Usa 24, Vieni via con me, XXI Vite extralarge, (Replica Citizen Report). |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | 10' di..., Agorà Brontolo, Agorà Brontolo speciale, Articolotre, Bollettino viabilità, Chi l'ha visto?, Cominciamo bene, Cominciamo bene Brontolo, Cominciamo bene estate, Cominciamo bene speciale, Elezioni comunali-provinciali 2010 (L.I.S.), Elezioni Regionali (L.I.S.), Elezioni regionali-amministrative (L.I.S.), Elisir speciale, Il meglio di cominciamo bene, Meteo 3, Mi manda Rai-tre, Okkupati, Punto donna, Racconti di vita, Rai News 24 meteo, Rai News 24 scirocco, Replica 1° maggio, Replica crash, Replica Crash storia, Shukran, Tg3-Speciale 1 maggio, Tgr meteo, Tgr-Estovest, Tgr-I nostri soldi, Tgr-Levante, Tgr-Mediterraneo, Traffico. |
| Promozione culturale, scuola formazione | 1960 I ribelli, Acqua in bocca a quattro mani, Alle falde del Kilimangiaro, Alle falde del...last minute, Condominio terra, Correva l'anno, Cose dell'altro Geo, Cosmo Siamo tutti una rete, Cronache dalla storia, E se domani, Figu Album di persone..., Geo & Geo, Geo magazine, Il campionissimo, Io lo conoscevo bene, Kilimangiaro album, La grande storia, La grande storia gli archivi..., La stagione dei blitz, Mini ritratti, Nella terra di Don Chisciotte, Passepartout, Per un pugno di libri, Perché pagare per essere..., Photosound 10 anni in..., Premio internazionale Flaiano, Premio letterario Rapallo, Premio letterario Viareggio, Replica Art news, Replica Big La via del cuore la..., Replica Cult book, Replica Cult book storie, Replica Dixit qualcosa da dire, Replica La storia siamo noi, Replica La storia siamo noi special, Replica magazzini Einstein, Replica Res, Ritratti, Super quark speciale, Timbuctu, Ulisse Il piacere della..., Verba volant. |
| Turismo e qualità del territorio | Agri 3, Agri dossier, Genova: Salone nautico, Il carnevale di Viareggio, Palio della Marciliana, Palio di Asti, Quelli di Caterpillar, Tgr-Bellitalia, Tgr-Italia agricoltura, Tgr-Prodotto Italia. |
| Spettacolo | 1° Maggio Festa..., 60 anni in una grande rivista, A briglia sciolta, A viso aperto, Apokalypsis, Che fine ha fatto il mio io?, Chiediscena, Chiediscena speciale, Cominciamo bene prima, Cominciamo bene prima speciale, Concerto banda Polizia, Concerto di Ferragosto, Concerto di Natale, Concerto per la pace, Con- |

certo Prix Italia, Cupido scherza...e spazza, Dentro la musica, Don Chisciotte, Don Raffaele Trombone, Famosi per 15 minuti, Hocus molto pocus, I bambini sono di sinistra, I casi sono due, Il cartellone di palco e..., Il mondo deve sapere, Io per voi, Un libro aperto, Io, Eduardo De Filippo, José Carreras in Misa Criolla, Juve-Napoli 1-3 La presa di..., La carretta dei comici, La fortuna con l'efe..., La lunga notte di Medea, La mia prima volta, La musica di Raitre, La valigia sul letto, Le cirque du Cirill, Lelio Luttazzi 30 anni di..., Meglio un uomo oggi che..., Mettici la faccia, Miseria bella, Napoli non si misura con la..., Nord & Sud, Notti amare, Nuvole barocche, Palco e retropalco, Poche idee ma molto confuse, Pranziamo assieme, Ricette d'amore, Riflessioni e piegamenti bis, Seven, Soiree Chopin, Spacca il centesimo, Uomini sull'orlo di una..., Va' Pensiero!, Vivere.

Sport

93° Giro d'Italia: G. all'arrivo, 93° Giro d'Italia: Giro diretta, Alpinismo, Atletica leggera, Baseball, Calcio a 5, Calcio amichevole Under 21, Calcio camp.europeo Under 21, Calcio coppa Italia, Calcio Uefa Champions League, Canoa, Canottaggio, Champions League, Ciclismo, Ciclismo dilettanti, Di che sport sei?, Equitazione, Ginnastica artistica, Ippica, La domenica sportiva, Lo Sport dei re, Motonautica, Mountain Bike, Novantesimo minuto Champions, Novantesimo minuto Serie B, Novantesimo minuto sp.Serie B, Novantesimo minuto speciale, Nuoto, Pallacanestro, Pallanuoto, Pallavolo, Pattinaggio artistico, Pattinaggio su ghiaccio, Rai Sport, Rai Sport-Il processo alla..., Rai sport-Il processo t.spec., Rai Sport-Pomeriggio sportivo, Rai sport-Sabato sport, Rai sport-Si gira, Rai sport-Vancouver 2010, Replay, Rugby, Scherma, Sci, Sci coppa del Mondo, Sci coppa del Mondo femminile, Sci nautico, Sci nordico, Sfide, Snowboard, Sport abilia, Sport abilia speciale, Sport:Calcio, Tennis, Toureplay, Triathlon, Tuffi, Vela, Vela a vela, Xterra.

Minori

27 secondi, 3rd & Bird-Via degli uccellini, 4 bassotti per 1 danese, 4 cuccioli da salvare, A danza con vanessa, Accipicchia: ci hanno rubato., Alfa beta, Ambra's life, Amici amici, Animali in pericolo, Arturo & Kiwi cucina per..., Ava Riko Teo, Bob aggiustatutto, Che animale sei?, Ciao principessa, Cibo per tutti, Classic tales, Claude, Corto Maltese, Cristoforo Colombo di Mcdonald, Cuocarina, Doc Martin, Dr.Dog, Drago, Dumbo l'elefante volante, È domenica Papà, È domenica Papà speciale, El Zorro, Evviva Sandrino!, Facciamo Luce!, Fate largo ai moschettieri!, Favole, Fiabe da terre lontane, Fiabe di Andersen, Fiabe polacche, Fiabe ungheresi, Flipper contro i Pirati, Flipper il mio amico delfino, Flubber un professore tra..., Ftpd Fairy tale police dep., Geni per caso, Gino Il pollo, Giovanni Paolo e il..., Giramondo doc, Gli argonauti, Global Grover, Gnam!, Gt Ragazzi, Gurugù, I bambini dei nomadi, I cartoni dello zecchino d'oro, I cavalieri della tavola..., I racconti di Oscar Wilde, I rimedi di Eva, Il colosso di Rodi, Il cristallo di Gawayn, Il Fantabosco-Videogiornale, Il figlio di Aquila nera, Il gran concerto, Il ladro di Bagdad, Il mondo di Stefi, Il piccolo re, Il piccolo Wang, Il postino Pat, Il principe Azim, Il principe e il..., Il quarto re, Il richiamo della foresta, Il ritorno di Zanna Bianca, In fuga a quattro zampe, Iron will volontà di vincere, Jane e il drago, Koda Fratello Orso, La bambina che odiava i libri, La città delle api, La coperta di nonna, La leggenda di Zanna Bianca, La melevisione, La strada per Avonlea, L'arte con Matì e Dadà, Laura e la stella di Natale, Lazy Town, Le avventure di Aladino, Le avventure di Bianca., Le grandi avventure di Bert..., Le più belle fiabe dei..., Le ricette di Arturo & Kiwi, Leggenda sotto il mare, Libri animati, L'inverno di Leo, Lupo Alberto, M.I.High Scuola di spie, Mamme in blog, Martin Il marziano, Mary Poppins, Mica, Millennium news, Minuscule, Mise en plis, Misteri di Roma, Mucche alla riscossa, Mystery after mystery, Ondino, Papa' castoro, passa la palla, Pimpa, Pipi' Pupu' e Rosmarina, Pistaaa! Arriva il gatto..., Polis, Prodiggi del tempo, Professor Balthazar, Racconti dal mondo,

Replica D live, Replica Lampi di genio in tv, Replica Noi...il futuro della..., Ricordi di una valigia, Robinson nell'isola dei..., Saddle club, Scooter Agente segreto, Se il mondo fosse un villaggio, Storie così, Storie della Bibbia, Storie della mia infanzia, Superjob Il mio mestiere, Taratabong, Telefono amico, Telespinners, Tesoro, mi si è allargato..., Tesoro, mi si sono ristretti..., The elephant princess, Tinga Tinga tales, Trebisonda, Tzaritza, Un regalo scomodo, Zanna Bianca, Zorro, Zorro il ribelle.

**Promozione
audiovisivo**

1960, 007 Il domani non muore mai, 007 La morte può attendere, 2061 Un anno eccezionale, 4 mesi 3 settimane 2 giorni, A che servono questi quattrini, Abu Raykhan Beruni, Agenzia Riccardo Finzi....., Alice Nevers professione..., Amalfi coast media award, Anastasia mio fratello, Appuntamento al cinema, Apri Rai sport, Apri Rai sport +, Arriva Dorellik, Arsenio Lupin, Arthur e il popolo dei minimei, Artisti e modelle, Aspettando un posto al sole, Becoming Jane il ritratto di..., Belle ma povere, Benvenuti ovvero vietato l'..., Bianco e nero, Bonnie e Clyde All'italiana, Brevi amori a palma di Majorca, Café express, Cameriera bella presenza..., Campo de' Fiori, Caos calmo, Caporale di giornata, Caramel, Casanova farebbe così, Centochiodi, Cerasella, Chi si ferma è perduto, Chimeria, Ci sposeremo a Capri, Cinema d'oggi, Colpo d'occhio, D Non diversi giorni..., Dentro il cinema, Destinazione Sanremo, Diciottenni al sole, Doc Martin, Dramma della gelosia, E Napoli canta, Eccezzziunale...veramente, Ecco noi per esempio..., Er più storia d'amore e di..., Europa '51, Fantasmi a Roma, Fantozzi subisce ancora, Ferdinando I, re di Napoli, Fico d'India, Frantic, Fuga in Francia, Fuori orario, Fuori orario cose (mai) viste, Giallo napoletano, Giovani mariti, Giro di lune tra terra e mare, Giù la testa, Gli amanti regolari, Gli eroi del doppio gioco, Gli onorevoli, Goldeneye, Gomorra, Guardia, guardia scelta..., I 4 monaci, I cosacchi di Kuban, I due colonnelli, I due compari, I fratelli dinamite, I ladri, I motorizzati, I quattro moschettieri, I tromboni di Fra' Diavolo, Ieri oggi domani, Il buono, il brutto, il cattivo, Il carabiniere a cavallo, Il fascino discreto della..., Il fascismo ordinario, Il fidanzato di mia moglie, Il giorno più corto, Il marito bello, Il medico dei pazzi, Il mostro, Il mostro di Londra, Il nome della rosa, Il pranzo della domenica, Il principe e la fanciulla, Il ragazzo che sorride, Il ritorno di cagliostro, Il seduttore, Il segno di venere, Il seme del tamarindo, Il suo nome è donna Rosa, Il tassinaro, In ginocchio da te, Indagine su un cittadino..., Io accuso, Io Amleto, Julia La strada per la..., Katyn, Kill Gil Vol.2, Kingdom, La 25° ora, La banda degli onesti, La bella mugnaia, La cambiale, La cento chilometri, La commedia del potere, La freccia nel fianco, La giusta distanza, La nipote sabella, La nonna sabella, La tragedia di un uomo..., L'arciere di fuoco, L'armata Brancaleone, Lasciami entrare, Lazzarella, Le mie università, Le olimpiadi dei mariti, Le signore, Le signorine dello 04, Le storie di agrodolce..., Le tigri di Mompracen, L'emigrante, Lisa dagli occhi blu, L'ispettore Derrick, Lo scafandro e la farfalla, L'oro del mondo, L'ultima violenza, L'uomo con la macchina da..., L'uomo di paglia, L'uomo di vetro, Machan la vera storia di..., Mani di fata, Maradona la mano de dios, Marisa la civetta, Mariti in pericolo, Marito In Prova, Medicina Generale 2, Mezzanotte d'amore, Mi vedrai tornare, Mio figlio Nerone, Mio figlio professore, Miseria e nobiltà, Molti sogni per le strade, My Rai, Nel regno di Napoli, Nel sole, Nessuno mi può giudicare, Noi due soli, Non mi muovo, Non son degno di te, Non stuzzicate la zanzara, Non ti pago, Notti rosse, Obiettivo ragazze raggiunto..., Operazione San Gennaro, Pane amore e fantasia, Pane, amore e gelosia, Pane, amore e..., Per qualche dollaro in più, Per un pugno di dollari, Per vivere meglio..., Perdono, Piccola posta, Pier Paolo Pasolini e la..., Policarpo ufficiale di..., Porca vacca, Potere e passione, Poveri ma belli, Pranzo di Ferragosto, Primavera, Promesse di marinaio, Prova d'orchestra, Quando tramonta il sole, Questi fantasmi, Racconti da

Stoccolma, Replica Tv talk, Replica Visioni private, Risate di gioia, Riso amaro, Rita la zanzara, Rocco e i suoi fratelli, Rugantino, Sapore di mare, Sapore di mare 2 un anno dopo, Saxofone, Se non avessi più te, Seconde chance, Sedotta e abbandonata, Simbad e il califfo di Bagdad, Sindrome astenica, Sogno di una notte di mezza..., Sono fotogenico, Squadra speciale Vienna, Stasera mi butto, Survivors, Tarantella napoletana, Te sto' aspettanno, Tgr-Prix Italia, Ti conosco, mascherina, Toh e' morta la nonna!, Toto' contro i quattro, Toto' diabolicus, Toto' Fabrizi e i giovani..., Toto' Peppino e i fuorilegge, Toto' Peppino e la malafemmina, Toto' Peppino e le fanatiche, Toto' story, Toto' Vittorio e la dottoressa, Tuppe Tuppe marescia'!, Un americano in vacanza, Un caso per due, Un ettaro di cielo, Un homme Sans l'occident, Un posto al sole, Un sorriso, Uno schiaffo, un..., Uno su due, Urlatori alla sbarra, Vortice, W le donne, Zum zum zum la canzone..., Zum zum zum n. 2.

Fonte: Rai

La tabella 3.26 elenca per rete e per genere i titoli dei programmi di servizio pubblico che nel 2010 sono stati sottotitolati per non udenti.

Tabella 3.26. Rai – Programmi per genere e rete finanziati con il canone e sottotitolati

| RAI UNO | |
|--|--|
| Informazione | Anniversario fondazione arma dei Carabinieri, Anniversario della Repubblica, Cerimonia consegna decorazioni Ordine Militare, Conferenza stampa Presidente Consiglio, Messaggio del Presidente, Relazione Presidente Autorità garante..., Settegiorni, Speciale Parlamento (Dpl), Tg Parlamento, Tg1, Tg1 (L.I.S.), Tg1: Anniversario breccia di Porta Pia, Tg1: Anniversario della Liberazione, Tg1: Celeb.150° anniversario partenza..., Tg1: Esequie solenni tenente..., Tg1: Visita del Papa..., Tg1-Festa della Marina, Tutti a scuola (Man). |
| Approfondimento | A sua immagine, A sua immagine estate, Alessandra la forza di un..., Angelus, Benedizione urbi et orbi, Le ragioni della speranza, Pietrelcina come Betlemme, Porta a porta, Porta a porta estate, Porta a porta speciale, Porta a porta-Tg1 Speciale, Rito della via Crucis, Sanremo? Parliamone, Santa Messa, Santa Messa di Pasqua, Santa Messa e beatificazione..., Santa Messa per la pace, Santa Messa...delle Palme, Speciale Tg1, Speciale Tg1 Il Documentario, Speciale Tg1 L'inchiesta, Sua Santità incontra..., Sua Santità recita il regina..., Tg1: Celebrazione giornata..., Tg1: Funerali di Stato..., Tg1: Funerali solenni..., Tg1: Omaggio di sua Santità..., Tg1: Santa Messa celebrata dal Papa, Tg1-Regionali 2010, Tutto benessere, Tv7. |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | Il meglio di Uno Mattina..., Meteo, Meteo verde, Nel nome del cuore, Occhio alla spesa, Telethon, Telethon-Occhio alla spesa, Telethon-Uno Mattina, Tg1-Economia, Uno Mattina, Uno Mattina estate, Uno Mattina speciale, Uno Mattina weekend. |
| Promozione culturale, scuola, formazione | Dreams road speciale, Dreams roads, La mia squadra, Mar Rosso, Passaggio a nord ovest, Quark atlante, Super Quark, Super Quark speciale, Tg1-Storia. |
| Turismo e qualità del territorio | Easy driver, Il meglio di linea verde, Linea blu, Linea verde, Linea verde estate, Linea verde orizzonti, Linea verde orizzonti estate, Magica Italia, Una voce per Padre Pio. |
| Spettacolo | 60° Festival di Sanremo, Filumena Marturano, I promessi sposi opera moderna, Mettiamoci all'opera, Rigoletto a Mantova, Ti lascio una canzone, Ti lascio una canzone ...Natale, Ti lascio una canzone finale, Ti lascio una canzone la festa. |

| | |
|--|---|
| Sport | Calcio amichevole, Calcio campionato del mondo, Calcio coppa Italia, Calcio qualificazione campionato europeo, Calcio Supercoppa, Calcio Supercoppa d'Italia, Calcio Uefa Champions League, Champions League, Gran premio di Formula 1, Il mondiale che non avete..., Mondiale Rai sprint, Notti mondiali, Novantesimo minuto champions, Pole position, Pole position...il commento, Rai Sport, South Africa 2010 Fifa W.C., Sport: Calcio, Tg Sport. |
| Minori | 53° Zecchino d'oro, A sua immagine - La storia della sindone a cartone, Cenerentola, È quasi Natale, La bella addormentata nel..., Matrimonio per Papà, Tre scapoli e una bimba. |
| Promozione | 50 italiani, Apri Rai, Capri, Capri la nuova serie, Capri terza stagione, C'era una volta la città..., Chiara e Francesco, Don Matteo 2, Don Matteo 3, Don Matteo 4, Don Matteo 5, Don Matteo 6, Don Matteo 7, Donna detective, Gli ultimi del paradiso, Ho sposato uno sbirro 2, Il commissario Manara, Il commissario Montalbano, Il commissario Rex, Il coraggio di Angela, Il cuore nel pozzo, Il maresciallo Rocca e..., Il sorteggio, Io e mio figlio, La baronessa di Carini, La casa del guardaboschi, La casa sul lago, La ladra, La leggenda del bandito e..., La mia casa è piena di..., La nave dei sogni, La premiere etoile-la prima..., La stella della porta accanto, La terza verità, Lady cop, Le cose che restano, Le ragazze dello swing, L'ispettore Derrick, Lo scandalo della banca., L'uomo che cavalcava nel buio, Mannaggia alla miseria, Mi ricordo di Anna Frank, Mia madre, My Rai, Paura di amare, Paura in volo, Pinocchio, Preferisco il paradiso, Premio regia televisiva, Quattro giorni in Toscana, Raccontami, Raccontami cap. II, Sanguepazzo, Sant'Agostino, Scusate il disturbo, Sissi, Sotto il cielo di Roma, Terra ribelle, Toscana andata e ritorno, Tutti i padri di maria, Tutti pazzi per amore 2, Un caso di coscienza 4, Un ciclone in convento, Un medico in famiglia, Una famiglia in giallo, Wasabi. |
| RAI DUE | |
| Informazione | Elezioni regionali conferenza stampa, Incontro Presidente Repubblica con..., Question time (Dpl), Speciale Parlamento (Dpl), Tg2, Tg2 (L.I.S.), Tg2-Punto.it. |
| Approfondimento | Annozero, Annozero speciale, Culto della Pentecoste (Sms), Culto di Natale (Sms), Culto di Pasqua (Sms), Culto evangelico (Sms), Il fatto del giorno, Il fatto del giorno flash, L'ultima parola, L'ultima parola speciale, Prima di Annozero, Prima di Annozero speciale, Protestantesimo, Quello che, Sorgente di vita, Storie di salute, Sulla via di Damasco, Tg2-Costume e società, Tg2-Dossier, Tg2-E...state con costume, Tg2-Medicina 33, Tg2-Medicina 33 estate, Tg2-Motori, Tg2-Non solo soldi, Tg2-Punto di vista, Tg2-Storie . |
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | I fatti vostri, Meteo 2, Replica Crash files, Replica Metronapoli. |
| Promozione cultura scuola, formazione | Achab libri in onda, Replica Cult book, Replica Cult book storie, Replica La storia siamo noi, Ti ricordiamo così, Karol, Voyager ai confini della..., Voyager speciale. |
| Turismo e qualità del territorio | Eat parade, Sereno variabile, Stile, Tg2-Si,viaggiare, Tgr-Montagne. |
| Spettacolo | Palco e retropalco, Pavarotti la voce degli angeli, Piantando chiodi nel... |
| Sport | Calcio coppa Italia, Calcio Uefa Champions League, Champions League, Gran premio di Formula 1, La domenica sportiva, La domenica sportiva speciale, Novantesimo minuto, Novantesimo minuto Champions, Pole position, Pole position...il commento, Rai sport, Rai Sport-dribbling, Rai sport-Sabato sprint, Rai sport-Stadio sprint, Rai sport-Stadio sprint posticipo, Sci coppa del mondo, Sci coppa del mondo femminile, Tgsport, Un anno di calcio. |

Minori

A come avventura, Acqua in bocca, Agente speciale Oso, Agnello tenero agnello, Alvin superstar, American dragon Jake Long, Art attack, Batman il mistero di batwoman, Bianca e bernie nella terra..., Braccio di ferro, Buon Natale da pippo..., Canto di Natale di Topolino, Cartoon flakes, Chiamatemi Giò, Combo Ninos, Conciati per le feste, Diamoci una mossa!, Disney fairies, Duck Dodgers, Extra factor, F.B.I. operazione gatto, Flipper & Lopaka, George della giungla, Geronimo Stilton, Ghost Whisperer, Halloweentown high libri e..., Horseland, I famosi 5, I fratelli koala, I lunnis, I magici piedini di Franny, I miei amici Tigro e Pooh, I saurini e i viaggi del..., Il cane pompiere, Il diario di Bindi, Il gioco di Geri, In giro per la giungla, Inazuma eleven la squadra..., Jimmy Jimmy, Karkù Atrevete, Kate & Leopold, Kick Chiapposky aspirante..., Kid vs Kat mai dire gatto, Kim possible, La casa di Topolino, La complicata vita di..., La famiglia Passiflora, La signora in giallo, La spada nella roccia, L'albero azzurro, Lanny & Wayne missione Natale, Lanny & Wayne operazione..., L'apprendista Babbo Natale, Le avventure di bianca..(F.A.), Le avventure di Jackie Chan, Le avventure di Winny.., Le cose che amo di te, Le nuove avv.di braccio di..., Le nuove avventure di Winny..., Le ragazze del coyote Ugly, Life unexpected, Looney Tunes:back in action, Loopdidoo, Machine Robo rescue, Mamma Mirabelle, Manny tuttofare, Merrie Melodies, Miss Spider, Mucche alla riscossa, Nick e l'amnesia di Natale, One man band, One Tree Hill, Out of practice medici...ma..., Phineas and Ferb, Pimpi, Piccolo grande eroe, Pocoyo, Polar Express, Pororo e la magica missione..., Pretty cure Max heart 2, Progetto acqua H2oooooh!, Pucca Funny love, Ragazzi c'è Voyager!, Ragazzi c'è Voyager! Feste..., Ratatouille, Red e Toby 2 Nemici amici, Replica Tracy & Polpetta, Ritorno a Halloweentown, Spectacular spiderman, Spike team, Spy Kids 2 - L'isola dei..., Spy Kids 3-Missione 3d game..., Squadra antincendio, Squadra speciale Cobra 11, Stellina, Stitch!, Street football, Sylvanian families, T come Tigro, Taron e la pentola magica, Tarzan, Tarzan II, Teen days, The naked brothers band, The super hero squad show, Tom & Jerry tales, Topolino & co., Topolino e il fagiolo magico, Topolino in il principe e il., Topolino Paperino Pippo i tre., Topolino strepitoso Natale, Toy story 2, Toy story Il mondo..., Trilli, Trilli e il tesoro perduto, Tutti con Phineas e Ferb, Tutti odiano Chris, Uffa! che pazienza, Un trofeo per Kylie, Unfabulous, Walt Disney, Winnie the Pooh alla..., Winnie the Pooh e gli elefanti, Winx club, Winx club il segreto del..., Yakari, Yes! Pretty cure 5 go go!, Yes! Pretty cure 5 nel regno., Zorro (Tif).

Promozione audiovisivo

Amori in corsa, Anna Winter, Anna Winter-In nome della..., Apri Rai, Cinematinee, Crimini, Funeral party, Giardini & misteri, Il commissario Herzog, Kate & Emma indagini per due, La valle delle rose..., Largo Winch, Lasko, L'ispettore Coliandro, Orizzonte infinito, Paradiso rubato, Persone sconosciute, Primeval, Squadra speciale Cobra 11, Squadra speciale Cobra11 Sez. 2, Squadra speciale Lipsia, World on fire, Yamakasi-I nuovi samurai.

RAI TRE**Informazione**

Elezioni regionali conferenza stampa, Messaggio del Presidente, Rai news 24, Speciale Parlamento (Dpl), Tg3.

Approfondimento

A casa da soli, A slum symphony, Amore criminale, Ballarò, Blu notte, C'era una volta, Che tempo che fa, Che tempo che fa serata..., Che tempo che fa speciale, Cifre in chiaro, Elisir, Figli della strada, Il caffè di Rai news 24, Il Sangue verde, In mezz'ora, Le storie diario italiano, Le storie diario italiano speciale, Lucarelli racconta, L'ultimo treno, Presa diretta, Pronto Elisir, Report, Storie maledette, Tata-mi, Telecamere, Tgr-ambiente Italia, Tgr-buongiorno Europa, Tgr-Leonardo, Tgr-Neapolis, Tgr-Regioneuropa, Un giorno in pretura, Vieni via con me.

| | |
|--|--|
| Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità | 10' di..., Articolotre, Chi l'ha visto?, Cominciamo bene, Cominciamo bene brontolo, Cominciamo bene speciale, Elisir speciale, Mi manda raitre, Punto donna, Racconti di vita, Replica crash, Shukran, Tgr-Estovest, Tgr-I nostri soldi, Tgr-Mediterraneo. |
| Promozione culturale, scuola formazione | 1960 I ribelli, Acqua in bocca a quattro mani, Alle falde del Kilimangiaro, Correva l'anno, Cose dell'altro Geo, Cosmo siamo tutti una rete, E se domani, Figli album di Persone..., Geo & Geo, Il campionissimo, Io lo conoscevo bene, La grande storia, La grande storia gli archivi., La stagione dei blitz, Mini ritratti, Passepartout, Per un pugno di libri, Replica Art news, Replica La storia siamo noi, Replica La storia siamo noi speciale, Ritratti, Super quark speciale, Timbuctu, Ulisse Il piacere della..., Verba volant. |
| Turismo e qualità del territorio | Agri 3, Tgr-Italia agricoltura. |
| Spettacolo | Chiediscena, Chiediscena speciale, Cominciamo bene prima, Cominciamo bene prima speciale, Don Raffaele Trombone. |
| Sport | Anteprima superbowl, Calcio a 5, Calcio coppa Italia, Champions League, Ciclismo, La domenica sportiva, Novantesimo minuto Champions, Novantesimo minuto Serie B, Novantesimo minuto speciale Serie B, Pallanuoto, Pallavolo, Pattinaggio artistico, Rai sport, Rai sport-Sabato sport, Replay, Sci coppa del Mondo, Sci coppa del Mondo femminile, Sci nordico, Sport Abilia, Sport Abilia speciale, Tennis. |
| Minori | 3rd & Bird-via degli uccellini, 4 bassotti per 1 danese, 4 cuccioli da salvare, Arturo & Kiwi cucina per..., Ava Riko Teo, Claude, Cristoforo Colombo di Mcdonald, Dr. Dog, Dumbo l'elefante volante, È domenica papà, È domenica papà speciale, El zorro, Evviva Sandrino!, Facciamo Luce!, Fate largo ai moschettieri!, Fiabe di Andersen, Flipper contro i pirati, Flipper il mio amico delfino, Flubber Un professore tra..., Ftpd Fairy tale police dep., Gt ragazzi, I cavalieri della tavola..., Il colosso di Rodi, Il fantabosco-Videogiornale, Il figlio di aquila nera, Il ladro di Bagdad (Di Vailati), Il mondo di Stefi, Il piccolo Wang, Il principe Azim, Il principe e il...(Chaffey), Il richiamo della foresta, In fuga a quattro zampe, Iron Will volontà di vincere, Koda fratello Orso, La bambina che odiava i libri, La melevisione, La strada per avonlea, L'arte con Mati' e Dadà, Le avventure di Aladino, Le avventure di bianca., Le Grandi avventure di Bert..., Le ricette di Arturo & Kiwi, Le storie di agrodolce..., Leggendo sotto il mare, Libri animati, Mamme in blog, Martin il marziano, Mary Poppins, Minuscule, Misteri di Roma, Mucche alla Riscossa, Mystery after Mystery, Papà Castoro, Pipì Pupù e Rosmarina, Pistaaa! Arriva il gatto..., Polis, Racconti dal mondo, Ricordi di una valigia, Robinson nell'isola dei..., Saddle club, Storie così, Storie della Bibbia, Storie della mia infanzia, Telespinners, Tesoro, Mi si è allargato..., Tesoro, Mi si sono ristretti..., The elephant princess, Tinga Tinga tales, Tzaritza, Zorro. |
| Promozione audiovisivo | 007 Il domani non muore mai, 007 la morte può attendere, 1960 (di G. Salvatore), 2061 Un anno eccezionale, A che servono questi quattrini, Agenzia Riccardo Finzi....., Alice Nevers professione..., Anastasia mio fratello, Apri Rai Sport +, Arriva Dorellik, Arsenio Lupin, Arthur e il popolo dei minime, Artisti e modelle, Aspettando Un posto al sole, Becoming Jane Il Ritratto di.., Belle ma povere, Bianco e nero (Comencini C.), Bonnie e Clyde all'italiana, Brevi amori a Palma di Majorca, Cafè Express, Cameriera bella presenza..., Campo de' Fiori, Caos calmo, Caporale di giornata, Casanova farebbe così, Cerasella, Chi si ferma è perduto, Chimera (di Fizzarotti E.), Ci sposeremo a Capri, Colpo d'occhio, Destinazione Sanremo, Diciottenni al sole, Doc Martin, Drama della gelosia, E Napoli canta, Eccezzzionale...veramente, Er più storia d'amore e di..., Fantasmi a Roma, Fantozzi subisce ancora, Ferdinando I, re di Napoli, |

Frantic, Giallo napoletano, Giovani mariti, Giù la testa, Gli eroi del doppio gioco, Gli onorevoli, Goldeneye, Gomorra, Guardia, Guardia scelta..., I 4 monaci, I due colonnelli, I due compari, I ladri, I motorizzati, I quattro moschettieri, I tromboni di fra' Diavolo, Ieri oggi domani, Il buono, il brutto, il cattivo, Il carabiniere a cavallo, Il giorno più corto, Il marito bello, Il medico dei pazzi, Il mostro (di Zampa L.), Il nome della rosa, Il pranzo della domenica, Il principe e la fanciulla, Il ragazzo che sorride, Il seduttore, Il segno di venere, Il seme del tamarindo, Il suo nome è donna Rosa, Il tassinaro, In ginocchio da te, Julia La strada per la..., La 25° Ora, La banda degli onesti, La bella mugnaia, La cambiale, La cento chilometri, La giusta distanza, La nipote sabella, La nonna Sabella, L'arciere di fuoco, Le olimpiadi dei mariti, Le signorine dello 04, Le storie di agrodolce..., L'emigrante, Lisa dagli occhi blu, L'ispettore Derrick, L'oro del mondo, L'uomo di paglia, L'uomo di vetro, Machan la vera storia di..., Maradona La mano de dios, Marisa la civetta, Mariti in pericolo, Medicina generale 2, Mezzanotte d'amore, Mio figlio Nerone, Mio figlio professore, Miseria e nobiltà (Mattoli M), Nessuno mi può giudicare, Noi due soli, Non mi muovo, Non son degno di te, Non stuzzicate la zanzara, Non ti pago, Obiettivo ragazze raggiunto..., Operazione San Gennaro, Pane amore e fantasia, Pane, amore e gelosia, Pane, amore e..., Per qualche dollaro in più, Per un pugno di dollari, Perdono (di Fizzarotti E.), Piccola posta, Policarpo ufficiale di..., Potere e passione, Poveri ma belli, Pranzo di Ferragosto, Promesse di marinaio, Questi fantasmi, replica Tv talk, Risate di gioia, Riso amaro, Rita la zanzara, Rocco e i suoi Fratelli, Rugantino, Sapore di mare, Sapore di mare 2 Un anno dopo, Se non avessi più te, Seconde chance, Sedotta e abbandonata, Sogno di una notte di mezza..., Squadra speciale Vienna, Stasera mi butto, Survivors, Te sto' aspettanno, Ti conosco, mascherina, Toto' contro i quattro, Toto' diabolicus, Toto' Fabrizi e i giovani..., Toto' Peppino e i fuorilegge, Toto' Peppino e la malafemmina, Toto' Peppino e le fanatiche, Toto' story, Toto' Vittorio e la dottoressa, Un americano in vacanza, Un caso per due, Un ettaro di cielo, Un posto al sole (Soap), Un sorriso, Uno schiaffo, un..., Uno su due, Urlatori alla sbarra, W le donne, Zum Zum Zum La canzone che..., Zum Zum Zum n. 2.

Fonte: Rai

Si evidenziano, di seguito, i programmi, già riportati nella Tabella 3.26, tradotti nella lingua internazionale dei segni (L.I.S.):

A) Rai Uno - Tg1, Elezioni Comunali – Provinciali 2010, Elezioni Regionali, Elezioni Regionali-Amministrative; B) Rai Due - Tg2, Tg2-Flash, Elezioni Comunali – Provinciali 2010, Elezioni Regionali, Elezioni Regionali-Amministrative; C) Rai Tre - Tg3, Tg3-Flash, Tg3-Minuti, Elezioni Comunali-Provinciali 2010, Elezioni Regionali, Elezioni Regionali-Amministrative.

L'offerta radiofonica. L'articolo 5, comma 3, del Contratto di servizio 2007-09 vincola l'offerta dei tre canali radiofonici terrestri nazionali Radio 1, Radio 2 e Radio 3 ai seguenti specifici parametri: non meno del 70% della programmazione complessiva annuale dei canali Radio 1 e Radio 2 e non meno del 90% di quella di Radio 3 deve essere costituita da programmi dei generi di servizio pubblico Informazione, Approfondimento, Lavoro, società, comunicazione sociale, Cultura, scuola e formazione, Musica e intrattenimento, Servizio, Pubblica utilità.

I dati sulla programmazione radiofonica trasmessi da Rai all'Autorità ai sensi del comma 4 dell'articolo 5 del Contratto di servizio 2007-2009 sono illustrati dalla Tabella 3.27. La tabella riporta le ore di trasmissione dedicate quotidianamente (c.d. gior-

no medio – g.m. in tabella) e nell'arco dell'anno 2010 a ciascun genere di servizio pubblico per canale.

Tabella 3.27. Rai – Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3
(1 gennaio - 31 dicembre 2010)

| Generi | Radio1 | | | Radio2 | | | Totale Radio1 e Radio2 | | Radio3 | | | Totale canali | |
|---|---------------|------|--------|---------------|------|--------|---------------------------|--------|---------------|------|--------|---------------|--------|
| | Ore trasmesse | | | Ore trasmesse | | | Ore trasmesse | | Ore trasmesse | | | Ore trasmesse | |
| | g.m. | anno | % | g.m. | anno | % | anno | % | g.m. | anno | % | anno | % |
| Informazione | 4,24 | 1486 | 17,65 | 2,63 | 922 | 10,98 | 2408 | 14,32 | 1,05 | 383 | 4,39 | 2791 | 10,93 |
| Approfondimento | 8,21 | 2880 | 34,20 | 1,03 | 360 | 4,29 | 3240 | 19,26 | 1,81 | 657 | 7,54 | 3897 | 15,26 |
| Cultura, scuola e formazione | 0,97 | 341 | 4,05 | 1,24 | 435 | 5,18 | 776 | 4,61 | 7,87 | 2857 | 32,78 | 3366 | 14,23 |
| Lavoro, società, comunicazione sociale | 4,09 | 1434 | 17,03 | 2,71 | 948 | 11,29 | 2382 | 14,16 | 0,37 | 135 | 1,55 | 2517 | 9,86 |
| Musica e intrattenimento | 3,15 | 1106 | 13,13 | 10,85 | 3795 | 45,19 | 4901 | 29,14 | 11,60 | 4212 | 48,32 | 9113 | 35,69 |
| Servizio (escluse Audiodescrizioni) | 1,36 | 476 | 5,65 | 0,298 | 100 | 1,19 | 576 | 3,42 | 0,21 | 78 | 0,89 | 654 | 2,56 |
| Pubblica utilità | 1,49 | 524 | 6,22 | 0,84 | 295 | 3,51 | 819 | 4,87 | 0,41 | 149 | 1,71 | 968 | 3,79 |
| Totale servizio pubblico | 23,50 | 8247 | 97,93 | 19,59 | 6855 | 81,63 | 15102 | 89,79 | 23,33 | 8471 | 97,19 | 23573 | 92,32 |
| Altri generi | 0,50 | 174 | 2,07 | 4,41 | 1543 | 18,37 | 1717 | 10,21 | 0,67 | 245 | 2,81 | 1962 | 7,86 |
| Totale programmazione | 24,00 | 8421 | 100,00 | 24,00 | 8398 | 100,00 | 16819 | 100,00 | 24,00 | 8716 | 100,00 | 25535 | 100,00 |

Fonte: Rai

Dai dati risulta che nel 2010 i canali Radio 1 e Radio 2 hanno complessivamente destinato ai programmi di servizio pubblico una quota di programmazione pari all'89,79% del totale, superando l'ammontare del 70% contrattualmente previsto. Anche Radio 3 ha ampiamente rispettato il parametro contrattuale, con un volume di programmazione di servizio pubblico pari al 97,19% del totale.

Dati traffico e offerta multimediale

I dati di traffico

I dati di traffico sono stati trasmessi dalla Rai ai sensi dall'articolo 6, comma 4, del Contratto di servizio 2007-09 assieme ad informazioni aggiuntive riguardanti l'offerta editoriale sul web. Di seguito se ne riporta una sintesi.

Nel 2010 i portali Rai hanno totalizzato 1.374 milioni di pagine viste, con medie mensili di 7,4 milioni di utenti unici, in crescita del 30% sul 2009, e di 114,5 milioni di pagine viste, in crescita del 27% sul 2009; quanto alle medie giornaliere, i dati indicano 3,8 milioni di pagine viste e 428.000 utenti unici. La Tabella 3.28 riporta le medie mese e giorno di traffico generato dall'utenza e la durata di visita media mensile e giornaliera.

Tabella 3.28. Portali Rai – Fruizione mensile e giornaliera

| | Pagine viste | Utenti unici | Durata vista (mm.ss) |
|--------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|
| Media mese | 114.498.403 | 7.367.206 | 8.22 |
| Media giorno | 3.764.331 | 427.862 | 8.24 |

Fonti: Informativa Rai – Nielsen/NetRatings SiteCensus/Audiweb

La Tabella 3.29 descrive il profilo dell'utenza dei portali Rai per sesso ed età.

Tabella 3.29. Portali Rai – Il pubblico (media mese 2010)

| Categoria | Target | Utenti unici [migliaia] | Composizione utenti unici [%] |
|------------------|---------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| Totale | Totale | 3.353 | 100 |
| Sesso | maschi | 1.975 | 58,9 |
| | femmine | 1.378 | 41,1 |
| Età | 2-17 | 168 | 5,0 |
| | 18-24 | 321 | 9,6 |
| | 25-34 | 686 | 20,5 |
| | 35-49 | 1.232 | 36,8 |
| | 35-64 | 2.002 | 59,7 |
| | 50+ | 945 | 28,2 |

Fonti: Informativa Rai – Nielsen/SiteCensus/Audiweb

Nel 2010 sono aumentati anche i siti *online*, divenuti più di 1000 a fronte degli oltre 900 del 2009. La configurazione dei sistemi d'accesso ai portali Rai è indicata dalla Tabella 3.30, mentre la Tabella 3.31 dà conto dei domini utilizzati.

Tabella 3.30. Portali Rai – Tipo di connessione (%)

| Tipo di connessione | | % Utenti unici | |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Banda larga | | 85 | |
| Banda stretta | | 15 | |
| Browser | % Utenti unici | Sistema operativo | % Utenti unici |
| MSIE 7.0 | 38 | Windows XP | 53 |
| MSIE 8.0 | 20 | Windows 7 | 14 |
| Mozilla Firefox 3.6 | 20 | Windows Vista | 20 |
| Chrome | 10 | Mac OS X Intel | 8 |
| Safari | 6 | Linux | 2 |

Fonti: Informativa Rai – Nielsen/SiteCensus/Audiweb

Tabella 3.31. Portali Rai – Domini di provenienza

| Domini di provenienza | | % | |
|-----------------------|----|------------------|----|
| Esterni | | 15 | |
| Interni Rai | | 85 | |
| Domini esterni | % | Domini interni | % |
| Google | 61 | televideo.rai.it | 24 |
| Google News | 4 | rai.tv | 9 |
| Google Maps | 4 | rai.it | 7 |
| Facebook | 3 | radio.rai.it | 6 |
| Bing | 2 | rainews24.rai.it | 3 |
| | | radio3.rai.it | 3 |

Fonti: Informativa Rai – Nielsen/SiteCensus/Audiweb

I dati relativi ai contenuti pubblicati nel 2010 sui portali Rai sono riportati nella Tabella 3.32.

Tabella 3.32. Portali Rai – Contenuti pubblicati nel 2010

| | |
|---------|---|
| 105.000 | nuovi contenuti video (clip estratte da programmi TV e programmi integrali) |
| 35.000 | nuovi contenuti audio (clip estratte da programmi o programmi integrali) |
| 9.000 | nuovi contenuti in <i>podcast</i> , di cui 7.200 audio e 1.800 video |

Fonte: Rai

L'offerta editoriale sul web

Nel corso del 2010 i portali Rai.it e Rai.tv si sono arricchiti di nuovi contenuti e servizi. Con specifico riferimento a Rai.tv, l'informativa comunica che il portale attualmente consente:

a) *streaming Live* dei 16 canali Tv Rai Uno, Rai Due, Rai Tre, Rai 4, Rai 5, Rai News, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp, Rai Scuola, Rai Storia, Rai movie, Rai Yo Yo, Rai Premium, Rai Med, EuroNews;

b) *streaming Live* dei canali radio Radio 1, Radio 2, Radio 3, Filodiffusione 4, Filodiffusione 5, Isoradio, GR Parlamento, Rai Italia Radio;

c) servizio di *Replay TV* di Rai Uno, Rai Due, Rai Tre;

d) servizio di *web TV* tematiche (palinsesto quotidiano di contenuti *on demand* relativi alla tematica del canale e offerta dedicata a specifici programma/evento);

e) servizio di *web radio* tematiche (WR6, WR7 e WR6).

Il potenziamento dell'offerta di contenuti VOD e *podcast* audio e video del portale Rai.tv rende complessivamente accessibili più di 1000 programmi in modalità *on demand* e oltre 100 programmi in modalità *podcast* (tra programmi delle tre reti generaliste e produzioni per il web).

L'ampliamento dell'offerta video per non udenti ha rafforzato la connotazione di servizio al cittadino del portale Rai.tv. L'intervento ha reso disponibili in versione sottotitolata le puntate integrali dei programmi *Ballarò*, *Che tempo che fa*, *In 1/2 ora*, *L'era glaciale*, *Parla con me*, *Porta a porta*, *Report*, *Elisir*, *Linea diretta*, *L'ultima parola* e *Vieni via con me*. L'area è accessibile dalla *home page* di Rai.tv.

La sezione MyRaitv permette all'utente registrato di accedere a funzionalità aggiuntive e personalizzate. I contenuti possono essere segnalati dall'utente ai suoi contatti. Una *newsletter*, inviata con cadenza settimanale agli utenti iscritti, aggiorna sulle novità audio, video e *podcast* della settimana, presenta video e *podcast* di archivio, lancia eventi e dirette *web*. Il portale Rai.tv è aperto agli *User Generated Content*.

I portali delle reti Rai Uno, Rai Due e Rai Tre nel corso del 2010 sono stati aggiornati da nuovi siti e prodotti quali, per citare solo alcuni esempi, l'offerta multimediale connessa ai programmi *Porta a Porta* e *AnnoZero* e il sito del programma *Vieni via con me*. Anche il portale Rai Fiction ha ampliato l'offerta web con testi, trame, *fotogallery* etc. sulle *fiction* e miniserie tv più recenti.

La contabilità separata: dati contabili dell'esercizio 2009

La società di revisione per il controllo della contabilità separata relativa all'esercizio 2009 è stata scelta a seguito di apposita procedura selettiva svolta dalla Rai, ai sensi dell'art. 57 del Codice degli appalti, nelle more dello svolgimento di una gara d'appalto per l'individuazione della società di revisione per gli esercizi futuri. Con la delibera n. 477/10/CONS, l'Autorità ha approvato la proposta della Rai di affidare l'incarico di revisione della contabilità separata, per il solo esercizio 2009, alla società PKF Italia s.p.a. In data 2 febbraio 2011 la Rai ha trasmesso il rapporto della società di revisione PKF Italia s.p.a. sull'esame dei dati di contabilità separata al 31 dicembre 2009. La menzionata documentazione è stata inviata dalla Rai anche al Ministro dello sviluppo economico, ai sensi del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici. Dalla relazione del revisore emergono, in sintesi, i seguenti dati, come illustrati dalla Tabella 3.33:

a) le risorse da canone e da convenzioni, imputate integralmente all'aggregato A di servizio pubblico, sono pari a 1.775,9 milioni di euro, a fronte di spese per attività di servizio pubblico, compresi i costi diretti, i costi di capitale e i costi di *transfer charge*, che ammontano a 2.213,3 milioni di euro;

b) il deficit così determinato di 437,4 milioni di euro viene ridotto – a beneficio degli abbonati alla televisione – a 337,3 milioni di euro mediante l'attribuzione al servizio pubblico dei ricavi commerciali da pubblicità (100,1 milioni di euro) che residuano dopo aver imputato all'aggregato commerciale le risorse tratte dal mercato, corrispondenti a quelle che avrebbe raccolto un operatore privato;

c) la società di revisione ha dichiarato che non si è, pertanto, in presenza di compensazioni eccessive del servizio pubblico, in quanto non compatibili con il mercato interno;

d) l'aggregato B – commerciale – evidenzia un margine positivo di 117,9 milioni di euro (al netto dello storno dei ricavi pubblicitari all'aggregato A);

e) comparando i costi della contabilità separata 2009 con quelli del 2008, emerge che il deficit del servizio pubblico (spese rispetto ai ricavi) aumenta di 2 milioni di euro (passando da 335,3 milioni di euro del 2008 a 337,3 milioni di euro del 2009);

f) con decreto del 18 dicembre 2009, il Ministro dello sviluppo economico ha deliberato l'incremento del canone di abbonamento ordinario 2010 passando da 107,50 euro del 2009 a 109 euro del 2010.

Tabella 3.33. Rai – Contabilità separata 2009 (milioni di euro)

| | A | B | |
|--|---------------|---------------|---------------------|
| Canone di abbonamento | 1.645,4 | 0,0 | |
| Pubblicità | | 803,4 | |
| Altri ricavi | 130,5 | 49,9 | |
| <i>Ricavi transfer charge interni</i> | | | |
| Costi diretti + Costo del capitale | 1.561,1 | 508,8 | |
| - Costi diretti | 1.204,7 | 327,9 | |
| - <i>Transfer charge intercompany</i> | 303,1 | 169,3 | |
| - Costo del capitale | 53,3 | 11,6 | |
| Costi <i>transfer charge</i> interni | 652,2 | 226,6 | |
| Margine di cui all'art. 47, comma 1, TUR | -437,4 | 117,9 | |
| Pubblicità residua | 100,1 | | |
| Margine di cui all'art. 1, comma 4, del. 102/05/CONS | -337,3 | 117,9 | |
| Pubblicità | A | B | |
| - pubblicità totale da bilancio | 908,6 | | |
| - pubblicità servizio pubblico | 454,9 | -460,0 | |
| - vincolo affollamento pubblicitario | -354,8 | 354,8 | |
| Pubblicità netta | 100,1 | 803,4 | |
| | 2009 | 2008 | 2009 vs 2008 |
| Aggregato A | -337,3 | -335,3 | -1,9 |
| Aggregato B | 117,9 | 149,1 | -31,3 |

Fonti: PKFs.p.a. – Rai

3.12. Gli obblighi connessi all'esercizio dell'attività radiotelevisiva

Obblighi di programmazione e investimento in opere europee e di produttori indipendenti

Con il recepimento della direttiva 2007/65/CE ad opera del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, la materia degli obblighi di programmazione di opere europee è stata nuovamente incisa. In considerazione della limitata portata delle modifiche introdotte dal decreto, l'Autorità ha proceduto, con la delibera n. 397/10/CONS del 22 luglio 2010, all'aggiornamento del regolamento approvato con delibera n. 66/09/CONS. In particolare, le modifiche hanno riguardato l'impianto delle definizioni, che sono state allineate a quelle previste dal citato decreto, e l'aggiornamento degli obblighi, il cui insieme appare semplificato rispetto al quadro normativo previgente e tale da non richiedere ulteriori disposizioni di dettaglio. La Tabella 3.34 riassume gli obblighi vigenti in capo ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi lineari a seguito della modifica normativa e regolamentare.

Tabella 3.34. *Obblighi vigenti in capo ai fornitori di servizi di media audiovisivi lineari*

| Tipologia di opere | Programmazione | Investimento |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Europee | > 50% | |
| Europee prodotte negli ultimi 5 anni | > 10% | |
| Europee di produttori indipendenti | | 10% degli introiti |
| Europee di produttori indipendenti prodotte negli ultimi 5 anni | | Da stabilire con decreto MISE e MIBAC |
| Cinematografiche di espressione originale italiana ovunque prodotte | Da stabilire con decreto MISE e MIBAC | Da stabilire con decreto MISE e MIBAC |
| Di animazione appositamente prodotte per l'infanzia | > 3% | |
| Adatte alla visione da parte dei minori e degli adulti | > 10% | |

Fonte: Autorità

L'articolo 16, comma 7, del decreto legislativo n. 44/2010, nel modificare l'art. 44 del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, ha attribuito all'Autorità il compito di adottare, con procedure di co-regolamentazione, la disciplina di dettaglio, sostitutiva di quella esistente, riguardante la promozione della produzione e della distribuzione di opere europee da parte dei servizi di *media* audiovisivi a richiesta. L'Autorità, stante la complessità di predisposizione della disciplina da adottare, unitamente alla ristrettezza del termine di adozione del regolamento e alla necessità di attivare una procedura di co-regolamentazione, ha costituito con delibera n. 476/10/CONS del 16 settembre 2010 un tavolo tecnico al quale invitare tutti i soggetti interessati, con l'obiettivo di elaborare proposte per disciplinare la promozione della produzione audio-

visiva europea ad opera dei fornitori di servizi di *media* audiovisivi a richiesta, secondo quanto indicato dall'articolo 44, comma 7 del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici. Ai lavori del tavolo tecnico hanno aderito i seguenti soggetti: AERANTI CORALLO, APT, Associazione IPTV, ATDI, Fox International Channels Italy S.r.l., RAI s.p.a., RTI s.p.a., Sky Italia s.r.l., Telecom Italia s.p.a., Telecom Italia media s.p.a. e UNIVIDEO.

Per quel che riguarda le quote di diritti spettanti ai produttori indipendenti, l'art. 16, comma 5, del decreto in questione attribuisce all'Autorità funzioni regolamentari in relazione alla individuazione di criteri per la limitazione temporale dell'utilizzazione dei cd. "diritti secondari". Rispetto al previgente sistema, la nuova disciplina apporta le seguenti innovazioni: i diritti sono denominati "secondari" in luogo di "residuali"; l'Autorità dovrà disciplinare i criteri per la limitazione temporale di utilizzo di diritti secondari; in luogo dei criteri di attribuzione delle quote di diritti residuali, tali criteri sono connessi in misura proporzionale alla partecipazione finanziaria del produttore alle fasi di sviluppo e realizzazione dell'opera. La stessa norma di legge stabilisce il ricorso a procedure di autoregolamentazione tra emittenti e produttori, sottoposte a verifica da parte dell'Autorità. Tale verifica attiene alla rispondenza delle norme di auto-disciplina con le disposizioni della norma di legge e supera, pertanto, i codici presentati ai sensi dell'art. 3, comma 6, del regolamento approvato con la delibera n. 60/09/CSP, laddove contengono determinati criteri minimi non più rispondenti al dettato di legge.

Con la delibera n. 156/10/CSP del 15 luglio 2010, l'Autorità ha indetto una consultazione pubblica sullo schema di regolamento in oggetto, predisposto al fine di allineare la disciplina alle nuove disposizioni; all'esito della consultazione è stato approvato il regolamento con delibera n. 30/11/CSP del 3 febbraio 2011. Il testo approvato recepisce diverse osservazioni espresse dai soggetti che hanno partecipato alla consultazione pubblica, e introduce la nozione di diritti primari e di diritti secondari. La definizione utilizzata consente di definire come secondari alcuni diritti primari, decorso un primo periodo di utilizzo e sfruttamento, senza esclusioni *ex ante* e con modalità maggiormente attinenti alle possibilità di sfruttamento delle opere audiovisive, tenendo in questo modo conto del quadro tecnologico e competitivo di riferimento nel quale le modalità di sfruttamento di un'opera audiovisiva non sono direttamente connesse a un criterio di rigidi passaggi temporali tra piattaforme, bensì sono correlate a un ciclo di sfruttamento economico flessibile in modalità multi-piattaforma.

Il regolamento ha altresì tenuto conto di istanze provenienti dal settore della produzione televisiva, in particolare laddove prevede espressamente principi generali nelle procedure di autoregolamentazione, volti a garantire che i rapporti di specie si svolgano secondo criteri di equità e non discriminazione e che la negoziazione dei singoli diritti avvenga in maniera autonoma, al fine di consentire la valorizzazione di ciascuno di essi.

In materia di obblighi di programmazione e di investimento, l'Autorità può rilasciare deroghe in applicazione della citata delibera n. 66/09/CONS, il cui art. 8 disciplina le modalità di richiesta e concessione di deroghe agli obblighi di programmazione e di investimento, così come definiti dal medesimo regolamento. La presentazione della richiesta di deroga (totale o riferita a specifici obblighi) è subordinata al ricorrere di almeno una delle seguenti condizioni: a) la mancata realizzazione di utili in ciascuno degli ultimi due anni di esercizio; b) il possesso di una quota di mercato riferita ai ricavi da pubblicità, da televendite, da sponsorizzazioni, da contratti o convenzioni con

soggetti pubblici e privati, da provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento inferiore all'1%; c) la natura di canale tematico. Nel periodo di riferimento sono pervenute 8 richieste di deroga da parte di società esercenti canali trasmessi su più piattaforme trasmissive. La Tabella 3.35 riassume la tipologia dei soggetti richiedenti, evidenziando in particolare la presenza di operatori esercenti canali tematici, e in via secondaria di operatori, anche tematici, in possesso di una quota di mercato inferiore all'1%, mentre appaiono residuali le richieste fondate sulla mancata realizzazione di utili.

Tabella 3.35. *Classificazione delle istanze di deroga pervenute*

| | |
|--|----------|
| Canale tematico | 3 |
| Mancata realizzazione di utili nell'ultimo biennio | 0 |
| Quota di mercato inferiore all'uno per cento | 1 |
| Canale tematico e quota di mercato inferiore all'uno per cento | 4 |
| Totale | 8 |

Fonte: Autorità

Una volta verificata la sussistenza di tali requisiti, l'Autorità è chiamata a valutare l'istanza di deroga, tenendo conto, tra l'altro, della tipologia del programma televisivo, del pubblico di riferimento, della linea editoriale e della sua coerenza con l'effettiva programmazione, della tipologia dell'offerta in chiaro o a pagamento, dell'effettiva disponibilità di prodotto compatibile con la linea editoriale del programma.

Il maggior numero di deroghe accordate riguarda gli obblighi di programmazione in opere specificamente rivolte ai minori, che trova il proprio fondamento esclusivamente nelle caratteristiche dei canali di volta in volta esaminati. Per quel che riguarda il primo tipo di obbligo, la deroga è stata accordata solo in presenza di canali tematici, anche con quote di mercato inferiori all'uno per cento, caratterizzati da una programmazione che di fatto non prevede trasmissioni specificamente rivolte ai minori, per i quali l'eventuale investimento nelle stesse avrebbe dunque comportato una dispersione delle risorse finanziarie impiegate per l'approvvigionamento dei programmi essenziali al raggiungimento degli obiettivi di ascolto programmati e della conseguente raccolta pubblicitaria. Nella maggior parte dei casi si tratta di canali disponibili a pagamento, con un pubblico estremamente fidelizzato, per il quale il disallineamento dalla linea editoriale comporterebbe il rischio di disincentivare la sottoscrizione dell'abbonamento. Con riferimento alle opere di produttori indipendenti europei, invece, la deroga è stata accordata esclusivamente in due casi di palinsesti fortemente specializzati in uno specifico genere, e contraddistinti da una programmazione sostanzialmente autoprodotta, non compatibile con l'offerta disponibile sul mercato da parte dei produttori indipendenti. È stata altresì concessa una deroga totale fondata sulla natura tematica legata ad un sottogenere la cui produzione è fortemente caratterizzata per ogni singolo paese.

Gli obblighi di programmazione

Si possono riassumere quattro categorie di obblighi di programmazione rilevanti ai fini dell'attività sanzionatoria su segnalazione:

- a) tenuta del registro dei programmi;
- b) conservazione delle registrazioni;
- c) interconnessione;
- d) durata della programmazione.

La diffusione di programmi radiofonici e/o televisivi, realizzati con qualsiasi mezzo tecnico, ha carattere di preminente interesse generale e in questo contesto risultano fondamentali le prime due categorie che attengono agli obblighi che i concessionari radiotelevisivi e le emittenti satellitari sono tenuti ad osservare in ossequio all'art. 20, commi 4 e 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, all'art. 10, comma 1, della delibera n. 127/00/CONS e all'art. 1, comma 1, della delibera n. 54/03/CONS sugli obblighi di tenuta del registro dei programmi e di conservazione della registrazione dei programmi, nonché al Testo unico della radiotelevisione come modificato dalla legge 6 giugno 2008, n. 101. Infatti, i concessionari privati, in particolare, devono conservare e aggiornare un registro sul quale devono essere annotati settimanalmente una serie di dati, tenendo conto di schemi di classificazione minimi comuni e più dettagliati per alcune categorie di emittenti, così come stabiliti nella citata delibera n. 54/03/CONS. Il registro dei programmi e l'archivio magnetico – ovvero, la conservazione delle registrazioni per i tre mesi successivi alla data di trasmissione dei programmi stessi – costituiscono due importanti strumenti di vigilanza, ma anche di conoscenza previsti per poter risalire alla programmazione irradiata da ogni emittente nel medio periodo, elemento questo necessario e imprescindibile per valutare la programmazione delle emittenti radiotelevisive e la conseguente ottemperanza alle norme di legge.

In tale ambito, l'Autorità ha adottato:

- a) 62 provvedimenti di ordinanza ingiunzione, di cui:

– 43 relativi alla tenuta del registro (delibera n. 119/10/CSP – euro 516, Telecapri; delibera n. 131/10/CSP – euro 516, Life Gate Radio 1; delibera n. 132/10/CSP – euro 516, Life Gate Radio 2; delibera n. 133/10/CSP – euro 516, Life Radio 3; delibera n. 134/10/CSP – euro 516, Life Gate Radio 4) (delibera n. 148/10/CSP – euro 1.032, Radio Elleuno; delibera n. 151/10/CSP – euro 516, Telenorba 7; delibera n. 152/10/CSP – euro 516, Tele Antenna Uno; delibera n. 169/10/CSP – euro 516, TGS Telegiornale di Sicilia; delibera n. 170/10/CSP – euro 516, TRC- Telemodena; delibera n. 172/10/CSP – euro 516, Radio Lanciano; delibera n. 173/10/CSP – euro 516, Radio Monte Kronio Tv; delibera n. 188/10/CSP – euro 516, Videonola; delibera n. 190/10/CSP – euro 516, Canale 58; delibera n. 192/10/CSP – euro 516, Radio Alta; delibera n. 194/10/CSP – euro 5.165, Rai Sat; delibera n. 218/10/CSP – euro 5.165, Radio Studio 105; delibera n. 232/10/CSP - euro 1.032, Teleradio Alfa; delibera n. 233/10/CSP - euro 1.032, Tlc Telelibera Campania; delibera n. 234/10/CSP - euro 516, Tele A; delibera n. 238/10/CSP - euro 516, Canale Italia; delibera n. 239/10/CSP – euro 1.032, Telecapri; delibera n. 259/10/CSP - euro 516, Italia Mia; delibera n. 03/11/CSP – euro 516, Radio Monte Kronio Tv; delibera n. 05/11/CSP – euro 516, Telecentro; delibera n. 07/11/CSP – euro 516, Tv Parma; delibera n. 08/11/CSP – euro 516, Telemodena; delibera n. 09/11/CSP – euro 516, Nuovarete; delibera n. 11/11/CSP – euro 516, TV rete 7; delibera n. 13/11/CSP – euro 516, Videoregione; delibera n. 15/11/CSP – euro 516, Telesanterno; delibera n. 18/11/CSP – euro 516, Tele 1; delibera n. 26/11/CSP – euro 516, Teleducato Piacenza; delibera n. 38/11/CSP – euro 516, Libera; delibera n. 39/11/CSP – euro 516, Puglia Tv; delibera n. 48/11/CSP – euro 516, M20; delibera n. 65/11/CSP – euro 516, Telenorba 7; delibera n. 66/11/CSP – euro 5.165, Nat Geo Adventure; delibera n. 76/11/CSP – euro 516, Radio Telesia; delibera

n. 77/11/CSP – euro 516, Teleromagna; delibera n. 84/11/CSP, euro 516, Teleradio-erre; delibera n. 85/11/CSP, euro 516, Telesveva; delibera n. 86/11/CSP, euro 516, Radio Tour Basilicata);

– 19 relativi alla conservazione delle registrazioni (delibera n. 149/10/CSP – euro 516, Elleuno; delibera n. 150/10/CSP – euro 1.032, Tele Radio del Mediterraneo; delibera n. 171/10/CSP – euro 516, Radio Lanciano; delibera n. 189/10/CSP – euro 516, Videonola; delibera n. 191/10/CSP – euro 516, Canale 58; delibera n. 193/10/CSP – euro 516, Radio Alta; delibera n. 200/10/CSP – euro 5.165, Retecapri; delibera n. 04/11/CSP – euro 516, Tele 1; delibera n. 06/11/CSP – euro 516, Telecentro; delibera n. 10/11/CSP – euro 516, Telemilia; delibera n. 12/11/CSP – euro 516, Telelibertà; delibera n. 14/11/CSP – euro 516, Telestudio Modena; delibera n. 16/11/CSP – euro 516, Telesanerno; delibera n. 17/11/CSP – euro 516, Teleravenna; delibera n. 27/11/CSP – euro 516, Teleducato Parma; delibera n. 28/11/CSP – euro 516, Icaro Rimini Tv; delibera n. 29/11/CSP – euro 516, All News; delibera n. 40/11/CSP – euro 516, Puglia Tv; delibera n. 83/11/CSP, euro 516, Teleregione);

b) 1 provvedimento di archiviazione per presunta violazione dell'art. 20, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223.

Inoltre, 11 procedimenti sono stati avviati con contestazione in relazione alla violazione dell'art. 20, commi 4 e 5, della legge n. 223/90 e dell'art. 10, comma 1, della delibera n. 127/00/CONS e art. 1, comma 1, della delibera n. 54/03/CONS.

3.13. Le autorizzazioni satellitari e le autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

Le autorizzazioni satellitari

Le procedure per il rilascio dei titoli abilitativi in favore delle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della convenzione europea sulla televisione transfrontaliera – stipulata a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificata con legge 5 ottobre 1991, n. 327 – sono disciplinati dal regolamento approvato dall'Autorità con la delibera n. 127/00/CONS del 1° marzo 2000.

Ai sensi dell'art. 5, comma 1, del citato regolamento, i provvedimenti di autorizzazione – avviati previa presentazione, da parte del soggetto interessato, di apposita istanza in rapporto a ciascuno dei programmi che si intende diffondere – sono rilasciati per la durata di sei anni e possono essere rinnovati.

In ragione di ciascuna istanza presentata, i soggetti interessati sono tenuti al versamento di un contributo a favore dell'Autorità, quale titolo di rimborso delle spese dell'istruttoria per la decisione sulla domanda di autorizzazione. Il contributo è adeguato all'inizio di ogni anno solare in misura pari al tasso programmato di inflazione. Conformemente a quanto avvenuto per gli anni 2009 e 2010, fino al 31 marzo 2011, il predetto adeguamento è stato sospeso, in applicazione dell'art. 1 del decreto-legge 29 dicembre 2010 n. 225, recante "Proroga dei termini previsti da disposizioni legislative e di interventi urgenti in materia tributaria e di sostegno alle imprese e alle famiglie". Alla data odierna, il contributo in questione non è stato ancora aggiornato, nelle more delle eventuali determinazioni che potrebbero essere assunte in attuazione della disposizione di cui all'allegato alla legge 26 febbraio 2011, n. 11.

Nel periodo di riferimento, il volume di attività attinente l'adozione dei provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite dei programmi televisivi si riassume nei dati riportati nella Tabella 3.36.

Tabella 3.36. *Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi*

| | Anno 2010/11 | Anno 2009/10 |
|---|---------------------|---------------------|
| Domande di autorizzazione/rinnovo/voltura/modifica presentate | 64 | 62 |
| Autorizzazioni rilasciate | 30 | 32 |
| Autorizzazioni rinnovate | 12 | 6 |
| Autorizzazioni volturate | 15 | 13 |
| Autorizzazioni modificate secondo le comunicazioni ricevute | - | 9 |
| Provvedimenti in trattazione | 7 | 2 |

Fonte: Autorità

Dalla lettura comparativa dei dati presenti con quelli pertinenti la precedente annualità, si registra una lieve crescita nel numero delle nuove autorizzazioni – a seguito del-

l'allargamento dell'offerta al pubblico di nuovi canali da parte di operatori già presenti nel settore dell'audiovisivo – e un notevole incremento nel numero delle autorizzazioni rinnovate/volturnate, indice dell'inclinazione ad una complessiva stabilizzazione del sistema della televisione satellitare, attuato anche per il tramite di accorpamenti e fusioni societarie, seppure pervaso da un timido tentativo di rilancio nella crescita del settore.

Nel periodo di riferimento, la consistenza globale del settore dell'emittenza televisiva via satellite trova sintesi, nel suo complesso, nel numero dei programmi e nel numero dei soggetti autorizzati (Tabella 3.37).

Tabella 3.37. Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite

| | |
|--|-----|
| Totale programmi autorizzati – rinnovati | 372 |
| Totale soggetti autorizzati | 145 |
| Totale autorizzazioni decadute | 118 |

Fonte: Autorità

I dati anagrafico-tecnici dichiarati dai soggetti istanti – e con riguardo a ciascuno dei provvedimenti di autorizzazione rilasciati – sono acquisiti in uno specifico database, la cui gestione consente, attraverso la registrazione delle singole posizioni e l'aggiornamento di ogni successiva pertinente variazione, l'esercizio di una funzione generale di monitoraggio del settore.

In applicazione delle disposizioni regolamentari vigenti, ai soggetti titolari di autorizzazione compete, altresì, di comunicare ogni eventuale variazione delle informazioni o dei documenti forniti per il procedimento iniziale. Per tale aspetto, i dati maggiormente incisi da processi di cambiamento si sostanziano, massimamente, nel mutamento dell'assetto societario delle società emittenti, nella modifica delle denominazioni dei programmi diffusi, nel cambiamento del sistema tecnico di trasmissione. Alle predette fattispecie si aggiungono, poi, gli atti conseguenti alle comunicazioni delle variazioni tecniche, che le emittenti sono tenute a fornire all'Autorità ai sensi del predetto regolamento.

Per quanto attiene, infine, al profilo della vigilanza, anche nel periodo temporale in esame è proseguita la correlata attività nei confronti delle emittenti satellitari che, in violazione della disciplina normativa vigente, diffondono in chiaro, anche durante le ore diurne, programmi a contenuto erotico/pornografico diretti, principalmente, a pubblicizzare numerazioni a tariffazione speciale per servizi a sovrapprezzo. Tale attività, si avvale della costante collaborazione e del supporto tecnico della Polizia delle comunicazioni e del Nucleo speciale della Guardia di finanza.

In linea più generale, infine, nell'ottica di una obiettiva parametrizzazione del sistema dell'emittenza televisiva satellitare e degli attori che in esso operano, e nella dinamica di un rafforzamento degli strumenti della vigilanza, nel periodo in esame è continuata, nei confronti delle società autorizzate alla diffusione di trasmissioni televisive via satellite, l'attività già in precedenza avviata e diretta ad acquisire informazioni e dati in ordine sia all'ubicazione degli apparati di *up-link* dalle stesse utilizzati, sia alle società partner che rendono ad esse disponibile la necessaria capacità trasmissiva.

In esito a tale attività, nei confronti delle società titolari di autorizzazioni rilasciate ai sensi della delibera n. 127/00/CONS, non sono emersi casi di sentenze di fallimento emanate ad opera dell'Autorità giudiziaria, sentenze che comportano, sulla base della regolamentazione vigente, la decadenza automatica delle autorizzazioni stesse

in assenza della prevista autorizzazione alla continuazione temporanea dell'impresa da parte dell'Autorità giudiziaria.

Il regolamento concernente la diffusione via satellite di programmi televisivi, di cui alla delibera n. 127/00/CONS – sulla base del quale la materia è ancora unicamente disciplinata – costituirà oggetto di una revisione a seguito dell'entrata in vigore del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 che ha approvato il Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici.

Le autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelesive e subentri nella titolarità di autorizzazioni per fornitore di contenuti

La digitalizzazione del segnale radiotelevisivo ha dato luogo a fattispecie di cessioni di titoli amministrativi per la fornitura di contenuti audiovisivi in attuazione della disposizione di cui all'art. 4, comma 1, della delibera n. 435/01/CONS, la quale prescrive che il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni consenta il subentro della società acquirente nella titolarità dell'autorizzazione generale ceduta, sentita l'Autorità, ossia previo l'assenso corrisposto dall'Autorità stessa in esito alla valutazione, sotto il profilo soggettivo ed oggettivo, del possesso dei requisiti in capo al soggetto interessato.

La previsione normativa, nel delineare il ruolo dell'Autorità nell'ambito di un procedimento complesso, suggerisce in via analogica l'ipotesi di una similitudine procedimentale tra i casi di trasferimento di proprietà, mediante cessione, del titolo concessorio e/o autorizzatorio di società radiotelesive e quello del trasferimento di proprietà, mediante cessione, dell'autorizzazione già rilasciata dal Ministero.

Sulla base del dettato normativo, l'Autorità, nel caso di trasferimento di proprietà mediante cessione dell'autorizzazione già rilasciata ad altro soggetto, esercita la competenza a valutare, nei confronti del soggetto acquirente, il rispetto del possesso dei requisiti e dei limiti anticoncentrativi previsti dalle delibere n. 435/01/CONS e n. 646/06/CONS, secondo le modalità introdotte da quest'ultima.

La fattispecie del trasferimento di proprietà delle società che esercitano l'attività radiotelevisiva resta comunque governata dalla disciplina autorizzatoria prevista dalla delibera n. 646/06/CONS, predisposta sulla base della prescrizione dell'art. 1, comma 6, lett. c), n. 13, della legge 31 luglio 1997, n. 249 e delle disposizioni del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione, ora Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici). Successivamente, 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", all'art. 16, comma 4 bis, ha introdotto (mediante la sostituzione della lettera p) dell'art. 2, comma 1, del citato decreto legislativo n. 177/05) una nuova definizione della locuzione "ambito locale televisivo", prospettandolo quale "esercizio dell'attività di radiodiffusione televisiva 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 è denominato "regionale" o "provinciale" quando il bacino di esercizio dell'attività di radiodiffusione televisiva è 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 disposizione di cui al citato art. 16, comma 4 bis, ha introdotto, altresì, la sostituzione del comma 3 dell'art. 23 del predetto decreto legislativo n. 177/05,

disponendo 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 [...] 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 [...]".

Tali previsioni sono state sostanzialmente confermate dal decreto legislativo n. 44 del 15 marzo 2010 (Testo unico dei servizi *media* audiovisivi e radiofonici), il quale all'art. 2, comma 1, lett. z) conferma la definizione di "ambito locale televisivo" nell'esatta allocuzione dianzi delineata, mentre alla lett. v) qualifica l'"ambito locale radiofonico" quale "esercizio dell'attività di radiodiffusione sonora, con irradiazione del segnale fino ad una copertura massima di quindici milioni di abitanti". Restano sostanzialmente immutati anche i limiti anticoncentrativi sopra delineati, in quanto confermati dall'art. 23, comma 3, del decreto legislativo stesso.

Sotto il profilo operativo, il volume di attività svolta nel periodo di riferimento include l'avvio di n. 32 procedimenti autorizzatori correlati al trasferimento di proprietà, di cui n. 4 procedimenti hanno dato luogo a un non doversi procedere. Tali procedimenti hanno interessato, nel complesso, società concessionarie televisive in ambito locale, società concessionarie radiofoniche in ambito locale, nonché società autorizzate per l'esercizio di emittenti televisive satellitari e società esercenti attività televisiva in tecnica digitale terrestre.

Più nel dettaglio, i provvedimenti di autorizzazione al trasferimento di proprietà rilasciati hanno interessato: n. 10 società concessionarie radiotelevisive in ambito locale; n. 13 società concessionarie radiofoniche in ambito locale; n. 1 società autorizzata alla diffusione via satellite di programmi televisivi; n. 4 società autorizzate alla trasmissione in tecnica digitale.

Nello stesso periodo, sono stati avviati anche altri procedimenti diretti al rilascio dell'autorizzazione preordinata alla cessione dell'azienda televisiva, ai sensi dell'art. 11, comma 2 della delibera n. 78/98 dell'Autorità. Il procedimento relativo, che compete in parte al Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento 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.

In applicazione di tale disciplina, i provvedimenti di autorizzazione alla cessione di azienda televisiva sono stati complessivamente n. 13 e hanno riguardato esclusivamente emittenti televisive, di cui n. 3 procedimenti hanno considerato emittenti televisive di carattere comunitario.

Nel quadro complessivo delle attività svolte, particolare evidenza, per la sua portata innovativa, ha assunto il provvedimento di autorizzazione al trasferimento di proprietà, mediante cessione da una società a un'altra, di un'autorizzazione generale per fornitore di programmi televisivi e di dati, destinati alla diffusione in tecnica digitale terrestre in ambito nazionale.

Inoltre è stato effettuato un provvedimento di contestazione nei confronti di una società esercente un'emittente televisiva in ambito locale per la violazione degli articoli 3 e 20 della delibera n. 646/06/CONS in combinato disposto con l'art. 1, comma 30, della legge 31 luglio 1997 n. 249, per mancata comunicazione sia nell'istanza iniziale sia nella successiva richiesta di chiarimenti, di un collegamento societario fra la società istante ed altra società operante nel Sistema integrato delle comunicazioni. A seguito dell'intervenuta oblazione, detta contestazione si è conclusa con l'emanazione della delibera di archiviazione del procedimento stesso.

3.14. Le comunicazioni commerciali

La comunicazione commerciale televisiva e radiofonica

L'art. 1, comma 6, lett. b), nn. 3 e 5, della legge n. 249 del 1997 ha affidato all'Autorità il compito della vigilanza sulle modalità di distribuzione dei servizi e dei prodotti, inclusa la pubblicità in qualunque forma diffusa, l'emanazione dei regolamenti attuativi delle disposizioni di legge in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite, nonché l'interazione organizzata tra il fornitore del prodotto o servizio o il gestore di rete e l'utente che comporti acquisizione di informazioni all'utente, e infine l'utilizzazione delle informazioni relative agli utenti.

Il monitoraggio sulle emittenti televisive e radiofoniche, attuato per mezzo della registrazione e della successiva visione dei filmati televisivi trasmessi, permette l'effettuazione dei controlli sulla comunicazione commerciale delle emittenti televisive, sia nazionali che locali, ai fini dell'esercizio del potere sanzionatorio in caso di eventuali violazioni della relativa disciplina normativa e regolamentare. Le rilevazioni sono quantitative, qualora attengano alla durata degli eventi pubblicitari, e qualitative, allorché riguardino il posizionamento della comunicazione commerciale all'interno dei programmi o tra i programmi stessi e l'analisi di alcuni contenuti pubblicitari, al fine di garantire l'utenza o preservare ambiti merceologici la cui promozione è disciplinata o vietata dalla legge.

Inoltre, nell'ambito dell'attività svolta dall'Autorità in materia di comunicazione commerciale occorre altresì ricordare l'istruzione di pareri in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette.

L'evoluzione del quadro normativo

Il più volte citato decreto legislativo n. 44/2010 ha innovato in maniera radicale il Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici in ordine ad alcuni aspetti peculiari della trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva. In particolare, è stata modificata la disciplina di alcune modalità di trasmissione della pubblicità. Fermi restando i limiti di affollamento orario, viene stabilito che le interruzioni pubblicitarie all'interno dei programmi possano avvenire ogni 30 minuti, e riguardare anche le opere cinematografiche e nei telegiornali. È stato anche regolamentato l'inserimento di prodotti all'interno di programmi televisivi.

L'articolo 40-*bis* del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, introdotto dal decreto legislativo n. 44/2010 in attuazione della direttiva europea sui servizi di *media* audiovisivi, ha consentito per specifiche categorie di programmi (opere cinematografiche, film e serie prodotti per i servizi di *media* audiovisivi, programmi sportivi e programmi di intrattenimento leggero) l'inserimento di prodotti, assoggettandolo ad alcune condizioni intese a evitare l'esercizio di influenza da parte degli inserzionisti sul contenuto editoriale dei programmi e a introdurre appositi strumenti di identificazione della presenza di prodotti commerciali per renderne consapevole il telespettatore. La disposizione pone a carico dei soggetti che vogliono avvalersi della possibilità di inserire dei prodotti l'onere di adottare appositi testi di autoregolamentazio-

ne che dettagliano le condizioni di legge per l'inserimento di prodotti, e conferisce all'Autorità la funzione di vigilanza sul rispetto delle previsioni autoregolamentari.

Nell'esercizio di tale competenza, l'Autorità ha esaminato diversi testi autoregolamentari, richiamando in alcuni casi a un più puntuale dettaglio delle condizioni di legge, in particolare con riferimento alle previsioni limitative dell'influenza sul contenuto editoriale e del divieto di attribuzione di indebito rilievo ai prodotti inseriti nel programma.

Inoltre, in considerazione della complessità della materia oggetto di autoregolamentazione, della novità delle fattispecie e della diversificazione delle possibili forme di inserimento dei prodotti anche in relazione ai diversi *media* audiovisivi e radiofonici, con la delibera n. 19/11/CSP del 20 gennaio 2011, l'Autorità ha deliberato l'istituzione di un apposito osservatorio permanente in materia di inserimento dei prodotti, quale sede di interlocuzione tra gli operatori e l'Autorità relativamente alle problematiche derivanti dalla applicazione pratica dell'inserimento dei prodotti nei programmi dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, alla individuazione delle fattispecie concrete e alla analisi della compatibilità delle varie forme di inserimento con la normativa interna e comunitaria, a tale scopo garantendo altresì il contributo tecnico dell'Autorità alle istanze istituzionali e autodisciplinari, interne, comunitarie e internazionali sulla specifica materia del *product placement*.

L'Autorità, inoltre, verifica il rispetto della delibera n. 34/09/CSP recante disposizioni in materia di livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite, che dispone che le emittenti radiotelevisive pubbliche e private e i fornitori di contenuti operanti su frequenze terrestri e via satellite non possano diffondere messaggi pubblicitari e televendite con una potenza superiore a quella ordinaria dei programmi, secondo un algoritmo e parametri di rilevazione definiti dalla stessa Autorità, di cui sono state evidenziate le linee salienti nella scorsa Relazione. L'Autorità, con la collaborazione della Fondazione Ugo Bordoni, ha portato avanti una campagna di misura sperimentale effettuata nel corso del 2010, dalla quale è stata rilevata una sostanziale ottemperanza alle norme da parte delle emittenti televisive.

L'attività di vigilanza e sanzionatoria

L'attività di vigilanza sulla pubblicità trasmessa dalle emittenti televisive si esplica attraverso il controllo della programmazione delle emittenti sia nazionali che locali.

Per quanto riguarda le emittenti nazionali, si possono distinguere tre modalità di monitoraggio:

a) sulle concessionarie televisive analogiche a livello nazionale e sulle più rilevanti emittenti digitali terrestri viene effettuato un monitoraggio sistematico sull'intera programmazione, attraverso la registrazione dei programmi e la successiva analisi e catalogazione delle diverse forme di comunicazione commerciale trasmesse nel corso di ciascuna giornata televisiva;

b) sulle emittenti terrestri locali e satellitari il monitoraggio viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di alcune tipologie di programmi, per l'onerosità degli apparati necessari per la rilevazione (ampia gamma di strumenti necessari per la ricezione quali antenne e ricevitori, e differenti codifiche del segnale);

c) sulle emittenti radiofoniche, l'attività di specifico controllo e avvio del procedimento istruttorio è finora avvenuta su base di segnalazione e/o denuncia, con l'ausilio sia di uffici e personale specifici del corpo della Guardia di finanza e della Polizia posta-

le in attesa del monitoraggio sistematico su tutte le emittenti radiofoniche che trasmettono sul territorio nazionale, avviato da una società aggiudicataria del servizio con gara europea, al fine di poter vigilare in maniera univoca sull'intero territorio.

Per quanto riguarda le emittenti locali, sia radiofoniche che televisive, non essendo possibile l'esplicazione di un monitoraggio di natura sistematica, data la numerosità delle emittenti, che comporterebbe elevatissimi oneri per l'effettuazione del monitoraggio e vincoli di natura tecnica per l'impossibilità di procedere alla ricezione e alla raccolta di tutti i segnali diffusi da una unica postazione di rilevazione, il monitoraggio è stato delegato dall'Autorità alle proprie strutture di decentramento funzionale, i Comitati regionali per le comunicazioni (Corecom), che operano a campione o su segnalazione, e inoltrano documentazione del procedimento pre-istruttorio agli uffici competenti dell'Autorità per la successiva sanzione.

Nell'ambito dell'attività di vigilanza e sanzionatoria si riscontrano miglioramenti a seguito dell'applicazione della nuova disciplina anche con riferimento al procedimento di istruzione della pratica amministrativa.

Lo stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria nei confronti delle concessionarie radiotelevisive a diffusione nazionale è riportato nella Tabella 3.38, per il periodo maggio 2010 - marzo 2011.

Tabella 3.38. *Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva*

| Tipo infrazione | Emittente | Contestazione | Archiviazione | Ingiunzione | Importo (euro) |
|--|------------------|---------------|---------------|-------------|----------------|
| 1. Affollamento sulle emittenti private | SPORTITALIA | - | | 94/10/CSP | 20.658 |
| | ITALIA 1 | 159/10/DIC | | | |
| 2. Interruzione partite di calcio | RETECAPRI | - | | 119/10/CSP | 20.658 |
| | RAI 1 | 106/10/DIC | 251/10/CSP | | - |
| | RAI 2 | 107/10/DIC | | 252/10/CSP | 10.329 |
| 3. Distanza tra interruzioni successive | RAI 1 | 146/10/DIC | | 68/11/CSP | 10.329 |
| | CANALE 5 | - | | 223/10/CSP | 30.987 |
| 4. Divieto di comunicazioni commerciali di bevande superalcoliche | LA 7 | - | | 13/10/CSP | 10.329 |
| | SKY SPORT1 | - | | 128/10/CSP | 75.000 |
| 5. Comunicazioni commerciali non segnalate | RAI 1 | 140/10/DIC | 67/11/CSP | | |
| | RADIO STUDIO 105 | 161/10/DIC | | | |
| | RAI 2 | 3/11/DIC | | | |
| | RAI 1 | 15/11/DIC | | | |
| 6. Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi | SKY SPORT 3 | - | 235/10/CSP | | |
| | FOX | - | 147/10/CSP | | |
| | BOING | - | | 244/10/CSP | 10.329 |

Fonte: Autorità

In aggiunta a tali dati, sempre con riferimento alle emittenti locali e nazionali, nell'arco temporale in esame, è opportuno riferire che sono stati avviati con contestazione, a seguito di segnalazione degli Ispettorati territoriali del Ministero dello sviluppo economico, della Guardia di finanza, dei Comitati regionali per le comunicazioni e del Comitato *media* e minori, di segnalazioni non qualificate e attività di monitoraggio d'ufficio, 13 procedimenti per la violazione dell'art. 5-ter del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite (adottato con delibera n. 538/01/CSP), introdotto con la delibera n. 34/05/CSP in materia di televendite di servizi di cartomanzia e di pronostici concernenti il gioco del lotto.

Per quanto, invece, concerne le emittenti radiofonica e televisive in ambito locale, con riferimento alle violazioni della normativa in materia di comunicazione commerciale, nel medesimo periodo, relativamente alla materia descritta sono stati adottati dall'organo collegiale i seguenti provvedimenti sanzionatori:

a) 73 provvedimenti di ordinanza-ingiunzione (delibera n. 95/10/CSP euro 20.658, Studio Europa; delibera n. 97/10/CSP – euro 2.066, Med 1; delibera n. 111/10/CSP – euro 19.627, Napoli Canale 21; delibera n. 118/10/CSP – euro 10.329, House Channel; delibera n. 126/10/CSP – euro 4.132, Napoli Canale 21; delibera n. 129/10/CSP – euro 3.099, Telecupole; delibera n. 130/10/CSP – euro 10.329, Star Sat; delibera n. 142/10/CSP – euro 51.645, Telefortune Sat; delibera n. 143/10/CSP – euro 1.033, TVR Voxson; delibera n. 144/10/CSP, - euro 1.033, Telegenova; delibera n. 145/10/CSP – euro 10.329, Galaxy Tv; delibera n. 146/10/CSP – euro 1.033, Televita; delibera n. 166/10/CSP – euro 2.066, Radio Monte Kronio Tv; delibera n. 168/10/CSP – euro 2.066, Med 1; delibera n. 182/10/CSP – euro 3.099, Europa Tv; delibera n. 183/10/CSP – euro 2.066, Gold Tv; delibera n. 184/10/CSP – euro 1.033, TVLuna; delibera n. 185/10/CSP – euro 2.066, Rete 8; delibera n. 186/10/CSP – euro 1.033, Telemare; delibera n. 187/10/CSP – euro 20.658, Telecampione; delibera n. 207/10/CSP – euro 5.165, Telenostra; delibera n. 208/10/CSP – euro 10.330, Telenostra; delibera n. 209/10/CSP – euro 2.066, Telenostra; delibera n. 210/10/CSP – euro 2.066, Telenostra; delibera n. 214/10/CSP – euro 10.329, Italy Sat; delibera n. 215/10/CSP – euro 4.132, Tele Radio del Mediterraneo; delibera n. 216/10/CSP – euro 10.329, Casa Italia; delibera n. 217/10/CSP – euro 20.658, Studio Europa; delibera n. 224/10/CSP – euro 51.646, Telenostra; delibera n. 225/10/CSP – euro 14.482, Telenostra; delibera n. 226/10/CSP – euro 16.528, Tele A; delibera n. 227/10/CSP – euro 3.099, Teleradio Alfa; delibera n. 228/10/CSP – euro 3.099, Teleradio Alfa; delibera n. 230/10/CSP – euro 5.165, Telenostra; delibera n. 231/10/CSP – euro 2.066, Tele Radio del Mediterraneo; delibera n. 236/10/CSP – euro 20.660, Tele A; delibera n. 237/10/CSP – euro 4.132, Tele A; delibera n. 249/10/CSP – euro 4.132, Tele A; delibera n. 257/10/CSP – euro 10.329, Italia Mia; delibera n. 258/10/CSP – euro 6.198, Rete Oro; delibera n. 20/11/CSP – euro 5.165, Telenorba 7; delibera n. 21/11/CSP – euro 16.528, Telenorba 7; delibera n. 22/11/CSP – euro 10.329, Lotto Sat; delibera n. 23/11/CSP – euro 30.987, Pianeta Tv; delibera n. 24/11/CSP – euro 10.329, Carisma Tv; delibera n. 25/11/CSP – euro 2.066, Med 1; delibera n. 32/11/CSP – euro 77.469, Telecapri; delibera n. 33/11/CSP – euro 10.330, Telecapri; delibera n. 36/11/CSP – euro 10.329, In Tv; delibera n. 47/11/CSP – euro 10.329, Tele Lotto), (delibera n. 49/11/CSP – euro 7.231, 7 Gold; delibera n. 51/11/CSP – euro 14.462, Tele A; delibera n. 52/11/CSP – euro 1.033, Telequattro; delibera n. 53/11/CSP – euro 2.066, Telefriuli; delibera n. 54/11/CSP – euro 16.528, Telecapri; delibera n. 55/11/CSP – euro 20.658, La 8; delibera n. 56/11/CSP – euro 2.066, 7 Gold; delibera n. 57/11/CSP – euro 10.329, Telefortune Sat; delibera n. 58/11/CSP – euro 10.329, Retecapri; delibera n.

59/11/CSP – euro 10.329, Cassiopea; delibera n. 60/11/CSP – euro 10.329, Star Sat; delibera n. 61/11/CSP – euro 10.329, Nostradamus Tv; delibera n. 62/11/CSP – euro 10.329, Telecampione Sat; delibera n. 63/11/CSP – euro 3.099, Telemondo; delibera n. 64/11/CSP – euro 8.264, Telequattro; delibera n. 71/11/CSP – euro 2.066, Nuova Rete; delibera n. 72/11/CSP – euro 2.066, Telerent; delibera n. 73/11/CSP – euro 41.316, Casa Italia; delibera n. 74/11/CSP – euro 4.132, Telenord; delibera n. 75/11/CSP – euro 5.165, Liguria Tv; delibera n. 79/11/CSP – euro 5.165, Telenord; delibera 89/11/CSP – euro 10.329, Carisma Tv; delibera n. 90/11/CSP – euro 10.330, Telealtobut);

b) 2 provvedimenti di archiviazione (delibera n. 117/10/CSP, Napoli Mia; delibera n. 219/10/CSP – Telenostra).

Le pratiche commerciali scorrette

A seguito dell'entrata in vigore, il 21 settembre 2007, dei decreti legislativi n. 145 e n. 146, che hanno adeguato la normativa interna in materia di pubblicità ingannevole e comparativa e di pratiche commerciali scorrette alle disposizioni della direttiva 2005/29/CE, l'Autorità è ora chiamata ad esprimere il proprio parere sia sulla pubblicità, sia sulle pratiche commerciali, quando le stesse siano o debbano essere diffuse attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione.

La norma (art. 26, comma 5, del Codice del consumo adottato con decreto legislativo n. 206/2005), che disponeva l'obbligatorietà del parere non vincolante "quando il messaggio pubblicitario è stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione" è stata modificata con la sostituzione delle parole "pubblicità" e "pratica commerciale" alla originaria espressione "messaggio pubblicitario", lasciando inalterata la sostanza e la *ratio* della norma. D'altro canto, essa ha introdotto, nella nuova prospettiva di tendenza che favorisce le pratiche di *moral suasion*, il nuovo istituto degli "impegni", consistenti in una dichiarazione del professionista avente a oggetto la modifica del messaggio o della pratica e l'impegno a riparare le conseguenze del comportamento contestato, che viene recepita e resa obbligatoria attraverso l'accettazione da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato con la conseguenza di "far venire meno i profili di illegittimità della pubblicità".

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha provveduto a rendere 144 pareri su 173 messaggi pubblicitari, di cui 43 su messaggi diffusi attraverso la stampa periodica e quotidiana, 7 per via telefonica, 3 per via radiofonica e 26 televisiva, 94 tramite altri mezzi di comunicazione, di cui 82 su internet; 34 dei pareri resi riguardano messaggi diffusi su più mezzi.

3.15. La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione

Nel trattare le tematiche relative alla rilevazione degli indici di ascolto, il moltiplicarsi di piattaforme e di canali, insieme alla disponibilità di nuovi contenuti, ha rappresentato il presupposto imprescindibile per considerare il fenomeno della frammentazione dell'audience quale nuova e necessaria categoria interpretativa. Tuttavia, occorre rilevare come il generale ampliamento dell'offerta di contenuti editoriali e la presa d'atto dell'esistenza di un'audience frammentata non siano elementi sufficienti a spiegare la complessità intervenuta nello studio dei diversi pubblici di riferimento. Allo stesso modo osservare il solo moltiplicarsi dei canali e dei relativi contenuti, anche al netto del fenomeno della convergenza delle reti e delle tecnologie, potrebbe indurre a ritenere che si tratti di un fenomeno passeggero e che, dopo un periodo di assestamento, i dati possano tornare ad essere "solidi".

Il cambiamento in atto, invero, non è generato *sic et simpliciter* dalla convergenza tecnologica, né può essere considerato temporaneo; esso rappresenta piuttosto un cambiamento sociale, assimilato dagli individui e tradotto in pratiche quotidiane all'interno di un processo più ampio che prende il nome di convergenza e che non si traduce tout court in una fase continua di sviluppo tecnologico, ma assume i connotati di un cambiamento culturale e sociale.

Se in un passato prossimo, parallelamente alla convergenza delle reti, e dell'economia dei *media*, le tecnologie digitali hanno alimentato anche il processo inverso e speculare della divergenza dei contenuti, la veicolazione di questi ultimi attraverso diverse piattaforme di distribuzione, quali la tv digitale e il *web*, gli *e-book*, i telefonini di seconda e terza generazione e i *tablet*, favorendo la frammentazione dell'*audience*, nel presente l'idea di cultura partecipativa ha seppellito l'idea di audience passiva e isolata, a favore di un'audience partecipante e produttiva. Nella cultura partecipativa, produttori e consumatori sono coinvolti in un'interazione continua, in cui non tutti devono contribuire, ma tutti sanno di essere liberi di farlo. Il poter fruire degli stessi servizi su piattaforme diverse, anche mobile, non solo alimenta questa libertà, ma genera abitudini di consumo plurime e diversificate, coinvolgendo il processo identitario degli individui. È in questo senso che i cambiamenti in atto riguardano il costume e sono incrementati dalle innovazioni tecnologiche.

Le scelte del *media mix* sono dettate da fattori individuali, gusti, passioni e circostanze contingenti. Mentre per le routine produttive degli editori è necessario poter contare su un pubblico definibile come "corpo fisico" di spettatori assidui e identificabili, l'appartenenza di un individuo ad un gruppo non è data per sempre, diventa più fluida grazie alla rete, ed è accompagnata da interessi plurimi e sovrapposti.

Alla luce di quanto detto, le tecnologie per i "feedback di mercato", tra cui rientrano gli strumenti di rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione, assumono una funzione ancor più strategica, in una situazione caratterizzata dalla strutturale competizione per le quote di mercato, ma anche dal continuo mutamento dello scenario. Ciò spiega il regolare riesame dei disegni di indagine e l'implementazione di taluni affinamenti tecnologici, anche dietro le indicazioni contenute nella delibera dell'Autorità n. 85/06/CSP.

Nel settore televisivo assumono notevole rilevanza le richieste più volte avanzate da Auditel, da ultimo con lettera del 22 novembre 2010, per l'utilizzo di informazioni attinte dalle liste anagrafiche ai fini del campionamento. L'utilizzo di tale fonte consentirebbe una migliore manutenzione del campione di famiglie, un maggiore turn over al suo interno e una innegabile evoluzione della ricerca di base attualmente costruita sulle liste elettorali. A titolo di esempio, taluni settori della popolazione italiana, come quello degli immigrati, risulterebbero maggiormente coperti e non sarebbe più necessario attribuire "pesi" diversi alle famiglie più o meno numerose per la loro corretta rappresentatività all'interno del panel.

In merito alla sostenibilità tecnica e giuridica della soluzione proposta da Auditel, sono apparse di particolare peso le questioni connesse alla disciplina sulla privacy, con particolare riferimento alla responsabilità della tenuta e gestione dei dati messi a disposizione delle amministrazioni pubbliche tramite l'Indice nazionale delle anagrafi. Alla luce della posizione assunta dal Garante per la protezione dei dati personali, nel corso di un incontro tenutosi in data 12 ottobre 2010 con i rappresentanti di Auditel, l'Autorità ha previsto una serie di incontri formali, finalizzati all'approfondimento giuridico della materia e a un eventuale percorso attuativo nella direzione auspicata.

Per quanto riguarda i trend del settore televisivo, il passaggio del Paese al digitale terrestre, pur non ancora completato, ha generato effetti sugli ascolti. Basti pensare che nel solo periodo novembre-dicembre 2010, Rai e Mediaset hanno conservato i propri ascolti complessivi ed i canali Sky si sono fermati attorno al 3,15% medio sull'intera giornata. Nello stesso arco di tempo, invece, si è registrata la sensibile crescita delle emittenti raggruppate sotto l'etichetta "altre tv digitali terrestri". Il loro share è passato dal 3,88% al 5,88% nelle 24 ore e dal 3,14% al 4,94% in prima serata. I nuovi canali del digitale terrestre, creati da editori "entranti", si portano a quota 6% sulle 24 ore e destano interesse soprattutto al mattino e durante il primo pomeriggio quando arrivano quasi al 7%. La disponibilità di una nuova piattaforma, il digitale terrestre, sembra concorrere alla già segnalata frammentazione dei dati.

Per quanto riguarda gli ascolti radiofonici, la pubblicazione dei risultati del primo trimestre 2010, rilevati con il sistema Panel diari, ha evidenziato una serie di criticità che sono state oggetto di segnalazione da parte di alcune emittenti radiofoniche nazionali. Ciò ha indotto l'Autorità ad un intervento in esito al quale il Consiglio di amministrazione di Audiradio ha prima acquisito il parere di un esperto indipendente, così come previsto dalla delibera 75/09/CSP, e successivamente sospeso, in via definitiva, la pubblicazione dei dati derivanti dall'indagine Panel diari 2010, preso atto di seri problemi di campionamento della ricerca. In conseguenza della concomitante decisione di Audiradio di bloccare anche la pubblicazione dei risultati CATI (tecnica di rilevazione telefonica assistita da computer) per quelle emittenti nazionali che essendo iscritte all'indagine integrativa Panel diari non hanno potuto giovare dei dati telefonici, il 2010 non ha visto la pubblicazione di alcun dato relativo alle emittenti radiofoniche nazionali. Desta, inoltre, preoccupazione la circostanza che, a causa di un'accesa contrapposizione delle componenti della compagine societaria di Audiradio, non risulti al momento disponibile, neanche per l'anno 2011, un'indagine ufficiale che possa orientare le scelte di investimento degli operatori e quelle di programmazione degli editori, preoccupazione condivisa anche dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato. L'Autorità auspica, pertanto, che quanto prima sia individuata una soluzione condivisa che consenta il riavviarsi della ricerca degli indici di ascolto radiofonici, in quanto l'indisponibilità di un dato certo ed univoco può avere risvolti sul dispiegarsi di una corretta concorrenza nel settore.

Infine, nel contesto del progressivo adeguamento della governance di Audiradio alle prescrizioni della delibera n. 75/09/CSP, un ulteriore approfondimento è in corso per quanto riguarda le problematiche connesse all'allargamento della compagine societaria e il sistema delle cosiddette "maggioranze qualificate" previste dallo Statuto. Il recente allargamento del Consiglio di amministrazione non appare, infatti, sufficiente a conseguire gli obiettivi indicati dall'Autorità di una maggiore rappresentatività del settore, se non accompagnato da una contestuale modifica statutaria volta alla pariteticità nel processo deliberativo di tutte le componenti societarie.

Per quanto riguarda Audipress, dopo una fase sperimentale di indagine, contrassegnata nel 2009 da una fisiologica discontinuità dei dati, è stata regolarmente svolta la rilevazione degli indici di lettura di periodici e quotidiani del 2010. La pubblicazione dei risultati ottenuti mediante la nuova metodologia è tornata ad assumere carattere di continuità. L'attività di vigilanza sulla metodologia ha riguardato anche l'analisi delle periodiche relazioni tecniche pervenute da Audipress. Tali relazioni, prescritte all'articolo 3 della delibera n. 81/10/CSP del 28 aprile 2010 recante "Misure e raccomandazioni nei confronti della società Audipress in materia di rilevazione degli indici di lettura dei quotidiani e periodici", di cui sono state riportate le linee salienti nella scorsa Relazione annuale, sono redatte dall'Istituto di controllo Reply Consulting s.r.l., e riguardano la conformità della ricerca ai criteri metodologici adottati. Nella stessa delibera, l'Autorità ha chiesto ad Audipress di apportare precise modifiche allo Statuto e al Regolamento per il funzionamento del Comitato tecnico. Tali modifiche, il cui iter è stato concluso dall'Autorità nel settembre 2010, garantiscono una maggiore autonomia dell'organo di gestione tecnica rispetto al Consiglio di amministrazione. In particolare, esse consentono al Comitato tecnico la facoltà di iniziativa nell'esaminare gli aspetti tecnici dell'indagine per presentare proposte.

Le *audience online* sono regolarmente rilevate dalla società Audiweb tramite un "sistema integrato" che è in grado di coprire anche la navigazione da diverse tipologie di luoghi pubblici, nonché da dispositivi mobili. Secondo i dati di Audiweb sono 33,4 milioni gli italiani tra gli 11 e i 74 anni che dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e attraverso qualunque device, con un incremento nell'ultimo anno pari a 7,9%, sostenuto in particolare dal significativo aumento degli accessi da sistemi mobile. Per quanto riguarda l'utilizzo della rete internet da parte degli italiani, secondo l'ultima rilevazione mensile disponibile, relativa al mese di febbraio 2011, l'*audience online* nel giorno medio è di 12,8 milioni di utenti attivi.

3.16. La pubblicazione e la diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa

A diversi anni dall'entrata in vigore del regolamento in materia di sondaggi adottato con delibera n. 153/02/CSP e in considerazione di diversi fattori, quali il mutato quadro normativo di riferimento, la sempre più ampia divulgazione dei risultati dei sondaggi d'opinione e il loro crescente impiego nella vita politica ed economica del Paese, l'Autorità, a cui spetta tale competenza in virtù di un'espressa previsione contenuta nella sua legge istitutiva n. 249/97, ha ritenuto opportuno, nel corso del 2010, procedere a una revisione complessiva della normativa regolamentare.

Finora, infatti, i sondaggi d'opinione e i sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori rinvenivano le rispettive discipline in fonti diverse: mentre i primi erano regolamentati dalla citata delibera n. 153/02/CSP, così come modificata dalla delibera n. 237/03/CSP, per i secondi, la cui disciplina discende direttamente dalla legge n. 28/2000, occorre fare riferimento alla delibera n. 200/00/CSP riguardante i risultati di sondaggi diffusi in periodi non elettorali, e ai regolamenti in materia di *par condicio* deliberati di volta in volta dall'Autorità in occasione di ogni singola consultazione elettorale, per quanto riguardava la pubblicazione e la diffusione di tali sondaggi nei periodi elettorali.

Nel contemperare le necessità di aggiornamento delle previsioni regolamentari con le esigenze di semplificazione amministrativa e di univocità di indirizzo, l'Autorità ha inteso statuire una disciplina unitaria ed organica per le tre macro-aree di sondaggi, ossia i sondaggi d'opinione, quelli politici e quelli tipicamente elettorali.

Il nuovo regolamento e le sue linee salienti

Con la delibera n. 101/10/CSP del 10 giugno 2010, la Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità ha indetto una consultazione pubblica sul nuovo schema di regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi, sia demoscopici sia politici ed elettorali, sui mezzi di comunicazione di massa. Gli istituti di ricerca, le associazioni scientifiche e le associazioni professionali operanti nel campo dei sondaggi, le associazioni di editori e i fornitori di servizi di *media* audiovisivi e radiofonici hanno fornito il proprio apporto con contributi e proposte di modifica, talora enunciate anche in sede di apposita audizione, all'emanando regolamento.

A valle delle novità emerse dall'interlocuzione con i soggetti intervenuti durante la consultazione pubblica, il 9 dicembre 2010, l'Autorità ha approvato, con la delibera n. 256/10/CSP, il nuovo regolamento, pubblicato poi nella *Gazzetta Ufficiale* n. 301 del 27 dicembre 2010 ed entrato in vigore l'11 gennaio 2011.

L'obiettivo della revisione, per la quale si è tenuto conto, da un lato, dell'attività di controllo e vigilanza in materia di sondaggi demoscopici e della prassi applicativa in materia di sondaggi politico-elettorali concernente la *par condicio* e, dall'altro, dell'innovazione scientifica e metodologica intervenuta nel corso degli anni, è stato quello di garantire all'utente/cittadino la correttezza e la trasparenza dell'informazione veicolata attraverso i sondaggi.

Il nuovo regolamento si articola, infatti, lungo una duplice linea di interventi: da un lato, esso detta nuove prescrizioni sul contenuto e sulle modalità di presentazione della Nota informativa, che è tenuto a redigere il mezzo di comunicazione in occasione della pubblicazione o diffusione di un sondaggio e, dall'altro, esso opera una rigorosa e chiarificatrice distinzione tra i sondaggi e le altre inchieste prive di fondamento scientifico, come le manifestazioni di opinione ad ogni altro titolo, quali ad esempio il televoto o il voto *online*, che non di rado vengono erroneamente presentate al pubblico come sondaggi.

La partecipazione spontanea, priva di un criterio di estrazione di un determinato numero di unità di analisi, infatti, non è assimilabile al "sondaggio" vero e proprio (d'opinione o politico-elettorale) che, al contrario, si connota per il ricorso a tecniche di campionamento e i cui risultati possono essere generalizzati. Pertanto, il regolamento prevede che le manifestazioni di opinione non possano essere diffuse sui mezzi di comunicazione di massa con la denominazione di "sondaggi" e che rechino altresì l'informazione circa il valore non scientifico delle medesime.

La *ratio* di questi interventi regolamentari è quella di consentire agli utenti una comprensione immediata degli elementi qualitativamente rilevanti dei sondaggi per una loro corretta interpretazione, provvedendo, nel contempo, alla previsione di un'articolazione dei rapporti tra istituti di ricerca e *mass media* più funzionale e trasparente, con particolare riferimento alla ripartizione degli oneri previsti in capo a ciascun soggetto.

Al fine di realizzare il menzionato obiettivo di trasparenza informativa, il nuovo regolamento prevede due tipi di strumenti documentali:

a) da un lato, l'obbligo, per il mezzo di comunicazione, di accompagnare la pubblicazione o la diffusione di un sondaggio con la cd. "Nota informativa";

b) dall'altro, l'obbligo, per l'istituto di ricerca realizzatore, di rendere disponibile sul sito internet dell'Autorità (per i sondaggi di opinione) o sul sito internet della Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria (per i sondaggi politici ed elettorali), il cd. "Documento" completo, relativo ai sondaggi pubblicati o diffusi sui mezzi di comunicazione di massa.

In sede di revisione della normativa è stata, inoltre, introdotta la previsione di un passaggio intermedio di cruciale rilevanza, ossia un canale di comunicazione tra *mass media* e istituti di ricerca, volto a informare i soggetti realizzatori dell'avvenuta pubblicazione o diffusione del sondaggio, in modo che questi si attivino prontamente per provvedere all'invio contestuale del Documento. Al fine di semplificare e chiarire il processo di pubblicazione o diffusione, totale o parziale, dei risultati del sondaggio, l'obbligo di comunicarne la pubblicazione al soggetto realizzatore è stato pertanto posto in capo al mezzo di comunicazione di massa che lo diffonde.

L'aver ricondotto a una disciplina organica la diffusione e la pubblicazione dei sondaggi sia d'opinione che politici ed elettorali, lascia impregiudicato quanto disposto direttamente dalla legge n. 28/2000 in merito al divieto di pubblicazione o diffusione dei risultati dei sondaggi nei quindici giorni precedenti le consultazioni e fino alla chiusura delle operazioni di voto. Con riguardo a eventuali riferimenti a sondaggi effettuati da esponenti politici durante loro interventi su mezzi di comunicazione di massa, il regolamento si rifà alla prassi costante dell'Autorità di ritenere che il divieto di cui all'articolo 8 della legge n. 28/2000 non si riferisca alla diffusione di dati relativi a sondaggi che, essendo stati resi pubblici nelle forme volute dalla legge al di fuori del periodo di silenzio elettorale, sono oramai entrati nel patrimonio pubblico di conoscenza, sicché

il loro semplice richiamo nei quindici giorni precedenti la data delle votazioni non costituisce violazione del predetto divieto.

Il nuovo regolamento ha costituito, infine, l'occasione per procedere a una revisione della disciplina delle modalità di vigilanza sul rispetto delle disposizioni del regolamento e di verifica sulla completezza e sulla correttezza della cd. Nota informativa e del cd. Documento relativi ai sondaggi. Durante la fase di revisione regolamentare l'attività di vigilanza dell'Autorità è consistita nel puntuale monitoraggio dei sondaggi pubblicati sui diversi mezzi di comunicazione di massa, con particolare riguardo all'esistenza e alla conformità della Nota informativa e alla verifica della correttezza e della completezza del Documento, nonché della contestualità della sua pubblicazione sul sito dell'Autorità rispetto alla diffusione dei risultati del sondaggio sui mezzi di comunicazione. Nell'esercizio della predetta attività di vigilanza, agli istituti realizzatori dei sondaggi i cui Documenti risultassero carenti di alcuni elementi informativi sono state richieste rettifiche e/o integrazioni, puntualmente fornite, ai fini della relativa pubblicazione sul sito www.agcom.it.

Il nuovo Regolamento, riprendendo la disciplina già prevista dal regolamento previgente che esprimeva termini procedurali ridotti rispetto alla disciplina generale in materia di procedimenti sanzionatori dell'Autorità dettati dalla delibera n. 136/06/CONS, disciplina i termini per l'adozione del provvedimento finale in 60 giorni decorrenti dalla data di ricezione della comunicazione d'avvio del procedimento, in luogo dei 150 giorni previsti per la conclusione dei procedimenti sanzionatori ordinari. Con riferimento all'articolazione del procedimento, questo può avviarsi a seguito di monitoraggio d'ufficio o di segnalazione:

a) nei confronti del mezzo di comunicazione di massa che abbia pubblicato o diffuso un sondaggio senza la Nota informativa completa di tutte le indicazioni previste, ovvero con modalità difformi da quelle ivi stabilite,

b) nei confronti del soggetto realizzatore che abbia fornito un Documento incompleto dei requisiti richiesti, ovvero non l'abbia inviato all'Autorità nel termine prescritto nonostante abbia ricevuto dal mezzo notizia della pubblicazione dei risultati del sondaggio.

L'avvio del procedimento è comunicato al soggetto interessato e indica il suo oggetto, il termine di conclusione e il termine di 10 giorni per presentare le giustificazioni, l'indicazione dell'ufficio competente e del responsabile del procedimento e l'avviso circa la possibilità di dar corso a un adeguamento spontaneo agli obblighi del regolamento attraverso la pubblicazione, sia pur tardiva, della Nota, ovvero della rettifica o dell'integrazione delle indicazioni in essa contenute.

Al termine del procedimento, in caso di non ottemperanza all'ordine dell'Autorità da parte del mezzo di comunicazione di massa, si applicano sanzioni da ca. 10.000 a ca. 250.000 euro; nei confronti del soggetto realizzatore del sondaggio che non provveda a inviare all'Autorità, contestualmente alla pubblicazione o diffusione dei risultati del sondaggio, il Documento o fornisca informazioni relative al Documento incomplete o non veritiere, o che si rifiuti di fornire le eventuali informazioni aggiuntive richieste dall'Autorità, si applicano sanzioni da ca. 500 a ca. 100.000 euro.

In considerazione della disciplina speciale prevista nel caso di sondaggi politici ed elettorali diffusi nel periodo di campagna elettorale è previsto, altresì, un rinvio ai termini e alle sanzioni di cui all'art. 10 della legge n. 28/2000.

Il workshop "Sondaggi e mass media"

Le significative modifiche introdotte dalle nuove norme hanno reso necessaria un'attività di formazione dei destinatari del regolamento, ossia gli istituti di ricerca realizzatori dei sondaggi, i mezzi di comunicazione di massa che li diffondono e i Co.re.com., chiamati a darvi applicazione in ambito locale.

L'Autorità ha, pertanto, organizzato una giornata di studio e formazione sulle novità regolamentari adottate in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa dal titolo "Sondaggi e *mass media*", tenutasi il 25 marzo 2011 presso la sala conferenze del Garante per la *privacy*, a cui è seguito un *panel* pomeridiano di formazione riservato ai Co.re.com. sulla concreta applicazione a livello locale del Regolamento.

Con questa giornata l'Autorità ha voluto, altresì, creare l'occasione per stimolare il dibattito, insieme alla comunità di interesse, sulle potenzialità e nello stesso tempo sulle criticità dell'impiego diffuso del sondaggio come strumento di ricerca sociale.

A una prima sessione dal carattere regolamentare, in cui si è posto l'accento sulla serietà scientifica dei criteri di indagine affinché assicurino risultati il più possibile oggettivi, al fine di tutelare il processo di formazione dell'opinione pubblica, nonché il processo di democrazia partecipativa, sono seguite due tavole rotonde che hanno visto il confronto tra gli esponenti dei maggiori istituti di ricerca italiani e il mondo dei *mass media*. Dalla prima tavola rotonda sono emerse tematiche legate alle tecniche di realizzazione dei sondaggi, dal campionamento al diffuso impiego del televoto, e alle possibili evoluzioni del campionamento *online*. Il secondo dibattito ha rappresentato un momento di alta vivacità in cui sono stati toccati aspetti relativi alla responsabilità e alla trasparenza con cui si concretizzano le scelte redazionali dei mezzi di comunicazione sull'uso dei sondaggi. I temi trattati hanno riguardato l'influenza dei risultati dei sondaggi sull'opinione pubblica, il caso di confine tra sondaggi di opinione e sondaggi politico-elettorali nell'ipotesi dei sondaggi sulla fiducia nei soggetti politici, il successo dei *format* televisivi basati anche sui sondaggi, i sondaggi come strumento crescente di democrazia diretta e i possibili rischi di manipolazione.

Filo conduttore del *workshop* è stato la consapevolezza, da parte dell'Autorità, che la nuova era mediatica, caratterizzata dallo sviluppo delle comunicazioni e da una nuova generazione di contenuti digitali, crei un contesto in cui i cittadini hanno di fronte meccanismi interattivi e convergenti di comunicazione e partecipazione sia alle forme di spettacolo e informazione che alla vita pubblica e democratica. Diventa indispensabile, pertanto, per gli stessi cittadini, acquisire competenze nuove e nuovi saperi che consentano di comprendere e utilizzare i *media*. Ciò impone alle istituzioni il compito di porre le condizioni affinché avvenga una nuova alfabetizzazione mediatica, la *media literacy*, della quale l'Unione europea riconosce il valore strategico e che rappresenta una scelta decisiva per lo sviluppo culturale delle persone e allo stesso tempo la chiave per evitare che uno strumento di conoscenza, come quello dei sondaggi, diventi strumento di manipolazione.

3.17. La tutela dei minori e degli utenti

Relativamente alla materia della tutela dei minori e degli utenti, l'anno appena trascorso è stato particolarmente impegnativo per l'Autorità. Si tenga conto che il più volte citato decreto legislativo del 15 marzo 2010, n. 44, di recepimento della direttiva 2007/65/CE, ha attribuito all'Autorità il compito di regolamentare taluni aspetti strettamente connessi alla materia della tutela dei minori. Inoltre, il processo di digitalizzazione delle trasmissioni televisive ha implicato il proliferare di emittenti con il conseguente ampliamento dell'offerta di programmi che, accanto a un benefico aumento del pluralismo delle fonti e delle opportunità di scelta da parte dell'utente, ha altresì aumentato il rischio di messa in onda di contenuti in violazione delle norme a tutela delle fasce deboli. L'Autorità ha pertanto dedicato peculiare impegno nello svolgimento delle attività di studio e di vigilanza, anche rafforzando il processo di assegnazione ai Co.re.com. delle deleghe di funzioni in materia di comunicazioni in ambito regionale, teso a trasformare tali organi di decentramento in punti di riferimento sul territorio per il rispetto delle garanzie dell'utente in generale e quale presidio per la tutela dei diritti dei minori in particolare.

Attività regolamentare e di studio

L'Autorità ha provveduto a porre in essere tutte le procedure necessarie e le attività istruttorie per il conseguimento degli obiettivi stabiliti dalle disposizioni contenute nel citato decreto di recepimento della direttiva 2007/65/CE.

A tal proposito, l'Autorità ha collaborato con il Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione *media* e minori al fine di individuare i criteri per la classificazione dei programmi a visione per soli adulti inclusi nella programmazione ad accesso condizionato ai sensi dell'art. 34, commi 1 e 3, del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici (di seguito Testo unico), così come modificato dal decreto legislativo n. 44/2010 sopra menzionato. In particolare, il documento recante i criteri di classificazione, approvato dal Comitato *media* e minori nella seduta del 5 luglio 2010, è stato oggetto di intesa espressa dall'Autorità, dopo gli opportuni approfondimenti, in data 22 luglio 2010. Ai fini dell'adozione del relativo testo normativo, il documento è stato sottoposto al vaglio del Ministero dello sviluppo economico.

Il Testo unico all'art. 34, commi 5 e 11, come modificato dall'articolo 9 del citato decreto legislativo n. 44/2010, ha disposto inoltre che l'Autorità adotti, utilizzando procedure di co-regolamentazione, una disciplina di dettaglio che individui accorgimenti tecnici idonei a escludere che i minori possano avere normalmente accesso a programmi gravemente nocivi per il loro sviluppo fisico, psichico o morale o che presentino scene pornografiche o di violenza gratuita o insistita o efferata.

A questo riguardo, con la delibera n. 88/10/CSP del 6 maggio 2010, l'Autorità, avvalendosi della collaborazione del Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione *media* e minori, ha costituito un tavolo tecnico, i cui lavori sono giunti alle battute conclusive, al quale sono stati invitati tutti i soggetti interessati, tra i quali i fornitori di servizi di *media* audiovisivi, lineari e non lineari, le associazioni rappresentative delle emittenti radiotelesive locali, le associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all'art. 137 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 recante approva-

zione del Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229, e istituzioni.

Si evidenzia che il Testo unico individua tra gli accorgimenti tecnicamente realizzabili volti a escludere che i minori vedano o ascoltino normalmente i contenuti audiovisivi classificabili a visione per soli adulti sia l'uso di numeri di identificazione personale, sia sistemi di filtraggio o di identificazione. Il Testo unico precisa che il contenuto classificabile a visione non libera, sulla base del sistema di classificazione dei contenuti ad accesso condizionato di cui all'articolo 34, comma 1, del Testo unico, deve essere offerto con una funzione di controllo parentale che inibisca l'accesso al contenuto stesso, salva la possibilità per l'utente di disattivare la predetta funzione tramite la digitazione di uno specifico codice segreto che ne renda possibile la visione. Inoltre, il codice segreto dovrà essere comunicato con modalità riservate, corredato dalle avvertenze in merito alla responsabilità nell'utilizzo e nella custodia del medesimo, al contraente maggiorenne che stipula il contratto relativo alla fornitura del contenuto o del servizio. Le modalità di comunicazione dei numeri di identificazione personale e di utilizzazione dei sistemi di filtraggio o di identificazione per la fruizione di programmi ad accesso condizionato protetti da meccanismi di controllo parentale sono dunque oggetto di discussione nell'ambito dei lavori del tavolo tecnico che si è posto l'obiettivo di pervenire a soluzioni tecniche il più possibile condivise in vista dell'adozione del provvedimento conclusivo.

Infine, tra le attività di ricerca poste in essere dall'Autorità è da segnalare l'interessante progetto volto alla redazione di un Libro bianco sul rapporto tra *media* e minori, la cui realizzazione ha implicato la costituzione di gruppi di studio interdisciplinari. Il progetto, di cui si evidenzia la particolare complessità correlata ai cambiamenti che stanno attraversando l'intero settore, è principalmente articolato in quattro aree di indagine e rappresenterà un importante punto di riferimento per gli operatori del settore e per le tutte le Istituzioni che hanno competenza in materia di tutela dei minori (cfr. par. 3.30).

Attività di vigilanza e sanzionatoria

Nell'ambito della complessa attività di vigilanza e procedimentale in materia di tutela degli utenti e dei minori svolta dall'Autorità, viene data rilevanza anche all'analisi di programmi trasmessi sia da emittente digitale terrestre, nazionale e locale, che satellitare, al fine di evidenziare la presenza di eventuali contenuti di natura pornografica o nocivi per un pubblico minorile. Tali verifiche hanno comportato in molti casi la conseguente apertura di procedimenti sanzionatori per violazioni delle norme poste a tutela degli utenti e dei minori. In tale prospettiva, è continuo il collegamento con il Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione *media* e minori, con il quale l'Autorità ha attivato da tempo un rapporto di proficua collaborazione.

Nel periodo preso in esame sono stati istruiti 67 procedimenti diretti all'accertamento delle violazioni e all'irrogazione delle relative sanzioni, che hanno dato luogo ai seguenti provvedimenti.

- a) n. 49 ordinanze ingiunzioni, di cui:
 - n. 12 per la violazione dell'art. 4, comma 1, lett. b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (delibera n. 78/11/CSP – euro 51.646 fornitrice del servizio di accesso condizionato Mediaset Premium Extra 2; delibera n. 90/10/CSP – euro

- 50.000 concessionaria nazionale Italia 1; delibera n. 35/11/CSP – euro 50.000, concessionaria nazionale Radio 105; delibera n. 178/10/CSP – euro 40.000, concessionaria nazionale Retecapri; delibera n. 204/10/CSP – euro 15.000, concessionaria locale Telem Lombardia; delibera n. 124/10/CSP – euro 10.328, emittente satellitare Conto Tv 1 (ch 985); Retecapri; delibera n. 138/10/CSP – euro 8.000, concessionaria locale Telegapri; delibera n. 31/11/CSP – euro 6.000, concessionaria locale Telegapri; delibera n. 139/10/CSP – euro 4.000, concessionaria locale TeleNuovo Rete Nord; delibera n. 205/10/CSP – euro 3.000, concessionaria locale TeleNuovo Rete Nord; delibera n. 141/10/CSP – euro 1.000, concessionaria locale Tele Radio del Mediterraneo; delibera n. 177/10/CSP – euro 516, concessionaria locale Telecolor Primarete Lombardia);
- n. 4 per la violazione dell'art. 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del codice di autoregolamentazione *Media* e minori (delibera n. 92/10/CSP – euro 75.000, concessionaria nazionale Rai 3; delibera n. 91/10/CSP – euro 50.000, concessionaria nazionale La 7; delibera n. 248/10/CSP – euro 50.000, concessionaria nazionale Rai 4; delibera n. 247/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Italy Italy);
 - n. 3 per la violazione dell'art. 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del codice di autoregolamentazione *Media* e minori in combinato disposto con l'art. 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (delibera n. 250/10/CSP – euro 75.000, concessionaria nazionale Rai 4; delibera n. 89/10/CSP – euro 50.000, concessionaria nazionale Rai 4; delibera n. 196/10/CSP – euro 50.000, emittente satellitare Etruria Channel);
 - n. 2 per la violazione dell'art. 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (delibera n. 164/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Casa Italia; delibera n. 165/10/CSP – euro 20.000, concessionaria locale Telegapri);
 - n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con l'art. 4.4 del codice di autoregolamentazione *Media* e minori (delibera n. 128/10/CSP – euro 75.000, emittente satellitare Sky Sport 1);
 - n. 10 per la violazione del codice di autoregolamentazione *Media* e minori in combinato disposto con l'art. 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (delibera n. 160/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Dance Tv (Ch 853); delibera n. 161/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare One (Ch 944); delibera n. 162/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Casting Channel (Ch 923); delibera n. 163/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Fuego Tv (Ch 939); delibera n. 175/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Italy Sat; delibera n. 179/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Tiziana Sat; delibera n. 180/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Veneto Free Channel (Ch 855); delibera n. 198/10/CSP – euro 25.000, concessionaria nazionale Rai 4; delibera n. 34/11/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Fuego Tv (Ch 939); delibera n. 176/10/CSP – euro 10.000, concessionaria locale Toscana Tv);
 - n. 2 per la violazione dell'art. 34, commi 3 e 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (delibera n. 110/10/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Napoli Mia; delibera n. 140/10/CSP – euro 5.000, concessionaria locale Telegapri);
 - n. 9 per la violazione dell'art. 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650 (delibera n. 342/10/CONS – euro 25.823, emittente satellitare Sport Channel);

delibera n. 343/10/CONS – euro 25.823, emittente satellitare Luna Sat (CH 852); delibera n. 520/10/CONS – emittente satellitare La 8 (canale 828 di Sky) – euro 25.823; delibera n. 76/11/CONS – euro 25.823, emittente satellitare Studio Europa; delibera n. 139/11/CONS – euro 25.823 emittente satellitare Fuego Tv; delibera n. 519/10/CONS – euro 5.165, concessionaria locale 7 Gold; delibera n. 409/10/CONS – euro 2.582,30, concessionaria locale Telecolor Primarete Lombardia; delibera n. 410/10/CONS – euro 2.582,30 concessionaria locale Gold Tv; delibera n. 411/10/CONS – euro 2.582,30, concessionaria locale Rete 8);

- n. 2 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'art. 34, comma 6) del decreto legislativo 31 luglio 2005 (delibera n. 88/11/CSP – euro 100.000, emittente satellitare Dìprè Art Channel, delibera n. 50/11/CSP – euro 25.000, emittente satellitare House Channel);
- n. 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'art. 34, comma 2) e l'art. 34, comma 6 del decreto legislativo 31 luglio 2005 (delibera n. 44/11/CSP – euro 25.000, concessionaria nazionale Rai 4);
- n. 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'art. 34, comma 6 e l'art. 34, comma 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005 (delibera n. 45/11/CSP – euro 25.000, emittente satellitare Tele Lotto);
- n. 2 per la violazione dell'art. 34, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (delibera n. 1/11/CSP – euro 10.000, concessionaria locale Videoregione; delibera n. 261/10/CSP – euro 5.000, concessionaria locale Telenostra);

b) n. 6 archiviazioni, di cui:

- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (delibera n. 167/10/CSP, emittente satellitare In Tv);
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 1, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (delibera n. 203/10/CSP, emittente satellitare Rai Sat Cinema);
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con il par. 2.3 del codice di autoregolamentazione *Media* e minori (delibera n. 206/10/CSP, concessionaria nazionale Canale 5);
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con il par. 2.5 del codice di autoregolamentazione *Media* e minori (delibera n. 87/11/CSP, concessionaria nazionale Rai 3);
- n. 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con l'art. 4, comma 1, lett. b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e par. 2.5 del codice di autoregolamentazione *Media* e minori (delibera n. 2/11/CSP, concessionaria nazionale Italia 1; delibera n. 46/11/CSP, concessionaria nazionale DeeJay Tv).

Relativamente ai procedimenti già avviati e in fase di definizione si segnalano:

c) n. 12 atti di contestazione, di cui:

- n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 2 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 2 per la violazione del codice di autoregolamentazione *Media* e minori e dell'art. 34, comma 2 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 2 per la violazione del codice di autoregolamentazione *Media* e minori e dell'art. 34, comma 6 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione *Media* e minori e dell'art. 34, comma 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 3 e dell'art. 34, commi 2 e 6 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 in combinato disposto con il codice di autoregolamentazione *Media* e minori;
- n. 4 per la violazione dell'art. 34, comma 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 1 per la violazione della legge 23 dicembre 1996 n. 650.

Infine, all'esito delle verifiche pre-istruttorie sono stati inoltre disposti n. 30 atti di archiviazione in via amministrativa.

Interventi in materia di diritto di rettifica

Prima delle modifiche apportate al Testo unico della radiotelevisione dal decreto legislativo n. 44/2010 in vigore dal 30 marzo 2010, l'esercizio del diritto di rettifica era garantito sia dall'art. 4, comma 1, lett. e), che dall'art. 32. Con l'entrata in vigore delle nuove norme, l'esercizio del diritto di rettifica nel settore radiotelevisivo trova fondamento normativo esclusivamente nell'art. 32, *quinquies* del Testo unico.

Nel periodo di riferimento sono pervenute 6 richieste di esercizio di diritto di rettifica da parte di soggetti privati, procedibili ai sensi dell'art. 32 del citato Testo unico sotto la rubrica "Telegiornali e giornali radio. Rettifica". L'Autorità ha riscontrato, in un caso, la lesione degli interessi morali e materiali del richiedente, ordinando la trasmissione dell'apposita rettifica.

3.18. La tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica

In materia di tutela del diritto d'autore, l'Autorità ha visto accrescere progressivamente il proprio ruolo grazie a interventi del legislatore che poggiano su tre pilastri normativi ben identificati.

Il primo riconoscimento di competenze è avvenuto nel 2000, con la legge n. 248, che, nell'aggiornare le disposizioni della legge n. 633/41, inseriva l'articolo 182-bis, con cui si attribuivano all'Autorità e alla SIAE, nell'ambito delle rispettive competenze previste dalla legge, poteri di vigilanza. La norma attribuisce altresì all'Autorità, al comma 3, poteri di ispezione, da espletarsi tramite i propri funzionari, agendo in coordinamento con gli ispettori della SIAE, con l'obbligo di informare gli organi di polizia giudiziaria in caso di accertamento di violazioni. A tale generale potere di vigilanza e di ispezione si sono affiancati, nel 2010, i poteri di regolamentazione attribuiti dall'articolo 32-bis del decreto legislativo n. 44, che impone ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi – come definiti al medesimo articolo – il rispetto dei diritti d'autore e dei diritti connessi nell'esercizio della propria attività, prevedendo altresì che l'Autorità emani le disposizioni regolamentari necessarie per rendere effettiva l'osservanza dei limiti e dei divieti di cui alla norma citata. L'articolo 32-bis del Testo unico e l'articolo 182-bis della legge sul diritto d'autore si integrano, poi, con le disposizioni contenute nel decreto legislativo n. 70 del 2003, di recepimento della direttiva sul commercio elettronico, che traccia contenuti e limiti delle responsabilità degli ISP, a seconda che svolgano attività di *mere conduit*, di *caching* e *hosting* di contenuti digitali, e, nell'introdurre il doppio binario di tutela – amministrativa e giudiziaria –, prevede che l'autorità "amministrativa avent[e] funzioni di vigilanza" possa esigere, al pari di quella giudiziaria, che il prestatore di servizi "impedisca o ponga fine alle violazioni commesse".

Con la delibera n. 668/10/CONS del 17 dicembre 2010 l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica un documento che definisce gli elementi essenziali del provvedimento con cui intende esercitare tali competenze. Il modello delineato nel documento sottoposto a consultazione si pone l'obiettivo di conciliare le diverse esigenze rappresentate dai principi di tutela della libertà di espressione e rispetto del diritto d'autore, diritto alla privacy e accesso dei cittadini alla cultura e a internet, nell'ambito di una regolamentazione rispettosa dei principi comunitari e coerente con le *best practices* internazionali. In via di premessa generale, appare pertanto opportuno evidenziare che la finalità dei lineamenti di provvedimento adottati con la citata delibera non è quella di reprimere la libertà di espressione in rete né di criminalizzare il *web*, ma anzi di agevolare l'accesso ad internet e di favorire la diffusione di un'offerta legale di contenuti a prezzi accessibili a tutti. Il documento parte, infatti, dalla presa d'atto che qualunque politica o intervento di contrasto alla pirateria non possa prescindere dalla contestuale identificazione di misure finalizzate a favorire un'ampia diffusione di contenuti "legali", ed è per tale motivo che esso unisce tra loro una pluralità di possibili linee di intervento:

- a) la promozione di un'offerta legale sul mercato;
- b) la rimozione delle barriere allo sviluppo di un'offerta legale;
- c) l'accesso ai contenuti *premium*;

- d) la riduzione delle cosiddette "finestre di distribuzione";
- e) un'attività informativa e di "educazione alla legalità";
- f) provvedimenti a tutela del diritto d'autore riguardanti la procedura di rimozione selettiva di contenuti illegali;
- g) procedure di *site blocking* nei confronti di siti che abbiano come fine esclusivo la diffusione di contenuti illegali;
- h) l'adozione di disposizioni che, sul modello delle licenze collettive estese, attribuiscono efficacia generale agli accordi volontari tra enti rappresentativi dei titolari dei diritti, dei provider e degli utenti;
- i) attività di risoluzione di controversie;
- j) istituzione presso l'Autorità di un Tavolo tecnico su problematiche connesse alla tutela del diritto d'autore.

In sintesi, l'Autorità ha, da un lato, individuato una serie di misure positive, quali l'educazione alla legalità, lo sviluppo di un'offerta legale fruibile a condizioni di massima facilità, anche in relazione alle modalità di pagamento, e la rimozione delle barriere alla circolazione delle opere su più mezzi trasmissivi; dall'altro, ha ipotizzato misure a garanzia del diritto d'autore online attraverso strumenti che, guardando anche alle *best practices* esistenti a livello internazionale, coniughino al tempo stesso la semplicità e l'efficacia con la garanzia di un procedimento celere e soprattutto equo, da ritenersi alternativo rispetto al procedimento dinanzi all'Autorità giudiziaria.

A tal fine, viene proposto un modello procedimentale ispirato al cosiddetto *notice and take-down* introdotto negli USA dal Digital Millennium Copyright Act – già ampiamente utilizzato dai maggiori siti internet, come ad esempio YouTube, anche nel nostro Paese – integrato con i poteri di vigilanza e garanzia dell'Autorità, attivabile su base volontaria. A seguito di richiesta senza esito di rimozione di un contenuto protetto da *copyright* da parte del titolare del diritto al gestore del sito, si ipotizza un contraddittorio tra le parti dinanzi all'Autorità suscettibile di terminare, laddove si ritenga violata la normativa in materia di diritto d'autore, con un ordine che intimi l'immediata rimozione del materiale illegale. Si rileva che solo se il gestore del sito non avrà già autonomamente provveduto, e solo a seguito del contraddittorio che si svilupperà davanti all'Autorità, si potrà impartire al gestore del sito l'ordine di rimozione del contenuto, qualora risulti incontrovertibilmente la violazione del diritto d'autore o il *copyright*. Tale procedimento si articola schematicamente in cinque fasi:

- a) richiesta di rimozione dei contenuti al gestore del sito o al fornitore del servizio di *media* audiovisivo da parte del titolare del *copyright*;
- b) segnalazione all'Autorità in caso di mancata rimozione dei contenuti segnalati entro 48 ore dall'inoltro della richiesta;
- c) verifica da parte dell'Autorità attraverso un breve contraddittorio con le parti;
- d) ordine di rimozione in caso di accertamento della violazione;
- e) successivo monitoraggio del rispetto dell'ordine e applicazione di sanzioni in caso di nuove inottemperanze.

Per quanto riguarda i siti con server localizzati all'estero, la misura della rimozione selettiva è particolarmente appropriata nei casi in cui non tutti i contenuti di un sito abbiano natura illecita e siano ospitati su siti internet fisicamente collocati in territorio italiano. Nei casi in cui il solo fine del sito sia la diffusione di contenuti illeciti sotto il profilo del diritto d'autore – e questo anche nel caso in cui il server sia localizzato all'este-

ro – il documento sottopone a consultazione quali possibili modelli di intervento la predisposizione di una lista di siti illegali da mettere a disposizione degli ISP e la possibilità, in casi estremi e previo contraddittorio, dell'inibizione del nome del sito web o dell'indirizzo IP sul territorio italiano. Pertanto, l'inibizione del sito con server all'estero potrebbe avvenire, sempre nei casi estremi e previo contraddittorio, solo nel caso in cui tutti i suoi contenuti fossero illeciti. Tale ipotesi non riguarda i siti esteri che diffondono solo alcuni contenuti illeciti, in quanto per procedere alla rimozione selettiva è necessario che il server sia localizzato in Italia. L'Autorità, qualora da un successivo monitoraggio rilevi un'inottemperanza all'ordine, potrà irrogare le sanzioni previste dall'art. 1, comma 31, della legge istitutiva n. 249/97. Per i siti che hanno quale fine esclusivo la diffusione di contenuti illeciti sotto il profilo del diritto d'autore, e questo anche nel caso in cui i server siano localizzati al di fuori dei confini nazionali, sono state sottoposte alla consultazione pubblica due soluzioni alternative: la predisposizione di una lista di siti illegali da mettere a disposizione degli *internet service provider* ovvero la possibilità, in casi estremi e previo contraddittorio, dell'inibizione del nome di dominio del sito web ovvero dell'indirizzo IP.

Parallelamente alle audizioni, l'Autorità è stata ascoltata in sede di Comitato tecnico contro la pirateria digitale di cui al d.P.C.M. 15 settembre 2008 presso il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri e dal Comitato consultivo permanente per il diritto d'autore presso la Direzione generale per le biblioteche, gli istituti culturali ed il diritto d'autore del Ministero per i beni e le attività culturali. Da entrambe le sedi è stato espresso un vivo apprezzamento per le iniziative dell'Autorità. Il documento sottoposto a consultazione ha anche costituito oggetto di interesse da parte di istituzioni straniere, quali l'Ofcom inglese e l'Ufficio per la tutela della proprietà intellettuale del Dipartimento di Stato americano, il quale ha riconosciuto la rilevanza delle misure contenute nel pacchetto dell'Autorità di cui ha auspicato la rapida approvazione.

Con riferimento all'andamento della consultazione pubblica, l'ampio ventaglio di tematiche sottoposte a consultazione ha determinato un livello di partecipazione da parte degli *stakeholders* assai consistente, con numerosi contributi scritti pervenuti nel termine previsto dalla delibera di avvio, e molte richieste di audizione: complessivamente sono 55 i soggetti che hanno risposto alla consultazione, di cui 24 hanno inviato solo un contributo scritto e 30 anche una richiesta di audizione. Al termine delle audizioni, in un'ottica di maggior economicità amministrativa e di trasparenza regolamentare, l'Autorità, prima di procedere all'adozione di un provvedimento finale, ha in animo la promozione di un ulteriore momento di acquisizione delle posizioni dei soggetti della comunità d'interesse, per consentire un'aggiuntiva occasione di confronto.

3.19. La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e il diritto di cronaca sportiva

Il decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse" ha attribuito all'Autorità le competenze in materia di disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, di individuazione periodica delle piattaforme emergenti per la disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi, nonché di regolamentazione e di vigilanza sull'esercizio del diritto di cronaca. Tali attività vengono svolte, secondo le procedure istruttorie recate dalla delibera n. 307/08/CONS, dall'Ufficio regolamentazione e vigilanza sui diritti audiovisivi sportivi e sull'informazione sportiva, all'uopo istituito con delibera n. 99/08/CONS.

La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi

Con riferimento alle attività previste dall'art. 6 del citato decreto legislativo n. 9/2008, sono state approvate, nel periodo di riferimento, le linee-guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi presentate rispettivamente dalla Lega società di pallacanestro Serie A, Legadue basket e Lega italiana calcio professionistico. In ciascuna di esse, l'Autorità ha ribadito la necessità di garantire la più ampia partecipazione a tutti gli operatori della comunicazione indipendentemente dal titolo abilitativo posseduto e il pieno rispetto, in tutte le fasi della procedura di assegnazione, dei principi generali dettati dal citato decreto, avuto specifico riguardo alla garanzia delle condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione tra i partecipanti.

Nel dettaglio, l'Autorità ha approvato, per la parte di propria competenza rispetto all'esercizio dell'omologo potere da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, le seguenti linee guida presentate dagli organizzatori delle rispettive competizioni sportive:

a) con delibera n. 4/11/CONS dell'11 gennaio 2011 sono state approvate le linee guida per la commercializzazione dei diritti radiofonici, mobile, e per il territorio estero, riferibili al campionato di serie A di pallacanestro e agli eventi correlati, per le stagioni 2011/12 e 2012/13, che seguono la medesima struttura adoperata per la commercializzazione dei diritti audiovisivi per il biennio precedente. Rispetto al testo formulato dalla Lega, l'Autorità ha ritenuto necessario inserire nel testo alcune raccomandazioni finalizzate a garantire il rispetto dei principi generali di cui al decreto legislativo n. 9/2008 per tutte le fasi della procedura di assegnazione, con specifico riguardo alla garanzia delle condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione tra i partecipanti. Inoltre, l'Autorità ha segnalato che, per quanto riguarda i diritti audiovisivi rimasti privi di assegnazione o non posti in commercializzazione, la produzione e distribuzione dei prodotti audiovisivi da parte dell'organizzatore della competizione avvenga nel rispetto dell'autonomia dei club;

b) con delibera n. 72/11/CONS del 16 febbraio 2011 sono state approvate le linee guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi riferibili ai campionati di prima e seconda divisione di calcio e agli eventi correlati per la stagione sportiva 2011/2012, rispetto alle quali l'Autorità ha previsto un'integrazione nel testo formulato

dalla Lega, afferente le modalità di gestione dei diritti invenduti e non esercitati, in modo da garantire una rigorosa applicazione della previsione di cui all'articolo 11, comma 3, del decreto. Particolare attenzione è stata attribuita alla certificazione degli stessi, all'esito negativo delle procedure di vendita centralizzata, alle modalità di ritorno dei diritti invenduti in capo alle società sportive e all'autonoma negoziazione degli stessi, ed è stato ribadito che le modalità di scelta degli eventi da commercializzare siano concordate con le singole società sportive nel pieno rispetto dell'autonomia delle stesse;

c) con delibera n. 84/11/CONS del 23 febbraio 2011 sono state approvate le linee guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi riferibili al campionato di Legadue di pallacanestro e agli eventi correlati per le stagioni 2011/12 e 2012/13. Rispetto al testo formulato dalla Lega l'Autorità ha ritenuto necessario inserire alcune precisazioni di cui l'organizzatore della competizione dovrà tener conto nella pubblicazione del testo definitivo delle linee guida, nella predisposizione dell'invito ad offrire e nell'organizzazione delle procedure competitive.

L'esercizio del diritto di cronaca sportiva

L'esercizio del diritto di cronaca avviene sotto la vigilanza dell'Autorità e sotto il presidio sanzionatorio offerto dall'art. 1, comma 31, della legge n. 249/97, nei limiti di quanto previsto a tutela degli assegnatari al fine di assicurare un corretto bilanciamento tra diritti di esclusiva e diritto all'informazione, così come specificamente delineato dalle delibere nn. 405/09/CONS e 406/09/CONS del 17 luglio 2009 e successive modifiche (delibera n. 579/09/CONS) in ordine agli eventi sportivi di campionati, coppe e tornei professionistici a squadre, ambito di applicazione del citato decreto legislativo n. 9/2008.

L'attività di specifico controllo e avvio del procedimento sanzionatorio avviene sia d'ufficio che su base di segnalazione e/o denuncia con l'ausilio, ai fini dei necessari approfondimenti istruttori, del Servizio ispettivo e registro dell'Autorità e di uffici e personale specifici del corpo della Guardia di finanza. L'attività di vigilanza sugli eventi sportivi trasmessi dalle emittenti televisive e radiofoniche si esplica attraverso un controllo della programmazione sia delle emittenti terrestri sia delle trasmissioni, anche in *simulcast*, sul *web* o sul satellite. Il monitoraggio viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di trasmissioni di eventi sportivi, programmi di informazione o di approfondimento sportivo.

Per quanto riguarda l'attività procedimentale svolta, questa ha evidenziato come le criticità più frequentemente riscontrate consistano, per le emittenti televisive, nella cronaca continuativa in diretta dell'evento sportivo senza disporre dei relativi diritti, o nella trasmissione di immagini salienti e correlate al di fuori dei limiti previsti dal Regolamento per l'esercizio del diritto di cronaca audiovisiva sportiva; per le emittenti radiofoniche, l'Autorità ha rilevato, in alcuni casi, la trasmissione di finestre informative superiori, per numero, durata ed intervallo tra di esse, ai limiti imposti dal Regolamento in materia di cronaca sportiva radiofonica.

Nello specifico, nel periodo di riferimento:

a) si sono conclusi 24 procedimenti sanzionatori, di cui 23 relativi alla violazione delle norme di cui alle delibere nn. 405/09/CONS e 406/09/CONS e 1 relativo alla violazione di cui all'art. 1, comma 30 della legge 31 luglio 1997, n. 249 (mancata risposta a richiesta di informazioni); nello specifico i procedimenti hanno riguardato la cronaca

audiovisiva in diretta, la radiocronaca in diretta, la trasmissione in diretta dell'evento, la trasmissione di immagini salienti e correlate di eventi sportivi anche su internet. Si possono contare 16 ordinanze ingiunzione e 8 provvedimenti di archiviazione, distribuiti come dettagliato nella Tabella 3.39.

Tabella 3.39. Diritti di cronaca sportiva – Procedimenti sanzionatori

| Tipo infrazione | Emittente | Contestazione | Archiviazione | Ingiunzione | Oblazione (euro) | Importo sanzione (euro) |
|--|-------------------|------------------|---------------|-------------|------------------|-------------------------|
| Trasmissione in diretta di eventi sportivi | Teleducato Parma | 01/10/DICAM/UDIS | 340/10/CONS | - | - | - |
| | Tele A | 19/10/DICAM/UDIS | - | 636/10/CONS | - | 10.329,14 |
| Cronaca audiovisiva in diretta eventi sportivi | Canale 9 | 02/10/DICAM/UDIS | 311/10/CONS | - | - | - |
| | Studio 100 | 07/10/DICAM/UDIS | - | 341/10/CONS | - | 10.329,14 |
| | ÈTV | 09/10/DICAM/UDIS | - | 479/10/CONS | - | 41.316,56 |
| | TVA Vicenza | 10/10/DICAM/UDIS | - | 535/10/CONS | - | 10.329,14 |
| | Telenova | 11/10/DICAM/UDIS | - | 536/10/CONS | - | 10.329,14 |
| | Telecapri sport | 12/10/DICAM/UDIS | - | 557/10/CONS | - | 10.329,14 |
| | 7 Gold Campania | 14/10/DICAM/UDIS | - | 559/10/CONS | - | 15.493,71 |
| | Betting channel | 17/10/DICAM/UDIS | - | 582/10/CONS | - | 10.329,14 |
| | Bergamo TV | 18/10/DICAM/UDIS | 635/10/CONS | - | - | - |
| | Tele A | 20/10/DICAM/UDIS | - | 637/10/CONS | - | 10.329,14 |
| Videolina | 21/10/DICAM/UDIS | - | 583/10/CONS | - | 10.329,14 | |
| Roma Uno | 24/10/DICAM/UDIS | - | 75/11/CONS | - | 10.329,14 | |
| Cronaca radiofonica in diretta | Radio Parma | 03/10/DICAM/UDIS | 339/10/CONS | - | - | - |
| | Radio Verona | 05/10/DICAM/UDIS | - | 309/10/CONS | - | 20.658,28 |
| | Rete Sport | 26/10/DICAM/UDIS | - | 192/11/CONS | - | 10.329,14 |
| Immagini salienti correlate eventi sportivi | Tele Chiara | 04/10/DICAM/UDIS | 310/10/CONS | - | - | - |
| | Canale 8 | 06/10/DICAM/UDIS | 537/10/CONS | - | - | - |
| | TGS | 15/10/DICAM/UDIS | 560/10/CONS | - | - | - |
| | Telelombardia | 16/10/DICAM/UDIS | 538/10/CONS | - | 41.316,56 | - |
| | Video Bergamo | 23/10/DICAM/UDIS | - | 47/11/CONS | - | 10.329,14 |
| Immagini salienti su internet | Telecaprisport.it | 13/10/DICAM/UDIS | - | 558/10/CONS | - | 10.329,14 |
| Mancato invio info | ÈTV | 08/10/DICAM/UDIS | - | 478/10/CSP | - | 516,00 |

Fonte: Autorità

b) sono state avviate 16 attività istruttorie al fine di accertare eventuali violazioni dei citati Regolamenti in materia di cronaca sportiva radiotelevisiva;

c) sono state adottate 4 determinazioni di archiviazione in via amministrativa, di cui due per impossibilità di recuperare il materiale probatorio di presunte violazioni commesse su internet, in mancanza di obbligo di custodire le registrazioni dei contenuti veicolati, una perché decorso il termine per la conservazione delle registrazioni e una per manifesta insussistenza della violazione;

d) sono stati formalmente avviati 5 procedimenti sanzionatori, di cui 3 per presunta violazione del Regolamento in materia di cronaca audiovisiva sportiva allegato alla delibera n. 405/09/CONS e 2 per presunta violazione del Regolamento in materia di cronaca sportiva radiofonica allegato alla delibera n. 406/09/CONS.

L'attività ispettiva negli impianti sportivi

L'Ufficio diritti sportivi ha altresì avviato, congiuntamente al Servizio ispettivo e registro dell'Autorità, ispezioni a campione presso gli impianti ove si svolgono le competizioni, a cui si è avuto accesso anche grazie alla collaborazione con i soggetti la Lega nazionale professionisti Serie A, per le partite di Serie A e Serie B, e la Lega italiana calcio professionistico per le competizioni di prima e seconda divisione. Le leghe hanno agevolato l'accesso ai funzionari dell'Autorità attraverso una circolare, resa nota a tutti club, anche attraverso la pubblicazione sui propri siti *web*, che spiega il tipo di attività di verifica che viene svolta all'interno dello stadio e che concede il "via libera" all'interno degli impianti agli ispettori, senza rinunciare all'effetto sorpresa". Le maggiori criticità sono state rilevate in ambito calcistico, sicché l'attività ispettiva è stata concentrata, per la sua fase di avvio, sugli stadi con riferimento alle competizioni sia di Serie A e B che di Prima e Seconda divisione, in modo da assicurare un monitoraggio equilibrato di tutti gli eventi soggetti alla disciplina del decreto n. 9/2008.

Oggetto di verifica sono, da un lato, eventuali violazioni del diritto di cronaca poste in essere dagli stessi organizzatori di competizioni o dalle società organizzatrici, fra cui, ad esempio, il diniego di accesso agli operatori di comunicazione negli spazi idonei all'esercizio del diritto di cronaca; dall'altro lato, eventuali violazioni commesse dagli operatori di comunicazione, quali ad esempio l'effettuazione di cronaca continuativa in difetto dei diritti di trasmissione, le riprese televisive del campo di gioco e degli spalti fuori dai limiti legali o l'interconnessione con altri operatori di comunicazione.

Nel periodo di riferimento, sono state effettuate 6 ispezioni, di cui due relative a partite di Serie A, due a partite di Serie B e due relative a eventi organizzati dalla Lega italiana calcio professionistico. L'attività ispettiva già svolta nella stagione sportiva precedente ha consentito di indirizzare l'organizzazione delle successive ispezioni, in particolare per quanto riguarda la scelta degli impianti presso cui recarsi. Si è infatti notato il positivo effetto deterrente che ha avuto la presenza degli ispettori all'evento nei confronti dei soggetti che generalmente non rispettano la normativa in materia di cronaca, pertanto le attività ispettive in programmazione saranno rivolte a bacini territoriali ancora non toccati e ove il fenomeno delle violazioni è più diffuso.

L'attività di regolamentazione dei brevi estratti di cronaca

Il decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 di recepimento della direttiva 2007/65/CE ora 2010/13/UE, ha demandato all'Autorità il compito individuare le modalità attraverso le quali ogni emittente televisiva, anche analogica, possa realizzare brevi estratti di cronaca di eventi di grande interesse pubblico trasmessi in esclusiva da una emittente televisiva, anche analogica, introducendo il nuovo art. 32-*quater* nel Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici.

È subito emerso che fra gli eventi che godono di un riconoscimento generalizzato da parte del pubblico televisivo rientrano prevalentemente le programmazioni sportive, pertanto si è ritenuto di prendere spunto dalla disciplina già prevista in materia di eventi sportivi di campionati, coppe e tornei professionistici a squadre.

A seguito di una consultazione pubblica, indetta con la delibera n. 303/10/CONS del 24 giugno 2010, si è pervenuti quindi all'approvazione del regolamento concernen-

te la trasmissione di brevi estratti di cronaca di eventi di grande interesse pubblico, con delibera n. 667/10/CONS del 17 dicembre 2010.

Con questo regolamento, adottato tenendo in considerazione le posizioni di tutti i soggetti intervenuti, si è operato un bilanciamento *ex ante* fra valori costituzionali di pari rango, quali il diritto di iniziativa privata (art. 41 Cost.), il diritto di proprietà intellettuale (art. 42 Cost.) e il diritto di informazione (art. 21 Cost.). In sostanza esso va a disciplinare le ipotesi di trasmissione di estratti di eventi rilevanti per la società, i cui diritti vengono detenuti in esclusiva, per assicurare il soddisfacimento del diritto all'informazione. È stata prevista, all'art. 1, la definizione di "evento di grande interesse pubblico", inteso quale evento singolo, consistente o in una gara sportiva disputata in un giorno solare o la singola manifestazione il cui inizio e la cui fine sono individuati dalla produzione televisiva della stessa così come offerta alla visione del pubblico, che gode di un riconoscimento generalizzato da parte del pubblico televisivo ed è organizzato in anticipo da un soggetto legittimato a disporre dei diritti di trasmissione televisiva in via esclusiva relativi a tale evento; viene altresì fornito un elenco esemplificativo (che non impedisce, in ogni caso, un'ulteriore valutazione caso per caso) di eventi che rientrano nella categoria, redatto sulla falsariga degli eventi inseriti nella lista di cui alla delibera n. 8/99, ad oggi in revisione, di cui deve essere assicurata la diffusione in chiaro e che, a maggior ragione, potranno essere oggetto del diritto di cronaca.

Il menzionato articolo 1 contiene anche altre definizioni, fra le quali assume particolare rilievo quella di "notiziario" che, in accordo con la direttiva e alla luce della emergente ibridazione dei generi di programmazione, specifica l'esclusione dei programmi di intrattenimento, pur riconducibili al macrogenere informazione, dai programmi di informazione generale in cui è possibile trasmettere i brevi estratti. Nella definizione di notiziario sono stati inclusi anche i notiziari tematici, prevedendo il requisito della "cadenza regolare" della trasmissione, anziché quello della programmazione quotidiana.

Per quanto riguarda le modalità e i limiti temporali della trasmissione di brevi estratti, nello stabilire la lunghezza massima e i limiti di tempo per la trasmissione dei brevi estratti, l'Autorità ha fatto riferimento sia al considerando 55 del preambolo della direttiva, sia all'art. 15, paragrafo 6, che ne costituisce la traduzione normativa. Quest'ultima disposizione fa salve le prassi giuridiche nazionali "in particolare per quanto riguarda eventuali accordi per i compensi, la lunghezza massima degli estratti brevi e limiti di tempo riguardo alla loro trasmissione". In tale contesto il riferimento al decreto legislativo n. 8/2009 è stato d'obbligo, poiché esso recepisce la prassi affermatasi in Italia sull'esercizio del diritto di cronaca degli eventi sportivi, in prevalenza degli incontri di calcio. La tempistica individuata dall'Autorità si è pertanto assestata sul limite di tre minuti a evento, già previsto nei Regolamenti della Lega calcio e nei contratti fra l'organizzatore dell'evento e le emittenti, grazie anche all'opera della giurisprudenza di merito nazionale, sempre attenta a equilibrare il diritto di esclusiva con il diritto all'informazione. Al fine di evitare la previsione di due discipline differenti per eventi calcistici che si distinguono solo in ragione dell'organizzatore (es. *Champions League* organizzato dalla UEFA rispetto alla Coppa Italia organizzato dalla Lega Serie A), si da contrastare con l'art. 3 della Costituzione – in quanto verrebbe privilegiata l'informazione sportiva (e solo relativa agli sport professionistici a squadre) a discapito dell'informazione riguardante altri eventi di grande interesse per il pubblico – l'Autorità ha dunque ritenuto di applicare anche al Regolamento generale in materia di diritto di cronaca il limite di tre minuti previsto dal Regolamento specifico per gli eventi di cui al decreto legislativo n. 9/2008. Sono stati altresì previsti alcuni accorgimenti, come anche pro-

posto da più operatori, in modo da equilibrare la durata dell'estratto alla durata dell'evento. L'estensione del limite massimo di durata dell'estratto da novanta secondi a tre minuti è valida, infatti, solo per eventi di durata considerevole; per quanto concerne, invece, eventi di durata ridotta, quali, ad esempio, le discipline di lotta, si è previsto un limite massimo diverso, il cui calcolo è quantificato nel 3% dell'intera durata dell'evento, analogamente a quanto accade per il calcio dove i tre minuti sono parametrati sui novanta minuti di durata ordinaria dell'evento, nel rispetto dei principi di proporzionalità e ragionevolezza. Tali principi sono stati oggetto di valutazione anche nel bilanciamento con gli altri valori coinvolti, insieme al diritto all'informazione, nella materia regolamentata.

Si è introdotto, anche su suggerimento di alcuni soggetti intervenuti alla consultazione, un embargo orario alla diffusione degli estratti al fine di tutelare i diritti di trasmissione degli assegnatari degli stessi. Sempre per considerare la prassi italiana in materia, si rammenta che il decreto legislativo n. 9/2008 pone un limite temporale di tre ore dalla conclusione dell'evento a tutela di categorie intermedie di diritti trasmissivi, quali gli *highlights*, al fine di evitarne il depauperamento a seguito della sovrapposizione della trasmissione di brevi estratti di cronaca. Tali *highlights*, infatti, secondo le ultime prassi commerciali possono essere messi in onda a partire da un'ora dalla conclusione dell'evento e non possono superare la durata di quattro minuti per evento, fino ad un massimo di quaranta minuti (ovvero quattro minuti per ciascuna delle dieci partite) per l'intera giornata di campionato. Nell'ambito della cronaca di questi eventi, invece, non esiste una via mediana tra il diritto di esclusiva ed il diritto di cronaca, sicché appare ragionevole, in termini di contemperamento tra interessi contrapposti, prevedere un embargo di un'ora tra la conclusione dell'evento e la trasmissione dei brevi estratti di tre minuti.

Per quanto riguarda la messa a disposizione delle immagini per l'esercizio dei brevi estratti, è stato stabilito che deve essere concesso l'accesso al segnale, conformemente a quanto previsto dall'art. 32-*quater*, comma 2, lett. a), del Testo unico, laddove l'organizzatore dell'evento non consenta l'accesso alle immagini in forma telematica. Inoltre, viene precisato che il compenso per l'accesso ai brevi estratti non deve superare i costi supplementari direttamente sostenuti per la fornitura dell'accesso.

Viene prevista, infine, una procedura, attivabile su richiesta congiunta delle parti, di risoluzione delle controversie dinanzi all'Autorità, ai sensi del regolamento allegato alla delibera n. 352/08/CONS, in caso di disaccordo rispetto alla qualificazione dell'evento quale avente grande interesse pubblico, alla definizione delle modalità tecniche di trasmissione dei brevi estratti o alla corresponsione di un equo compenso per la l'accesso al segnale dell'emittente o al luogo di svolgimento dell'evento.

3.20. La comunicazione politica

L'Autorità, nell'ambito delle competenze stabilite dall'art. 1, comma 6, lett. b), n. 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, svolge funzioni di garanzia nell'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di propaganda ed informazione politica e dei principi di pluralismo, correttezza, completezza, imparzialità, obiettività, lealtà dell'informazione e di apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche recati dagli articoli 3 e 7 del più volte citato Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici.

In applicazione della disciplina sulla *par condicio* di cui alla legge n. 28 del 2000, l'Autorità, in occasione di ciascuna tornata elettorale o referendaria, e previa consultazione con la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, adotta le disposizioni attuative relative all'emittenza radiotelevisiva nazionale e locale privata, alla stampa, alla comunicazione istituzionale e ai sondaggi politico-elettorali. L'Autorità, inoltre, svolge le funzioni di vigilanza sul rispetto di tale normativa e dei regolamenti adottati nei confronti della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo dalla Commissione parlamentare di vigilanza.

Sono di ausilio nello svolgimento delle attività di competenza dell'Autorità in materia di comunicazione politica i Co.re.com., suoi organi funzionali, titolari di una specifica funzione di vigilanza sulle emittenti radiofoniche e televisive private locali ai sensi della legge n. 313 del 2003 e del Codice di autoregolamentazione emanato con il decreto del Ministro delle comunicazioni dell'8 aprile 2004, nonché sulle trasmissioni irradiate dalla Rai in ambito locale.

Nel periodo di riferimento della presente Relazione annuale, l'Autorità è stata impegnata nella regolamentazione e nella vigilanza delle campagne regionali, provinciali e comunali, oltre che nella consueta attività di vigilanza sul rispetto dei principi in materia di pluralismo dell'informazione svolta durante l'intero periodo e, con riferimento sia ai periodi elettorali che a quelli ordinari, sono stati adottati n. 40 provvedimenti, sia a contenuto sanzionatorio sia di natura regolamentare.

Il sistema delle sanzioni

Il quadro normativo di riferimento dell'attività sanzionatoria dell'Autorità in materia di comunicazione politica è piuttosto articolato. L'apparato sanzionatorio della legge n. 28 del 2000 prevede sanzioni di tipo eminentemente ripristinatorio, che mirano a ristabilire in tempi ristretti la parità di accesso all'informazione politico-elettorale per le violazioni delle singole fattispecie tassativamente previste dalla legge.

Oltre alle sanzioni ripristinatorie, sono previste la trasmissione o pubblicazione, anche ripetuta a seconda della gravità, di messaggi recanti l'indicazione della violazione commessa e, ove necessario, di rettifiche, con un risalto, per fascia oraria e collocazione, non inferiore alla comunicazione da rettificare. L'Autorità, inoltre, può adottare anche ulteriori provvedimenti d'urgenza per ripristinare l'equilibrio nell'accesso alla comunicazione politica.

L'apparato sanzionatorio prevede anche l'adozione delle misure amministrative pecuniarie stabilite dall'articolo 15 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nel testo modificato dalla legge n. 28/2000: per effetto della legge n. 689/81, viene applicata la

sanzione prevista per la violazione più grave, aumentata sino al triplo, nel caso in cui con un'azione od omissione si violino diverse disposizioni che prevedono sanzioni amministrative.

In caso di mancata ottemperanza ad ordini e diffide impartiti dall'Autorità ai sensi dell'art. 1, commi 31 e 32, della legge n. 249/97 la sanzione pecuniaria prevista varia da 10.330 euro a 258.230 euro e, in caso di violazione di particolare gravità o reiterata, si può applicare la sospensione della concessione o autorizzazione per un periodo non superiore a sei mesi).

Per la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo l'accertamento della mancata osservanza delle disposizioni della Commissione parlamentare di vigilanza può comportare la richiesta alla concessionaria di attivare i procedimenti disciplinari previsti dai contratti di lavoro per i dirigenti responsabili, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lett. c) n. 10, della legge n. 249 del 1997, nonché la verifica del rispetto del contratto di servizio.

L'apparato sanzionatorio previsto per l'emittenza radiotelevisiva locale dalla legge n. 313/2003 prevede l'adozione di provvedimenti a carattere compensativo idonei ad eliminare gli effetti lesivi, nonché l'applicazione delle sanzioni previste dall'articolo 11-*quinquies*, comma 3, che vanno da un minimo di 1.000 euro a un massimo di 20.000 euro.

Periodo elettorale 2010

Nella primavera del 2010 si sono svolte le elezioni regionali, provinciali e comunali del 28 e 29 marzo, nonché le elezioni provinciali e comunali nelle regioni a statuto speciale del mese di maggio 2010. Gran parte delle deliberazioni adottate per tali competizioni sono state riportate nella Relazione annuale dello scorso anno.

Sul tema della disciplina dei programmi di comunicazione politica e dei programmi di informazione è intervenuto, con riferimento alle sopra citate elezioni amministrative, un chiarimento importante da parte del TAR.

In seguito alla sospensione disposta in via cautelare dal TAR del Lazio¹²⁵, delle disposizioni di attuazione della legge sulla *par condicio* approvate dall'Autorità con delibera n. 25/10/CSP, che, in corrispondenza al regolamento approvato dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi il 9 febbraio 2010, equiparavano i programmi di informazione a quelli di comunicazione politica per le emittenti televisive private, l'Autorità con delibera n. 31/10/CSP del 12 marzo 2010 ha annullato, in via di autotutela, le disposizioni in questione, ravvisando la necessità ed urgenza di conformare la disciplina di cui trattasi all'articolo 2 della legge n. 28/2000, secondo la lettura della predetta norma e delle pronunzie della Corte costituzionale in materia data dal TAR con le predette ordinanze.

La Corte costituzionale nella sentenza n. 155/2002 aveva, infatti, posto in rilievo come le regole più stringenti che valgono per la comunicazione politica non si attagliano "alla diffusione di notizie nei programmi di informazione", sottolineando che l'art. 2 della legge n. 28 del 2000 non comporta la trasposizione dei criteri dettati per la comunicazione politica nei programmi di informazione "che certamente costituiscono un

125 Ordinanze del TAR del Lazio n. 01179/2010 e n. 01180/2010 del 12 marzo 2010 pronunciate sui ricorsi proposti da Telecom Italia Media e da Sky avverso la delibera n. 25/10/CSP.

momento ordinario, anche se tra i più caratterizzanti dell'attività radiotelevisiva," ed aveva soggiunto che "l'espressione diffusione di notizie va [...] intesa, del resto secondo un dato di comune esperienza, nella sua portata più ampia, comprensiva quindi della possibilità di trasmettere notizie in un contesto narrativo-argomentativo ovviamente risalente alla esclusiva responsabilità della testata".

Avendo l'Autorità provveduto a modificare in via di autotutela il proprio regolamento, il TAR del Lazio, sul presupposto che l'Agcom "ha condiviso la conclusione alla quale questa Sezione era pervenuta nelle ordinanze n. 1179 e 1180 del 12 marzo 2010 [...] secondo cui la delibera impugnata [n. 25/10/CSP], nella parte in cui estendeva ai programmi di informazione la disciplina dettata per la comunicazione politica, viola l'art. 2 della legge 22 febbraio 2000, n. 28" e il distinguo operato, agli effetti del rispetto del principio della *par condicio* da parte delle emittenti private, dal giudice delle leggi tra "programmi di informazione" e "programmi di comunicazione politica", con successiva sentenza¹²⁶ ha rilevato "l'intervenuta improcedibilità per sopravvenuto difetto di interesse dei motivi dell'atto introduttivo" ed ha quindi respinto i ricorsi.

Alla luce dell'importante chiarimento giurisprudenziale intervenuto, l'Autorità ha disciplinato i programmi di informazione tenendo conto delle differenze ontologiche tra questi ultimi e i programmi di "comunicazione politica".

Le considerazioni svolte implicano che nel periodo della campagna elettorale i programmi di informazione – telegiornali e ogni altro programma di contenuto informativo a rilevante presentazione giornalistica, caratterizzato dalla correlazione ai temi dell'attualità e della cronaca –, si conformino con particolare rigore ai principi di tutela del pluralismo, dell'imparzialità, dell'indipendenza, della obiettività e dell'apertura alle diverse forze politiche, assicurando loro parità di trattamento.

La parità di trattamento, secondo il consolidato orientamento dell'Autorità, va inteso nel senso che situazioni analoghe devono essere trattate in maniera analoga al fine di assicurare in tali programmi l'equa rappresentazione di tutte le opinioni politiche e il corretto svolgimento del confronto politico su cui fonda il sistema democratico.

Per quanto riguarda le elezioni del Presidente e dei componenti delle assemblee delle comunità territoriali della Provincia Autonoma di Trento del 24 ottobre 2010 è stata adottata la delibera n. 202/10/CSP del 5 ottobre 2010, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per le elezioni del presidente e dei componenti dell'assemblea delle comunità territoriali della Provincia Autonoma di Trento (Comunità territoriale della Val di Fiemme, Comunità di Primiero, Comunità Valsugana e Tesino, Comunità Alta Valsugana e Bersntol, Comunità della Valle di Cembra, Comunità della Val di Non, Comunità della Valle di Sole, Comunità delle Giudicarie, Comunità Alto Garda e Ledro, Comunità della Vallagarina, Magnifica comunità degli Altipiani Cimbri, Comunità Rotaliana – Konigsberg, Comunità della Paganella e Comunità della Valle dei Laghi), indette per il giorno 24 ottobre 2010, nonché relative alla campagna per le elezioni del sindaco e del consiglio comunale nei comuni di Cis (Provincia di Trento) e di Corvara in Badia (Provincia di Bolzano), indette per il giorno 21 novembre 2010".

¹²⁶ Sentenza n. 10270/10 del 7 maggio 2010 emessa sul ricorso di Telecom Italia Media, sentenza n. 11187/10 del 13 maggio 2005 emessa sul ricorso di Sky Italia, sentenza n. 11188/10 del 13 maggio 2010 emessa sul ricorso di R.T.I.

L'aggiornamento settimanale dei dati relativi al monitoraggio delle trasmissioni televisive nazionali – pubblicato sul sito dell'Autorità – ha consentito di accertare in tempo utile eventuali lesioni della parità di accesso ai mezzi di informazione e di avviare procedimenti istruttori, anche d'ufficio. In particolare, attraverso il monitoraggio, ventiquattr'ore su ventiquattro, delle trasmissioni delle emittenti televisive nazionali, è stato possibile acquisire gli elementi per assicurare la verifica dell'equilibrio nell'informazione e la parità di trattamento tra i soggetti politici nei due periodi in cui si articola la campagna elettorale (dall'indizione dei comizi alla presentazione delle liste e dalla presentazione delle liste alla chiusura della campagna elettorale), e degli altri obblighi che riguardano la comunicazione politica in tale periodo.

La tipologia degli interventi dell'Autorità è stata complessa ed articolata nei contenuti, dai richiami, alle diffide, alle ordinanze ripristinatorie fino a quelle di applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria per i profili di inottemperanza alle delibere dell'Autorità.

Comunicazione istituzionale

Tra gli interventi posti in essere si segnalano quelli in materia di vigilanza sulle norme relative alla comunicazione istituzionale (Tabella 3.40). Sulla scorta di una circolare della Presidenza del Consiglio dei ministri inviata a tutte le amministrazioni centrali che fa propri gli indirizzi interpretativi dell'Autorità circa i requisiti di necessità e impersonalità della comunicazione istituzionale durante i periodi elettorali, sono state valutate diverse fattispecie.

L'art. 9, comma 1, della legge n. 28/2000 stabilisce, infatti, che dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto è fatto divieto a tutte le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione ad eccezione di quelle effettuate in forma impersonale e indispensabili per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni. In applicazione della predetta disposizione di legge, in n. 6 fattispecie è stato accertato lo svolgimento di campagne di comunicazione istituzionale non indispensabili e non impersonali, per cui l'Autorità ha ordinato alle Pubbliche amministrazioni interessate di pubblicare un messaggio recante l'indicazione di aver violato il divieto di comunicazione istituzionale in argomento, mentre in n. 5 fattispecie è stata disposta l'archiviazione degli atti.

Tabella 3.40. *Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale*

| Delibera | Segnalante | Segnalato |
|-----------------|--|--|
| 99/10/CSP | Antonio Castiglione (rappresentante legale del Partito Democratico della Provincia di Carbonia, Iglesias) | |
| 102/10/CSP | Carlo Porcari, Presidente del gruppo del Partito Democratico della Regione Lombardia | |
| 104/10/CSP | Movimento d'impegno civico "Civiltà vigevanese" | Comune di Vigevano |
| 106/10/CSP | Lista "Insieme per cambiare" | Comune di Zagarolo |
| 108/10/CSP | Saverio Caridi e Vincenzo Crupi | Comune di Bova Marina |
| 109/10/CSP | Prefettura di Lucca | Comune di Pietrasanta |
| 120/10/CSP | Alba Rosa Galleri (presentatrice della lista "Città Democratica" nel rinnovo del Consiglio comunale di Porto Torres) | Comune di Porto Torres |
| 121/10/CSP | Carlo Cunico (consigliere comunale di Rotzo) ed Edoardo Sartori | Sindaco del Comune di Rotzo |
| 157/10/CSP | Gino Alessio (candidato sindaco al Comune di Villadose) e Stefano Barchi (delegato per la Lista Lega Nord per Villadose) | Mirella Zambello (Sindaco uscente) e Comune di Villadose |
| 158/10/CSP | D'ufficio | Azienda Sanitaria 3 Genovese |
| 159/10/CSP | Giovanni e Giampaolo Oppo (candidati alla carica di Sindaco e Consigliere Comunale nella Lista Civica n. 1 "Rinnovare per crescere" nelle elezioni del Consiglio Comunale di Fordongianus) | Sindaco uscente e Comune di Fordongianus |

Fonte: Autorità

Informazione politico-elettorale

In base a quanto previsto dall'art. 5 della legge n. 28/2000 e dai regolamenti di attuazione adottati rispettivamente dalla Commissione parlamentare di vigilanza e dall'Autorità, i programmi di informazione nel periodo elettorale – dai telegiornali a quelli di approfondimento informativo – si conformano con particolare rigore ai principi di parità di trattamento dei soggetti politici, obiettività, completezza e imparzialità dell'informazione. Ai conduttori e registi dei programmi è richiesto un comportamento corretto ed imparziale ed è fatto divieto di fornire in maniera diretta o indiretta indicazioni di voto e comunque di esercitare anche in forma surrettizia un'influenza sulle libere scelte degli elettori. Di particolare evidenza è la delibera n. 87/10/CSP del 6 mag-

gio 2010, recante "Atto di indirizzo sull'osservanza dei principi vigenti in materia di informazione con riferimento alla raccolta delle firme per la promozione dei referendum popolari relativi all'abrogazione dell'articolo 23-*bis* (dodici commi) della legge 6 agosto 2008, n. 133 (conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, recante disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria), e degli articoli 150 (quattro commi) e 154, comma 1, del decreto legislativo 3 aprile 2006, n. 152 (norme in materia ambientale), pubblicati nella *Gazzetta Ufficiale* n. 76 del 1° aprile 2010".

Inoltre, per fattispecie riferite alla campagna per le elezioni dello scorso anno (Tabella 3.41), l'Autorità ha assunto due provvedimenti di archiviazione per l'informazione, l'una da una testata giornalistica *online* e l'altra di un'emittente televisiva in ambito locale.

Tabella 3.41. *Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di informazione politica*

| Delibera | Segnalante | Segnalato |
|-----------------|---|--|
| 87/10/CSP | D'ufficio | Emittenti radiotelevisive |
| 105/10/CSP | Alessandra Consonni, in qualità di consigliere comunale uscente del gruppo Lega Nord e candidata nella lista civica "Ballabio Nostra" | Testata giornalistica <i>online</i> "Ballabio news" |
| 107/10/CSP | D'ufficio | Impresa produzione televisive srl (emittente per la radiodiffusione televisiva locale Reggio tv) |

Fonte: Autorità

Sondaggi politici ed elettorali

I risultati dei sondaggi realizzati durante il periodo di campagna elettorale possono essere diffusi soltanto se accompagnati da specifiche indicazioni sulla metodologia del sondaggio, l'indicazione degli elementi informativi, nonché la pubblicazione sul sito informatico della Presidenza del Consiglio dei ministri (www.sondaggipoliticoelettorali.it). In applicazione di tali disposizioni l'Autorità ha avviato n. 3 procedimenti (Tabella 3.42) che si sono conclusi con il non luogo a procedere, nel primo caso, in quanto il quotidiano ha provveduto ad adeguarsi spontaneamente agli obblighi di legge; negli altri due casi l'Autorità ha ordinato di provvedere alla rettifica dei sondaggi, in particolare, per quanto riguarda il sondaggio pubblicato nel periodo protetto, vale a dire durante il divieto nei quindici giorni precedenti le votazioni.

Tabella 3.42. *Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di sondaggi politico-elettorali*

| Delibera | Segnalante | Segnalato |
|-----------------|---|--|
| 103/10/CSP | Antonio Zaniboni candidato sindaco della lista "Mantova il patto nuovo" | Quotidiano "La voce di Mantova" |
| 122/10/CSP | Marco Galdi | Agenzia di comunicazione e pubblicità "Gerardo Ardito Communication" (periodico Cavanotizie.it) |
| 123/10/CSP | D'ufficio | Società Die neue südtiroler tageszeitung gmbh s.r.l. (quotidiano Die neue südtiroler tageszeitung) |

Fonte: Autorità

Periodo non elettorale

Nel corso del periodo non elettorale, oltre ai principi generali in materia di informazione dettati dagli artt. 3 e 7 del Testo unico della radiotelevisione, si applicano le specifiche disposizioni attuative della legge 28 dettate sia dall'Autorità che dalla Commissione parlamentare di vigilanza nei confronti della concessionaria del servizio pubblico. Poiché l'apparato sanzionatorio dettato dalla legge n. 28 del 2000 è applicabile unicamente nei periodi elettorali, il periodo ordinario è sprovvisto di sanzioni pecuniarie. Soccrono allora le citate norme generali che sanzionano l'inottemperanza ad ordini o diffide impartite dall'Autorità ai sensi dell'art. 1, comma 31, della legge 249 del 1997 e che prevedono una sanzione da 10.330 a 258.230 euro, oltre alle specifiche sanzioni previste dal Testo unico nei confronti della Rai, nell'ipotesi in cui la violazione di tali principi costituisca anche violazione del contratto di servizio.

In applicazione del quadro normativo e regolamentare previsto per il periodo non elettorale l'Autorità ha svolto n. 18 procedimenti (Tabella 3.43), adottando n. 6 provvedimenti di archiviazione, di cui n. 4 nei confronti della concessionaria del servizio pubblico; uno di questi per una trasmissione di programma informativo ed un altro per notiziari e programmi di approfondimento. Sono inoltre stati adottati n. 3 provvedimenti di richiamo nei confronti di due emittenti radiotelevisive private e uno per il telegiornale della concessionaria del servizio pubblico, intesi ad assicurare nei notiziari il riequilibrio dell'informazione politica tra i soggetti politici ed istituzionali nel rispetto dei principi di tutela del pluralismo, imparzialità, completezza, obiettività e parità di trattamento e n. 3 ordini per il riequilibrio tra il tempo dedicato alla maggioranza e all'opposizione, evitando la sproporzione della presenza del Governo (notiziari Tg1, Tg4 e Studio Aperto), nonché n. 3 provvedimenti di trasmissione dei predetti ordini. Nei confronti di un telegiornale della concessionaria del servizio pubblico è stata adottata la diffida al riequilibrio dell'informazione politica tra i soggetti politici ed istituzionali.

In un caso specifico è stata adottata un'ordinanza ingiunzione nei confronti di un'emittente televisiva in ambito locale per la trasmissione di programmi compensa-

tivi al soggetto politico segnalante e per il pagamento della sanzione amministrativa di tremila euro ai sensi dell'art. 11-*quinquies*, commi 2 e 3, della legge 28 del 2000.

Infine, relativamente all'attività di vigilanza sul rispetto del pluralismo politico ed istituzionale nei telegiornali diffusi dalle reti televisive nazionali, l'Autorità, al fine di assicurare la massima trasparenza e conoscenza dei propri criteri di vigilanza circa il delicato tema del pluralismo informativo, ha adottato la delibera n. 243/10/CSP del 15 novembre 2010 che riguarda il rispetto del pluralismo politico e istituzionale nei telegiornali diffusi dalle reti televisive nazionali. La delibera indica la modalità e la frequenza del monitoraggio dei telegiornali andati in onda nell'intero arco di programmazione con riferimento ai periodi non elettorali e durante le campagne elettorali.

Nei periodi non elettorali i dati sono pubblicati sul sito *web* dell'Autorità con cadenza mensile (di norma il giorno 12 di ogni mese). Le valutazioni sul rispetto del pluralismo si basano sui dati riferiti a ciascun trimestre¹²⁷ e sui parametri costituiti dal tempo di notizia, parola e antenna. Nelle valutazioni l'Autorità si ispira al principio della parità di trattamento, attribuendo peso prevalente al "tempo di parola" di ciascun soggetto politico o istituzionale, che rappresenta l'indicatore quantitativo più valido per verificare il grado di pluralismo. Prima si faceva, invece, riferimento prevalentemente al tempo di antenna.

Durante le campagne elettorali o referendarie i dati sono pubblicati con cadenza quindicinale nel primo periodo della campagna e settimanale nel secondo periodo. I criteri specifici relativi alla valutazione del pluralismo informativo in tale periodo sono quelli definiti di volta in volta dalla Commissione parlamentare di vigilanza e dall'Autorità, previa consultazione tra loro, ciascuna nell'ambito della propria competenza.

Nella predetta delibera, l'Autorità ha tenuto presente tutto il quadro normativo vigente in materia di pluralismo. In particolare, sono state evidenziate le differenze ontologiche tra la "comunicazione politica" e l'"informazione" e il diverso criterio applicabile a ciascuna categoria (*equal time* per la comunicazione politica, parità di trattamento per l'informazione).

127 In armonia con analoghe regolamentazioni europee. Si vedano in proposito i criteri adottati dal CSA francese il 21 luglio 2009.

Tabella 3.43. *Provvedimenti adottati nel periodo non elettorale in materia di informazione politica*

| Delibera | Segnalante | Segnalato |
|-----------------|--|---|
| 100/10/CSP | Davide Conte (consigliere comunale di Ischia) | Teleischia s.r.l. (emittente per la radiotelevisione in ambito locale "Teleischia") |
| 135/10/CSP | Silvana Mura (Italia dei Valori – Lista di Pietro) | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (emittente televisiva in ambito nazionale Rai Uno) "Tg1" |
| 136/10/CSP | Silvana Mura (Italia dei Valori – Lista di Pietro) | R.t.i. Reti Televisive Italiane s.p.a. (emittenti televisive in ambito nazionale Canale 5, Italia 1 e Rete 4) "Tg5", "Studio Aperto" e "Tg4" |
| 137/10/CSP | Partito Radicale, Associazione politica nazionale Lista Marco Pannella, Radicali Italiani, Associazione Luca Coscioni e Associazione Nessuno Tocchi Caino | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (Emittente televisive Rai Uno, Rai Due e Rai Tre) |
| 197/10/CSP | Silvana Mura (Italia dei Valori – Lista di Pietro) | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (emittente televisiva in ambito nazionale Rai Uno) "Tg1" |
| 220/10/CSP | D'ufficio | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (emittente televisiva in ambito nazionale Rai Uno) "Tg1" |
| 221/10/CSP | D'ufficio | R.t.i. Reti televisive italiane s.p.a. |
| 222/10/CSP | D'ufficio | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (emittente televisiva in ambito nazionale Rai Uno) "Tg1" |
| 240/10/CSP | Italia dei Valori Lista di Pietro | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. |
| 241/10/CSP | Italia dei Valori Lista di Pietro | R.t.i. Reti televisive italiane s.p.a. |
| 242/10/CSP | Sandro Bondi, Ignazio La Russa, Denis Verdini (coordinatori nazionali e rappresentanti legali del Popolo delle Libertà) | Trasmissione "Annozero" "Scacco al Premier", andata in onda su Rai Due il 23 settembre 2010 |
| 243/10/CSP | D'ufficio | Tutte le reti televisive nazionali |
| 179/11/CONS | D'ufficio | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (TG1) |
| 180/11/CONS | D'ufficio | R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (TG4) |
| 181/11/CONS | D'ufficio | R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (Studio Aperto) |
| 182/11/CONS | UDC | R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (TG4 e Studio Aperto) |
| 183/11/CONS | Silvana Mura (Italia dei Valori – Lista di Pietro) | R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (Tg5, Studio Aperto e TG4) |
| 184/11/CONS | Silvana Mura (Italia dei Valori – Lista di Pietro) | Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a. (Tg1, Tg2 e Tg3) |

Fonte: Autorità

Periodo elettorale 2011

Nel corso di questo anno sono previsti quattro significativi appuntamenti elettorali e precisamente le elezioni provinciali e comunali del 15 e 16 maggio 2011, e le tre campagne referendarie per:

a) il referendum consultivo della regione Sardegna del 15 maggio 2011 dal quesito: "Sei contrario all'installazione di centrali nucleari o di siti per lo stoccaggio di scorie radioattive da esse residue o preesistenti?";

b) il referendum per il distacco del Comune di Magliano Sabina dalla regione Lazio e la sua aggregazione alla regione Umbria, a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione";

c) i quattro referendum popolari nazionali del 12 e 13 giugno 2011 per l'abrogazione di disposizioni in tema di "Modalità di affidamento e gestione dei servizi pubblici locali di rilevanza economica", "Determinazione della tariffa del servizio idrico integrato in base all'adeguata remunerazione del capitale investito", "Nuove centrali per la produzione di energia nucleare" e in materia di legittimo impedimento del Presidente del Consiglio dei ministri e dei Ministri a comparire in udienza penale".

Per tali elezioni, l'Autorità ha tempestivamente adottato, in tempo utile per l'avvio delle campagne elettorali, i regolamenti attuativi della disciplina in materia di *par condicio*, che tengono conto del chiarimento giurisprudenziale intervenuto nel 2010 circa la differente disciplina cui sono sottoposti i programmi di comunicazione politica e i programmi di informazione:

a) delibera n. 80/11/CSP del 29 marzo 2011, 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 provinciali e comunali fissate per i giorni 15 e 16 maggio 2011";

b) delibera n. 81/11/CSP del 29 marzo 2011, recante: "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per il referendum consultivo della Regione Sardegna dal titolo "Sei contrario all'installazione di centrali nucleari e di siti per lo stoccaggio di scorie radioattive da esse residue o preesistenti?" indetto dalla regione Sardegna per i giorni 15 e 16 maggio 2011";

c) delibera n. 82/11/CSP del 29 marzo 2011, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per i referendum per il distacco del comune di Magliano Sabina (RI) dalla Regione Lazio alla Regione Umbria, a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetto i giorni 15 e 16 maggio 2011";

d) delibera n. 98/11/CSP del 13 aprile 2011, 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 quattro referendum popolari aventi ad oggetto l'abrogazione di alcune disposizioni del decreto-legge 25 giugno 2008 n. 112, convertito dalla legge 6 agosto 2008, n. 133 e successive modificazioni e del decreto-legge 25 settembre 2009, n. 135, convertito, con modificazioni dalla legge 20 novembre 2009, n. 166, nel testo risultante a seguito della sentenza della Corte costituzionale n. 325 del 2010; l'abrogazione parziale dell'articolo 154, comma 1, del decreto legislativo 3 aprile 2006, n. 152; l'abrogazione parziale del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito con modificazioni dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, nel testo risul-

tante per effetto di modificazioni e integrazioni successive, limitatamente all'art. 7, comma 1, lett. d); l'abrogazione della legge 7 aprile 2010, n. 51, indetti per i giorni 12 e 13 giugno 2011".

Di particolare importanza è stata, inoltre, la circolare in materia di "videomessaggi" di soggetti politici e istituzionali nel corso dei programmi di informazione (telegiornali e programmi di approfondimento informativo), emanata l'11 aprile 2011, con la quale l'Autorità ha diffuso alcuni chiarimenti e criteri interpretativi circa l'ambito e le modalità della loro diffusione. In particolare, i videomessaggi possono essere diffusi solo nei periodi non interessati dalle campagne elettorali, nel corso delle quali sono vietati, e solo in via eccezionale, laddove strettamente connessi con l'attualità della cronaca, rispondendo a primarie esigenze informative di rilevante interesse pubblico. Essi non possono essere riproposti nei telegiornali dopo 48 ore dal verificarsi dell'evento e non possono superare i tre minuti. Inoltre, di norma vanno accompagnati da commenti di altri soggetti, al fine di assicurare un confronto dialettico che favorisca la libera e consapevole formazione delle opinioni dei telespettatori.

Da evidenziare, infine, che con delibera n. 256/10/CSP del 9 dicembre 2010, l'Autorità all'esito di una lunga consultazione a cui tutti i soggetti interessati hanno costruttivamente partecipato (istituti di ricerca, stampa, televisioni, altri mezzi di comunicazione), ha adottato un Regolamento generale in materia di sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa, che disciplina anche i sondaggi politico elettorali diffusi in periodo di *par condicio* (cfr. cap. 3.16). Nel nuovo Regolamento l'Autorità ha stabilito – ai fini della massima trasparenza e nell'interesse degli utenti – che non è consentito chiamare "sondaggi" le rilevazioni spontanee di opinioni non suffragate dal rigore scientifico e metodologico che contraddistingue i veri sondaggi. Inoltre, è stato ribadito che l'inservanza del divieto che vige negli ultimi quindici giorni della campagna elettorale di diffondere i risultati dei sondaggi politico-elettorali sussiste anche quando vengono riportate nel circuito dell'informazione radiotelevisiva o, della stampa e delle agenzie di stampa, le dichiarazioni concernenti i risultati di sondaggi rilasciati da qualsiasi soggetto in qualsiasi sede, a meno che le dichiarazioni siano relative a risultati di sondaggi già resi pubblici nelle forme stabilite dalla legge nel periodo in cui ciò è consentito.

3.21. Il Registro degli operatori di comunicazione

Nel corso degli ultimi dodici mesi, la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione ("Registro") è stata caratterizzata da notevoli sviluppi, in conseguenza di evoluzioni tanto sul piano normativo, quanto su quello tecnico.

Con riferimento al primo profilo, il Registro è stato interessato dalle modifiche della regolamentazione in materia di radiodiffusione. L'entrata in vigore del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 (cd. "*Decreto Romani*"), che ha modificato il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, infatti, ha reso necessario l'adattamento dell'allegato A alla delibera del 26 novembre 2008, n. 666/08/CONS ("Regolamento del Registro").

Le principali modifiche, apportate dalla delibera del 25 novembre 2010, n. 608/10/CONS, hanno riguardato le categorie di soggetti tenuti all'iscrizione: l'articolo 2 del Regolamento del Registro prevede, ora, la categoria di "*fornitore di servizi di media audiovisivi o radiofonici*", in luogo di quella di "*fornitore di contenuti*". Sono state, altresì, aggiornate alcune definizioni, come quella dei "*fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici*" "*lineari*" e "*non lineari ovvero a richiesta*".

In linea con le nuove previsioni normative, è stata anche modificata parte della modulistica in uso per l'iscrizione. In tal senso, al fine di consentire la piena trasparenza dei marchi esistenti e diffusi dai fornitori di servizi di *media* audiovisivi e radiofonici e l'efficace vigilanza da parte dell'Autorità, viene ora richiesta anche l'indicazione dei rapporti contrattuali in corso tra essi e gli operatori di rete. Analogamente, gli operatori di rete sono tenuti a comunicare i fornitori di servizi di *media* audiovisivi con i quali intrattengono rapporti commerciali.

Tale adeguamento permetterà all'Autorità di vigilare con maggiore efficacia, consentendo, altresì, di individuare e verificare eventuali discrasie tra quanto dichiarato tra gli operatori di rete e i fornitori di servizi di *media* audiovisivi.

Inoltre, conformemente a quanto previsto dal d.lgs. n. 177/2005, gli operatori sono chiamati a dichiarare lo svolgimento di eventuali attività in *simulcast*.

Evoluzione del Registro

Le modifiche in esame si inseriscono in un contesto di adeguamento complessivo del Registro. In primo luogo è in corso l'implementazione del nuovo *front office* del Registro, per allinearlo alle più recenti disposizioni in materia di semplificazione amministrativa. Ai sensi dell'art. 38 del decreto legge del 25 giugno 2008, n. 112 (convertito con legge 6 agosto 2008, n. 133), infatti, il Portale delle imprese (oggi denominato www.impresainungiorno.gov.it) è deputato ad assolvere tutte le funzioni per l'attuazione delle azioni di semplificazione degli sportelli unici dell'attività produttiva. All'esito dell'implementazione del sistema, accedendo a tale portale, attualmente gestito dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio ("*Unioncamere*"), le imprese potranno effettuare le comunicazioni di competenza di diverse amministrazioni con un unico adempimento, potendo fruire di una significativa semplificazione amministrativa. Il Portale delle imprese, peraltro, consentirà anche alle amministrazioni aderenti di conseguire sensibili guadagni di efficienza, grazie alla condivisione e all'interscambio delle informazioni.

In tale prospettiva, l'Autorità, ha sottoscritto un'apposita convenzione con Unioncamere, finalizzata all'integrazione del *front office* del Registro con quello del Portale delle imprese.

Poiché l'integrazione del *front office* consentirà di recuperare automaticamente e acquisire al Registro le informazioni e le dichiarazioni già rese ad altre pubbliche amministrazioni, i dati del Registro diventeranno ancora più completi, affidabili e coerenti con quelli detenuti da altri enti.

Occorre, poi, rilevare che l'attuale sistema informativo del Registro, in uso dal 2001, compie quest'anno dieci anni: un tempo considerevole per un sistema informatico. Indipendentemente dagli sviluppi del *front office* e della sua integrazione con un nuovo sistema di *back office* (attualmente in fase di ridefinizione), l'Autorità ha avviato un aggiornamento tecnico del sistema in esercizio: la manutenzione correttiva, adeguativa ed evolutiva del Registro migliorerà la fruibilità dell'attuale sistema.

Sono, infatti, in corso di implementazione una serie di verifiche automatiche che consentiranno al sistema di rilevare, già in fase di compilazione dei modelli, i principali errori formali da parte degli operatori iscritti. Il sistema, inoltre, sarà dotato di nuovi strumenti di *business intelligence* che garantiranno estrazione dati più approfondite, e in grado di verificare la corrispondenza tra quanto dichiarato dagli operatori di rete e dai fornitori di servizi che si avvalgono delle loro reti. In aggiunta, sarà possibile verificare la rispondenza tra forme giuridiche ed attività dichiarate dai soggetti iscritti ed iscrivendi.

Al fine di migliorare l'efficienza della tenuta del Registro, è stato, inoltre, affidato il servizio di gestione e riordino documentale degli archivi cartacei. L'attività prevede la riunificazione delle diverse serie storiche dei registri ROC, RNIR ed RNS con avvio della digitalizzazione dei documenti cartacei consentendone, in prospettiva, la gestione e consultazione all'interno del nuovo *back office* del Registro.

È stata, infine, data attuazione all'art. 19 del Regolamento del Registro, che prevede la pubblicazione di denominazione, codice fiscale, sede legale, attività e numero ROC dei soggetti iscritti al Registro. L'elenco è disponibile online all'indirizzo www.elencopubblico.roc.agcom.it.

Controlli sulle imprese editrici richiedenti contributi

Tra le diverse attività condotte nel periodo di riferimento, l'Ufficio del Registro ha continuato a svolgere, sulla base di una prassi stabilita nell'ambito dei rapporti di leale collaborazione tra istituzioni dello Stato, verifiche sugli editori richiedenti i contributi per l'editoria alla Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria (DIE), indicati in appositi elenchi trasmessi dallo stesso DIE. I controlli sulle banche dati a disposizione degli Uffici hanno interessato circa trecento soggetti, per i quali sono stati analizzati la posizione presso il Registro e gli assetti proprietari. In alcuni casi, sulla base di segnalazioni del DIE, le verifiche effettuate sui dati a disposizione dell'Ufficio del Registro sono state seguite da ulteriori accertamenti ispettivi presso i soggetti, svolti dal Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza.

Nell'ambito della più generale attività di controllo, sono stati avviati 26 procedimenti sanzionatori per la violazione degli obblighi di comunicare annualmente, entro

i termini previsti dal Regolamento del Registro, l'invarianza dei dati trasmessi dalle imprese editrici all'atto dell'iscrizione al Registro, ovvero le situazioni di controllo di cui all'art. 2359 c.c. e all'art. 1, comma 8, della legge 5 agosto 1981, n. 416. In particolare, per la violazione dell'obbligo di comunicare l'invarianza dei dati di cui agli articoli 11, commi 1 e 2, e 13, comma 1, del Regolamento del Registro, sono stati avviati, nei confronti delle imprese editrici, 22 procedimenti sanzionatori, 14 dei quali sono stati definiti con delibera di archiviazione per intervenuta oblazione, mentre i restanti 8 procedimenti risultano in corso di definizione. Relativamente ai casi di violazione dell'obbligo di comunicare le situazioni di controllo di cui all'art. 2359 c.c. e all'art. 1, comma 8, della legge n. 416/1981, sono stati avviati quattro procedimenti sanzionatori, uno dei quali è stato oggetto di archiviazione per intervenuta oblazione, due risultano in corso di definizione; l'ultimo è stato definito con provvedimento di ordinanza-ingiunzione adottato con la delibera n. 63/11/CONS per la violazione delle norme della legge 5 agosto 1981, n. 416, volte ad assicurare la trasparenza della proprietà e delle connesse disposizioni regolamentari in materia di obblighi di comunicazione al registro degli operatori di comunicazione, concernenti le società Editoriale Libero s.r.l. ed Edizioni Riformiste società cooperativa, di cui al procedimento sanzionatorio n. 39/10/ISP.

Le evoluzioni normative degli ultimi anni, peraltro, stanno rendendo sempre più complessi e onerosi gli accertamenti condotti dall'Autorità in materia di trasparenza degli assetti. Già nel corso del 2009, la legge 27 febbraio 2009, n. 14, modificando l'art. 1 della legge n. 416/1981, aveva consentito alle imprese editrici di intestare la partecipazione di controllo anche a società controllate indirettamente da persone fisiche o a società fiduciarie (cfr, al riguardo, la segnalazione al Governo in materia di partecipazioni nelle imprese editoriali pubblicata sul sito Agcom il 19 novembre 2010).

A rendere maggiormente critico il quadro, nel corso del 2010, il decreto del Presidente della Repubblica 25 novembre 2010, n. 223, ha esplicitamente esteso le competenze dell'Autorità in materia di verifica degli assetti societari all'ambito dell'erogazione dei contributi all'editoria. In particolare, l'art. 5 di tale Regolamento, rubricato "Situazioni di collegamento e controllo", prevede che il DIE "provvede a richiedere [all'Autorità], relativamente alle imprese richiedenti i contributi, oltre alla regolarità dell'iscrizione al Registro [...], l'attestazione di conformità degli assetti societari alla normativa vigente, nonché l'attestazione dell'assenza di situazioni di controllo e/o collegamento per gli effetti di cui all'articolo 3, commi 11-*ter* e 13, della legge 7 agosto 1990, n. 250, e dell'articolo 1, comma 574, della legge 23 dicembre 2005, n. 266".

Con tale novella normativa, la collaborazione fino ad oggi prestata al DIE nell'ambito dei rapporti di leale collaborazione diviene, dunque, un adempimento formalmente previsto in capo all'Autorità, la quale "attesterà" la posizione dei soggetti richiedenti i contributi sulla base dei dati in possesso del Registro.

Si noti che la norma, estendendo le competenze dell'Autorità anche alla verifica delle posizioni di collegamento, impone l'adozione di specifiche misure di attuazione. Le previsioni del Regolamento vigente sono, infatti, finalizzate alla rilevazione delle partecipazioni di controllo delle imprese iscritte e mal si prestano, se non in casi specifici, alla individuazione di situazioni di collegamento. È, pertanto, in corso di predisposizione un regolamento volto a disciplinare nuovi obblighi di comunicazione specifici per gli editori richiedenti i contributi, tali da consentire la piena verifica delle fattispecie rilevanti.

Da ultimo, si osserva che, data la complessità delle verifiche che si andranno ad effettuare, risulterà necessario richiedere, con maggiore frequenza, la collaborazione del Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza presso l'Autorità, al fine di eseguire i necessari approfondimenti in merito a situazioni, che di fatto, superando il dato cartolare, possano configurare ipotesi di controllo o collegamento ai sensi dell'art. 2359 c.c., dando seguito a segnalazioni qualificate ed attuando campagne di controlli a campione sulle imprese editrici richiedenti i contributi.

Gestione ordinaria

Per quanto riguarda la gestione ordinaria, come è noto, l'attività di tenuta del Registro è stata delegata a diversi Comitati regionali per le comunicazioni ("Co.re.com.") e al Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia di Trento, in forza dell'accordo quadro sottoscritto dall'Autorità e approvato con la delibera n. 444/08/CONS del 28 luglio 2008¹²⁸. Nel periodo di riferimento, ad un anno dal conferimento delle deleghe, il Servizio ispettivo e registro dell'Autorità ha svolto attività di formazione e verifica con riferimento agli adempimenti connessi alla tenuta del Registro. Ad esito delle verifiche, l'attività di tenuta del Registro condotta dai Co.re.com. delegati è risultata complessivamente rispondente alle previsioni regolamentari e in sintonia con gli indirizzi indicati dall'Autorità. Il decentramento delle suddette attività verso gli enti territoriali ha facilitato il dialogo con gli operatori di comunicazione presenti sul territorio, consentendo, talvolta, una più rapida definizione dei procedimenti e una più efficiente individuazione dei soggetti obbligati all'iscrizione operanti sul territorio nell'ambito di un unico sistema di registro centralizzato.

Al fine di garantire un costante aggiornamento del personale preposto alla tenuta del Registro presso i Co.re.com. delegati, sono state organizzate, in collaborazione con l'Ufficio di Gabinetto, attività di formazione alle quali hanno fatto seguito giornate di studio e di approfondimento per chiarire le problematiche legate all'iscrizione di alcune tipologie di operatori, nonché illustrare le modifiche apportate al Regolamento del Registro a seguito dell'entrata in vigore del decreto Romani.

Inoltre, al fine di prevenire eventuali difformità applicative, è stata emanata una circolare volta a chiarire aspetti operativi emersi nel periodo di delega della tenuta del Registro, ribadendo la competenza esclusiva dell'Autorità in materia di attività ispettive e avvio di procedimenti sanzionatori.

L'Ufficio del Registro ha anche prestato giornaliera assistenza ai colleghi preposti alla tenuta del Registro presso i Co.re.com. delegati e ha effettuato, attraverso il sistema informativo automatizzato del Registro, verifiche periodiche sull'andamento dell'attività istruttoria dei procedimenti di competenza degli stessi.

La Tabella 3.44 contiene i numeri dei principali procedimenti pervenuti o caricati tramite il sistema telematico nel periodo aprile 2010 – marzo 2011, confrontandoli con lo stesso periodo dell'anno precedente.

128 Puglia, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lombardia, Lazio, Umbria, Toscana, Calabria e, da ultimo, Abruzzo.

Tabella 3.44. *Procedimenti registrati nel Registro (maggio 2009-marzo 2011)*

| | Maggio 2009 – Aprile 2010 | Aprile 2010 – Marzo 2011 |
|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Operatori iscritti | 1181 | 1578 |
| Operatori cancellati | 259 | 960 |
| Comunicazioni annuali | 4567 | 4868 |
| Comunicazioni di variazione | 1521 | 1894 |
| Certificazioni | 352 | 471 |
| Totale comunicazioni ricevute | 8555 | 10160 |

Fonte: Autorità

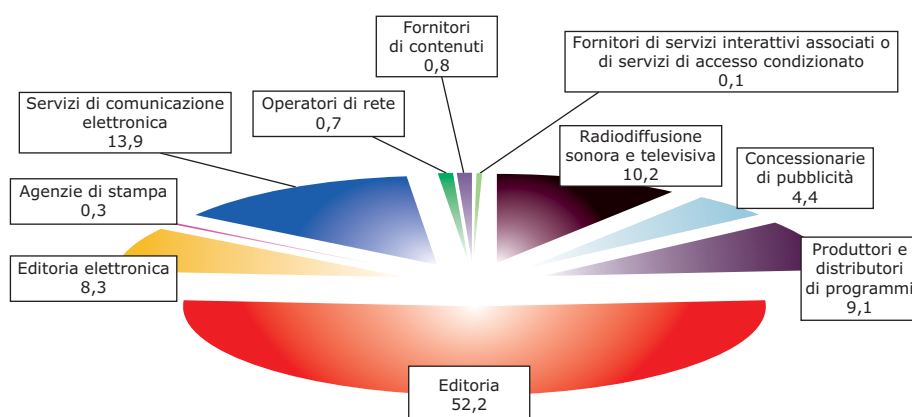
I dati riportati evidenziano una sensibile evoluzione nella gestione del Registro. Sono aumentati i provvedimenti di iscrizione, e si riscontra un maggior tasso di ottemperanza da parte degli operatori nell'effettuare le comunicazioni al Registro. Tale progressione è attribuibile al miglioramento dell'efficienza nella tenuta del Registro, imputabile in parte anche alla delega di funzioni ai Co.re.com, e al potenziamento dell'azione di *enforcement* da parte dell'Ufficio del Registro, attraverso numerosi accertamenti e procedimenti sanzionatori.

L'elevato numero di comunicazioni di variazione può essere analizzato anche alla luce del progressivo passaggio della diffusione televisiva dalla tecnica analogica a quella digitale. Nelle Regioni in cui ha avuto luogo il c.d. *switch-off*, infatti, gli operatori hanno comunicato il mutamento dell'attività svolta presentando in via telematica il modello 15/ROC "Comunicazione di variazione". L'Autorità ha proceduto a un'estesa campagna di verifiche, contattando gli operatori che non avevano provveduto ad adeguarsi al nuovo quadro normativo, al fine di sollecitare non soltanto l'aggiornamento dei titoli di autorizzazione, ma anche la dichiarazione dei diritti d'uso delle frequenze e l'aggiornamento dei dati dichiarati al Catasto nazionale delle frequenze.

Infine, l'aumento del numero di cancellazioni è dovuto anche all'avvio di un'attività di aggiornamento dei dati del Registro tramite una serie di verifiche, focalizzate in particolare modo sui soggetti transitati al ROC automaticamente dal registro RNIR, allo scopo di controllare l'effettivo stato di attività delle imprese iscritte. Da ultimo, si segnala che, conformemente a quanto disposto dal nuovo Regolamento, è stata effettuata la cancellazione dal Registro dei soggetti che risultano cancellati dal Registro delle imprese avvalendosi di un sistema di confronto automatico dei dati camerali con quelli contenuti nel Registro, verificando altresì l'allineamento dei dati anagrafici dei soggetti attivi.

Con riferimento alle tipologie degli operatori, la Figura 3.2 rappresenta gli operatori attivi iscritti al ROC, divisi per attività svolta.

Figura 3.2. Operatori iscritti al Registro suddivisi per attività (31 marzo 2011 in %)



Fonte: Autorità

I dati indicati nel grafico confermano l'ampia predominanza degli editori nell'ambito degli iscritti (oltre il 52% degli iscritti è un editore). Rispetto a quanto riscontrato nel 2010, è aumentata l'incidenza degli editori elettronici – passati dal 6,30% all'8,29%. Con riferimento agli editori cartacei, l'Ufficio del Registro, su richiesta di Poste Italiane, ha svolto verifiche circa le posizioni delle imprese editrici che accedono alle agevolazioni tariffarie di cui al decreto legge 24 dicembre 2003, n. 353, convertito, con modificazioni, nella legge 27 febbraio 2004, n. 46.

A testimonianza del progressivo avanzamento del processo di *switch-off*, si conferma il lieve, ma progressivo, calo anche degli operatori esercenti l'attività di radiodiffusione, passati dall'11,27% del 2009, al 10,49% del 2010 fino al 10,20% dell'aprile 2011. Conseguentemente, si ravvisa una crescita da parte degli operatori di rete (passati dallo 0,47 allo 0,72%) e dei fornitori di contenuti (dallo 0,42% allo 0,76%).

3.22. Il Catasto nazionale delle infrastrutture di diffusione

Gli ultimi dodici mesi hanno visto l'ulteriore consolidarsi dei dati del "Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive" ("Catasto"), che costituisce la Sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione. Tale banca dati rappresenta una preziosa e affidabile fonte di informazioni attuali e storiche relative agli impianti di radiodiffusione televisiva presenti sul territorio nazionale.

Già dal gennaio 2009, è attivo, su rete internet, il sistema di gestione *on-line* del Catasto nazionale delle frequenze, che nel corso di questi ultimi due anni è andato sempre più affermandosi come un importante strumento di conoscenza del sistema radiotelevisivo italiano e come punto di riferimento per tutte le attività tecniche e amministrative poste in essere per dare completa attuazione al processo di transizione al digitale terrestre (cd. fase di *switch-off*).

L'aggiornamento *on-line* dei dati da parte degli stessi operatori di settore ha consentito un puntuale e costante monitoraggio delle dinamiche che caratterizzano l'utilizzo dello spettro elettromagnetico attinente alla radiodiffusione televisiva nelle bande I-III VHF e IV-V UHF, consentendo di svolgere un'ottimale attività di pianificazione sulla base di informazioni sempre più accurate e aderenti alla realtà esistente.

Grazie alle procedure automatizzate sviluppate, gli uffici dell'Autorità si sono potuti avvalere, in occasione della convocazione dei tavoli tecnici previsti nell'ambito dei procedimenti di pianificazione delle aree tecniche oggetto del passaggio al digitale terrestre, così come in molteplici altre attività, di elenchi degli impianti aggiornati e verificati in tempo reale.

I formati di dati utilizzati nel Catasto, così come gli elaborati prodotti, costituiscono uno *standard* per lo scambio di informazioni riguardanti gli impianti di radiodiffusione che ha ricevuto largo apprezzamento sia da parte degli operatori di settore, sia da parte delle associazioni di categoria.

Detto sistema informatizzato ha consentito la totale dematerializzazione di tutte le tipologie di dichiarazioni rese dagli operatori, attraverso un semplice accesso in modalità telematica utilizzando le medesime credenziali assegnate dal Servizio Ispettivo e Registro per le comunicazioni al Registro.

L'accesso è tracciato in ogni sua parte e l'impianto, oggetto di comunicazioni o di modifiche, è storicizzato attraverso l'identificativo alfanumerico univoco che lo accompagna.

Ulteriori funzionalità, attualmente in fase di messa in esercizio, sono state progettate nel corso del 2010 al fine di fornire sia al personale dell'Autorità sia agli operatori ulteriori strumenti di gestione ancora più potenti e, al tempo stesso, flessibili ed intuitivi. Tra questi interventi possono essere segnalati, per rilevanza e complessità, la procedura di migrazione del sistema geodetico di riferimento attualmente utilizzato per le coordinate geografiche degli impianti (ED50) verso lo *standard* internazionale WGS84 e la realizzazione di un'applicazione accessibile via *web* attraverso la quale tutti gli utenti della rete internet potranno consultare, senza necessità di preventiva autenticazione, una sezione ridotta del Catasto appositamente creata (c.d. "Catasto pubblico") contenente i dati essenziali degli impianti di diffusione operanti sul territorio.

Nel periodo compreso tra gennaio 2010 e marzo 2011, il 90% circa degli operatori di radiodiffusione si è collegato almeno una volta al sistema informatizzato del Catasto, facendo registrare un totale di oltre 12.000 accessi, con una media giornaliera di circa 40 accessi/*die*.

Nel corso degli accessi effettuati dagli operatori di radiodiffusione, sono state acquisite al Catasto e automaticamente validate oltre 9.000 pratiche, integralmente dematerializzate, con le quali sono stati comunicati oltre 37.000 tra inserimenti, variazioni tecnico/amministrative, trasferimenti, subentri o cessazioni di impianti, per una media di oltre 30 pratiche per giorno lavorativo.

Allo stato attuale, il Catasto contiene 10.125 impianti analogici attivi, 11.689 impianti digitali attivi e 264 impianti radiofonici T-DAB attivi.

In merito all'attività di vigilanza, sono state programmate, anche per l'anno 2011, opportune verifiche e sopralluoghi tecnici, effettuati congiuntamente alle strutture periferiche del Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento Comunicazioni, nelle Regioni in cui ha avuto luogo lo *switch-off*, al fine di testare l'attività effettivamente svolta dagli operatori televisivi. Questi ultimi, sia in qualità di operatori di rete, sia in qualità di semplici fornitori di servizi di *media* audiovisivi, vengono altresì monitorati attraverso specifiche attività di *back-office*.

Nel 2010, il Servizio Ispettivo e Registro ha svolto controlli sulle autodichiarazioni rese al Catasto nazionale delle frequenze di oltre un centinaio di operatori esercenti l'attività di radiodiffusione televisiva relativamente agli impianti operanti sul territorio nazionale nelle aree già completamente digitalizzate (Sardegna, Campania, Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta, Piemonte Occidentale), invitando successivamente gli stessi ad aggiornare i dati relativi agli impianti operanti in tecnica analogica ai sensi dell'articolo unico, comma 3, dell'allegato C alla delibera 666/08/CONS del 26 novembre 2008 e successive modifiche ed integrazioni. A valle di tali verifiche, sono stati avviati n. 21 procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori radiotelevisivi per il mancato aggiornamento dei dati dichiarati al Catasto Nazionale delle Frequenze ovvero al Registro degli operatori di comunicazione.

Sempre in merito all'attività di vigilanza, va evidenziato che la convocazione dei tavoli tecnici predisposti dalla Direzione Reti dell'Autorità è diventata anch'essa una preziosa occasione per invitare gli operatori radiotelevisivi partecipanti ad aggiornare la propria posizione amministrativa e tecnica relativamente agli impianti gestiti presso il Catasto Nazionale delle Frequenze.

Da ultimo, si evidenzia che nel dicembre 2010 è stato creato un Gruppo di Lavoro dedicato al Catasto. Il nuovo Gruppo ha la funzione di gestire le problematiche tecnico-giuridiche connesse al censimento delle infrastrutture di diffusione televisiva nell'ottica del completamento del passaggio al digitale e di dare corso agli adempimenti amministrativi, tecnici e regolamentari necessari per estendere la Sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione anche al censimento degli impianti di radiodiffusione sonora in tecnica analogica operanti in banda FM ed in tecnica digitale operanti in banda L. A tal fine, sono state audite diverse rilevanti imprese operanti nel settore della radiodiffusione sonora con le quali si è provveduto a definire un iniziale tracciato record per la comunicazione degli impianti. La raccolta dei dati, previa apposita delibera, è prevista nella seconda metà del 2011.

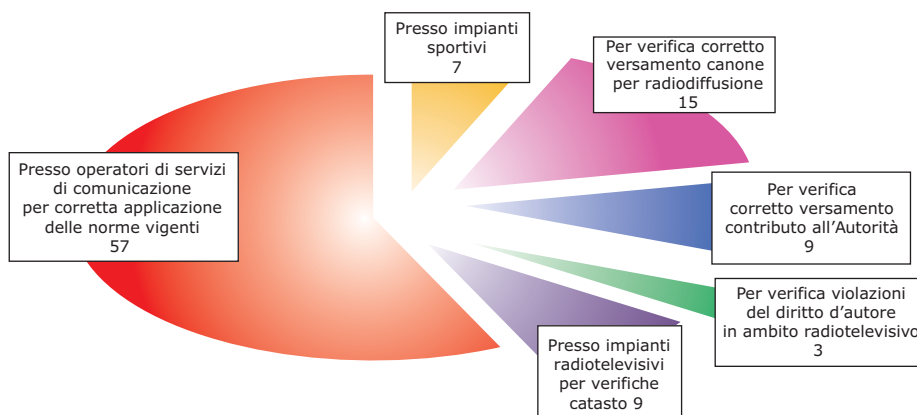
3.23. L'attività ispettiva

Nel periodo di riferimento, il Servizio ispettivo dell'Autorità ha effettuato verifiche secondo le procedure definite dalla delibera n. 220/08/CONS. L'attività ispettiva ha riguardato, in particolare:

- a) la verifica, in capo agli operatori di servizi di comunicazione (telefonia e dati), del rispetto della disciplina regolamentare in materia;
- b) la tutela del diritto di cronaca in materia di diritti sportivi;
- c) le verifiche sul pagamento da parte degli operatori di comunicazione del contributo dovuto all'Autorità;
- d) le verifiche in materia di pagamento del canone di concessione da parte degli operatori radiotelevisivi;
- e) la verifica delle violazioni del diritto d'autore in ambito radiotelevisivo;
- f) attività di sopralluogo per la verifica dei dati inviati dai singoli operatori ed inseriti nel Catasto nazionale delle frequenze.

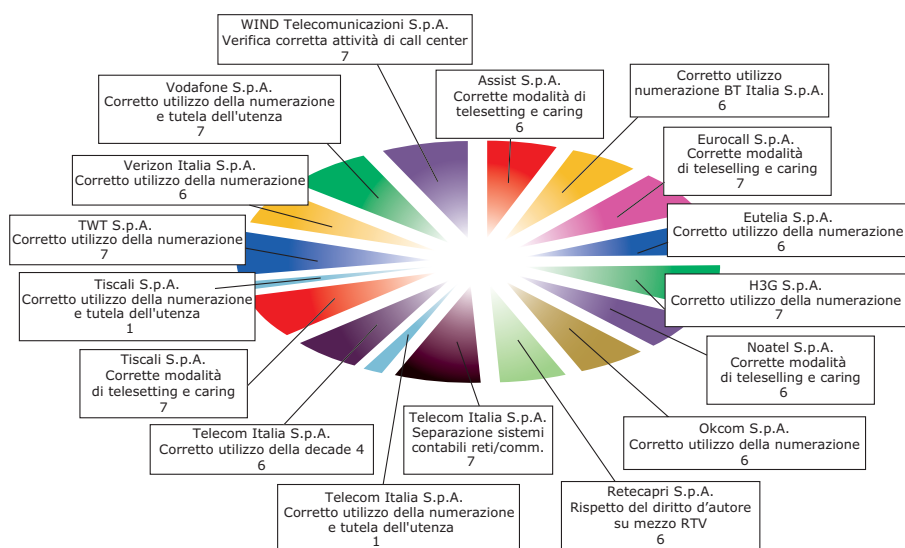
Relativamente alle verifiche effettuate sull'erogazione dei servizi di comunicazione elettronica, sono stati oggetto dell'attività ispettiva i seguenti operatori: Assist s.p.a., BT Italia s.p.a., Eurocall s.p.a., Eutelia s.p.a., H3G s.p.a., Okcom s.p.a., Noatel s.p.a., Telecom Italia s.p.a., Tiscali s.p.a., TWT s.p.a., Voice out s.p.a., Verizon Italia s.p.a., WIND telecomunicazioni s.p.a. Il personale è stato impiegato in attività ispettiva per complessivi 67 giorni (Figura 3.3). Le figure successive illustrano le attività ispettive svolte dall'Autorità, suddivise, rispettivamente, per operatore (Figura 3.4) e per campo di attività (Figura 3.5).

■ **Figura 3.3.** Numero di giornate ispettive effettuate (%)



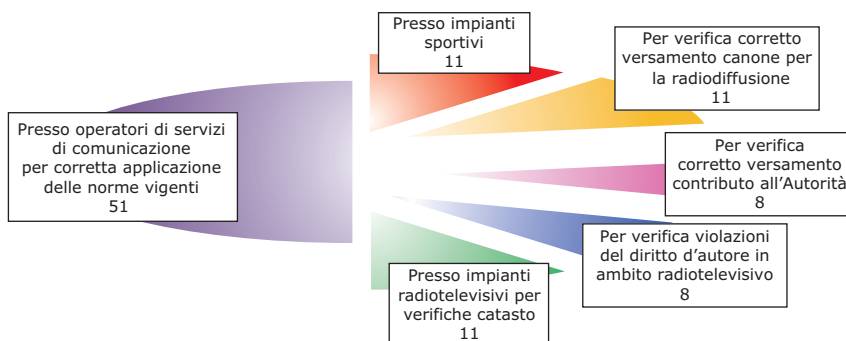
Fonte: Autorità

Figura 3.4. Operatori interessati dall'attività ispettiva (%)



Fonte: Autorità

Figura 3.5. Campi dell'attività ispettiva (%)



Fonte: Autorità

Nell'ambito delle competenze attribuite all'Autorità dal decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi" e della delibera n. 307/08/CONS, sono state disposte una serie di attività ispettive presso gli impianti sportivi sul territorio nazionale ospitanti gare dei campionati calcistici.

Le verifiche ispettive sono state finalizzate ad appurare il rispetto della normativa di settore in materia di corretto esercizio del diritto di cronaca radiofonica e televisiva

e dei diritti audiovisivi da parte delle emittenti radiotelesive e di diritto di accesso agli impianti sportivi nei confronti degli operatori della comunicazione durante le giornate di campionato afferenti competizioni sportive calcistiche. Relativamente a tali verifiche sono stati oggetto di sopralluogo gli impianti sportivi delle città di: Bergamo, Roma, Varese, Pescara.

L'attività ispettiva ha supportato il Servizio organizzazione e bilancio e una speciale unità organizzativa per l'avvio di una serie di verifiche sul corretto pagamento da parte degli operatori di comunicazione del contributo dovuto all'Autorità. L'attività è stata finalizzata a verificare relativamente agli anni 2006, 2007, 2008 e 2009 l'assolvimento, da parte di una serie di operatori di comunicazione, degli obblighi in materia di contributo dovuto all'Autorità ai sensi dell'art. 1, commi 65 e 66, della legge n. 266/2005.

Altra attività ispettiva avviata in collaborazione con il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza, dopo lo svolgimento di un complessa attività *desk*, è stata quella tesa a verificare il regolare pagamento del canone annuale da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni di radiodiffusione in ambito nazionale e locale. Come detto, tale attività è stata inizialmente svolta tramite approfondimenti della documentazione inviata dai concessionari, nel corso dei quali, in più occasioni, il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni è stato interessato al fine di ricostruire i dati disponibili. Relativamente a tali verifiche sono stati oggetto di ispezione 5 operatori radiotelesivi, di cui 2 nazionali e 3 locali.

La verifica delle violazioni del diritto d'autore in ambito radiotelesivo, attuate ai sensi dell'accordo di collaborazione stipulato tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e la Società Italiana degli Autori ed Editori (S.I.A.E.) e con il supporto del Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza, ha riguardato 4 operatori radiotelesivi per un impiego di personale quantificato in 8 giorni lavorativi.

All'esito della prima implementazione dei dati del Catasto Nazionale delle frequenze di cui alla delibera n. 502/06/CONS del 2 agosto 2006 sono state avviate delle attività di sopralluogo effettuate in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni e la Sezione di Polizia Postale e delle Comunicazioni presso l'Autorità. Tali attività di verifica sono state avviate dopo una serie di incontri con la Direzione generale per i servizi di comunicazione e la Direzione generale pianificazione e gestione dello spettro radioelettrico del Ministero, al fine di definire le linee guida propedeutiche all'avvio di una capillare attività di sopralluoghi tecnico/amministrativi presso gli impianti radiotelesivi interessati al censimento. Relativamente a tali verifiche sono stati oggetto di sopralluogo le infrastrutture di telecomunicazioni attestatale nelle seguenti aree: Trentino Alto Adige, Toscana, Liguria, Lazio.

Il Servizio ispettivo e registro, competente per l'accertamento del regolare pagamento da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni delle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità ha definito 91 procedimenti di iscrizione a ruolo presso la società Equitalia s.p.a. per un importo complessivo per l'anno 2010 di euro 4.216.673,00.

3.24. I rapporti con i consumatori e gli utenti

Nel riferimento corso dell'ultimo anno, l'Ufficio qualità, servizio universale e rapporti con le associazioni della Direzione tutela dei consumatori ha attuato tutte le iniziative progettate nell'ambito del Protocollo di Intesa, siglato nel 2008 tra l'Autorità e le associazioni di consumatori componenti il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti (CNCU) istituito presso il Ministero dello sviluppo economico ai sensi dell'art. 136 del Codice del consumo (decreto legislativo n. 206/2005) e, in particolare:

a) nei giorni 10 e 11 giugno 2010 si è tenuto a Roma, presso la sede dell'Autorità, il primo corso di formazione tecnico-regolamentare riservato ai quadri dirigenti delle Associazioni dei consumatori. L'evento ha costituito un importante momento di approfondimento per far conoscere, in maniera chiara ed esauriente, le regole e gli strumenti che permettono alle Associazioni stesse di gestire le problematiche di consumo dell'utenza, gli eventuali contenziosi tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche e per impostare correttamente il ruolo di assistenza/consulenza. La partecipazione delle Associazioni è stata importante, con ben 55 delegati provenienti da tutte le regioni d'Italia, fra cui molti responsabili provinciali e regionali delle Associazioni. I temi trattati nella due giorni di corso sono stati vari: rapporti fra AGCOM e Associazioni, norme primarie applicabili, gestione delle segnalazioni, nuovo modello D per la denuncia delle violazioni, ruolo di vigilanza e intervento dell'Autorità, regolamentazione vigente. È stata inserita anche una specifica parte dedicata agli approfondimenti in materia di controversie e casistica, con una esercitazione su casi pratici. Considerato il grande consenso ricevuto dalle associazioni per aver centrato l'obiettivo di accrescere la conoscenza delle regole e delle procedure amministrative, è stato proposto di trasformare il "Corso di Formazione" in un appuntamento annuale, anche per sviluppare un confronto ancora più stretto fra l'Autorità e i rappresentanti territoriali delle Associazioni dei consumatori;

b) sono proseguiti gli approfondimenti svolti a seguito delle puntuali segnalazioni inviate dalle associazioni, le quali, in quanto punti di contatto diretto con i consumatori-utenti, rappresentano da tempo importanti "sensori" sulle problematiche di consumo più frequenti e di rilevante urgenza per l'utenza nel settore delle comunicazioni elettroniche. Numerose sono state, inoltre, le sessioni di incontro con le associazioni, sia nel corso delle audizioni relative alle istruttorie avviate dall'Autorità, sia in seno al Tavolo permanente di confronto istituito già dal 2006 (delibera n. 662/06/CONS) per garantire una costante consultazione su importanti temi di rilevante attualità per il regolatore;

c) nel gennaio 2011 sul sito internet dell'Autorità è stato pubblicato "I diritti dei consumatori nel mercato dei servizi di comunicazione elettronica", un documento informativo completo, continuamente aggiornato e di facile consultazione che sarà gratuitamente distribuito sul territorio nazionale su supporto informatico, di concerto anche con le associazioni dei consumatori, attraverso il quale tutti gli utenti e i rappresentanti delle associazioni potranno migliorare la conoscenza dei diritti dei consumatori nel mercato delle comunicazioni elettroniche.

Le relazioni con il pubblico e il servizio di contact center

Notevoli progressi in direzione di un più intenso rapporto con i cittadini e con gli utenti dei servizi di comunicazione elettronica si sono realizzati con l'ampliamento dei canali di primo contatto perseguito con il servizio di *contact center* istituito dall'Autorità nel 2009 presso l'Ufficio gestione segnalazioni e vigilanza della Direzione tutela dei consumatori.

Il compito precipuo del servizio consiste nel fornire all'utenza la possibilità di inoltrare all'Autorità segnalazioni aventi ad oggetto problematiche riscontrate nei rapporti con tutti gli operatori che forniscono servizi di comunicazioni elettronica (comprese le televisioni a pagamento) e nel rendere consapevoli i cittadini riguardo agli strumenti di tutela offerti in caso di violazioni da parte degli operatori, fornendo loro informazioni qualificate sulle attività dell'Autorità.

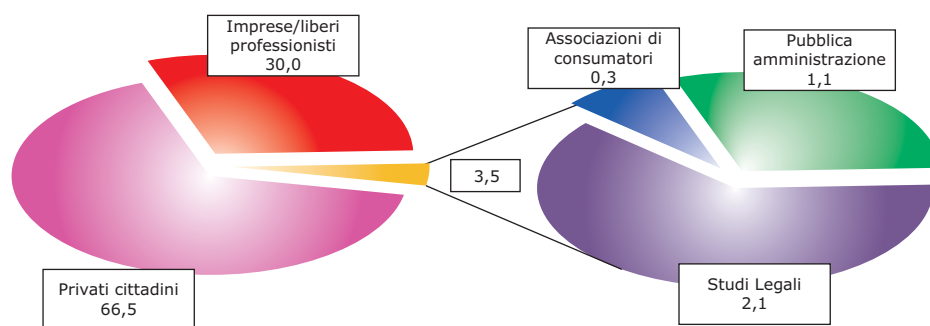
Allo svolgimento di questi compiti è stato dedicato un gruppo di cinque addetti, costituente il c.d. *front-office*, che tutti i giorni feriali, dal lunedì al venerdì, dalle ore 10:00 alle ore 14:00, fornisce il servizio di risposta telefonica, di gestione delle e-mail pervenute alla casella di posta elettronica info@agcom.it e di smistamento, ad un apposito *back office*, costituito da personale dell'Autorità, delle richieste di chiarimenti e delle segnalazioni non assolvibili al primo livello.

Nel periodo di riferimento, il *contact center* ha gestito contatti con circa 14.000 cittadini e utenti, offrendo loro informazioni generali sulle attività dell'Autorità, sulla normativa di settore, sugli strumenti di tutela disponibili, e sulle modalità di presentazione delle denunce fornendo, all'occorrenza, indicazioni standardizzate per la corretta gestione e risoluzione delle problematiche emerse nei rapporti con i gestori dei servizi.

Il mezzo prevalentemente utilizzato dagli utenti per rivolgersi al contact center è stato il telefono: l'89,2% dei contatti si è registrato con telefonate al numero verde 800.18.50.60 (da rete fissa) o al numero geografico 081.750.750 (da rete mobile o dall'estero); il 10,8% delle richieste e segnalazioni dei cittadini è pervenuto alla casella di posta elettronica info@agcom.it.

Come rappresentato di seguito (Figura 3.6), hanno contattato l'Autorità in prevalenza privati cittadini (66,5%) e imprese (30,0%); relativamente marginali sono stati i contatti da parte di altri soggetti qualificati, tra i quali si distinguono, tuttavia, gli studi legali.

■ **Figura 3.6.** Contatti per tipologia di soggetto (%)

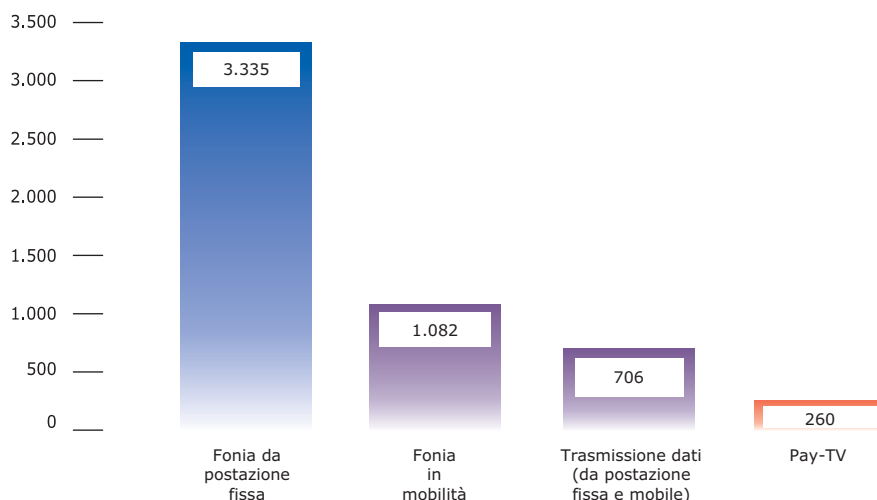


Fonte: Autorità

In controtendenza rispetto a quanto osservato nella precedente Relazione annuale (1 maggio 2009 – 31 aprile 2010), si registra un maggior utilizzo del servizio per richieste di informazioni (61,6% rispetto al 16,3%) e, per converso, un minor ricorso al *contact center* per segnalare problematiche con operatori di comunicazioni elettroniche e di *pay-tv* (38,4% rispetto all'83,7% del precedente periodo di osservazione), dovuti, soprattutto, ad un più virtuoso andamento del mercato, anche grazie alla maggiore severità delle sanzioni irrogate ed alla maggiore efficacia degli strumenti di conciliazione delle controversie.

Le richieste di informazioni hanno riguardato principalmente i servizi di telefonia fissa e mobile (43,6%): gli utenti hanno chiesto, in particolare, chiarimenti sulle procedure di passaggio ad altro operatore e sulla MNP, sulle disposizioni della legge n. 40/2007 in tema di diritto di recesso, e relativi costi, e di riconoscimento del diritto alla restituzione o trasferimento del credito residuo; il 28% delle informazioni richieste ha avuto ad oggetto le procedure amministrative dell'Autorità, in particolare il contenzioso tra utenti ed operatori, la presentazione delle denunce e l'iscrizione al Registro degli operatori delle comunicazioni; nel 21,5% dei casi si è trattato, infine, di quesiti attinenti all'Informativa economica di sistema.

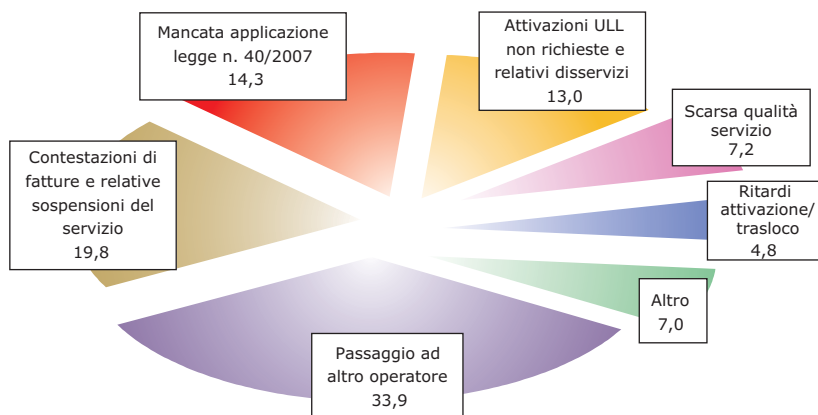
Figura 3.7. Segnalazioni pervenute al *contact center* per tipologia di servizio (1 maggio 2010-31 marzo 2011)



Fonte: Autorità

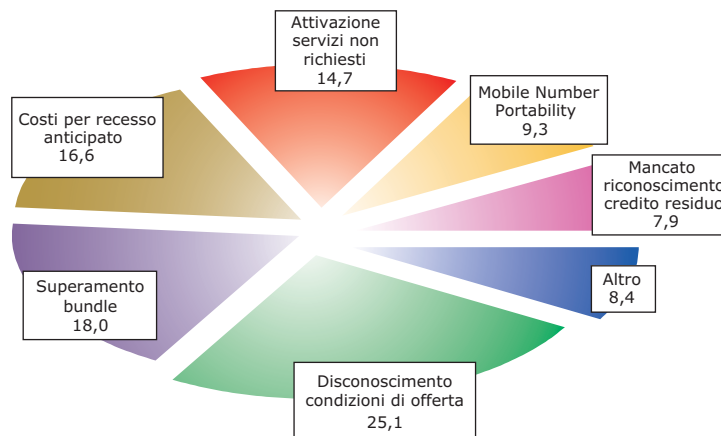
Per quanto riguarda, invece, le segnalazioni di problematiche con gli operatori rivolte al *contact center* nel periodo 1 maggio 2010 – 31 marzo 2011, queste hanno interessato in larga misura la telefonia fissa (62,0%), seguita dai servizi di telefonia mobile (20,1%) e di trasmissione dati (13,1%). Si attestano al 4,8% le segnalazioni connesse alla *pay-tv* (Figura 3.7).

Figura 3.8. Fonia fissa: problematiche più frequentemente segnalate
(1 maggio 2010-31 marzo 2011)



Fonte: Autorità

Figura 3.9. Fonia mobile: problematiche più frequentemente segnalate
(1 maggio 2010-31 marzo 2011)



Fonte: Autorità

In generale, la mancata gestione dei reclami da parte degli operatori e, per alcuni operatori, la scarsa qualità dei servizi telefonici di contatto (*call center*) continuano a costituire motivi ricorrenti di contestazione. L'analisi delle problematiche segnalate per i servizi di fonia fissa conferma che, anche nell'attuale periodo di riferimento, tra i disservizi più frequentemente riportati dai cittadini spiccano (Figura 3.8), con oltre un terzo delle segnalazioni, le difficoltà nelle procedure di passaggio ad altro operatore: sono segnalati, in particolare, la interruzione del servizio di fonia in corso di passaggio ad altro operatore; la ricezione di fatture da parte di entrambi gli operatori (*recipient* e

donating) per lo stesso periodo di servizio; una tempistica eccessivamente lunga della procedura. Seguono la contestazione degli addebiti in bolletta (19,8%) che risulta frequente, in particolare, in correlazione al disconoscimento delle fatturazioni successive alla disdetta e dei costi di attivazione e disattivazione dei servizi; la mancata applicazione delle disposizioni di cui alla legge n. 40/2007; le attivazioni non richieste di servizi in *unbundling* (13,0%); i guasti e malfunzionamenti del servizio universale (7,2%); i ritardi nell'attivazione o nel trasloco della linea (4,8%).

Le contestazioni di fatturazione costituiscono, invece, la stragrande maggioranza (73,4%) delle segnalazioni concernenti i servizi di fonia mobile (Figura 3.9). Gli addebiti contestati originano principalmente dalle seguenti casistiche: (a) applicazioni di condizioni economiche difformi da quelle prospettate in fase pre-contrattuale; (b) l'applicazione dei costi per recesso anticipato; (c) il superamento del *bundle* di consumo predeterminato; (d) l'attivazione di servizi non richiesti. Risultano invece in calo, di circa 6 punti percentuali rispetto al precedente anno, le segnalazioni aventi ad oggetto la portabilità del numero mobile.

Anche con riferimento alle segnalazioni aventi ad oggetto i servizi di trasmissione dati, non si registrano variazioni di rilievo nella tipologia delle problematiche rappresentate dagli utenti. Infatti, gli utenti lamentano prevalentemente la scarsa qualità del servizio (36,7%) ascrivibile a guasti prolungati e alla ridotta velocità di navigazione. Seguono le segnalazioni inerenti alla contestazione di fatture (30,4%) a seguito di attivazione di opzioni e servizi sconosciuti, addebiti per traffico in *roaming*, superamento senza preavviso del *bundle* di servizio e mancata predisposizione da parte dei gestori di meccanismi di controllo della spesa. L'11,8% degli utenti lamenta l'assenza di copertura in banda larga, il 10,8% segnala disservizi correlati alla migrazione da un operatore ad un altro, in particolare l'impossibilità di utilizzo dell'*account* di posta elettronica. Da ultimo, si evidenzia la crescita delle segnalazioni aventi ad oggetto la riduzione della velocità di navigazione ovvero l'introduzione di limitazioni nello scambio dati in internet al superamento di date soglie.

Le segnalazioni in materia di *pay-tv* hanno riguardato prevalentemente il mancato rispetto delle disposizioni in materia di diritto di recesso e di "ripensamento" e la scarsa qualità dei servizi erogati.

In considerazione della dimostrata capacità del *contact center* di proporsi quale strumento privilegiato di interlocuzione con i cittadini e di agevole interfaccia per facilitare la comprensione della complessità del mercato delle comunicazioni elettroniche e rendere sistematicamente disponibili le informazioni necessarie ai cittadini per esercitare i propri diritti, l'Autorità ha inteso valorizzare ulteriormente il servizio ampliandone l'organico da 5 a 8 unità nelle ore incluse nella fascia 10:00 – 14:00, a decorrere da fine aprile 2011.

Sempre nell'ottica di assicurare ai cittadini e agli utenti un'informazione completa e chiara sulla normativa di settore e sugli strumenti di tutela disponibili, la Direzione tutela dei consumatori ha, inoltre, provveduto alla pubblicazione e alla diffusione di una brochure informativa dal titolo "Telecomunicazioni. Conosci i tuoi diritti?" e di due volantini informativi aventi ad oggetto rispettivamente il servizio di *contact center* e il nuovo Modello D per la presentazione delle denunce.

3.25. La qualità dei servizi e la trasparenza delle offerte agli utenti finali

Anche nel corso del presente periodo di riferimento di attività, la Direzione tutela dei consumatori dell'Autorità, ha svolto, un costante lavoro di verifica e aggiornamento delle pagine del proprio sito *web* relative a "Carta dei servizi e qualità dei servizi di comunicazioni elettroniche" e "Tutela dell'utenza e condizioni economiche di offerta" per rafforzare la trasparenza delle informazioni e la capacità del consumatore di orientarsi tra le offerte degli operatori con riferimento sia alle condizioni economiche che alla qualità dei servizi. Nella pagina *web* "Carta dei servizi e qualità dei servizi di comunicazioni elettroniche" sono facilmente consultabili tutte le Carte dei servizi dei singoli operatori e i parametri di qualità dei servizi da essi forniti. I comparti di riferimento, disciplinati dalle apposite delibere, sono cinque: la telefonia vocale fissa (delibera n. 254/04/CSP), le comunicazioni mobili e personali (delibera n. 104/05/CSP), la televisione a pagamento (delibera n. 278/04/CSP), l'accesso a internet da postazione fissa (delibere n. 131/06/CSP e n. 244/08/CSP), e, da marzo 2010, la qualità dei *call center* (delibera n. 79/09/CSP). Per consentire un confronto diretto tra i dati pubblicati dai vari operatori, l'Autorità ha aggiornato mensilmente, per ciascuno dei comparti richiamati, i collegamenti alle pagine *web* degli operatori contenenti le informazioni su qualità e carte dei servizi¹²⁹.

Il progetto "Misura Internet"

In tema di qualità del servizio di accesso a internet da postazione fissa, ad un anno dall'attuazione della delibera n. 244/08/CSP e dall'avvio delle prime misurazioni sulle prestazioni di rete dei singoli operatori, l'Autorità ha realizzato il sito www.misurainternet.it.

Figura 3.10. Logo del sito "Misura Internet"



Fonte: Autorità

¹²⁹ Ai sensi della delibera n. 179/03/CSP relativa alla direttiva generale in materia di qualità e carte dei servizi di telecomunicazioni, i fornitori di servizi di comunicazione elettronica sono tenuti a pubblicare, sui propri siti *web*, le carte dei servizi, i resoconti semestrali e annuali sui risultati di qualità del servizio raggiunti e le relazioni annuali in materia di qualità dei servizi, contenenti gli indicatori, i metodi di misurazione, gli standard generali fissati per tali indicatori e gli effettivi risultati conseguiti nell'anno solare di riferimento.

A partire da fine novembre 2010, da questo specifico sito internet, gli utenti possono effettuare il *download* dello specifico *software* NE.ME.SYS. (acronimo per NETWORK MEasurement SYStem) e misurare autonomamente la qualità del proprio accesso ad internet da postazione fissa. A conclusione della misura il sistema restituisce un documento in formato pdf che certifica il dettaglio delle prestazioni misurate riassunte in 5 *key performance indicator* (velocità di trasmissione, tasso di insuccesso, ritardo e tasso di perdita di pacchetti dati, durante le fasi di *uploading* e *downloading*). Qualora l'utente riscontri valori misurati di almeno uno degli indicatori peggiorativi rispetto a quelli oggetto di impegno contrattuale, pubblicati sui siti degli operatori e direttamente raggiungibili dal sito www.misurainternet.it, può presentare, entro 30 giorni dalla ricezione del risultato della misura, un reclamo circostanziato all'operatore allegando il pdf risultante e ove non riscontri, attraverso una seconda misura con Ne.Me.Sys, il ripristino dei livelli di qualità del servizio, ha la facoltà di recedere gratuitamente dal contratto, evitando il pagamento di costi di recesso per la parte relativa al servizio di accesso a internet da postazione fissa. L'intervallo tra la prima e la seconda misura con Ne.Me.Sys deve essere compreso tra 45 e 90 giorni.

Ne.Me.Sys è scaricabile gratuitamente previa registrazione dell'intestatario del contratto. A conclusione della procedura di registrazione, l'utente riceverà all'indirizzo mail indicato, una mail contenente le credenziali (username e password) per attivare l'*account* e accedere al download del *software* nell'area riservata. Terminata l'installazione di Ne.Me.Sys, quest'ultimo dà inizio alla sessione di misura, effettuando una misura in ciascuna delle 24 fasce orarie, per un totale di 24 misure in 24 ore, in modo da valutare l'evoluzione delle prestazioni del servizio in funzione del carico giornaliero della rete. Ciascuna misura si compone di 20 sessioni FTP in *downloading*, 20 sessioni FTP in *uploading* e 10 *ping*. L'utente ha a disposizione 3 giorni per completare la misura in tutte le fasce orarie.

Ne.Me.Sys preliminarmente alla esecuzione delle singole misure effettua un controllo del sistema e della rete locale dell'utente al fine di individuare eventuali fattori in grado di falsare la misura; tale controllo, che mira a garantire l'attendibilità dei risultati, potrebbe impedire l'esecuzione della misura in caso di intensa attività sul PC o sulla rete. La misura non viene eseguita se in quella fascia oraria ci sono altri PC collegati alla rete oltre a quello che effettua le misure, c'è una connessione wifi attiva, ci sono processi in atto che impegnano risorse di RAM e CPU, c'è traffico in internet anche non continuativo (voip e iptv). Una finestra del controllo aggiornerà l'utente sul numero di misure effettuate nell'arco della giornata, evidenziando quelle mancanti al completamento dell'intera sessione di misura. Al termine delle misure l'utente può scaricare il pdf risultante che riporterà oltre ai dati anagrafici inseriti all'atto della registrazione, i risultati certificati delle misure.

Il logo del sito "Misura Internet" (Figura 3.10) con relativo link alla home page, è pubblicato oltre che sui siti di Agcom e degli operatori di accesso ad internet da postazione fissa, anche sui siti delle associazioni dei consumatori che hanno collaborato attivamente alla diffusione del progetto, nell'ambito di quanto stabilito nel protocollo di intesa tra Agcom e CNCU relativamente alla collaborazione sul miglioramento del grado di trasparenza, completezza, adeguatezza delle comunicazioni precontrattuali e contrattuali rivolte ai consumatori nel settore delle comunicazioni.

L'Autorità con delibera n. 400/10/CONS, ad integrazione della delibera n. 244/08/CSP, ha richiesto agli operatori di indicare, nel contratto relativo alla fornitura dei servizi di accesso a internet da postazione fissa, dettagli sulla tecnologia di accesso fornita. Tra le possibili tecnologie sono state escluse quelle 2G - 3G, tipiche tecnologie di rete mobile che saranno oggetto di una futura e specifica regolamentazione, e aggiunto il wimax che consente di trasferire dati con tecniche altamente innovative e garantire l'accesso a reti di telecomunicazioni a banda larga e senza fili.

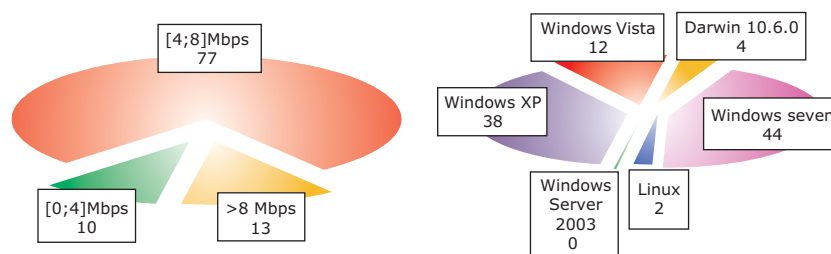
Per quanto concerne l'accesso da rete fissa con tecnologia ADSL, l'Autorità ha imposto di chiarire all'utente nell'allegato relativo alle Prestazioni fornite con l'offerta base (allegato 6 alla delibera n. 244/08/CSP), la modalità di erogazione del servizio ovvero se il servizio di accesso ad internet offerto da un OLO, sia erogato in modalità ULL o bitstream

Ad oggi gli utenti iscritti a www.misurainternet.it sono circa 26.000, di questi circa 3000 hanno ottenuto il pdf. L'esiguo numero di utenti che hanno completato l'intera sessione di test è dovuto ai controlli eseguiti dal *software* per il corretto svolgimento della misura per cui l'utente è costretto a ridurre sensibilmente l'attività sul pc per almeno 24 ore. Ciò se da un lato pone un ostacolo ad una più ampia diffusione di Ne.Me.Sys, dall'altro consente di ottenere un pdf certificato che abbia valore probatorio ai fini del reclamo/recesso, diversamente dai risultati ottenibili con altri *software* meno onerosi, quali i cosiddetti *speedtest*, che tuttavia non sono in grado di misurare la prestazione della sola rete dell'operatore con il quale l'utente ha concluso il contratto e non sono quindi adatti ad un utilizzo a fini di recesso gratuito. Seguono le statistiche sull'impiego di Ne.Me.Sys e sulle visite al sito www.misurainternet.it.

A fronte del numero di pdf generati, gli operatori hanno ricevuto al 15 aprile 2011, 73 reclami, di cui 63 accompagnati da regolare pdf attestante la misura effettuata che evidenziava principalmente le specifiche problematiche di bassa velocità di *download* della linea in dotazione, al di sotto della velocità minima garantita. Gli operatori su 6 casi hanno proposto sconti sul canone non potendo migliorare la qualità (distanza dalla centrale elevata), 3 utenti hanno cambiato operatore, 12 reclami non accoglibili in quanto l'utente non ha inserito i propri dati di riferimento correttamente. I rimanenti reclami sono ancora in corso di gestione.

A fronte di circa 250.000 visite complessive al sito www.misurainternet.it, di circa 65.000 visioni del video *tutorial* sul canale Youtube del progetto, che illustra il funzionamento del *software* e gli obiettivi, di seguito si riportano le statistiche sui sistemi operativi più utilizzati dagli utenti nelle misure con Ne.Me.Sys, sulle velocità nominali di accesso degli utenti che hanno effettuato la misura da cui si evince come gli utenti che abbiano sottoscritto profili più elevati di velocità siano più attenti alla verifica delle prestazioni di connessione e sulla distribuzione di pdf per operatore (Figura 3.11).

Figura 3.11. Profili di pdf rilasciati: statistiche delle velocità (a destra) e dei sistemi operativi (a sinistra) (%)



Fonte: Autorità

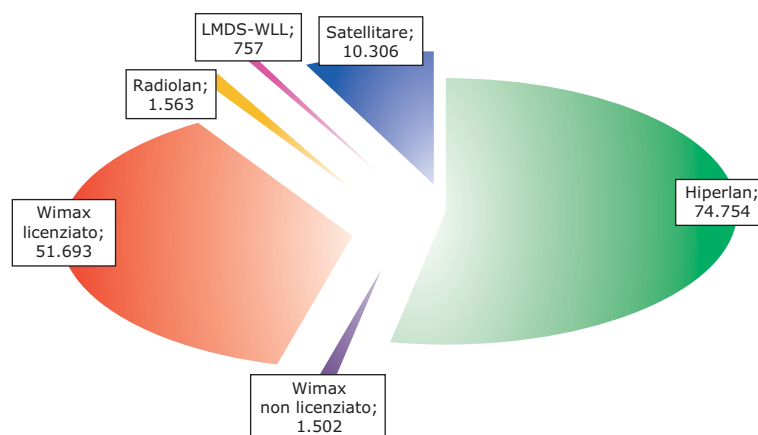
Al fine di rendere l'erogazione del documento finale in pdf attestante la qualità dell'accesso ad internet più semplice e veloce, nuove modifiche saranno disponibili nella prossima *release* ufficiale di Ne.Me.Sys., scaricabile dagli utenti nel corso del mese di giugno 2011.

Inoltre l'Autorità intende predisporre, anche una versione c.d "One Shot" priva di valore probatorio ai fini del reclamo e del recesso, ma utilizzabile al fine di avere una caratterizzazione istantanea della linea, mettendo in condizione così l'utente di valutare l'opportunità di effettuare il test di misura in modalità completa.

L'intero progetto è rivolto a certificare la qualità dell'accesso ad internet da postazione fissa per le tecnologia cosiddette *wired* ADSL e fibra ottica per profili fino a 20 Mbps, ma al fine di individuare l'esatta collocazione nell'ambito del progetto delle tecnologie di accesso ad internet da postazione fissa in modalità *wireless* la Direzione tutela dei consumatori ha predisposto un questionario inviato a tutti gli operatori che offrono connessioni da rete fissa *wireless* finalizzato a definire le dimensioni del mercato e a valutare punti comuni e punti di divergenza rispetto all'attuale disciplina della delibera n. 244/08/CSP. Ad oggi su circa 140.000 accessi censiti, solo il 45% circa di essi è realizzato con tecnologia in banda licenziata (corrispondente alle tecnologie wimax licenziato e satellitare), in cui i parametri della linea fisica sono scelti, in modo deterministico, dall'operatore che alloca una certa banda da condividere tra un fissato numero di utenti ed è quindi in grado di garantire un fissato livello di qualità per quel servizio, il restante 55% è realizzato in bande non licenziate per cui la risorsa radio è condivisa da un numero di utenti non prevedibile a priori e quindi la possibilità di dimensionare le risorse di banda tra gli utenti in modo da garantire il rispetto di standard minimo di qualità non è realizzabile dall'operatore (Figura 3.12).

Per le connessioni di accesso ad internet realizzate in fibra ottica con velocità superiori a 20 Mbps, le misure sono influenzate in maniera evidente dalle caratteristiche *hardware* dei pc che effettuano la misura e dal sistema operativo utilizzato. Pertanto, si ritiene necessario avviare in collaborazione con gli operatori interessati una fase di analisi dei requisiti di tale tecnologia finalizzata ad apportare le integrazioni necessarie all'attuale disciplina della qualità *wired* e del software Ne.Me.Sys, al fine di predisporre uno strumento in grado di valutare la qualità della banda ultra larga in vista della realizzazione sul territorio nazionale della futura rete NGAN.

Figura 3.12. Tecnologie di accesso wireless*



* Numero totale di accessi 140.433

Fonte: Autorità

L'attuazione delle disposizioni della legge n. 40/2007

Con riferimento all'attuazione delle disposizioni della legge n. 40/2007 relativamente al divieto di limiti di tempo per l'utilizzo del traffico o del servizio acquistato nei servizi prepagati o all'eliminazione di costi e vincoli temporali ingiustificati in caso di recesso dai contratti per adesione o di trasferimento delle utenze si sono concluse le attività istruttorie dell'Autorità, coerentemente con le "Linee guida esplicative per l'attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge n. 40/2007, con particolare riferimento alle previsioni di cui all'art. 1, commi 1 e 3, della medesima legge". Tale attività di vigilanza diversificata per ogni operatore, in quanto implica una puntuale verifica dei costi effettivamente sostenuti da ciascun operatore per la gestione tecnico-amministrativa della fase contrattuale afferente al recesso, ha portato a garantire che le spese addebitate all'utenza corrispondano esclusivamente agli oneri sostenuti dagli operatori nella fase conclusiva del rapporto contrattuale: ciascun operatore, infatti, ha una propria organizzazione aziendale, con risorse tecniche/umane differenti, che impegnano non solo una diversa struttura ma anche una differente ripartizione dei costi.

Ad oggi inoltre la maggioranza degli operatori espongono sui loro siti internet, nella specifica pagina dedicata alla trasparenza oltre che nelle condizioni contrattuali, uno schema riepilogativo dei "costi giustificati" che l'utente deve sostenere a seguito del recesso.

Per quanto riguarda il settore della telefonia sia fissa che mobile, in considerazione dell'elevato numero di offerte disponibili sul mercato per ogni singolo operatore, nonché comunque della numerosità degli operatori stessi, l'attività ha permesso anche di dare riscontro a tutte le numerose segnalazioni inviate dall'utenza, che attraverso la valutazione della condotta contabile adottata dagli operatori, ha portato e sta ancora portando alla restituzione per ogni utente di quanto richiesto in eccesso dall'operatore rispetto agli importi da ritenersi giustificati.

È con riferimento alla telefonia mobile che l'Autorità ha conseguito i risultati più importanti: le società H3G s.p.a. (pur avendo fatto ricorso al TAR del Lazio per l'annullamento della nota con cui l'ufficio preposto aveva formulato l'ordine di rimodulazione dei costi imputabili al recesso), Vodafone n.v., Telecom Italia s.p.a. e Wind Telecomunicazioni s.p.a., a seguito dell'intervento dell'Autorità hanno quasi azzerato i costi di recesso, escluso il caso della restituzione di sconti per promozioni legate ad un tempo di vigenza contrattuale non rispettato da parte dell'utente recedente, così come sancito sia dal TAR del Lazio che dal Consiglio di Stato con la sentenza n. 01442/2010¹³⁰.

Per quanto riguarda la telefonia fissa, prima dell'applicazione della legge Bersani, tutti gli operatori applicavano penali forfettarie di importo medio non legate allo specifica tipologia di contratto attivo e tipologia di recesso praticato (per migrazione, per cessazione della linea, etc.). L'Autorità non ritenendo che si potesse prescindere contabilmente da questi due fattori ha ordinato agli operatori di predisporre un idoneo prospetto dei costi di recesso, come detto pubblicato anche su ogni sito internet istituzionale, applicabili per tipologia di servizio, operando una chiara differenziazione anche tra le tipologie di recesso. Basando tale distinzione anche su alcuni specifici costi previsti nelle Offerte di riferimento di Telecom Italia, si è ottenuto un abbattimento del costo di recesso originario più cospicuo soprattutto nel caso in cui l'utente desideri "migrare" verso un altro operatore, che rappresenta il caso più frequente, realizzando appieno le finalità pro concorrenziali della legge Bersani, laddove, pur non imponendo l'assoluta gratuità del recesso, prevede che in tale sede gli operatori possano pretendere "spese giustificate da costi degli operatori".

Misure di tutela dei consumatori per i servizi di comunicazione mobili e personali

In tema di trasparenza delle condizioni economiche di offerta dei servizi di comunicazione elettronica, al fine di migliorare le dinamiche competitive del settore, l'attività dell'Autorità si è focalizzata anche sull'attuazione di quanto deciso dal Parlamento e dal Consiglio europeo con il Regolamento n. 544/09, per favorire lo sviluppo, anche nel mercato nazionale, di condizioni d'offerta di base tali da non determinare un'irragionevole disparità di trattamento tra prezzo delle connessioni mobili nazionali sul territorio italiano e prezzo delle connessioni mobili in roaming internazionale sul medesimo territorio. A tal fine, l'intervento dell'Autorità ha assicurato che anche nei piani tariffari nazionali la tariffazione del servizio voce potesse avvenire tenendo conto dell'effettivo consumo e il prezzo unitario dell'invio di sms si attestasse ad un livello inferiore alla soglia fissata in sede comunitaria, pari a 11 eurocent IVA esclusa. L'attività dell'Autorità nei confronti degli operatori ha permesso l'introduzione sul mercato di piani

130 Sentenza del Consiglio di Stato, decisione N. 01442/2010 REG.DEC del 26 gennaio 2010, ha ritenuto definitivamente legittimo il comportamento secondo cui l'operatore può mettere "a disposizione dell'utente due diverse offerte tra le quali egli è libero di scegliere: una "a prezzo pieno", dalla quale può in ogni momento recedere salvo preavviso, senza essere sottoposto a rimborsi per spese diverse da quelle sostenute dall'operatore per la disattivazione dell'impianto, come previsto dall'art. 1, comma 3; un'altra "promozionale" a prezzo ridotto, per la quale le parti accettano una durata minima, che non preclude all'utente il recesso anticipato, ma che consente all'operatore, che ha fatto affidamento su un arco temporale di vigenza del rapporto contrattuale per coprire i costi sostenuti e realizzare il corrispettivo che gli è dovuto in ragione della controprestazione offerta, di recuperare, al momento del recesso anticipato, quanto il ripensamento legittimo dell'utente non gli ha consentito di ottenere".

tariffari che anche per il futuro garantiscono la piena coerenza, anche per il mercato italiano, con i principi sottesi al Regolamento 544/09 sul *roaming* internazionale sulle reti mobili nonché condizioni di maggior trasparenza. L'attività dell'Autorità a tali problematiche, si è concretizzata nell'approvazione nella delibera n. 326/10/CONS del 1° luglio 2010, adottata a valle della consultazione pubblica avviata con delibera n. 696/09/CONS, che ha introdotto, importanti rimedi e cautele, al fine di evitare il fenomeno del cosiddetto *bill-shock* in particolare per la fruizione dei servizi dati in mobilità. Tra le problematiche connesse all'utilizzo dei servizi dati in mobilità, si era, infatti, osservata la possibile perdita di controllo della spesa da parte dell'utente ed il conseguente generarsi di bollette di importi assai rilevanti (c.d. *bill shock*) per la fruizione di servizi di navigazione internet a *forfait*. Tali casi potevano derivare da connessioni rimaste aperte per giorni, dal passaggio automatico della navigazione su rete di altro operatore e dal superamento delle soglie entro le quali il servizio viene pagato a *forfait*. I clienti, non essendo sempre dotati di adeguati strumenti per essere messi al corrente del superamento della soglia a disposizione, per conteggiare i *megabyte* utilizzati extrasoglia e in *roaming*, nonché per conoscere le aree non coperte dalla rete offerta, potevano trovarsi a pagare inconsapevolmente una bolletta estremamente elevata.

L'Autorità pertanto, sentite anche le rappresentanze dei consumatori e degli utenti, ha introdotto specifici sistemi di allerta e di interruzione del traffico in maniera automatica al raggiungimento di soglie di spesa prestabilite nelle offerte di connessione ad Internet da rete mobile.

Gli operatori mobili saranno infatti tenuti ad indicare al cliente varie soglie di consumo tra le quali optare. All'approssimarsi della soglia prescelta l'utente deve essere avvertito tramite uno specifico avviso – un sms, un messaggio di posta elettronica o una finestra di "pop-up" sul proprio pc – del raggiungimento del tetto di spesa, del credito residuo, del passaggio ad un'eventuale altra tariffa e del relativo costo. E qualora il cliente non abbia dato, anticipatamente e per iscritto, indicazioni diverse, superato il plafond scatta lo stop alla connessione. Nel caso in cui la scelta della soglia di consumo non sia avvenuta, si applicherà automaticamente un limite per traffico dati nazionale di 50 euro per i clienti privati e 150 euro per i clienti *business*, fatto salvo, per entrambe le categorie di utenza, il limite di 50 euro previsto dalle norme europee per il traffico dati in *roaming* nei paesi UE nonché un analogo limite di 50 euro per traffico dati nei paesi extra UE.

Gli operatori devono inoltre rendere disponibili gratuitamente a tutti gli utenti sistemi immediatamente comprensibili e facilmente utilizzabili per assicurare il controllo in tempo reale della spesa e tutte le informazioni relative al consumo accumulato, espresso in volume di traffico, tempo trascorso o importo speso per i servizi di traffico dati, nonché un servizio supplementare gratuito per abilitare o disabilitare la propria utenza al traffico dati.

La regolamentazione del c.d. "Televoto"

Agli inizi di febbraio 2011, con la delibera n. 38/11/CONS, l'Autorità ha approvato il nuovo regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto, inteso quale servizio di comunicazione elettronica, ormai molto diffuso all'interno dei *reality* e dei *talent show*, attraverso il quale vengono rilevate le preferenze del pubblico rispetto ad una determinata competizione televisiva, rimanendo esclusi dalla definizione in questione tutti quei servizi, impropriamente detti "di televoto", che invece

servono ad assegnare premi al pubblico che risponde via sms ad un quesito (telequiz), oppure a rilevare le preferenze del pubblico rispetto a tematiche di attualità (come "inchiesta").

L'obiettivo principale dell'Autorità è stato quello di assicurare agli utenti più trasparenza sul complessivo funzionamento del servizio e soprattutto sulla sua affidabilità, perché chi vota possa confidare sul fatto di partecipare seriamente alla competizione in corso, i cui risultati non devono poter essere alterati dalla possibilità di effettuare un numero troppo elevato di voti da una singola linea o connessione (alcuni regolamenti, infatti, prevedevano fino a 100 voti per ogni utenza e per ogni sessione di voto). Il televoto, infatti, è un servizio che per definizione, serve a rilevare le preferenze fra il pubblico che partecipa da casa, e non a premiare la capacità organizzativa o economica di creare o acquistare eventuali "pacchetti di voti".

Prendendo atto di tali criticità, individuate anche grazie ai costanti rapporti che l'Autorità intrattiene con le Associazioni dei consumatori, all'esito della consultazione pubblica avviata a dicembre 2010 con la delibera n. 659/10/CONS, l'Autorità ha approvato il regolamento predetto, nel quale è stato posto l'obbligo, in capo alle emittenti televisive, di disciplinare in apposito regolamento il servizio di televoto, e di pubblicarne un estratto almeno 7 giorni prima dell'inizio della trasmissione (con contestuale invio all'Autorità di una scheda contenente le informazioni principali sul servizio che si intende utilizzare) affinché gli spettatori possano essere edotti sulle modalità di votazione prima dell'inizio del programma televisivo a cui sono interessati (articolo 4); si è inoltre stabilita la totale gratuità dei voti invalidamente espressi in materia di addebiti e costi del servizio (articolo 6); si è ordinato di far apparire in sovra-ripetizione, nel corso della trasmissione, le informazioni sul servizio, sui costi del servizio, sul suo funzionamento e sulla reperibilità del regolamento di televoto (articolo 7); è stata resa obbligatoria la pubblicazione anche *online*, in dettaglio, dei risultati del televoto per almeno 60 giorni (articolo 8).

Con riferimento ai limiti di voto, si è previsto un tetto di 5 e 10 voti esprimibili dalla stessa utenza, a seconda della durata della sessione di voto, con un massimo di 50 voti settimanali, in tal modo scollegando i risultati del televoto dalla capacità economica degli utenti e in un'ottica di controllo della spesa (articolo 5). Sulla stessa linea, con l'obiettivo di evitare che il televoto sia collegato ad una capacità organizzativa o economica del votante piuttosto che alle preferenze dello stesso, è da ritenere fondamentale la previsione secondo cui è vietato l'invio dei voti da utenze che forniscono servizi di *call center* o da sistemi automatizzati, quali potrebbero essere, ad esempio, i cosiddetti GSM box (articolo 5). Sul punto, in ogni caso, considerata la complessità degli interventi tecnici necessari ad una esclusione *in real time* (cioè direttamente al momento dell'invio del voto) di tali sistemi, l'Autorità ha previsto che, gli operatori debbano adeguarsi entro il prossimo 31 dicembre; in ogni caso, onde assicurare una adeguata vigilanza, si è stabilito che, nelle more, saranno effettuate delle verifiche *ex post* (cioè successive all'invio dei voti e, in pratica, all'espletamento del servizio) sulla regolarità dei servizi di televoto offerti.

Il regolamento ha inoltre individuato chiaramente le diverse responsabilità dei soggetti coinvolti nel meccanismo di televoto. Difatti, è stata prevista una responsabilità in capo all'emittente, per la conformità dei contenuti del servizio al regolamento e delle operazioni connesse al corretto utilizzo dello stesso; in capo ai gestori di piattaforme tecnologiche, per la raccolta, la validazione ed elaborazione dei dati; in capo all'operatore di accesso, per il corretto instradamento del voto espresso verso la rete

dell'operatore titolare della numerazione, e infine, in capo al titolare della numerazione, per il corretto uso della stessa (articolo 9).

In ultimo, la vigilanza è stata ipotizzata come piuttosto penetrante: l'Autorità può infatti compiere ispezioni, verifiche, d'ufficio o su denuncia, intese ad accertare il corretto svolgimento del servizio e delle operazioni ad esso correlate e, in caso di accertata violazione, può pretendere la rettifica dei regolamenti del servizio o delle comunicazioni date nel corso delle trasmissioni ad esso abbinata, nonché un nuovo conteggio dei voti pervenuti, la rettifica dei risultati della competizione o, nei casi più gravi, l'annullamento dei risultati della stessa. Inoltre, la stessa può acquisire dall'emittente e dagli altri soggetti che partecipano allo svolgimento del televoto ogni documento, dato o informazione utile ai fini delle verifiche dell'esattezza e completezza delle informazioni comunicate e dei risultati resi pubblici (articolo 10).

L'Autorità, infine, si è riservata di estendere con successivo provvedimento l'ambito di applicazione delle nuove regole anche ai programmi radiotelevisivi a diffusione locale.

Appena entrato in vigore, l'11 febbraio scorso, il regolamento ha avuto già una sua compiuta applicazione per il Festival di Sanremo 2011, la prima tra le trasmissioni televisive che è iniziata, e si è conclusa, sotto il nuovo regime. Successivamente alla chiusura dell'evento, inoltre, l'Autorità ha provveduto a vigilare mediante i già descritti controlli *ex post*, richiedendo ai gestori delle piattaforme di voto e agli operatori di accesso una serie di dati, "splittati" anche per sessione e per cantante, al fine di rilevare l'eventuale presenza di voti provenienti da sistemi vietati.

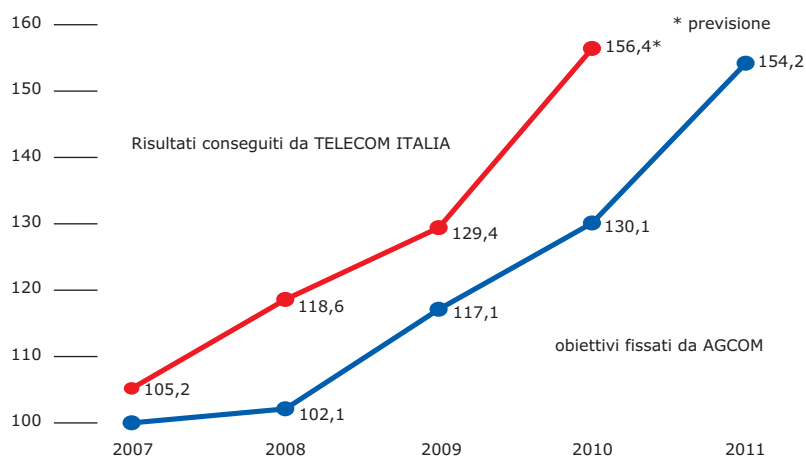
3.26. Gli obblighi di servizio universale

La qualità del servizio universale

Nel corso degli ultimi dodici mesi sono proseguite le attività dell'Autorità sia in relazione alla qualità dei servizi che alla rivisitazione degli obblighi di servizio universale.

Rispetto al profilo della qualità dei servizi, e con riferimento ai criteri di valutazione della qualità globale introdotti con la delibera n. 328/10/CONS (Indice di Qualità Globale, di seguito IQG), la figura 3.13 mostra le curve di crescita della qualità globale del servizio universale, a partire dal 2007 (cioè il primo anno a partire dal quale sono stati introdotti, a livello di obbligo regolamentare, i 15 indicatori che attualmente costituiscono il sistema di valutazione di qualità del servizio universale), per i risultati conseguiti da Telecom Italia s.p.a. e per gli obiettivi fissati dall'Autorità.

Figura 3.13. Andamento Indice di Qualità Globale (2007-2011)



Fonte: Autorità

Le ragioni del notevole miglioramento della qualità generale del servizio universale che si osserva sono da ascrivere non solo ad una più attenta politica di Telecom Italia s.p.a. nei confronti della qualità delle reti e dei servizi, ma anche agli interventi di regolazione e controllo dell'Autorità, attraverso le delibere emanate in tale settore e il costante monitoraggio che è attuato periodicamente sui risultati raggiunti dalla società.

Più in particolare l'accelerazione nel processo di miglioramento della qualità del servizio universale, sia a livello di obiettivi fissati dall'Autorità, che conseguentemente dei risultati raggiunti dal fornitore del servizio universale, è motivata da diversi fattori:

a) la sottoscrizione del pacchetto di impegni di Telecom Italia s.p.a. sulla rete di accesso, a fine 2008 (delibera n. 718/08/CONS), tra i quali in particolare quelli relativi ai sistemi di monitoraggio delle *performance* e ai piani tecnici per la qualità della rete fissa di accesso;

b) l'approvazione dell'aumento del canone *retail* a fine 2008 (delibera n. 719/08/CONS), condizionato anche ad un sostanziale aumento degli obiettivi di qualità del servizio universale a partire dal 2009, in particolare per gli indicatori: tasso di malfunzionamento, tempo di riparazione dei malfunzionamenti, tempi di risposta alle chiamate ai servizi di assistenza clienti;

c) l'azione dell'Organo di Vigilanza sulle prestazioni e la qualità della rete fissa;

d) l'azione regolamentare, di vigilanza e sanzione dell'Autorità, che ha avuto benefici ritorni sul miglioramento della qualità del servizio universale, tra cui si segnalano gli interventi gestiti dalla Direzione Tutela dei Consumatori in materia di:

- i. qualità dell'accesso a internet da postazione fissa (delibera n. 244/08/CSP e smi), che ha inciso positivamente sulla qualità della linea fisica e dei sistemi di accesso condivisi dal servizio universale;
- ii. qualità dei servizi erogati dai *call center* (delibera n. 79/09/CSP), che ha implicato un naturale ritorno positivo nell'area *customer care* del servizio universale;
- iii. il blocco delle numerazioni costose (con un pacchetto di interventi, ultimo dei quali il provvedimento sul Blocco Permanente di Chiamata per la rete fissa, di cui alla delibera n. 600/09/CONS) con esiti positivi nell'area fatturazione del servizio universale, in virtù della riduzione dei reclami per traffico a sovrapprezzo non voluto;
- iv. il ridimensionamento degli obblighi di telefonia pubblica (delibera n. 31/10/CONS) che ha favorito un reinstradamento delle risorse economiche e di personale tecnico liberatesi verso investimenti in aree più strategiche del servizio universale.

Si osserva, infine, la particolare rilevanza dei risultati conseguiti da Telecom Italia nel 2010, che è, di fatto, il primo anno in cui si possono osservare i benefici effetti derivati dall'attuazione, nel corso del 2009, dei piani tecnici di impegni di Telecom Italia per la qualità della rete fissa di accesso, ferma restando la necessità di verificare, a fine giugno 2011, il puntuale raggiungimento di tutti gli obiettivi 2010.

La telefonia pubblica

Per quanto riguarda la revisione degli obblighi di servizio universale, con la delibera n. 31/10/CONS, adottata ad esito di una procedura di consultazione pubblica, l'Autorità ha introdotto, come noto, in linea con le mutate esigenze dell'utenza e in un'ottica di razionalizzazione dei costi, sia una revisione dei criteri di distribuzione delle postazioni telefoniche pubbliche che una serie di provvedimenti volti ad aumentare l'efficienza del servizio di telefonia pubblica sul territorio.

A conclusione dell'attività condotta nel corso del 2010 il numero di postazioni telefoniche pubbliche originariamente pari a circa 130.000 è sceso, alla fine del 2010, a circa 107.000. Nel corso del 2010, la Direzione tutela dei consumatori ha gestito circa 300 procedimenti di opposizione alla rimozione, su istanza di utenti ed enti locali, valutando caso per caso la necessità della permanenza, secondo i criteri indicati nella delibera in parola, di cui circa 100 sono state accolte. Circa 90 sono state poi le richieste di rimozione di cabine inutilizzate o non più utilizzabili delle quali la stessa cittadinanza richiedeva l'eliminazione: anche in questi casi l'Autorità ha analizzato nel contesto della distribuzione la necessità del mantenimento richiedendo a Telecom Italia s.p.a., ove necessario, un manutenzione radicale e in altri casi di completare la rimozione entro 30 giorni dalla richiesta.

3.27. Le attività di vigilanza e sanzione a tutela dell'utenza

L'attività di vigilanza

L'attività di vigilanza a tutela dei consumatori e degli utenti, che si svolge nell'ambito delle comunicazioni elettroniche e della televisione a pagamento, è consistita, come di consueto, nella raccolta e nella classificazione delle segnalazioni e delle denunce dell'utenza pervenute su supporto cartaceo e, soprattutto, nella loro trattazione da parte dell'Ufficio gestione delle segnalazioni e vigilanza della Direzione tutela dei consumatori, che, nel periodo di riferimento, ha ricevuto, da cittadini, associazioni dei consumatori, studi legali, enti privati di varia natura ed organismi pubblici, n. 17.605 segnalazioni e denunce, registrando un netto calo rispetto all'anno precedente (circa 30% in meno).

L'utenza rivolta all'Autorità è composta nella maggior parte dei casi da utenti-consumatori; una percentuale significativa, tuttavia, riguarda altri soggetti, tra i quali in maggior misura le Associazioni dei consumatori, di livello centrale e periferico, che segnalano sia comportamenti generalizzati, ritenuti lesivi dei diritti dei consumatori, sia casi riguardanti singoli associati.

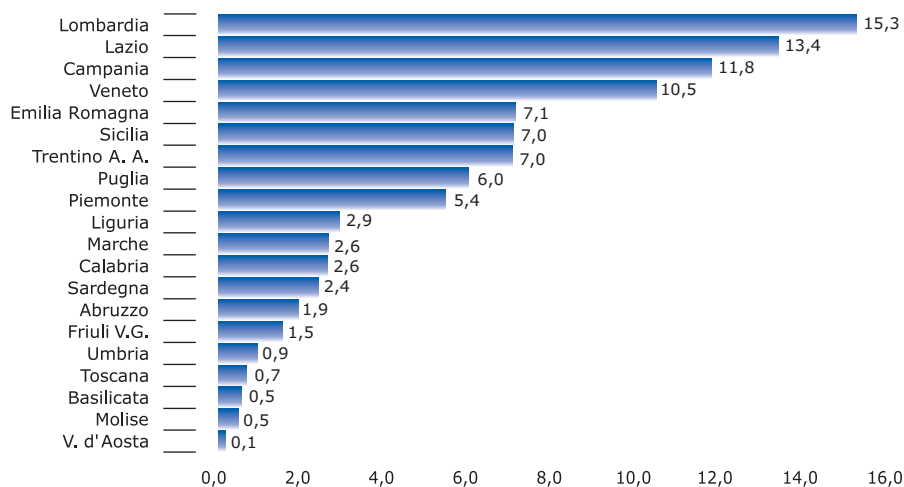
I grafici seguenti rappresentano la ripartizione delle denunce e segnalazioni rispettivamente per tipologia di soggetto denunciante (Figura 3.14), per area geografica di provenienza (Figura 3.15) delle medesime e per operatore di comunicazioni elettroniche (Figura 3.16).

Figura 3.14. Segnalazioni e denunce per tipologia di mittente



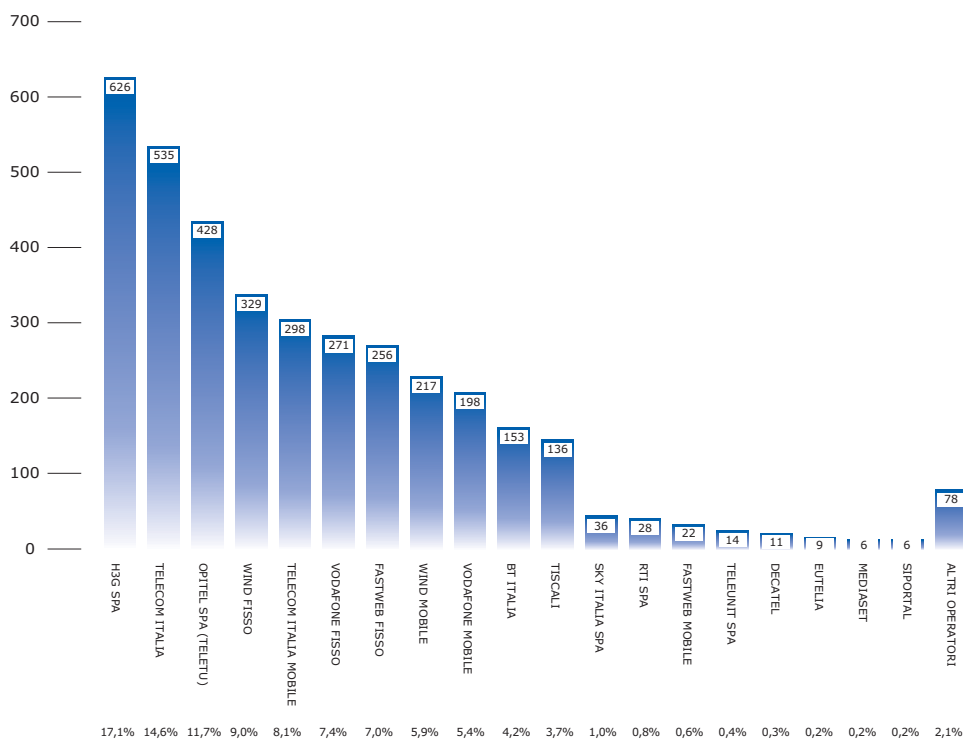
Fonte: Autorità

Figura 3.15. Segnalazioni e denunce per regione di provenienza (%)



Fonte: Autorità

Figura 3.16. Segnalazioni e denunce per operatore



Fonte: Autorità

Nell'ottica di una maggiore semplificazione nell'interazione tra i consumatori e l'Autorità, dal 1° novembre 2010 la presentazione delle denunce della normativa di settore è diventata più semplice e veloce per gli utenti, grazie all'introduzione della modalità di trasmissione telematica del modello D. La nuova procedura, introdotta dalla delibera n. 709/09/CONS e successivamente attuata dalla determinazione n. 12/SG/2010 e dalla delibera n. 496/10/CONS, consente agli utenti di presentare le proprie denunce semplicemente inviandole via e-mail, dopo averle compilate al computer, con la possibilità di inserire, nello stesso *file*, anche allegati come contratti, fatture o reclami. Grazie ai controlli implementati direttamente nel modulo, gli utenti sono in grado di compilare il modello correttamente riempiendone tutti i campi obbligatori, minimizzando, di conseguenza, il rischio di commettere errori od omissioni. Inoltre, la compilazione interattiva consente di circostanziare le denunce in modo molto più preciso, riducendo, così, il rischio di archiviazione delle stesse. Infine, la maggiore rapidità nella ricezione delle denunce e l'utilizzo della posta elettronica per la comunicazione con i cittadini consente di fornire agli utenti riscontri molto più celeri.

In questo modo, l'Autorità mette in atto concretamente la dematerializzazione dei documenti prevista dai piani di *e-government*, tesi ad una progressiva digitalizzazione della Pubblica amministrazione. In aggiunta, l'informatizzazione dei dati e la loro memorizzazione in una struttura dati relazionale consente di raggiungere una maggiore omogeneità nella gestione delle denunce degli utenti, così come previsto dalla raccomandazione della Commissione europea del 12 maggio 2010 relativa all'utilizzo di una metodologia armonizzata per la classificazione e la notifica dei reclami e delle richieste dei consumatori.

Gli utenti disabili, in particolare quelli non vedenti, hanno potuto compilare il modulo D telefonicamente, grazie al supporto del *call center*.

Dal 1° novembre 2010 al 31 marzo 2011 risultano pervenute 1.329 denunce secondo la nuova modalità telematica.

Delle 17.605 segnalazioni, 10.012 sono state messe agli atti perché non redatte su modello D o perché non circostanziate con gli elementi essenziali richiesti dal Regolamento in materia di procedure sanzionatorie di cui alla delibera n. 136/06/CONS come modificato dalla recente delibera n. 709/09/CONS. Un totale di 3.626 denunce è stato classificato, in base al contenuto, secondo il sistema di codifica in uso presso l'Ufficio e successivamente trattato dai funzionari preposti alle attività di vigilanza. Il calo delle denunce procedibili è da ricondursi alle mutate modalità di trasmissione delle denunce, che hanno previsto l'obbligatorietà della redazione su modello D ed, in seguito, a partire dal 1° gennaio 2011, la modalità di trasmissione esclusivamente telematica delle stesse. Il nuovo sistema, grazie alle nuove modalità di compilazione e trasmissione, decisamente più circostanziate, consente di ricevere denunce più attendibili e, di conseguenza, più utili ai fini dell'attività di vigilanza della Direzione, come peraltro confermato dall'aumento dell'importo totale delle sanzioni rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda la tipologia delle problematiche denunciate dai consumatori, rispetto al 2009, si è registrato, soprattutto nei primi mesi del 2011, un progressivo calo delle denunce riguardanti il cd. *bill shock*, consistente nella fatturazione anomala in ragione di superamento del cd. *bundle* o dell'uso del telefono cellulare in *roaming* nazionale e internazionale. Le motivazioni di tale variazione sono da ricondursi, principalmente, agli interventi regolamentari della Commissione europea (Regolamento n. 544/2009 in materia di *roaming* internazionale) e dell'Autorità stessa (delibera n. 326/10/CONS).

Il maggiore rodaggio delle procedure di migrazione tra gli operatori, inoltre, ha consentito di registrare un calo, dall'inizio del 2011, anche per le segnalazioni riguardanti le difficoltà nel passaggio da un operatore di rete fissa ad un altro.

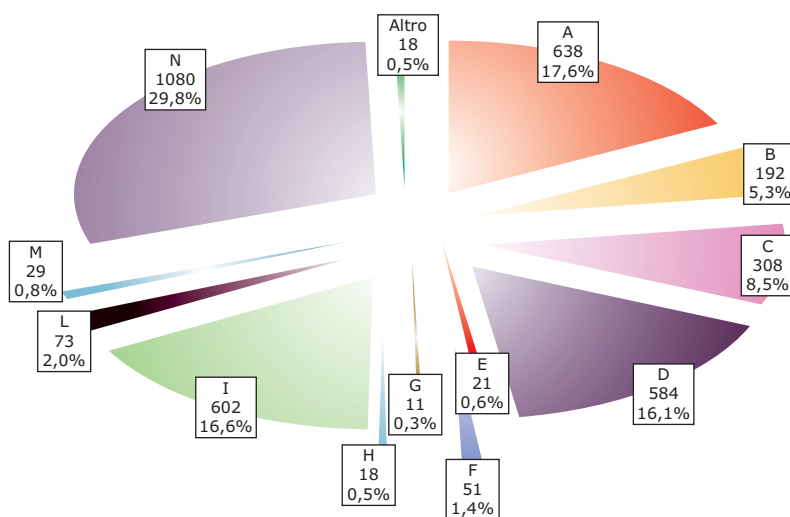
I due fenomeni sopra citati (*bill shock* e problematiche relative alle migrazioni tra operatori di rete fissa) restano comunque sotto la lente d'ingrandimento della Direzione nell'ambito della propria attività di vigilanza e costituiscono, congiuntamente con l'attivazione di servizi non richiesti, le problematiche più denunciate dai consumatori nel periodo di riferimento.

Anche nel 2010 si sono osservati fenomeni riguardanti: la mancata vigilanza da parte dei titolari di numerazione sull'uso delle numerazioni per servizi a sovrapprezzo in maniera non conforme al Piano di numerazione nazionale; le attivazioni e le disattivazioni non richieste di servizi di comunicazioni elettroniche; la scorretta gestione dei contatti da parte dei *call center* degli operatori; il mancato rispetto delle norme sulla velocità minima di trasmissione nelle offerte ADSL denunciata frequentemente come al di sotto degli standard prescritti dalle norme regolamentari; il mancato adempimento agli obblighi di trasparenza e corretta informazione agli utenti (Figura 3.17).

In relazione al settore della televisione a pagamento, si registrano problematiche peculiari consistenti, soprattutto, nell'attivazione di servizi o promozioni non richieste o non conformi a quelle contrattualizzate, nonché disservizi nell'assistenza ai clienti o nella gestione dei reclami.

Sulla base delle denunce e segnalazioni gestite nel periodo di riferimento, la Direzione tutela dei consumatori dell'Autorità ha svolto l'attività di vigilanza attraverso richieste di giustificazione delle proprie condotte ai gestori ed indagini ispettive (verifiche "desk" e ispezioni presso le sedi delle società). A conclusione dell'attività istruttoria e delle ispezioni, sono state disposte 211 proposte di avvio di procedimenti sanzionatori.

Figura 3.17. Segnalazioni e denunce per principali casistiche*



* Cfr. Tabella 3.45 per i codici di classificazione delle segnalazioni.
Fonte: Autorità

Tabella 3.45. Codici di classificazione delle segnalazioni

| | |
|-------|--|
| A | attivazione/disattivazione di servizi di comunicazione elettronica non richiesti |
| B | sospensione di servizi e linee in difformità dalle disposizioni vigenti |
| C | mancato riscontro a reclami con le modalità previste |
| D | mancato passaggio ad altro operatore |
| E | mancato rispetto delle direttive generali in materia di qualità e carte dei servizi di telecomunicazioni |
| F | modifica dei piani tariffari e delle condizioni contrattuali generalizzate senza preavviso di legge |
| G | applicazione ai consumatori-utenti di prezzi superiori ai prezzi massimi imposti dall'Autorità |
| H | altre tipologie emergenti |
| I | inosservanza delle Legge n. 40/2007 |
| L | disconoscimento traffico verso numerazioni a valore aggiunto e internazionali |
| M | servizio universale/traslochi |
| N | problematiche contrattuali |
| ALTRO | denunce non di competenza |

Fonte: Autorità

L'attività sanzionatoria per violazione delle norme a tutela dei consumatori/utenti

Con riguardo all'attività sanzionatoria svolta dal 1° maggio 2010 al 31 marzo 2011, l'Autorità ha avviato n. 76 nuovi procedimenti sanzionatori, per un totale di 130 casi di violazione di norme a tutela degli consumatori/utenti accertati (Tabella 3.46).

Tabella 3.46. Procedimenti sanzionatori avviati e relativi provvedimenti adottati (1 maggio 2010- 31 marzo 2011)

| Presidio sanzionatorio | Fattispecie concreta | N. proc. | In corso | Archivia- zione | Pagamento misura ridotta | Ingiun- zione |
|------------------------------|---|----------|----------|-----------------|--------------------------|---------------|
| art. 1, c. 31, l. 249/97 | fatturazione per servizi non richiesti | 5 | 5 | | | |
| art. 1, c. 31, l. 249/97 | mancata ottemperanza a provvedimento temporaneo | 10 | 7 | | 1 | 2 |
| art. 1, c. 31, l. 249/97 | mancata risposta a richiesta informazioni | 3 | 2 | | | 1 |
| art. 1, c. 31, l. 249/97 | sospensione del servizio in presenza di reclamo | 1 | 1 | | | |
| art. 1, c. 31, l. 249/97 | mancata comunicazione e/o pubblicazione relazione annuale | 2 | | | | 2 |
| art. 98, c. 9, d.l.vo 259/03 | mancata risposta a richiesta informazioni | 7 | 3 | | | 4 |

| | | | | | | |
|----------------------------------|---|-----------|-----------|----------|----------|-----------|
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | inottemperanza alla delibera 22/10/CIR | 1 | | | | 1 |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | mancata fornitura codice di migrazione | 1 | 1 | | | |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | mancato espletamento richiesta di migrazione/ portabilità | 2 | 1 | | | 1 |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | attivazione servizi non richiesti | 24 | 10 | 1 | | 13 |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | mancato rispetto tempi di fornitura codice di migrazione | 2 | | | | 2 |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | uso difforme numerazioni | 1 | | | | 1 |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | norme riguardanti la portabilità del numero mobile | 2 | 1 | | | 1 |
| art. 98, c. 11, d.l.vo 259/03 | rifiuto mnp | 2 | 1 | | | 1 |
| art. 98, c. 16, d.l.vo 259/03 | mancata comunicazione nuovi piani tariffari | 2 | | | | 2 |
| art. 98, c. 16, d.l.vo 259/03 | mancata pubblicazione e/o mancato inoltro indicatori di qualità | 2 | | 1 | | 1 |
| art. 98, c. 16, d.l.vo 259/03 | mancata esecuzione recesso | 3 | 3 | | | |
| art. 98, c. 16, d.l.vo 259/03 | qualità mancato rispetto obiettivi di qualità del. 254/04/Csp | 1 | | | | 1 |
| art. 98, c. 16, d.l.vo 259/03 | sospensione del servizio in presenza di reclamo | 4 | 1 | | | 3 |
| art. 98, c. 16, d.l.vo 259/03 | consenso acquisto in difformità | 1 | | | | 1 |
| | TOTALE | 76 | 36 | 2 | 1 | 37 |

Fonte: Autorità

Nel medesimo arco temporale sono stati portati a conclusione, con provvedimento del Consiglio, 79 procedimenti, dei quali 39 avviati nel corso del precedente periodo di rilevamento. Di tali procedimenti, 67 si sono conclusi con l'adozione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, 1 con archiviazione per pagamento in misura ridotta della sanzione e 11 con archiviazione nel merito. Il totale degli importi irrogati a titolo di sanzione o corrisposti a titolo di pagamento in misura ridotta è stato pari ad euro 6.482.527,00.

Il dato registra un sensibile aumento (1.250.000 euro) rispetto agli importi dell'anno di riferimento precedente, ancor più rilevante al considerare che il periodo di rilevamento è relativo ad 11 mesi e non 12 come per la precedente relazione annuale.

Inoltre va rilevato che quattro procedimenti avviati o da concludersi nel periodo in esame non hanno portato all'adozione di un provvedimento di ordinanza ingiunzione

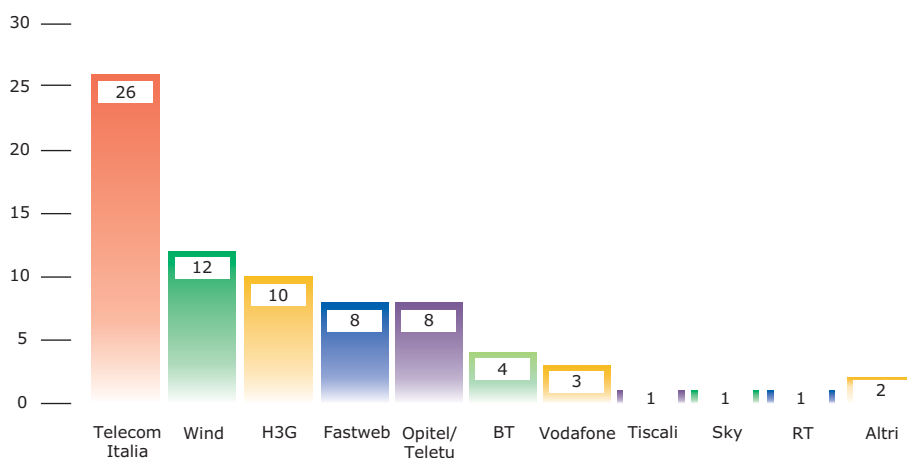
in quanto gli operatori interessati hanno proposto degli impegni, ai sensi della legge n. 248/06, che l'Autorità ha ritenuto di accettare. Si tratta, in particolare, di due procedimenti a carico di Telecom Italia s.p.a., avviati rispettivamente per l'illegittima interruzione di ordinativi di MNP e per l'attivazione di servizi non richiesti, sospesi in quanto rientranti nell'ambito degli impegni precedentemente assunti dal predetto operatore; di un procedimento avviato nei confronti dell'operatore H3G s.p.a. per la fatturazione di servizi non richiesti (impegni approvati con la delibera n. 29/11/CONS); ed infine di un procedimento avviato nei confronti della società Vodafone Omnitel n.v. per l'attivazione di servizi non richiesti (impegni approvati con la delibera n. 117/11/CONS).

L'attività sanzionatoria avviata nel periodo di riferimento ha riguardato venti tipologie di infrazione. Tra queste quella più ricorrente è stata l'attivazione di servizi non richiesti, ed in particolare di servizi di telefonia ed Adsl, servizi interattivi sulle utenze mobili, e ancora qualche caso di fornitura non richiesta di pc. Le suddette ipotesi sono state sanzionate sulla base della specifica regolamentazione di settore – delibere n. 4/06/CONS, n. 274/07/CONS e n. 664/06/CONS – in combinato disposto con l'articolo 70 del decreto legislativo n. 259/2003, con conseguente applicazione della sanzione ex articolo 98, comma 16, del Codice delle comunicazioni elettroniche (da euro 58.000,00 ad euro 580.000,00).

Notevole incremento ha registrato, poi, l'accertamento di violazioni inerenti all'inottemperanza ai provvedimenti di riattivazione del servizio emessi dall'Autorità o dai Comitati regionali ai sensi dell'articolo 5 del Regolamento di cui alla delibera n. 173/07/CONS, così come il mancato riscontro, da parte degli operatori, alle richieste dell'Autorità di fornire dati o documentazione informazioni.

Continua, inoltre, l'attività di accertamento in ordine al rispetto degli obblighi imposti in materia di qualità dei servizi, con particolare attenzione alla trasparenza delle condizioni economiche relative alle offerte di servizi di telefonia fissa e mobile. Non sempre, infatti, gli operatori hanno rispettato gli obblighi di comunicazione a favore dell'Autorità e, soprattutto, del motore di calcolo accreditato. Tuttavia i dati più recenti sembrerebbero dimostrare che le inottemperanze rilevate nell'immediatezza dell'entrata in vigore della nuova disciplina siano cessate a seguito degli interventi sanzionatori.

Figura 3.18. Procedimenti avviati per operatore (1 maggio 2010-31 marzo 2011)



Fonte: Autorità

3.28. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica

Negli ultimi dodici mesi, le linee di intervento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sotto il profilo sanzionatorio in materia di reti di comunicazione elettronica, si sono articolate secondo due direttrici:

a) lo svolgimento di attività di verifica in merito alla corretta esecuzione degli impegni assunti in precedenti anni (2008-2010) e concluse con provvedimenti di approvazione e sospensione dei relativi procedimenti sanzionatori;

b) l'esecuzione di attività pre-istruttorie su ipotesi di violazione della normativa in materia di comunicazione elettronica, ai sensi dell'art. 4 della delibera n. 136/06/CONS e successive modifiche ed integrazioni.

Le attività di verifica degli impegni hanno riguardato distinti procedimenti sanzionatori che, per comodità espositiva, possono confluire in tre gruppi.

In un primo gruppo (contestazioni nn. 4/07/DIR, 1/08/DIR e 2/08/DIR) convergono i procedimenti riguardanti la violazione da parte di Telecom Italia s.p.a. della normativa in materia di parità di trattamento e di modalità di attivazione e disattivazione dei servizi di CPS (*Carrier preselection*) e ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) sospesi, in seguito all'approvazione dei rispettivi impegni, con la delibera n. 718/08/CONS.

In particolare, oltre alla verifica svolta dal Gruppo di Monitoraggio degli Impegni (GMI), istituito ai sensi dell'art. 2 della delibera n. 718/08/CONS, la Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica ha ritenuto di effettuare ulteriori accertamenti: sotto un primo versante, è stata ascoltata in audizione Telecom Italia, con l'intento di verificare, anche con evidenze documentali, la cessazione delle condotte contestate e il corretto adempimento degli impegni assunti con la delibera n. 718/08/CONS; sotto altro versante, la Direzione reti ha effettuato verifiche incrociate, congiuntamente con la Direzione tutela dei consumatori, al fine di trovare definitiva conferma dell'assenza di denunce relative a rifiuti (KO) da parte di Telecom Italia con la causale "ADSL già attiva" nei confronti di utenze la cui attivazione sia avvenuta senza la richiesta del relativo servizio e dell'assenza di denunce di disattivazioni "asincrone", in cui, dopo il KO di un operatore, Telecom abbia provveduto a disattivare la CPS senza procedere a una seconda pre-notifica, richiesta dalla normativa di settore.

Ad un secondo gruppo appartengono i procedimenti sanzionatori riguardanti la violazione della normativa in materia di MNP (*Mobile number portability*), di cui alle delibere nn. 19/01/CIR e 78/08/CIR, avviati nei confronti delle società Wind Telecomunicazioni s.p.a. (contestazione n. 8/08/DIR), Telecom Italia s.p.a. (contestazioni nn. 6/09/DIR e 8/09/DIR) e Vodafone Omnitel n.v. (contestazioni nn. 2/09/DIR, 5/09/DIR e 9/09/DIR) e sospesi, rispettivamente, con le delibere nn. 533/09/CONS, 187/10/CONS e 186/10/CONS. Le proposte di impegni approvate costituiscono un insieme di interventi proposti dalle citate società, sia di carattere organizzativo interno che modificativi di "sistema", finalizzati all'introduzione di un *quid pluris*, migliorativo delle condizioni di competitività, i cui connotati di stabilità e serietà sono stati valutati positivamente dall'Autorità.

Più in dettaglio, con riferimento al secondo gruppo di impegni, conformemente a quanto previsto dalle delibere nn. 533/09/CONS, 186/10/CONS e 187/10/CONS, l'Autorità ha nominato (con delibere nn. 427/10/CONS, 428/10/CONS e 429/10/CONS) il proprio componente dell'Unità di monitoraggio, costituita da tre membri, due interni

alla società e uno appartenente all'Autorità: tale Unità è incaricata di vigilare sulla corretta esecuzione degli impegni ricadenti, rispettivamente, nei procedimenti sanzionatori avviati a carico di Vodafone Omnitel n.v., Telecom Italia e Wind Telecomunicazioni. In particolare, l'Unità di monitoraggio ha il compito di controllare che non vi siano scambi tra divisioni aziendali dei dati dei clienti che abbiano fatto richiesta di MNP per finalità di *retention* o per qualsiasi altra attività promozionale e/o commerciale finalizzata all'annullamento della richiesta di MNP, nonché di verificare se vi siano doglianze di operatori *recipient* in materia di MNP. Nel corso dei mesi successivi alla nomina dell'Unità di monitoraggio, i componenti hanno avviato le conseguenti attività di verifica dello stato di attuazione degli impegni, nell'ambito di riunioni che, come da impegni assunti, devono svolgersi con cadenza bimestrale.

Un terzo gruppo di impegni riguarda i procedimenti sanzionatori avviati nei confronti di Fastweb s.p.a. e Wind Telecomunicazioni s.p.a. (contestazioni nn. 7/09/DIR e 10/09/DIR) per avere le stesse utilizzato nel processo di migrazione su rete fissa codici identificativi multipli in luogo dell'unico identificativo individuato dall'Autorità e previsto dall'accordo interoperatori, e sospesi, rispettivamente, con le delibere nn. 263/10/CONS e 308/10/CONS.

Le proposte di impegni approvate con tali delibere contengono essenzialmente interventi idonei a migliorare la *performance* della migrazione, rispetto a quanto previsto dall'art. 18 della delibera n. 274/07/CONS, come modificato dalla delibera n. 41/09/CIR. In particolare, le società si sono impegnate a modificare i propri sistemi informatici in modo da poter comunicare all'operatore *recipient*, entro tre giorni lavorativi dalla data di sottomissione della relativa richiesta di migrazione, i rifiuti (KO) con causale "codice di migrazione errato" e "codice segreto errato", in luogo dei cinque giorni lavorativi previsti dalla normativa di settore.

Allo stato sono in corso le funzioni di controllo e verifica di corretta ed effettiva attuazione di ciascun gruppo di impegni. In particolare, la Direzione reti ha chiesto alle società coinvolte di inviare mensilmente all'Autorità un *report*, corredato da un elenco dettagliato, dal quale sia possibile controllare analiticamente, per ciascuna richiesta di migrazione, il rispetto della tempistica sui KO "a tempi ridotti", in ottemperanza agli impegni assunti.

Nel periodo considerato l'Autorità ha intrapreso, inoltre, una serie di attività prestrutturali che hanno condotto all'adozione del procedimento sanzionatorio avviato a carico di Telecom Italia s.p.a. con la contestazione n. 1/10/DIR, per la violazione degli artt. 13 e 14 della delibera n. 642/06/CONS, in quanto i prezzi dell'offerta per i servizi di traffico telefonico verso le destinazioni locale e nazionale, nell'ambito di una gara indetta dal comune di Firenze avente a oggetto l'erogazione del servizio di telefonia fissa e dei servizi collaterali ed accessori, sono risultati non replicabili da parte degli operatori alternativi. Il procedimento sanzionatorio ha recepito le conclusioni del procedimento di valutazione dell'offerta che era stato avviato, ai sensi dell'art. 14, comma 2, lettera d), della delibera n. 642/06/CONS, con lo scopo di verificare il rispetto dei requisiti di replicabilità per i servizi di traffico telefonico. Nel corso del procedimento sanzionatorio, la società ha sollevato una serie di argomentazioni a propria difesa riguardanti, tra l'altro, la confutazione di alcune ipotesi tecniche e dati di input impiegati dalla Direzione reti per la determinazione delle soglie di replicabilità dei prezzi praticati per i servizi di traffico locale ed interdistrettuale. In relazione a ciò, l'Autorità ha ritenuto conferenti le osservazioni sviluppate da Telecom Italia s.p.a. nel corso del procedimento sanzionatorio, ritenendo che non ricorrano i presupposti per l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria prevista dall'art. 98, comma 11, del decreto legislativo del 1° agosto 2003, n. 259. Con delibera n. 671/10/CONS, pertanto, l'Autorità ha archiviato il procedimento sanzionatorio n. 1/10/DIR.

3.29. Le controversie tra utenti ed operatori

L'attività di risoluzione delle controversie tra utenti ed operatori è disciplinata dal regolamento sulle procedure di risoluzione delle controversie adottato con delibera n. 173/07/CONS del 19 aprile 2007, e successive modifiche ed integrazioni.

La procedura è divisa in due fasi, la prima, relativa all'esperienza del tentativo obbligatorio di conciliazione, delegata ai Co.re.com., e la seconda, eventuale, di definizione della controversia con provvedimento dell'Autorità.

Con riferimento alla seconda fase va premesso che a partire dall'ottobre del 2009 è stato avviato un processo di decentramento regionale anche per tale attività, ed attualmente sono nove i Co.re.com. delegati anche alla definizione delle controversie.

In virtù dell'avanzamento di detto processo di decentramento le istanze di deferimento delle controversie, pervenute alla Direzione tutela dei consumatori nel periodo 1° maggio 2010 – 31 marzo 2011, sono diminuite del 38% rispetto allo stesso periodo del precedente anno, attestandosi al numero di 1008.

Nel periodo di riferimento, a fronte dei 1008 procedimenti avviati, 41 procedimenti si sono conclusi con l'adozione del provvedimento decisorio collegiale ovvero con l'adozione del provvedimento decisorio monocratico (determina direttoriale), mentre 373 procedimenti si sono risolti con il raggiungimento di un accordo transattivo intervenuto in sede di udienza, ovvero, in 135 casi, nella fase antecedente/successiva alla medesima, con conseguente rinuncia dell'istante al prosieguo dell'iter procedimentale (Tabella 3.47).

Tabella 3.47. Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie

| Pervenute | Concluse con provvedimento | | Concluse* Improcedibili | In corso |
|-----------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------|----------|
| | determine direttoriali | definizioni nel merito | | |
| 1008 | 10 | 31 | 508** | 58 |

* in udienza di discussione, con accordo prima dell'udienza o a seguito di rinuncia al procedimento
** controversie concluse nel 2009 (riferite ad istanze presentate nel 2009 o precedentemente)

Fonte: Autorità

Il valore medio degli indennizzi riconosciuti con provvedimento decisorio è stato pari ad euro 400,00, mentre quello delle controversie chiuse con atto transattivo è stato pari ad euro 1070,00.

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, 137.

A fronte delle istanze procedibili, in quanto pervenute dal bacino di utenza facente capo alle Regioni in cui il Co.re.com. non è ancora attivo o non ha ancora richiesto le deleghe di funzioni, l'Autorità ha riscontrato l'adeguamento spontaneo dell'operatore a seguito della richiesta di memorie e controdeduzioni inviata nella quasi totalità dei casi e solo per il numero di circa 110 istanze ha dovuto procedere all'adozione del provvedimento temporaneo.

Nel corso del periodo di rilevamento è stato adottato, per la prima volta, un atto di indirizzo ai sensi dell'articolo 18 del Regolamento sulle controversie tra utenti ed operatori, su impulso del Co.re.com. Lombardia. Con la delibera n. 75/10/CIR, infatti, l'Autorità ha stabilito i criteri per la risoluzione delle controversie relativa a traffico dati in *roaming* internazionale extrasoglia sorte prima dell'entrata in vigore della nuova disciplina, introdotta con la delibera n. 326/10/CONS.

A tal riguardo, sempre di più l'Ufficio controversie e sanzioni dell'Autorità è stato impegnato, nel corso del 2010 e nei primi mesi del corrente anno, in molteplici attività di affiancamento dei Co.re.com. nell'esercizio delle funzioni delegate in materia di risoluzione delle controversie, anche grazie alla creazione di un apposito canale per il confronto in tempo reale sulle problematiche inerenti alla concreta applicazione del regolamento.

Inoltre, come previsto, con cadenza semestrale, si è provveduto all'aggiornamento dell'Analisi casistica, resa ancor più facilmente fruibile attraverso il collegamento ipertestuale alle delibere dell'Autorità.

L'attività di affiancamento dei Co.re.com. nell'esercizio delle funzioni delegate si è poi concretizzata in seminari di studio ed incontri con il personale dei Comitati, sia presso la sede dell'Autorità, sia presso le rispettive sedi regionali, anche tramite affiancamento in udienza.

Da ultimo è stata avviata una fase di revisione del Regolamento di procedura, al fine di risolvere alcune criticità emerse e di adeguare il testo al mutato scenario legislativo, con particolare riferimento alla mediazione civile e commerciale introdotta con il decreto legislativo n. 28 del 4 marzo 2010.

Il regolamento sugli indennizzi

Rilevo a sé merita l'iniziativa regolamentare, intrapresa nel mese di aprile 2010 con l'indizione di una procedura di consultazione pubblica (delibera n. 124/10/CONS), conclusasi con l'adozione del regolamento in materia di indennizzi applicabili nei rapporti tra utenti ed operatori di comunicazioni elettroniche (delibera n. 73/11/CONS).

Il Regolamento, in conformità a quanto previsto dall'articolo 84 del Codice delle comunicazioni elettroniche, è finalizzato alla predeterminazione di criteri e di importi minimi applicabili nel calcolo degli indennizzi dovuti nei rapporti tra utenti ed operatori di comunicazioni elettroniche, al fine di garantire l'uniformità di trattamento e la proporzionalità in termini di adeguatezza della misura compensativa all'effettivo pregiudizio, derivante dal disservizio.

Dall'attività di definizione delle controversie relative a tali rapporti, infatti, è emersa l'esigenza di assicurare, per un verso, uniformità di trattamento, individuando un adeguato criterio minimo di calcolo per gli indennizzi dovuti, delle varie fattispecie indipendentemente dall'operatore interessato, e, dall'altro, di prevedere una adeguata sperequazione a seconda della gravità della violazione sanzionata (Tabella 3.48).

Sotto il primo profilo, infatti, è stato rilevato che la quantificazione da parte di ciascun operatore degli indennizzi applicabili alle singole fattispecie espone il sistema ad un duplice rischio: a) quello della disuguaglianza di trattamento, per cui la stessa fattispecie può essere indennizzata in misura anche notevolmente differente a seconda dell'operatore coinvolto; b) quello della possibile inadeguatezza della somma stabilita.

Relativamente al secondo profilo, invece, è stato possibile registrare l'inadeguatezza del sistema compensatorio delineato dagli operatori rispetto alla varietà di fatti-

specie enucleate dalla pratica applicazione del quadro normativo e regolamentare, il che ha comportato la necessità, in sede di definizione delle controversie, di un costante ricorso all'applicazione analogica, con risultati non sempre soddisfacenti.

A ben vedere, infatti, gli operatori, nelle proprie condizioni contrattuali, hanno limitato l'individuazione di misure di indennizzo ad alcune fattispecie principali (ad es. sospensione ingiustificata del servizio o ritardo nella attivazione della linea o nella riparazione dei guasti), lasciando scoperte numerose ipotesi di violazione degli obblighi contrattuali, per le quali, sebbene meno gravi, in assenza di apposita previsione si è reso necessario applicare gli stessi importi stabiliti per quelle di cui sopra.

Gli articoli del Regolamento, pertanto, individuano sulla base delle disposizioni di cui al Capo IV del Codice ovvero della delibera 179/03/CSP alcune fattispecie di disservizio indennizzabili, quantificando i relativi importi minimi unitari, sintetizzabili nella seguente tabella:

Tabella 3.48. Fattispecie di disservizio indennizzabili

| Articolo | Fattispecie | Indennizzo |
|-----------------|---|--|
| 3 | omessa o ritardata attivazione del servizio | euro 7,50 per ogni giorno di ritardo; 2,00 per cambio operatore senza interruzione; per servizi accessori $\frac{1}{2}$ del canone specifico o 1 euro, massimo euro 300,00 |
| 4 | sospensione o cessazione del servizio | euro 7,50 per ogni giorno di sospensione; per servizi accessori $\frac{1}{2}$ del canone specifico o 1 euro |
| 5 | malfunzionamento del servizio | euro 5,00 per ogni giorno di interruzione |
| 6 | omessa o ritardata portabilità del numero | euro 5,00 per ogni giorno di ritardo; 2,5 per utenze mobili |
| 7 | attivazione o disattivazione non richiesta della prestazione di <i>carrier selection</i> o <i>carrier pre-selection</i> | euro 2,50 per ogni giorno di attivazione o disattivazione |
| 8 | attivazione di servizi o profili tariffari non richiesti | euro 5,00 per ogni giorno di attivazione, euro 1,00 per servizi accessori o profili tariffari |
| 9 | perdita della numerazione per causa imputabile all'operatore | euro 100,00 per ogni anno di precedente utilizzo del numero, massimo euro 1.000 |
| 10 | omessa o errata indicazione negli elenchi telefonici pubblici | euro 200,00 per ogni anno di disservizio |
| 11 | mancata o ritardata risposta ai reclami | euro 1,00 per ogni giorno di ritardo, massimo 300,00- |

Fonte: Autorità

L'elemento innovativo della delibera n. 73/11/CONS, tuttavia, non si esaurisce nell'individuazione dei criteri di parametrizzazione delle misure di indennizzo minime applicabili in sede di risoluzione delle controversie, bensì incide anche sui singoli rapporti contrattuali tra le parti, antecedenti l'avvio della fase contenziosa, prevedendo ipotesi di automatismo per il riconoscimento da parte degli operatori degli indennizzi previsti dalle singole Carte dei servizi.

In applicazione del disposto dell'articolo 2, comma 12, lett. g) della legge 481/95, infatti, la delibera summenzionata individua alcune fattispecie per le quali l'indennizzo debba avvenire in maniera automatica, e quindi a prescindere da un'apposita richiesta da parte dell'interessato. Si tratta, in sostanza, dei casi di omessa o ritardata attivazione del servizio, sospensione o cessazione ingiustificata del servizio e omessa o ritardata portabilità del numero, per i quali, per l'appunto, l'indennizzo dovrà essere corrisposto tramite accredito entro un periodo prestabilito.

3.30. Le indagini conoscitive

Il Libro bianco sul rapporto tra media e minori

Il progetto concernente uno studio interdisciplinare finalizzato alla redazione del Libro bianco sul rapporto tra *media* e minori si pone l'obiettivo principale di studiare i rapporti di reciproca influenza esistenti tra i minori e i messaggi e i contenuti audiovisivi con i quali gli stessi entrano quotidianamente in relazione. Per la realizzazione dello studio, ormai giunto alle battute conclusive, l'Autorità si è organizzata in gruppi di lavoro, si è avvalsa di centri di ricerca di eccellenza e ha provveduto a svolgere audizioni con soggetti interessati ed esperti del settore.

Il progetto è articolato in quattro aree di ricerca volte a analizzare il fenomeno da una pluralità di punti di vista, in coerenza con un'impostazione rigorosamente interdisciplinare e, in particolare:

a) Review sistematica - Questa parte dello studio ha implicato l'analisi e la sintesi della letteratura scientifica nazionale e internazionale sul tema relativo al rapporto tra minori e *media*, con riferimento agli studi sugli effetti, al consumo quantitativo dei *media*, agli aspetti contestuali e qualitativi della fruizione. La *Review* è orientata all'adozione di un approccio globalizzante volto a sfuggire a letture semplicistiche e riduzionistiche e a render conto della complessità dell'oggetto di studio;

b) Analisi dell'offerta televisiva - Lo studio dell'offerta televisiva si è posto l'obiettivo di delineare le linee evolutive attraversate negli ultimi anni dall'offerta televisiva nella fascia oraria cosiddetta "televisione per tutti" (7-22,30) e nella fascia oraria specificamente destinata ai minori (16,00-19,00). Particolare oggetto di analisi sono la struttura e i contenuti di campioni di palinsesti televisivi anche nell'intento di individuare programmi innovativi, quelli di maggior *appeal* per un pubblico minorile e quelli che presentano criticità in un'ottica di tutela dello sviluppo dei minori;

c) Fruizione dei contenuti audiovisivi da parte di minori - Questa sezione dello studio ha comportato la realizzazione di interviste a genitori di un campione rappresentativo della popolazione italiana di minori tra i 4 e i 17 anni e a un sotto gruppo di adolescenti tra i 15 e i 17 anni. Ha analizzato il fenomeno della fruizione dei contenuti audiovisivi ponendosi l'obiettivo di rilevare i comportamenti di fruizione dei programmi televisivi da parte dei minori e il ruolo svolto dai genitori rispetto alla visione degli stessi e le opinioni di adolescenti e dei genitori sulla programmazione televisiva e sui suoi eventuali effetti. Si è posta altresì l'obiettivo di valutare le misure attualmente poste a tutela dei minori anche ai fini dell'individuazione di possibili ulteriori linee di azione regolamentare dell'Autorità;

d) Uso dei nuovi media - L'evoluzione tecnologica ha ridefinito l'assetto del sistema mediale comportando sia un significativo ampliamento dell'offerta mediale sia l'introduzione di nuove modalità di fruizione che vedono i minori quali protagonisti di processi di cambiamento che stanno investendo l'intera società. Quest'area di indagine ha focalizzato l'attenzione sui nuovi *media* raccogliendo dati e informazioni sulle scelte di consumo dei minori in relazione a canali digitali terrestri, satellitari e via cavo, mezzi e tecnologie già ampiamente in uso, quali videogiochi e *Internet*, mezzi e tecnologie di "nuova generazione" quali la cosiddetta *enhanced tv*: IPTV, PVR, VOD, *mobile-tv*, *web-tv* ed editoria elettronica.

Il Libro bianco sui contenuti

Partendo dall'assunto che la società dell'informazione si sta trasformando in società dell'immateriale e che si sta assistendo sia ad un ri-posizionamento dei *media* tradizionali all'interno di questo nuovo scenario, sia alla rinegoziazione del rapporto tra industrie e consumatori, l'Autorità ha da poco concluso un'indagine conoscitiva con l'approvazione del Libro bianco sui contenuti.

L'innovazione tecnologica portata dal digitale ha infatti messo in crisi l'assetto classico dei *media* e internet funge ora da fattore dinamico di accelerazione di quel processo di integrazione tra reti e contenuti che prende il nome di convergenza, che permette al contenuto di affrancarsi dal supporto fisico in modo da assumere una propria autonomia e centralità, diventando, così, il motore del cambiamento, accessibile in forme e dimensioni mai conosciute prima e su una molteplicità di *device* e di piattaforme.

Oggi quasi nessun *medium* aderisce ad una sola piattaforma tecnologica, ciascuna tecnologia ospita più *media* e il consumatore è parte attiva nella catena del valore, sino a diventare egli stesso un produttore di contenuti (*user generated content*). Il vero fattore critico diventa ora la disponibilità dei contenuti e assumono un ruolo sempre più centrale i produttori e i titolari dei diritti, ai quali si affianca la nuova figura dell'aggregatore (come ad esempio Google, Yahoo, Amazon), attore del tutto nuovo all'interno del mercato. Il risultato è una nuova articolazione dei processi di produzione, di circolazione e di nuove modalità di fruizione dei contenuti in ambiente digitale, tra cui il *video-on-demand* (VOD), la *catch-up tv*, l'*Internet Protocol Television* (IPTV) o la *web tv*, perfettamente riassunte dal paradigma "*anywhere, anytime and on any device*".

Indubbiamente, il nuovo contesto di riferimento costituisce una sfida anche per il servizio pubblico che non solo deve confrontarsi con l'accelerazione e la moltiplicazione dell'offerta di nuove tecnologie e di nuovi servizi, ma, in qualità di garante per sua natura del pluralismo, esso gioca un ruolo di primo piano nelle problematiche di *cultural divide* ed ha una forte responsabilità circa la qualità e la diversificazione della programmazione.

Il moltiplicarsi dei prodotti offerti, nonché delle modalità di fruizione e di distribuzione dei contenuti aumenta anche le possibilità dei consumatori di accedere all'informazione e alla conoscenza, amplia i mercati per l'industria e, contemporaneamente, solleva una serie di problematiche tra loro collegate, quali in primo luogo la tutela e della gestione dei diritti digitali, la disponibilità di infrastrutture di rete a banda larga, la tutela della *privacy* e la tutela dei minori.

Il Libro bianco ripercorre e offre un'analisi critica di questo processo di trasformazione in atto nel sistema della comunicazione, affrontando sistematicamente aspetti concernenti la struttura del mercato e la relativa catena del valore, i possibili sviluppi della domanda e dell'offerta, la competizione fra le differenti piattaforme, l'impatto in termini di concorrenza, la neutralità del mezzo di diffusione e la gestione dei diritti di esclusiva. Senza tralasciare i diritti fondamentali del cittadino, quali ad esempio la tutela del pluralismo e dei minori.

L'indagine è frutto di un lavoro di raccolta, analisi ed elaborazione iniziato nel novembre del 2008, che ha visto coinvolte tre Direzioni dell'Autorità: la Direzione contenuti audiovisivi e multimediali, che ha svolto anche un ruolo di raccordo di tutta l'attività, la Direzione studi, ricerca e formazione e la Direzione analisi dei mercati, concorrenza e assetti. Per realizzarlo sono stati ascoltati oltre 50 operatori in Italia, esperti e responsabili di importanti procedimenti della Commissione europea, della Compe-

tition Commission UK e di OFCOM, intervistati a Bruxelles e Londra, e alcuni dei maggiori *player* internazionali (MPA, BBC), nonché organizzati *workshop* tematici con esperti del settore. Sono stati altresì coinvolti Università e primari Centri di Ricerca.

La riflessione che nasce dall'indagine abbraccia gli elementi chiave di una possibile regolamentazione dei contenuti, dalla tutela e gestione dei diritti digitali, alla disponibilità di infrastrutture di rete a banda larga, alla tutela della *privacy* e dei minori, da svilupparsi nel rispetto di due principi fondamentali: la neutralità tecnologica e la neutralità della rete.

Indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria

L'Autorità, con la delibera n. 402/10/CONS, ha avviato un'indagine conoscitiva avente ad oggetto il settore della raccolta pubblicitaria sui mezzi di comunicazione sia tradizionali, quali la televisione, la radio, l'editoria quotidiana e periodica, sia innovativi (internet in particolare). Con la delibera n. 22/11/CONS, il termine di conclusione dell'indagine conoscitiva, originariamente stabilito a centottanta giorni dalla data di pubblicazione della delibera di avvio nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, è stato prorogato di centoventi giorni.

In seguito all'avvio del procedimento, è iniziata una complessa attività di analisi del comparto pubblicitario che ha previsto, fra l'altro, l'invio di articolate richieste di informazioni ai principali operatori del mercato volte, con riferimento alle attività non oggetto di specifico monitoraggio da parte dell'Autorità, al reperimento di informazioni qualitative e quantitative sui servizi prestati, sull'articolazione societaria e sulle attività tipiche del comparto pubblicitario; mentre, con riferimento ai comparti oggetto di specifici poteri di regolazione e controllo da parte dell'Autorità, si è proceduto ad integrare, aggiornare e dettagliare i dati economici già a disposizione della stessa attraverso il *database* della Informativa economica di sistema (cfr. par. 3.7). Inoltre, nell'intento di operare un approfondimento di natura internazionale del comparto pubblicitario (*international benchmarking*), è stato inviato un apposito questionario alle autorità di regolazione e concorrenza dei principali paesi europei.

Nell'ottica di consentire l'ampia partecipazione alle attività di indagine da parte di tutti gli operatori interessati, nonché di acquisire i diversi punti di vista, opinioni e posizioni del mercato sono state sentite in audizione le principali associazioni di categoria rappresentative della domanda, dell'offerta e dell'intermediazione pubblicitaria, nonché i maggiori operatori attivi nell'offerta di pubblicità e nei servizi di intermediazione sulla raccolta pubblicitaria.

Le audizioni, le richieste di informazioni e l'acquisizione di ulteriori dati e studi di mercato sono funzionali ad una rigorosa analisi del settore pubblicitario che si propone di esaminare gli effetti sulle dinamiche di mercato derivanti dai processi di evoluzione tecnologica e normativa, e di analizzare, nel dettaglio, le relazioni tra i diversi agenti economici, nonché l'andamento, le modificazioni intervenute, e le eventuali criticità nei mercati della filiera pubblicitaria.

Questa iniziale fase di studio ha permesso di constatare la recente evoluzione del comparto pubblicitario e, in particolare, l'affermazione su internet di nuove tecnologie di trasmissione e consultazione, nuovi mercati digitali e nuovi operatori (cd. *over-the-top*) che hanno comportato una modifica degli assetti di mercato e delle dinamiche concorrenziali dei mercati pubblicitari.

Allo stesso modo tenuto, si è potuta constatare l'opportunità di svolgere un'analisi approfondita sul comparto delle attività di *marketing* e di comunicazione di relazione (cd. settore del *below-the-line*), ancora non oggetto di una puntuale osservazione e di una corretta individuazione dei relativi servizi.

Con la delibera n. 186/11/CONS l'Autorità ha, pertanto, esteso il perimetro dell'indagine conoscitiva ai servizi di comunicazione commerciale del *below-the-line* e richiesto un approfondimento dei mutamenti di mercato e concorrenziali indotti dai processi di innovazione che stanno interessando il settore pubblicitario, disponendo una proroga del termine per la chiusura dell'indagine conoscitiva di ulteriori duecento-settanta giorni, ai fini dell'espletamento dei connessi adempimenti.

L'indagine conoscitiva sui servizi VoIP e peer-to-peer su rete mobile

Con la delibera n. 649/09/CONS, l'Autorità ha avviato l'indagine conoscitiva avente ad oggetto "Garanzie dei consumatori e tutela della concorrenza con riferimento ai servizi VoIP ed al traffico *peer-to-peer* da rete mobile" allo scopo di analizzare i profili tecnici, economici e giuridici che caratterizzano la fornitura dei servizi dati in mobilità, con specifico riguardo al VoIP e al *peer-to-peer*, e valutare se le strategie messe in atto da alcuni operatori mobili, di limitazione dei servizi in esame, siano compatibili con il quadro regolamentare vigente. Attraverso tale indagine, sviluppata congiuntamente dalla Direzione studi ricerca e formazione e la Direzione tutela dei consumatori, sono state in particolare esaminate le molteplici tematiche relative all'utilizzo di servizi VoIP e *peer-to-peer* (p2p) su rete mobile e alla diffusione dei servizi dati in mobilità. Nel gennaio 2011 è stata presentata la relazione conclusiva dell'indagine conoscitiva, approvata con delibera n. 39/11/CONS. Dalla relazione finale sono emerse diverse questioni relative al *traffic management* su rete mobile, alla tutela dei consumatori e della concorrenza nei mercati interessati dall'indagine.

In particolare, l'indagine prende le mosse da un'analisi di scenario che mostra come il settore dei servizi di comunicazione mobile e personali sia caratterizzato, in Italia come in Europa, da un certo grado di concorrenzialità e capacità di innovazione e rinnovamento da parte degli operatori. Nell'attuale contesto di mercato, la diffusione di servizi e applicazioni sulle reti mobili, quali mobile VoIP e p2p, presenta infatti diversi profili di interesse per l'attività dell'Autorità, anche in ragione delle specificità tecniche proprie dei servizi in questione. Per esempio, la specifica tecnologia utilizzata per il mobile VoIP e la circostanza che il servizio in questione possa essere erogato sia da imprese indipendenti specializzate nella fornitura di servizi dati sia direttamente dagli ISP evidenziano la questione della riconducibilità delle distinte modalità di fornitura c.d. *unmanaged* e *managed* alla distinzione tra il concetto di fornitura del servizio e fornitura di accesso alla rete. In relazione al mobile p2p si pongono questioni analoghe in rapporto alla distinzione tra servizi *managed* e *unmanaged* a seconda dell'esistenza o meno di accordi tra ISP e *content provider*, nonché problemi non secondari ai fini della gestione delle reti per l'elevato consumo di banda che questi comportano. In tale scenario, la diffusione dei servizi VoIP e p2p coinvolge questioni attinenti alla distribuzione del reddito, ossia la ripartizione delle risorse tra i player del settore, e la produzione del reddito, ossia l'efficienza del sistema. Strettamente connesse sono altresì le questioni inerenti alla promozione dell'innovazione e agli incentivi ad investire, in contenuti e in infrastrutture.

In effetti, anche da un punto di vista più generale, le questioni tecnologiche poste dallo sviluppo di nuovi servizi dati su rete mobile riguardano la necessità di attivare pratiche di gestione del traffico per finalità di maggiore razionalizzazione dell'uso delle risorse, garanzia dell'integrità delle reti e prevenzione dei rischi di congestione del traffico, conseguimento di adeguati livelli di Quality of Service (QoS) dei servizi e delle applicazioni erogate. Sul piano economico, le diverse forme di gestione del traffico permettono la fornitura di nuovi servizi o di servizi già commercializzati all'utente finale, ma con rinnovate funzionalità e qualità. Non possono d'altra parte trascurarsi le possibili ripercussioni sulle modalità di consumo da parte degli utenti finali e i potenziali effetti anticompetitivi della gestione del traffico, soprattutto ove queste si fondano su una discriminazione delle fonti di dati.

Sugli aspetti connessi ai possibili rischi derivanti dal *traffic management*, l'indagine conoscitiva opera una prima ricognizione del diritto vigente, soffermandosi su principi e strumenti a garanzia dell'accesso a una rete aperta e neutrale. In particolare, si evidenzia come un eventuale intervento regolamentare possa concretarsi in disposizioni *erga omnes* volte a garantire la tutela dei consumatori, nonché in misure specifiche e individuali adottate a tutela della concorrenza, in presenza di una o più imprese con significativo potere di mercato (c.d. regime SMP) o delle condizioni che giustifichino una regolamentazione *ex ante* dell'accesso e dell'interconnessione. A queste modalità di intervento deve aggiungersi l'adozione di rimedi prevista attraverso il ricorso a forme di risoluzione alternativa delle controversie tra operatori o tra operatori e utenti, o in applicazione della normativa antitrust.

Infine, si rileva che, in considerazione dell'ampiezza e della complessità delle tematiche analizzate con l'indagine conoscitiva sul VoIP, l'Autorità, con la delibera 39/2011/CONS, ha stabilito che il documento finale sia sottoposto a consultazione pubblica – in corso di svolgimento – al fine di acquisire ulteriori valutazioni e informazioni dagli *stakeholder*, il cui contributo si ritiene indispensabile al fine di una approfondita analisi delle nuove logiche, tecniche e pratiche commerciali, che governano il mercato delle comunicazioni mobili e personali e la diffusione di nuovi servizi e applicazioni.

Consultazione pubblica sulla neutralità della rete

Le problematiche evidenziate nell'indagine sul VoIP risultano ampiamente discusse a livello internazionale, in quanto attinenti a un più ampio dibattito sulla *net neutrality* (di cui si è dato conto nel par. 1.6) e della *net freedom*, vale a dire, sinteticamente, la facoltà degli utenti di accedere a ogni indirizzo IP pubblico e il mantenimento di internet come rete aperta (fondata sul principio c.d. di *best effort*) dove l'utente, una volta acquisita la connessione dati, è libero di fruire dei contenuti disponibili *online*, ove l'accesso a tali contenuti non integri un comportamento illecito in virtù di norme imperative poste a tutela di altri valori (per esempio, *privacy*, *minority*, *copyright*). In considerazione dell'ampiezza e della portata generale dei temi afferenti il principio della neutralità della rete e delle sue diverse modalità di declinazione, l'Autorità ha quindi inteso avviare – anche sulla base delle evidenze emerse nel corso dei lavori inerenti all'indagine conoscitiva inerente alle "Garanzie dei consumatori e tutela della concorrenza con riferimento ai servizi VoIP ed al traffico *peer-to-peer* da rete mobile" – uno specifico approfondimento sulla *net neutrality*, con lo scopo di promuovere il dibattito in materia e di acquisire ulteriori valutazioni e informazioni dagli *stakeholder* in merito alle nuove logiche, tecniche e commerciali, che governano le comunicazioni elettroniche.

che, nonché in merito alle pratiche di gestione del traffico che impattano sul principio della neutralità della rete e, potenzialmente, sull'assetto concorrenziale del settore, sulle garanzie a tutela dei consumatori e, più in generale, sulle eventuali future azioni regolamentari.

In particolare, con la delibera n. 40/2011/CONS è stata avviata una consultazione pubblica concernente il principio della neutralità della rete e delle relative modalità di attuazione nel nuovo scenario di mercato, determinato dalle incessanti innovazioni tecnologiche e commerciali che contraddistinguono il settore delle comunicazioni elettroniche. A differenza della consultazione pubblica sull'indagine conoscitiva relativa ai servizi VoIP ed al traffico *peer-to-peer*, questa iniziativa è volta ad esplorare le tematiche relative alla fornitura dei servizi di comunicazione sia in mobilità sia da postazione fissa.

Più precisamente, tale iniziativa si muove nell'ambito del dibattito internazionale concernente il principio della neutralità della rete. Infatti, la Commissione ha in più occasioni riconosciuto che la neutralità della rete si avvia a diventare uno dei temi chiave della politica europea sull'economia digitale, in quanto le misure volte a garantire la possibilità di accedere liberamente ai contenuti veicolati in rete (in condizioni di sicurezza e legalità) assumono rilevanza non secondaria ai fini dei futuri sviluppi della società dell'informazione. Del resto, le problematiche connesse al tema della *net neutrality* sono state affrontate anche da numerose autorità di regolamentazione nazionali soprattutto l'indizione di conferenze e consultazioni pubbliche che hanno alimentato il dibattito internazionale ed europeo (per una ricognizione delle principali iniziative si rinvia al capitolo 1, box 7). Pertanto, l'Autorità ha deciso di avviare una consultazione del pubblico volta ad acquisire elementi informativi sulle principali questioni evidenziate dal dibattito sulla *net neutrality* in piena coerenza con le principali iniziative dei regolatori europei.

La consultazione pubblica indetta con la delibera n. 40/11/CONS – e attualmente in corso – pone in particolare una serie di quesiti relativi a tre ambiti di approfondimento.

In primo luogo, si richiedono elementi conoscitivi in relazione agli scenari tecnologici e di mercato. In questa prospettiva, i quesiti riguardano l'evoluzione del settore dei servizi dati, la trasformazione della struttura dei mercati, nonché l'impatto atteso sulle modalità di consumo dei servizi dati, con i relativi riflessi sui profili regolamentari.

Un ulteriore profilo di interesse riguarda il contenuto del principio di *net neutrality* e i possibili strumenti regolamentari da attivare a tutela dei diritti fondamentali riconosciuti agli utenti. In particolare, rilevano le garanzie dei consumatori e gli elementi rilevanti che contribuiscono alla piena conoscenza, da parte degli utenti, delle caratteristiche dei servizi dati. Specifico rilievo assumono peraltro le concrete modalità di informazione dei consumatori sulle condizioni tecniche ed economiche di fornitura dei servizi, al fine di garantire una piena trasparenza e comprensibilità delle stesse.

Tenendo conto dei diritti di operatori di reti e fornitori di servizi, la consultazione ha altresì previsto uno specifico ambito di indagine che riguarda l'analisi degli scenari competitivi, le problematiche emergenti sul piano dei rapporti tra gli attori della catena del valore in relazione gli elementi strutturali che contraddistinguono l'ecosistema della rete, le modalità di intervento considerate maggiormente rispondenti all'esigenza di una regolazione tecnologicamente neutrale e orientata al principio di proporzionalità.

Infine, la consultazione pubblica intende promuovere un'ampia riflessione su questione generali, lasciando emergere valori e interessi sottostanti al tema della *net neutrality*, con particolare riguardo alla dimensione sociale, politica e culturale nella società dell'informazione.

3.31. La tutela giurisdizionale in ambito nazionale

Dati statistici

Dal 1° maggio 2010 al 31 marzo 2011 sono stati depositati 154 ricorsi al Tribunale amministrativo regionale del Lazio avverso provvedimenti dell'Autorità, dei quali 94 ricorsi in materia di audiovisivo, 43 in materia di telecomunicazioni, 7 in materia di parità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa (c.d. *par condicio*), 5 in materia di organizzazione, 5 in materia di personale.

Dei 154 ricorsi depositati nel periodo di riferimento, 73 erano corredati da istanza cautelare. La discussione in sede cautelare ha avuto come esito il rigetto di 24 istanze cautelari, e l'accoglimento di sole 5 istanze; per 18 istanze si è in attesa di fissazione dell'udienza camerale; la trattazione delle rimanenti 26 istanze è stata rinviata alla disamina del merito.

Quanto ai ricorsi (sia depositati nel periodo di riferimento, che già pendenti) definiti nel merito dal TAR del Lazio nell'arco temporale suindicato, gli stessi ammontano complessivamente a 37, di cui 35 sono stati respinti e solo 2 sono stati accolti.

Con riferimento ai giudizi, invece, innanzi al Consiglio di Stato, sono stati proposti in appello 19 ricorsi, dei quali 8 in materia di audiovisivo, 8 in materia di telecomunicazioni, 2 in materia di organizzazione, e 1 in materia di diritti sportivi. Degli appelli in argomento 10 erano corredati da istanza cautelare, delle quali 7 sono state rigettate (con esito favorevole all'Autorità), mentre 1 è stata accolta; 1 è stata oggetto di rinuncia della parte privata ricorrente e 1 di rinuncia da parte dell'appellante Autorità.

Passando a dire dei ricorsi in appello comunque definiti nel merito nello specifico arco temporale 1° maggio 2010 – 31 marzo 2011, si segnala che essi ammontano complessivamente a 10, definiti come segue: 8 ricorsi respinti (con esito favorevole all'Autorità) e 2 accolti.

Merita attenzione anche il dato relativo ai ricorsi straordinari al Presidente della Repubblica. Nel periodo di riferimento sono stati proposti nei confronti dell'Autorità 13 ricorsi straordinari: di essi, 11 sono stati oggetto di trasposizione innanzi al Tar Lazio e i rimanenti 2 risultano tuttora pendenti.

Con riferimento ai ricorsi straordinari già pendenti all'apertura del periodo in esame, sono intervenuti 3 decreti decisori: 1 di accoglimento e 2 di rigetto.

Gli indirizzi della giurisprudenza

Nel periodo di riferimento sono intervenute rilevanti decisioni, con le quali sono stati tracciati indirizzi giurisprudenziali di particolare rilievo nelle materie inerenti all'attività istituzionale dell'Autorità.

Radiotelevisione

Tutela dei minori

Con riferimento alla tutela dei minori nel settore radiotelevisivo il Giudice amministrativo, con la sentenza Tar Lazio del 25 maggio 2010, n. 13245, nel ribadire un

orientamento giurisprudenziale oramai consolidato, ha statuito che la *ratio* della disciplina di cui al Codice di Autoregolamentazione TV e Minori (paragrafi 3.1 e 4.4) è quella di garantire una protezione rafforzata in una fascia oraria, quale quella pomeridiana, in cui è elevata la presenza dei minori davanti al video, presumibilmente non supportata dalla presenza di un adulto. Ciò in ragione della minore capacità di giudizio e di discernimento dei minori, sia nei confronti dei messaggi pubblicitari, che nel riconoscere comunicazioni che potrebbero arrecare pregiudizio al loro equilibrio psichico e morale. A tal proposito, deve ritenersi che l'orario pomeridiano di messa in onda di immagini inadatte ad un pubblico di minori rende concreto il pericolo della lesione al loro sviluppo. Per questi motivi, il Giudicante ha rilevato che nella c.d. "fascia protetta" deve vigere in capo alle emittenti, le quali, ai sensi dell'art. 2, comma 1, lett. q), del d.lgs. n. 177/2005, hanno la responsabilità editoriale nella composizione dei palinsesti dei programmi televisivi, un obbligo specifico di controllo sulla programmazione, consistente nell'adottare precise cautele volte ad evitare la messa in onda di programmi o pubblicità che per "impostazione o modelli proposti" possano nuocere allo sviluppo dei minori.

Pornografia

In tema di trasmissione radiotelevisiva di programmi pornografici il Giudice amministrativo, con le sentenze Tar Lazio n. 32811 del 14 ottobre 2010, n. 32735 del 9 ottobre 2010 e n. 11186 del 13 maggio 2010, ha statuito che il divieto sancito dall'art. 15, comma 10, della legge n. 223/1990, concernente (tra l'altro) i programmi che contengano scene pornografiche, anche se formalmente abrogato dal d.lgs. n. 177/2005, è stato contestualmente trasfuso nell'art. 4, comma 1, lettera b) di quest'ultimo, a sua volta sostanzialmente riproduttivo di quanto già previsto dall'art. 4, comma 1, lettera b), della legge n. 122/2004. Deve, pertanto, ritenersi che le abrogazioni disposte dal d.lgs. n. 177/2005 abbiano una valenza solo formale, essendo stati riprodotti nello stesso d.lgs. i precetti delle norme abrogate, nel rispetto dei principi vincolanti della delega di cui all'art. 16 della legge n. 112/2004, che ha affidato al Governo il compito di procedere ad una ricognizione compilativa delle norme vigenti, attraverso le integrazioni, modificazioni e abrogazioni necessarie al loro coordinamento o per assicurarne la migliore attuazione, nel rispetto della Costituzione, delle norme di diritto internazionale vigenti nell'ordinamento interno e degli obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione europea.

Nella stessa materia, sono intervenute altre sentenze (Tar Lazio, sez. III *ter*, n. 14896 del 2 giugno 2010, n. 13773 del 27 maggio 2010, nn. 13239 e 13248 del 25 maggio 2010, n. 11890 del 18 maggio 2010, nn. 11132 e 11134 del 13 maggio 2010), con le quali il Giudice ha confermato che l'art. 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo n. 177 del 2005 contiene un divieto di carattere assoluto rispetto alla trasmissione di programmi recanti scene pornografiche, e la messa in onda in orario notturno non fa venire meno né il carattere pornografico né l'operatività del divieto, avendo il legislatore scelto, mediante il divieto assoluto di trasmissione di programmi televisivi aventi contenuti vietati, di tutelare incondizionatamente valori e interessi ritenuti primari. Pertanto, le trasmissioni contenenti scene pornografiche non cessano di essere illecite per il solo fatto che esse avvengano al di fuori della fascia protetta o in tarda notte (in senso conforme a tale pronunciamiento si vedano anche le sopra citate sentenze n. 32811 del 14 ottobre 2010, n. 32735 del 9 ottobre 2010 e n. 11186 del 13 maggio 2010). Il Giudicante ha, inoltre, rilevato che l'esibizione di corpi umani, recante l'ostentazione di nudità, priva del carattere della neutralità ma che si accompagna a

pose ed atteggiamenti richiamanti, in modo oltre che esplicito ed oggettivo, anche provocatorio, l'attività sessuale nonché la esplicita illustrazione di attività attinenti la sfera sessuale vale a configurare le trasmissioni come pornografiche e, pertanto, a far ritenere sussistente la violazione dell'art. 4, comma 1, lettera b), del d.lgs. n. 177/2005.

Con la sentenza Tar Lazio del 2 giugno 2010, n. 14896, il Giudice amministrativo ha, altresì, ritenuto non condivisibile la possibilità di trasmettere programmi recanti scene pornografiche nella fascia oraria compresa tra le ore 23.00 e le ore 07.00, in forza del disposto di cui all'art. 3, comma 4, della legge n. 203/1997, il quale fa salva la norma di cui all'art. 15, comma 10, della legge n. 223/1990 (trasfuso nell'art. 4 del d.lgs. n. 177/2005). Al riguardo, il Giudicante ha evidenziato che l'art. 3, comma 4, della legge n. 223/1995 ha una portata complementare rispetto a quella dell'attuale art. 4 del d.lgs. n. 177/2005, poiché le "immagini di sesso e di violenza" cui fa riferimento la prima disposizione si differenziano dai termini contenuti nell'art. 4 (relativo a "scene di violenza gratuita o pornografiche"), i quali invece risultano connotati da una valenza decisamente negativa. In altri termini, la complementarietà tra tali disposizioni va intesa nel senso che per i programmi che non infrangano il divieto assoluto di cui all'art. 4 del d.lgs. n. 177/2005 e, tuttavia, rechino immagini di sesso o di violenza, la messa in onda deve avvenire nella fascia oraria compresa tra le ore 23,00 e le 07,00 e non può essere lasciata alla libera scelta dell'emittente. L'intento perseguito dalla legge n. 203/1995 è stato, cioè, quello di individuare un settore adiacente rispetto a quello disciplinato dall'art. 4 del d.lgs. n. 177/2005, al solo fine di sottoporlo ad una disciplina di tutela intermedia, ravvisando, quindi, una minore lesività che differenzia le immagini di sesso dalle immagini pornografiche. Alla luce di ciò, il Giudicante ha pertanto concluso nel senso che la riserva contenuta nell'art. 3, comma 4, della legge n. 203/1995 va intesa nel senso che le trasmissioni che contengano immagini di sesso è consentita tra le ore 23.00 e le ore 07.00, purché non siano tali da doverle considerare pornografiche, nel qual caso la loro trasmissione dovrà ritenersi vietata indipendentemente dall'orario.

Pubblicità

Con la sentenza 23 settembre 2010 n. 32428 il Tar del Lazio ha, anzitutto, evidenziato l'infondatezza della tesi secondo la quale la delibera n. 211/08/CSP (recante "Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva") avrebbe introdotto un nuovo vincolo rispetto a quanto disposto dall'art. 37 del d.lgs. n. 177/2005, limitando la possibilità di inserire pubblicità nei film articolati in due tempi, se programmati in modo indipendente, la cui durata complessiva sia compresa tra i novanta e i centodieci minuti. Con tale delibera, invero, è stato semplicemente chiarito che, in presenza di una determinata prassi (programmazione di opere audiovisive e lungometraggi cinematografici per parti separate e indipendenti con inserimento tra esse di inserti pubblicitari esclusi dal computo del numero delle interruzioni ammesse), debbano essere applicati i criteri di computo delle interruzioni pubblicitarie nel numero consentito in coerenza con la originaria scelta di programmazione, ossia in relazione ad ogni singola parte, in modo da evitare che, attraverso l'escamotage del frazionamento di una stessa trasmissione in due distinte parti, venga meno il rispetto del numero massimo di interruzioni consentite all'interno di una programmazione, pacificamente vigente nell'ordinamento.

Dipoi, il Giudice amministrativo ha rilevato che l'Autorità, nell'enucleare quale condizione di utilizzabilità della sovrimpressioni animata (cd. *Inlogo*) il rispetto delle

cautele indicate nella Comunicazione della Commissione europea 102/02/2004, ha legittimamente colmato una lacuna legislativa, rinvenendo una disciplina applicabile in via analogica, quella del cd. "schermo diviso o ripartito", dal cui rispetto dipende la concreta utilizzabilità di tale nuova forma di pubblicità. Deve, pertanto, ritenersi legittima l'analogia tra *Inlogo* e "schermo diviso", in quanto in entrambi i casi si ha un'interruzione parziale e di diversa intensità della trasmissione televisiva, tenuto anche conto che la disciplina sulla pubblicità induce a ricondurre il messaggio di contenuto pubblicitario, in qualunque forma realizzato, alla disciplina sugli spot televisivi, anche quando non si sostituisca, ma si sovrapponga al programma televisivo.

Con la medesima pronuncia il Giudice amministrativo ha, inoltre, statuito che la normativa comunitaria e nazionale è orientata, pure nel rispetto della libertà di impresa, alla prioritaria tutela del consumatore rispetto alla diffusione indiscriminata di forme pubblicitarie: l'espressione di tali principi, rinvenibili nell'art. 11 della direttiva 89/552/CEE e negli artt. 37 ss. del d.lgs. n. 177/2005, va necessariamente calibrata con le competenze proprie dell'Autorità, in modo che la velocità di diffusione di innovazioni tecnologiche anche in tale campo non precluda quella pienezza di effettività delle garanzie indicate in via di principio dal legislatore comunitario. Deve, pertanto, ritenersi legittima l'adozione della delibera n. 211/08/CSP, atteso che la normativa relativa all'Autorità non disciplina tanto l'esercizio di poteri, ma assegna alla stessa particolari compiti, nello svolgimento dei quali le concrete esplicazioni delle competenze possono presentare fungibilità di forme e diversa accentuazione dei vari profili funzionali, in ragione del carattere complesso di un'attività solo in parte riconducibile alle categorie di consolidata classificazione.

Sanzioni

Numerose pronunce hanno definito gli aspetti procedurali correlati alla potestà sanzionatoria del regolatore.

Da un lato, è stato più volte affermato che i termini previsti per i procedimenti sanzionatori sono collegati alla conclusione della fase di accertamento e non alla data di commissione della violazione. Si tratta di un orientamento pacifico, che trova la sua ragione nel fatto che l'Autorità è chiamata ad una complessa valutazione in ordine agli elementi soggettivi ed oggettivi del fatto, *"onde riscontrare la sussistenza della infrazione e acquisire piena conoscenza della condotta illecita, sì da valutarne l'esatta consistenza agli effetti della formulazione della contestazione"* (Tar Lazio, sez. III-ter: 23 settembre 2010, n. 32405, 32406 e 32408; 7 ottobre 2010, n. 32735; 14 ottobre 2010, n. 32811). In questo modo, viene costituito un doppio filtro, che consente all'Agcom di svolgere accertamenti istruttori propedeutici all'avvio del vero e proprio procedimento sanzionatorio. Ciò risponde all'esigenza di evitare che qualsiasi segnalazione – anche quando non appaia fondata e, pertanto, destinata a concludersi con una archiviazione – dia avvio al procedimento (pur con riferimento al quadro regolamentare precedente, Tar Lazio, sez. III-ter, 18 maggio 2010, n. 11890).

I Giudici hanno avuto modo di evidenziare, poi, che la valutazione circa l'eventuale eccessiva durata del procedimento deve essere compiuta in relazione al caso concreto: il momento in cui l'Amministrazione procedente viene a conoscenza del fatto illecito, infatti, può non coincidere con quello in cui la trasgressione amministrativa è stata commessa; ciò avviene non solo quando la scoperta dell'illecito è successiva al momento della commissione della violazione, ma anche nell'ipotesi di violazioni ripetute, continuative o permanenti (Tar Lazio, sent. 32811/2010, cit.; sez. III-ter, 27

maggio 2010, n. 13773). In questo senso, è stato sottolineato che l'art. 14, della legge n. 689/1981, non comporta l'automatica predeterminazione di un limite temporale. Spetta, per converso, al Giudice, in base alla maggiore o minore difficoltà del caso concreto, la valutazione sulla ragionevolezza del tempo impiegato dall'Amministrazione per giungere alla completa acquisizione e alla valutazione dei fatti (Tar Lazio, sez. III-ter, 25 maggio 2010, n. 13239, 13245 e 13248). Si deve segnalare che, secondo il Tar, i principi ora esposti trovano piena conferma nel regolamento sui procedimenti sanzionatori allegato alla delibera n. 136/06/Cons e, in particolare, nell'art. 5, comma 2 (Tar Lazio, sent. n. 13239, n. 13245 e n. 13248, cit.).

Infine, sotto un diverso profilo, la giurisprudenza ha avuto modo di affermare che la "gravità della violazione" può ben essere correlata alla "tutela degli interessi morali ed etici dei telespettatori", la cui inosservanza contribuisce a graduare l'entità della sanzione. Inoltre, in relazione alla "opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione", le pronunce del Giudice amministrativo confermano la legittimità della scelta del regolatore di tenere in considerazione sia la capacità del soggetto sanzionato di svolgere un controllo preventivo sui programmi mandati in onda, sia la realizzazione di una qualche attività di ravvedimento o riparatoria delle conseguenze (Tar Lazio, sent. n. 32375/2010, cit.).

Concessioni

In materia di determinazione dei canoni concessori per lo svolgimento di attività di radiodiffusione sonora e televisiva, con la sentenza del 24 settembre 2010 n. 7130 il Consiglio di Stato ha statuito che la formula lessicale di cui all'art. 2 del d.m. 23 ottobre 2000 (riproduttivo *in parte qua* dell'art. 27, co. 10, della legge n. 488/1999), secondo la quale il fatturato rilevante è quello (e, evidentemente, solo quello) riferibile all'esercizio dell'attività radiotelevisiva, non può che essere intesa come una chiara volontà del legislatore di circoscrivere la base imponibile per il calcolo del canone ai ricavi ottenuti dai concessionari in virtù dell'esercizio del titolo concessorio pubblico. L'intento legislativo, come già desumibile dal dato letterale, è stato infatti quello di ancorare la determinazione del canone al fatturato che il titolare della concessione realizza in virtù dell'esercizio del titolo abilitativo pubblicistico, di guisa che il canone per le concessioni radiotelevisive private si configura come strumentalmente e funzionalmente collegato con l'esercizio dell'attività radiotelevisiva.

Il Supremo Consesso ha, inoltre, rilevato che per attività radiotelevisiva rilevante ai fini della determinazione del fatturato (cui applicare l'aliquota percentuale di determinazione del canone) deve intendersi l'attività oggetto di concessione, cioè la radiodiffusione su frequenze analogiche terrestri. Per l'effetto, per il privato concessionario sono senz'altro riferibili a tale attività radiotelevisiva i ricavi derivanti dalla vendita di eventuali abbonamenti al servizio di radiodiffusione, i ricavi per messaggi pubblicitari e simili (comprese le televendite e le sponsorizzazioni, nonché le convenzioni con soggetti pubblici finalizzate, ad esempio, a veicolare messaggi istituzionali radiodiffusi sulle frequenze terrestri).

Il Consiglio di Stato ha infine statuito che, una volta individuato lo stretto vincolo funzionale della nozione di fatturato rilevante ai fini impositivi con quella di esercizio in concreto della concessione, per le emittenti attive su più piattaforme deve giocoforza individuarsi la quota parte dei ricavi riferibili alla trasmissione terrestre (nel cui solo ambito oggettuale opera il titolo concessorio). Ne consegue che non possono aggregarsi alle prestazioni capaci di generare il fatturato utile alla determinazione del canone con-

cessorio i ricavi conseguenti ad attività diverse, esercitabili anche da soggetti privi di concessione, come i ricavi originati da servizi resi su frequenze satellitari o la vendita di diritti relativi a programmi o pacchetti di immagini che il concessionario detiene non in ragione della concessione e che cede a soggetti per la loro diffusione sulla piattaforma satellitare. Del pari estranei alla categoria del fatturato devono ritenersi i ricavi relativi ad attività di doppiaggio o quelli che riguardano la vendita di cassette VHS, in cui è evidente la mancanza di collegamento strumentale con la concessione televisiva.

Opere europee

Premettendo che la disciplina delle opere europee è stata radicalmente innovata a seguito dell'adozione della direttiva n. 2007/65/CE e della susseguente attuazione in via legislativa e del nuovo regolamento dell'Agcom (allegato alla delibera n. 66/09/CONS, che ha abrogato il precedente, n. 9/99), si segnalano due pronunce del Tar Lazio (sez. III-ter, 29 settembre 2010, n. 32406 e 32408) che confermano la bontà dei criteri seguiti dall'Autorità in applicazione del quadro regolamentare previgente.

Il Giudice, ricordando che la *ratio* della disciplina comunitaria (direttiva n. 89/552/CE, come modificata) è quella di migliorare la competitività dell'industria europea dei programmi – a fronte delle concorrenti produzioni di provenienza extracomunitaria – ha sottolineato due elementi essenziali.

Da un lato, il rispetto della percentuale minima di tempo da dedicare alla trasmissione di opere europee deve essere assicurato indipendentemente dal fatto che a trasmettere siano più canali appartenenti a un medesimo soggetto. In tal caso, è vero che, in base alla normativa all'epoca vigente, per ciascun canale poteva trovare applicazione una quota di riserva più bassa (nella specie, del 20%); ciò, però, a condizione che la soglia complessiva fosse rispettata, soprattutto con riferimento alla fascia di maggiore ascolto.

La rilevazione dell'Autorità, quindi, dalla quale è emerso che il complesso dei canali riferibili al gruppo Tele+, nell'anno 2002, ha trasmesso nella fascia oraria di maggior ascolto una percentuale di opere inferiore alla quota minima prevista, legittima l'irrogazione di una sanzione. Il limite minimo da rispettare con riferimento al singolo canale, infatti, non rileva in sé, dovendo essere necessariamente correlato al rispetto complessivo della percentuale stabilita. Se così non fosse, la parziale deroga concessa per il singolo canale avrebbe l'effetto di vanificare del tutto le prescrizioni dettate in materia.

Dall'altro, è stato smentito l'assunto di parte in base al quale i criteri di calcolo, nel caso delle *pay-per-view*, sarebbero differenti. Il sistema televisivo *pay-per-view*, infatti, è assoggettabile alla disciplina per la salvaguardia delle produzioni europee, non rinvenendosi alcuna esclusione in tal senso.

Telecomunicazioni

Tariffe di terminazione

La sentenza del Tar Lazio, sez. III-bis, 11 febbraio 2011, n. 1336, segna una tappa importante nella materia dei costi di terminazione delle chiamate su rete mobile. Il Giudice ha dichiarato la legittimità dell'intervento regolamentare dell'Agcom che, con delibera n. 667/08/CONS, ha stabilito una riduzione graduale (*glide path*) delle tariffe di terminazione ai quattro operatori di telefonia mobile. Nella specie, è stato imposto ad H3G il rispetto di valori massimi prestabiliti (11 euro/cent dal 1° luglio 2009, 9 dal 1°

luglio 2010; 6,3 dal 1° luglio 2011) destinati a culminare in un prezzo simmetrico, eguale per tutti gli operatori mobili (4,5 euro/cent, a partire dal 1° luglio 2012).

In fase cautelare, il Tar aveva respinto l'istanza della ricorrente, poi invece accolta dal Consiglio di Stato, il quale ha ritenuto sussistente un "*disallineamento tra disposta riduzione del prezzo di terminazione, costi sostenuti e disponibilità delle frequenze*" (Cons. St., ord. 30 luglio 2010, n. 3754). È, questo, un argomento centrale della controversia. Il Tar, al riguardo, svolge alcune considerazioni degne di nota. Innanzi tutto, da un punto di vista strettamente processuale, rileva l'inammissibilità della questione sollevata dalla ricorrente solo a ridosso della camera di consiglio, e non con l'atto introduttivo del giudizio. Si tratta, in particolare, dell'assegnazione dei blocchi di 5Mhz, effettuata successivamente dal Ministero, e in ordine alla quale l'Autorità ha stabilito l'assegnazione dei diritti d'uso al 31 dicembre 2012. Tale evenienza, prodottasi successivamente all'adozione della delibera impugnata, avrebbe dovuto essere presentata con motivi aggiunti. In ogni caso, il profilo attinente alla progressiva parità dello spettro frequenziale, nel quadro complessivo della parte motiva del provvedimento appare solo un considerando "orientativo", privo di carattere vincolante e inidoneo, pertanto, a determinare l'illegittimità (sopravvenuta) del provvedimento. Come si desume chiaramente dal par. 4.3.2.2. del provvedimento impugnato, inoltre, tale aspetto costituisce un singolo capo di una motivazione plurima, che, anche se dichiarato illegittimo, non avrebbe inficiato gli altri capi della motivazione.

Nel merito, il Tribunale amministrativo ha rilevato che il modello di costo utilizzato per definire i costi unitari del triennio 2009-2011 è pienamente coerente. Il metodo del *delayed approach* è stato abbandonato dall'Autorità a favore di un modello di tipo *top down*, basato su costi incrementali prospettici di lungo periodo. Tale modello, che si pone in linea con la delibera n. 3/06/CONS, è definito in base a dati di contabilità regolatoria (obbligo imposto agli operatori sulla base delle analisi di mercato) sottoposti alla certificazione di un soggetto terzo, che applica al costo un tasso di remunerazione del capitale impiegato. A giudizio del Tar, l'Agcom ha correttamente rilevato che i costi unitari sostenuti dall'operatore si rivelano decrescenti rispetto all'aumento dei volumi prodotti: e tale riduzione opera più rapidamente per H3G rispetto ad altri operatori, per cui la scelta del regolatore appare pienamente giustificata. Per converso, H3G ha mancato di provare, ai sensi dell'art. 50 del Codice, che i costi fossero orientati ai prezzi. L'Autorità, inoltre, ha compiutamente considerato le diverse dotazioni frequenziali degli operatori, nonché le date di ingresso nel mercato, che possono aver generato una differenza di impatto sulle rispettive economie di scala. H3G, infatti, ha potuto beneficiare di una tariffa asimmetrica per un periodo temporale esteso (essendo stato riconosciuto un livello di prezzo di terminazione analogo a quello riconosciuto in passato agli operatori precedenti); pertanto, la sua entrata in ritardo nel mercato è già stata ampiamente compensata.

Anche la verifica della congruità e proporzionalità dell'obbligo del controllo dei prezzi e di contabilità appare superata: il medesimo controllo, del resto, era stato effettuato in ordine alla delibera n. 628/07/CONS, prodromica a quella impugnata e giudicata legittima in relazione a tale profilo (Tar Lazio, sent. n. 1491/2009).

Infine, si può segnalare come, a giudizio del Tar, ai fini della valutazione del ricorso sia di rilievo anche quanto espresso dalla Commissione europea, la quale, con lettera SG-Greffe (2008) D/206734, del 7 novembre 2008, ha invitato l'Autorità a rivedere il metodo di contabilità dei costi e a ridurre, in lasso di tempo breve, l'asimmetria delle tariffe.

Sotto diverso e connesso profilo, la Sesta Sezione Consiglio di Stato, con sentenza 24 gennaio 2011, n. 476, ha confermato la sentenza del Tar Lazio n. 895/2009, con la quale era stato accolto il ricorso di Telecom Italia avverso la delibera n. 628/07/Cons, affermando l'illegittimità della stessa nella parte in cui aveva concesso una proroga ad H3G per la riduzione del prezzo di terminazione (nella specie, dal 1° gennaio 2008 al 1° marzo 2008 per realizzare il passaggio da 18,76 a 16,26 euro/cent al minuto).

Nel respingere l'appello proposto da H3G avverso l'arresto del Giudice di prime cure (si trattava di valutare gli effetti della correzione materiale della sentenza), il Consiglio di Stato conferma, da un punto di vista complessivo, la legittimità del percorso di riduzione delle tariffe seguito dall'Autorità.

Come afferma il supremo organo di giustizia amministrativa, infatti, dalla lettura della delibera 628/07/CONS emerge che la riduzione del prezzo di terminazione, a partire dal 1° gennaio 2008, trova fondamento sia nei risultati dell'istruttoria tecnica, sia nella posizione della Commissione europea, che aveva valutato la possibilità di imporre un'ulteriore riduzione. Il Consiglio di Stato, inoltre, conferma la ricostruzione del Tar laddove riconosce che H3G non poteva beneficiare di "un periodo di libertà di H3G da ogni limite tariffario (*grace period*)", in quanto le iniziali difficoltà legate all'ingresso dell'operatore nel mercato di telefonia mobile sono state ampiamente tenute in considerazione – come si desume dalla durata complessiva del *grace period*.

Portabilità del numero mobile

In materia di portabilità del numero mobile è intervenuta la sentenza del Tar Lazio n. 2828 del 2011. Più in particolare, il contenzioso in questione ha riguardato la delibera n. 735/08/CONS con cui l'Autorità ha inflitto una sanzione alla società Vodafone Omnitel n.v. per avere violato la delibera 19/01/CIR, recante "Modalità operative per la portabilità del numero tra operatori di reti per i servizi di comunicazioni mobili e personali - Mobile Number Portability".

L'operato dell'Autorità – che ha sanzionato l'operatore per avere bloccato numerose richieste di portabilità utilizzando la clausola di interruzione del processo in maniera non conforme alla delibera 10/01/CIR – è stato ritenuto legittimo dal giudice amministrativo sulla base delle seguenti principali argomentazioni.

In primo luogo, la realizzazione di un comportamento vietato da un provvedimento dell'Agcom equivale alla violazione di un ordine amministrativo della stessa Autorità. Del resto, atteso che la normativa individua tra i diritti dell'utente la portabilità del numero, la MNP va considerata quale prestazione accessoria fissata a carico degli operatori in modo autoritativo, di talché le modalità operative si atteggiano quali esplicitazioni di un vero e proprio diritto e di cui costituiscono un corollario. Di conseguenza, l'art. 9, 10° comma, della delibera 19/01/CIR si sostanzia in un ordine amministrativo ai sensi dell'art. 98, co. 11, d.lgs. 259/2003 e la relativa violazione legittima l'irrogazione di una sanzione da parte dell'Autorità.

In secondo luogo, sono esclusi obblighi di forma per la trasmissione della richiesta di *porting* e per la formazione del contratto tra utente e operatore *recipient*. La richiesta di MNP, infatti, non ha la funzione di integrare la fase di cessazione del rapporto contrattuale con il vecchio operatore, che è da considerarsi già estinto, ma costituisce una delle conseguenze dell'intervenuto recesso. Da ciò ne consegue che la stessa richiesta non è destinata ad incidere nemmeno sul rapporto già instaurato con il nuovo operatore, in quanto il trasferimento del numero di telefono ad un nuovo operatore pre-

suppone che il cliente abbia già stipulato con questo il relativo contratto di utenza del servizio di telefonia mobile: per cui, tale richiesta ha solo la funzione accessoria di rendere effettivo tale passaggio.

In terzo luogo, la mancata produzione da parte della ricorrente di idonea documentazione comprovante una fattispecie tassativamente prevista di annullamento di cui alla delibera dell'Autorità (ex art. 9, comma 10, delibera 19/07/CIR), in combinato disposto con l'obbligo a carico del *recipient* di conservazione dell'ordine trasmesso (come previsto dal medesimo art. 9, comma 7), integra una presunzione *iuris tantum* di colpa in relazione alla condotta tenuta dall'operatore.

Infine, in relazione all'attività di *retention*, il Tar osserva che la disciplina in materia di MNP si pone anche a presidio del principio di libera concorrenza fra tutte le imprese operanti nel mercato della telefonia mobile, che sarebbe compromesso se si riconoscesse all'operatore, che l'utente ha deciso di lasciare perché non soddisfatto dei suoi servizi o perché allettato da una offerta più vantaggiosa, libero campo per iniziative intese a impedire la possibilità di continuare ad utilizzare il suo numero telefonico. L'interruzione del processo di portabilità si pone, pertanto, in antitesi con i principi normativi tutte le volte in cui l'operatore *donating* opera al di fuori di un effettivo accordo tra cliente e successivo *recipient* (ex *donating*).

Contratto di abbonamento telefonico

Con sentenza del 5 luglio 2010 n. 22499, il Tar del Lazio ha statuito che, dall'esame dell'art. 70 del d.lgs. n. 259/2003, ove è espressamente individuato il contenuto minimo del contratto di abbonamento telefonico, non è dato rinvenire la sussistenza dell'obbligo degli operatori di prevedere anche modalità gratuite di pagamento delle bollette telefoniche. Infatti, il suddetto obbligo, oltre ad essere stato introdotto da una disposizione regolamentare la cui applicazione si porrebbe oggi in evidente contrasto con i principi introdotti dalla nuova normativa di rango peraltro primario, non potrebbe comunque essere esteso agli operatori entrati nel mercato della telefonia fissa, in quanto era rivolto esclusivamente al gestore del servizio in regime di monopolio. La determinazione delle condizioni economiche derivanti dai contratti di utenza deve essere, dunque, lasciata all'autonomia negoziale dell'operatore, che – fermo restando il rispetto dei principi di obiettività, trasparenza, non discriminazione e proporzionalità enunciati dall'art. 53 del d.lgs. n. 259/2003 – potrà valutare l'opportunità di prevedere nell'ambito della propria offerta anche una forma di pagamento gratuita.

Misure a tutela degli utenti rispetto al c.d. *bill-shock*

In materia di tutela degli utenti dei servizi di comunicazione mobili e personali – materia disciplinata dalla delibera n. 326/10/CONS – è intervenuta l'ordinanza del Tar Lazio n. 683 del 2011. Più in particolare, in sede cautelare il giudice si è soffermato sulle misure volte ad ovviare al fenomeno del c.d. *bill-shock*, determinato da vincoli contrattuali e pratiche commerciali in materia di servizi dati in mobilità.

In tale ambito, la tutela del consumatore rispetto al fenomeno del *bill-shock* non risulta adeguatamente assicurata dagli strumenti già predisposti dagli operatori (articolati per tipologie di consumatori, modalità di pagamento del servizio, tecniche di accesso e ambito di fruizione del servizio), né risulta non più necessaria alla luce dell'attuale andamento del mercato. Di conseguenza, secondo il Tar è di preminente interesse generale la predisposizione di un'apposita tutela pubblicistica in materia.

Le misure predisposte dall'Autorità, poi, si fondano su un'adeguata istruttoria, che si è sostanziata in un'ampia consultazione pubblica (ove sono stati acquisiti, tra gli altri, i dati relativi ai reclami intervenuti negli ultimi 12 mesi per fattispecie di *bill-shock*) e in un'indagine conoscitiva condotta congiuntamente all'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Par condicio

Due pronunce, del Tar Lazio e del Consiglio di Stato, concludono una vicenda complessa relativa all'ultima competizione elettorale. Si tratta della sentenza del Tar, sez. III-ter, 7 maggio 2010, n. 11187, confermata dalla terza Sezione del Consiglio di Stato, con pronuncia del 30 marzo 2011, n. 1943.

Il Tar, con le ordinanze n. 1179/2010 e n. 1180/2010, aveva sospeso l'efficacia della delibera dell'Autorità n. 25/10/CSP, nelle parti in cui determinava una parificazione tra programmi di comunicazione politica e programmi di informazione per il periodo pre-elettorale.

Tale delibera (analoga alla n. 24/10/CSP, valida fino al termine di presentazione delle candidature) è stata adottata a seguito della nota decisione della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi di applicare le regole della *par condicio* anche ai programmi di informazione (regolamento del 9 febbraio 2010). Il Tar, chiamato a pronunciarsi sulle delibere dell'Agcom, ha rilevato che la scelta del regolatore non appariva in linea con il dettato normativo, posto che la legge n. 28/2000 distingue chiaramente i programmi di informazione da quelli della comunicazione politica. Sulla scorta delle ordinanze sospensive, l'Autorità ha esercitato i propri poteri in autotutela, con le delibere n. 30/10/CSP e 31/10/CSP.

In sede di merito, il Giudice di prime cure ha riconosciuto che l'intervento dell'Autorità non era meramente esecutivo delle ordinanze cautelari. Quindi, ha respinto i motivi di doglianza sollevati, ritenendo che la parte motiva delle delibere impugnate non fosse più in contrasto con il dettato normativo. Il Consiglio di Stato ha confermato questa tesi. In particolare, è stato affermato che le modifiche apportate dall'Agcom con la delibera n. 31 *"sono oggettivamente e palesemente finalizzate a operare espressamente la distinzione della disciplina dettata per i programmi di informazione da quelli della comunicazione politica"*.

I Giudici di Palazzo Spada hanno sottolineato, ad ogni modo, che i programmi di informazione non sono sottratti da qualsivoglia regola: è proprio l'art. 5, comma 1, della legge n. 28/2000 a richiedere l'equilibrio complessivo del sistema radiotelevisivo e delle forze politiche impegnate nell'agone elettorale, anche al di là dell'applicazione delle regole matematiche della *par condicio*. È sempre sottesa alla trasmissione di tali programmi, infatti, l'esigenza di garantire il pluralismo, la parità di accesso e l'imparzialità della informazione: come affermato dalla Corte costituzionale (sent. 7 maggio 2002, n. 155), infatti, tali prescrizioni sono *"ispirate dal ragionevole intento di prevenire in ogni modo qualsiasi influenza"* sulle scelte degli elettori.

Deve segnalarsi, a lato, un'altra importante pronuncia del Consiglio di Stato (sez. VI, 21 marzo 2011, n. 1079), che ha respinto l'appello di Rti avverso la sentenza del Tar Lazio, sez. III-ter, 22 giugno 2006, n. 5038. Si discute della sanzione irrogata a Rete 4 con la delibera n. 22/06/CSP, di € 150.000, per la trasmissione del programma "Liberi tutti" del 4 febbraio 2006.

I Giudici di Palazzo Spada, in primo luogo, respingono con fermezza la tesi in base alla quale in materia di *par condicio* non vi sarebbe spazio per i poteri regolamentari dell'Autorità. È evidente, infatti, che gli articoli 7, comma 3, d.lgs. n. 177/2005, 1, comma 6, *lett. b*), n. 9, legge n. 249/1997, riservano all'Autorità l'adozione di *ulteriori regole* per rendere effettiva l'osservanza dei principi di imparzialità e correttezza dell'informazione posti a presidio di tutto il settore. Peraltro, anche da un punto di vista sistematico, l'Autorità è chiamata a dettare norme regolamentari, integrative della disciplina legislativa, in ragione della elevata capacità tecnica di cui dispone e della posizione di indipendenza ad essa riservata dall'ordinamento.

In secondo luogo, i Giudici affermano che l'Autorità non è tenuta ad uniformarsi alle raccomandazioni adottate dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, in quanto un simile obbligo minerebbe il ruolo, l'autonomia e l'indipendenza dell'Autorità. Ciò esclude in radice che, nel caso in cui le scelte del regolatore siano differenti da quelle della Commissione, sia prospettabile la violazione del principio di parità di trattamento; peraltro, nel caso di specie, la sanzione adottata va nella direzione opposta in quanto, in realtà, mira ad applicare i principi sanciti dalla nota raccomandazione della Commissione parlamentare dell'11 marzo 2003.

In terzo luogo, secondo il Consiglio di Stato la delibera impugnata non ha prodotto alcuna lesione della libertà di espressione delle emittenti private e della loro libera iniziativa (art. 21 e 41 Cost.). L'obbligo di riequilibrio, infatti, risponde al dovere di osservare un comportamento neutrale e imparziale (realizzato attraverso la parità di accesso delle varie forze politiche) che, in linea con le previsioni della legge n. 28/2000, non impedisce alle emittenti l'affermazione dei propri orientamenti.

Infine, si contesta anche l'assunto in base al quale la delibera sarebbe priva di base normativa, in quanto avrebbe esteso fattispecie sanzionatorie a casi non previsti. I Giudici di Palazzo Spada affermano, al riguardo, che la violazione di *qualsiasi determinazione* dell'Autorità può essere sanzionata ai sensi dell'art. 1, comma 31, legge n. 249/1997: ciò è ancor più vero nel caso in esame, in cui sono in questione prescrizioni specifiche e puntuali, di contenuto ordinatorio, contenute negli atti di regolazione. Le misure ripristinatorie contenute nella delibera n. 22/06/CSP, poi, trovano fondamento nell'art. 10, commi 3 e 8, legge n. 28/2000, in base ai quali l'Autorità può ordinare la trasmissione di programmi con partecipazione di soggetti politici danneggiati dalle violazioni e può, altresì, ordinare la pubblicazione di rettifiche e messaggi che si riferiscono alla violazione commessa.

Organizzazione dell'Autorità

Accesso ai documenti

Con sentenza del 14 maggio 2010 n. 11291, il Tar del Lazio ha evidenziato che, in pendenza di un ricorso all'accesso, la piena conoscenza delle comunicazioni con le quali l'Autorità dichiara che non esistono atti o documenti "erroneamente omessi" dall'indice del fascicolo di accesso agli atti determina, in caso di mancata contestazione anche delle suddette comunicazioni, l'improcedibilità del ricorso per sopravvenuto difetto di interesse in relazione alle censure proposte con riferimento a tali documenti.

Con la medesima pronuncia il Giudice di prime cure ha, altresì, ribadito che l'istituto dell'accesso documentale non può trasformarsi in uno strumento di indagine al fine di consentire ad un soggetto, specie se diretto concorrente di altro al quale appar-

tengono i dati contenuti nel documento fatto oggetto dell'istanza di accesso, di acquisire informazioni non indispensabili al fine di garantire la tutela giurisdizionale del bene della vita posto a fondamento dell'istanza ostensiva. In sostanza, l'istituto dell'accesso non può tramutarsi in un meccanismo di potenziale alterazione concorrenziale prodotta da una non protetta fuoriuscita di dati ed elementi, la quale – non giustificata da alcuna previsione legislativa – si tradurrebbe in un improprio e financo illecito meccanismo di elusione della riservatezza ai danni di specifici soggetti operanti nel mondo imprenditoriale, in un contesto normativo attuale che propone un rapporto di "cooperazione" tra il diritto all'accesso e il diritto a mantenere riservati dati la cui conoscenza potrebbe pregiudicare il soddisfacente operato di un'impresa, e non di mera prevalenza dell'accesso ad ogni costo (cfr. anche Tar Lazio, sez. II, 12 giugno 2009, n. 5586). Deve, pertanto, ritenersi legittimo il diniego di accesso a dati aggregati di un documento contabile, ove la conoscenza degli stessi consenta di risalire a dati riservati.

Condotta antisindacale

In materia di condotta antisindacale, con decreto n. 2516 del 25 gennaio 2011 il Giudice del Lavoro ha evidenziato che – in virtù del disposto di cui all'art. 54 del d.lgs. n. 150/2009 (di modifica dell'art. 40 del d.lgs. n. 165/2001) – è stata esclusa dalla contrattazione collettiva anche la materia del conferimento e della revoca di incarichi dirigenziali; e che, in caso di mancato adeguamento dei contratti collettivi integrativi vigenti all'entrata in vigore di detto d.lgs. alle disposizioni riguardanti la definizione degli ambiti riservati, rispettivamente, alla contrattazione collettiva ed alla legge, tali contratti cesseranno la loro efficacia dal 1° gennaio 2011 e non potranno più essere applicati, ai sensi dei commi 1 e 2 dell'art. 65 del d.lgs. n. 150/2009. Sulla base di tali premesse, il Giudice di prime cure ha, pertanto, statuito che è indubbio che la disposizione di cui al punto 2.6 dell'accordo sindacale del 30 luglio 2004 (la quale prevede l'obbligo per l'Autorità di conferire gli incarichi dirigenziali di primo livello a dirigenti di ruolo nella misura minima del 50% dei posti in organico) è norma contrattuale inerente il conferimento di incarichi dirigenziali e quindi, ai sensi dell'art. 40 del d.lgs. n. 165/2001 per come modificato dall'art. 54 del d.lgs. n. 150/2009, materia esclusa dalla contrattazione collettiva ed attualmente riservata alla legge. E, poiché è incontestato che tale accordo non è stato oggetto di adeguamento proprio con riferimento al punto 2.6, il medesimo ha certamente perso efficacia dal 1° gennaio 2011, ai sensi dell'art. 65 del d.lgs. n. 150/2009. Il che deve far ritenere non più antisindacale il comportamento eventualmente posto in essere dall'Autorità nella sua vigenza, le cui conseguenze si perpetuino a tutt'oggi.

Con la medesima pronuncia il Giudice del Lavoro ha, infatti, statuito che il requisito dell'attualità della condotta antisindacale ovvero del perdurare dei suoi effetti – sulla base dell'interpretazione letterale e sistematica dell'art. 28 della legge n. 300/1970 – deve intendersi nel senso che, da un lato, il mero ritardo della proposizione del ricorso non ne determina di per sé l'inammissibilità in presenza della permanenza degli effetti lesivi, e, dall'altro, l'esaurirsi della singola azione lesiva del datore di lavoro non può precludere l'ordine del giudice di cessazione del comportamento illegittimo ove il succitato requisito risulti però, alla stregua di una valutazione globale, tuttora persistente ed idoneo a produrre effetti durevoli nel tempo, sia per la sua portata intimidatoria, sia per la situazione di incertezza che ne consegue, suscettibile di determinare in qualche misura una restrizione o un ostacolo al libero esercizio dell'attività sindacale (Cass. n. 11731/2005). Ne consegue, nel caso di specie, l'assenza del requisito dell'azione di repressione della condotta antisindacale, posto che l'accordo del 30 luglio 2004 ha perso definitivamente efficacia dal 1° gennaio 2011.

L'Autorità: rapporti istituzionali
e organizzazione



4.1. I rapporti istituzionali

■ 4.1.1. I rapporti internazionali

Il ruolo dell'Autorità nel contesto internazionale

La dimensione internazionale si è confermata come imprescindibile contesto di riferimento per un pieno ed efficace esercizio delle competenze istituzionali dell'Autorità; ciò, in larga misura, in ragione dei vincoli istituzionali e normativi definiti dal legislatore comunitario, ma anche in relazione alla dimensione sempre più globale dei mercati e all'emergere prepotente di dinamiche che travalicano i confini geografici nazionali, nonché in conseguenza della spiccata vocazione dell'Autorità alla collaborazione internazionale.

L'Autorità ha pertanto potenziato, nel periodo in esame, il proprio impegno nel contesto internazionale; tale impegno è stato riconosciuto dai vari partner ed ha condotto alla conferma e alla assegnazione di importanti ruoli di coordinamento nell'ambito delle varie piattaforme ed organismi internazionali e all'aggiudicazione, in consorzio con istituzioni ed autorità estere, di importanti progetti di gemellaggio comunitario.

Sotto il profilo regolamentare, il periodo di riferimento si caratterizza per il passaggio alla fase di piena operatività delle recenti riforme comunitarie di settore. In materia di servizi *media* audiovisivi, le disposizioni della direttiva 2007/65/CE, trasposte ad opera del decreto legislativo n. 44, del 15 marzo 2010, hanno impegnato direttamente l'Autorità in relazione ad importanti provvedimenti di implementazione di dettaglio (per una analisi dei quali, si rinvia al par. 3.9). In materia di comunicazioni elettroniche, le attività di trasposizione nazionale della riforma comunitaria del dicembre 2009¹³¹ sono tuttora in corso. Nel rinviare al par. 2.2.7 per un aggiornamento in merito all'iter di trasposizione nazionale e alle iniziative assunte in tale ambito dall'Autorità, si ricorda che le disposizioni relative al nuovo assetto istituzionale di settore e, segnatamente, quelle relative alla istituzione del BEREC e dell'Ufficio di supporto, in quanto immediatamente applicabili, hanno direttamente impegnato l'Autorità.

L'Autorità ha inoltre concluso, nel novembre scorso, il mandato annuale presidenza del Gruppo per la politica dello spettro radio (RSPG - *Radio Spectrum Policy Group*), completando con successo l'ambizioso programma di lavoro annuale e promuovendo alcune importanti innovazioni in termini di regole di procedura interne.

Nell'ambito delle politiche dell'audiovisivo, l'Autorità ha confermato la propria attiva partecipazione ai principali *fora* di discussione internazionale.

L'Autorità ha continuato il proprio investimento per un rafforzamento delle politiche di cooperazione nell'area del Mediterraneo, in un periodo particolarmente delicato per gli equilibri dell'area. Tale impegno ha raggiunto il suo culmine con la designazione del Presidente Corrado Calabrò alla presidenza dell'EMERG per l'anno 2011.

¹³¹ Il cd. Pacchetto Telecom è costituito dal Regolamento n. 1211/2009, istitutivo del *Body of european regulators in electronic communications* (BEREC) e dell'Ufficio di supporto, e delle Direttive n. 2009/136/CE e 2009/140/CE, recanti modifiche alle direttive del 2002.

L'Autorità ha infine intensificato le iniziative di cooperazione bilaterale focalizzandosi su alcuni progetti di gemellaggio con l'obiettivo di promuovere il modello regolamentare europeo al di fuori dei confini continentali.

Le comunicazioni elettroniche

Nell'intervallo temporale di riferimento, come sopra anticipato, la nuova disciplina comunitaria relativa al settore delle comunicazioni elettroniche del 2009 ha trovato una prima applicazione operativa, con specifico riferimento alle disposizioni concernenti la struttura ed il funzionamento del BEREC.

Sin dall'approvazione formale del pacchetto, i regolatori nazionali hanno avviato un intenso lavoro finalizzato alla definizione dell'assetto organizzativo del nuovo organismo; l'impegno dell'Autorità in seno al BEREC, in tale ambito, ha costituito un importante filone di attività nel periodo in esame.

L'Autorità ha preso parte attiva alla fase di *start up* del BEREC, sia attraverso la partecipazione al gruppo ristretto incaricato di costituire, insieme alla Commissione, l'Ufficio di supporto, sia assicurando la presidenza del Gruppo di lavoro incaricato di definire le linee guida per un'implementazione coordinata delle nuove direttive nei vari Stati membri.

In particolare, sotto il coordinamento dell'Autorità, sono state approvate le decisioni del Comitato dei regolatori e del Comitato di gestione in tema di trasparenza ed accesso ai documenti del BEREC e dell'Ufficio, adottate in adempimento alle norme di cui agli articoli 18 e 22 del Regolamento istitutivo e le procedure di consultazione pubblica dei documenti del BEREC, ai sensi degli articoli 17 e 18 del predetto Regolamento.

Sempre sul piano della definizione dei meccanismi operativi di funzionamento, con riferimento specifico al ruolo chiave attribuito al BEREC nell'ambito dei procedimenti di regolamentazione dei mercati delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità ha coordinato la stesura delle procedure applicative degli articoli 7 e 7a della direttiva Quadro, così come modificata dalla direttiva 2009/140/CE.

L'Autorità ha inoltre coordinato alcuni importanti filoni di attività del programma di lavoro del BEREC; sempre in materia di implementazione del nuovo quadro regolamentare, l'Autorità ha coordinato la stesura delle linee guida per l'applicazione del nuovo rimedio di separazione funzionale, introdotto dagli articoli 13-*bis* e 13-*ter* della direttiva Accesso e interconnessione, e di un rapporto sulle problematiche transfrontaliere connesse all'applicazione dell'art. 28, comma 2, della Direttiva Servizio Universale.

In collaborazione con il regolatore inglese OFCOM, l'Autorità ha coordinato le attività di un Gruppo di lavoro congiunto BEREC-RSPG; tale Gruppo ha prodotto un rapporto di analisi dell'impatto dell'evoluzione tecnologica e di mercato sulle definizioni dei mercati delle comunicazioni elettroniche (approvato nel maggio 2010) ed un rapporto sui riflessi concorrenziali conseguenti alla liberalizzazione delle bande di frequenze a 900 e 1800 MHz per i servizi di comunicazione elettronica (approvato nel febbraio 2011).

A settembre 2010 è stato approvato il rapporto BEREC sulla contabilità regolatoria per il 2010, anch'esso realizzato nell'ambito di un Gruppo BEREC guidato da esperti dell'Autorità.

L'Autorità ha inoltre assicurato una costante ed attiva partecipazione a tutti i gruppi di lavoro BEREC incaricati di dare adempimento al programma di lavoro per l'anno 2010 e di elaborare risposte e posizioni comuni in relazione alle richieste di parere sottoposte dalla Commissione. In tal senso, tra i primi interventi consultivi del BEREC si ricordano la risposta alla consultazione della Commissione sui principi del servizio universale nelle comunicazioni elettroniche, l'opinione sulla bozza di raccomandazione NGA e le risposte alle consultazioni pubbliche in tema di neutralità della rete e *roaming* internazionale.

In piena continuità con il lavoro svolto nel 2010, l'Autorità è stata confermata alla presidenza dei Gruppi BEREC "implementazione", "contabilità regolatoria" e "collaborazione con il Gruppo per la politica dello spettro radio" anche per il 2011.

Nel corso del periodo di riferimento è giunto a conclusione per l'Autorità il mandato di presidenza del Gruppo per la politica dello spettro radio (RSPG), che vede come membri le Autorità nazionali competenti per la gestione dello spettro radio e nel quale l'Autorità affianca il Ministero dello sviluppo economico, in rappresentanza dell'Italia. Dal 1° gennaio 2011, l'Autorità ha assunto la vicepresidenza del Gruppo fino al termine dell'anno.

Anche l'RSPG ha avuto un'importante evoluzione istituzionale alla luce del nuovo quadro regolamentare europeo. In particolare, l'RSPG è chiamato a fornire consulenza strategica alla Commissione ed alle altre istituzioni comunitarie (Parlamento e Consiglio) sulle questioni di politica dello spettro radio e sul coordinamento europeo della stessa. Il Gruppo è altresì titolare del potere di esprimere posizioni e produrre rapporti di sua iniziativa; tale prerogativa assicura adeguata autonomia ed incisività alle attività del Gruppo nel panorama istituzionale comunitario.

Nell'ambito del programma di lavoro per il 2010, particolare rilevanza ha assunto, anche in base alle priorità fissate dalla presidenza italiana, la predisposizione di un parere sulla proposta della Commissione relativa al Programma politico pluriennale per il radio spettro. Dopo una intensa attività, completata da una consultazione pubblica europea, l'RSPG ha approvato il parere richiesto e lo ha formalmente sottoposto al Commissario europeo Kroes nel giugno del 2010. Nel suo parere, l'RSPG costruisce le proprie proposte attorno a tre pilastri: il contributo agli obiettivi dell'Agenda digitale europea; il miglioramento della *governance* dello spettro nell'Unione; il rafforzamento del coordinamento europeo nelle relazioni internazionali. Tra le raccomandazioni proposte figura, per la prima volta in Europa, una chiara affermazione della necessità della liberazione e della disponibilità coordinata in ambito europeo della banda a 800 MHz (c.d. *digital dividend*), da destinare a servizi di comunicazione elettronica a larga banda. La Commissione europea ha tenuto in elevata considerazione le proposte del RSPG nella elaborazione della propria proposta di Programma politico, presentata a settembre 2010 al Consiglio e al Parlamento europeo.

Tra i temi oggetto del programma di lavoro 2010 dell'RSPG, si ricordano inoltre i documenti sull'uso coordinato del *digital dividend*; sugli aspetti competitivi nella gestione dello spettro; sull'impatto delle nuove tecnologie di tipo *cognitive radio* nella gestione dello spettro; sugli sviluppi dei sistemi di *radio broadcasting* e sul coordinamento degli interessi comunitari nei negoziati internazionali (inclusa la *World Radio Conference* dell'ITU).

Tra gli altri obiettivi raggiunti dall'RSPG nel periodo di presidenza italiana, merita menzione anche l'approvazione di nuove regole interne di procedura. Le nuove regole, che includono, tra l'altro, i termini e le modalità per l'elezione del Presidente e del

Vicepresidente e per l'adozione dei pareri a maggioranza, sono volte a migliorare il funzionamento del Gruppo in modo da renderlo più efficiente alla luce delle nuove responsabilità istituzionali assegnate. Nel corso del mandato di presidenza dell'Autorità, è stata anche migliorata la trasparenza e la partecipazione alle attività del Gruppo, istituzionalizzando il meccanismo delle consultazioni pubbliche sui pareri.

A conclusione del periodo di presidenza AGCOM, infine, nel novembre 2010, è stato organizzato un *workshop* congiunto con la Commissione e il BEREC, nel quale sono stati discussi gli impatti delle proposte della Commissione, contenute nel Programma politico per il radiospettro, sulle attività di BEREC e RSPG, oltre ai temi dell'uso efficiente dello spettro e delle sue ricadute sullo sviluppo dei mercati e della concorrenza.

Oltre ad avere gestito la presidenza, nel 2010 l'Autorità ha partecipato attivamente ai lavori di tutti i *working group* costituiti in ambito RSPG per la realizzazione del programma di lavoro, formati da esperti nazionali ed aperti alla partecipazione dei Servizi della Commissione, contribuendo alla predisposizione dei testi e coordinando la posizione nazionale con il Ministero dello sviluppo economico.

Nel riferimento corso degli ultimi dodici mesi, l'Autorità ha continuato a partecipare attivamente ai lavori dei Comitati regolamentari e tecnici attivi in sede comunitaria.

In relazione alle attività del Comitato Comunicazioni (COCOM), i principali temi affrontati nel periodo di riferimento sono stati la discussione delle varie bozze della raccomandazione sull'accesso alle reti di nuova generazione – NGA – (di seguito approvata dalla Commissione il 20 settembre 2010) e l'implementazione nazionale del Pacchetto Telecom del 2009.

È da ricordare che l'iter procedurale della raccomandazione NGA aveva subito una battuta d'arresto sul finire del 2009. Una prima bozza di raccomandazione, elaborata per tener conto delle indicazioni emerse dalla consultazione pubblica europea e delle previsioni del nuovo quadro regolamentare di riferimento, è stata presentata al COCOM nella seduta del 21 maggio 2010. La votazione del testo della raccomandazione da parte del Comitato si è quindi tenuta nella riunione del 17 giugno 2010, a seguito della traduzione nelle diverse lingue nazionali del testo stesso. Nel merito, la versione finale della raccomandazione ha tenuto conto dei numerosi rilievi emersi in sede COCOM e di quelli segnalati dal BEREC (in particolare, in relazione al ruolo centrale della concorrenza per la promozione di investimenti efficienti in NGA; all'applicabilità del principio della *ladder of investment* e all'imprescindibilità di una puntuale analisi di mercato per la individuazione degli obblighi regolamentari).

Un altro tema che ha impegnato il COCOM nel periodo in esame è quello che riguarda il recepimento nazionale del nuovo quadro regolamentare europeo. In tale contesto, la Commissione ha presentato alcune linee guida interpretative delle nuove norme comunitarie su alcune questioni rilevanti. Tra i temi oggetto dei chiarimenti interpretativi della Commissione si ricordano l'indipendenza delle ANR ai sensi dell'art. 3 della direttiva Quadro, confermato come requisito cardine per un efficace funzionamento del quadro regolamentare comunitario; la possibilità di utilizzare il nuovo articolo 4 della direttiva Servizio universale per estendere la disponibilità di connessioni dati ad una velocità tale da consentire un accesso "efficace" alla rete; la possibilità di imporre obblighi simmetrici ai sensi del nuovo articolo 12 della direttiva Quadro.

L'Autorità ha proseguito la partecipazione ai lavori del Comitato Radio Spettro; nel Comitato sono presenti per l'Italia, in ragione delle rispettive competenze, l'Autorità e il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni.

Le principali questioni trattate dal Comitato nel periodo tra maggio 2010 e marzo 2011 hanno riguardato l'armonizzazione dell'uso dello spettro per apparati radio a corto raggio SRD – *Short Range Device* –, con la preparazione del quarto aggiornamento annuale della Decisione quadro; la revisione della regolamentazione per l'uso delle bande per sistemi SRR *Short Range Radar* a bordo degli autoveicoli; l'approvazione dei risultati del mandato alla CEPT sugli studi di compatibilità per procedere all'uso delle moderne tecnologie a larga banda, quali *Wimax* ed LTE, nelle bande radiomobili a 900 e 1800 MHz, e quindi l'avvio delle procedure per l'aggiornamento della normativa; il monitoraggio delle necessità in termini di spettro relativamente ai sistemi PPDR *Public Protection Disaster Relief* e *PMSE Program Making Special Event*, nonché circa l'utilizzo del *digital dividend* per sistemi di comunicazione elettronica a larga banda. Si ricorda infine, nel settembre 2010, la presentazione al Comitato da parte della Commissione europea della proposta del Programma di politica europea sul radio spettro.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha intensificato l'impegno in seno all'*Euro-Mediterranean network of Regulators* (EMERG), la piattaforma di cooperazione tra le Autorità di regolamentazione nel settore delle comunicazioni elettroniche dei Paesi che sia affacciano sul Mediterraneo, costituita nel luglio 2008, con il finanziamento della Commissione europea nell'ambito delle politiche di prossimità e di cooperazione e di cui AGCOM è tra i membri fondatori.

Dopo una prima fase di avviamento organizzativo, nel 2010 le attività della piattaforma sono entrate in una fase operativa e l'Autorità ha partecipato con propri esperti a tutti i gruppi di lavoro organizzati su diverse tematiche: "Il futuro delle reti fisse", "L'indipendenza delle Autorità di regolamentazione", "Analisi dei mercati, base per interventi regolamentari", "Le reti di nuova generazione (NGN)", "Il Servizio Universale". In particolare, un sesto gruppo di lavoro, organizzato dall'AGCOM a Roma il 14 e 15 dicembre 2010, ha costituito l'occasione per la elaborazione di proposte per il Programma di lavoro della presidenza italiana nel 2011 e per la discussione di soluzioni finalizzate al rafforzamento del profilo istituzionale della piattaforma e dei suoi meccanismi interni di funzionamento, anche in vista del previsto ridimensionamento dell'impegno finanziario comunitario a partire dal 2012.

Nella riunione plenaria di Roma del 28 gennaio 2011, il Presidente dell'Autorità, Corrado Calabrò assumendo formalmente la presidenza dell'EMERG, ha presentato alcune proposte operative per il rafforzamento della piattaforma, richiamandosi all'esperienza già maturata in altri organismi multilaterali di settore, e si è impegnato ad assumere iniziative per sensibilizzare la Commissione europea sull'importanza strategica del dare continuità alla cooperazione avviata in seno all'EMERG. Nel corso della riunione l'EMERG ha inoltre approvato il secondo benchmark regionale, l'Annual Report per l'anno 2010 ed il Programma di lavoro per il 2011.

L'audiovisivo

A livello europeo, nel corso dell'ultimo anno è proseguito il dibattito sulla nuova direttiva Servizi *media* audiovisivi (AVMSD) e sulle problematiche connesse alla sua implementazione.

Oltre agli approfondimenti sulla direttiva AVMS, gli incontri organizzati in ambito europeo hanno inoltre trattato temi legati all'Agenda digitale europea. In particolare, con riferimento ai temi audiovisivi, l'Agenda digitale propone di utilizzare al meglio i vantaggi derivanti delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) per

favorire l'innovazione, la crescita economica e il progresso, attraverso una serie di azioni finalizzate alla creazione di un mercato digitale unico in Europa, all'aumento dell'interoperabilità e degli standard, al rafforzamento della sicurezza online, all'alfabetizzazione mediatica ed alla promozione di un Internet veloce accessibile a tutti ed a prezzi competitivi.

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha continuato a svolgere un ruolo attivo nell'ambito dell'EPRA, la piattaforma europea dei regolatori dell'audiovisivo.

In occasione della 31a plenaria svoltasi a Barcellona nel maggio del 2010, la discussione si è focalizzata sulle nuove sfide regolamentari derivanti dall'attuazione della nuova direttiva Servizi *media* audiovisivi, con particolare riferimento alla pubblicità, alla protezione dei minori nei servizi *on-demand* ed ai procedimenti sanzionatori. Il nuovo scenario delineato dalla AVMSD per il settore pubblicitario è stato oggetto di analisi sia nella sessione plenaria (dove è stato affrontato l'argomento del product placement, per quanto attiene alla creazione del logo identificativo, ed il concetto di significant value), sia nell'ambito di un gruppo di lavoro incaricato di analizzare il ruolo che i regolatori possono giocare nell'assistere l'industria della pubblicità ad affrontare un mercato in evoluzione.

Nella riunione di Belgrado tenutasi nell'ottobre del 2010, i futuri scenari normativi sono stati ancora al centro della discussione. In particolare, l'Autorità, nell'introdurre la sessione d'apertura sul futuro della regolamentazione della pubblicità, ha illustrato come il principio della separazione tra contenuto editoriale e pubblicità si sia evoluto nel tempo ed ha sottolineato come il product placement rappresenti il punto culminante della tendenza verso l'integrazione della pubblicità nei programmi; ciò costituisce una sfida per i regolatori che devono trovare un punto di equilibrio tra il principio di separazione e le nuove forme di pubblicità, al fine di evitare il rischio di confusione per i telespettatori.

In ambito comunitario, l'Autorità ha proseguito la sua partecipazione ai lavori del Comitato di contatto sulla direttiva AVMS, le riunioni del quale si sono ancora concentrate, nel periodo di riferimento, sul nuovo quadro regolamentare. In particolare si è discusso dell'applicazione delle norme riguardanti le opere europee e le produzioni indipendenti e dell'applicazione della direttiva AVMS e della Direttiva Autorizzazioni ai servizi di televisione digitale terrestre.

In relazione al primo punto, si è discusso dell'introduzione di una *de minimis* rule, sottolineando la necessità di limitare l'onere amministrativo per i regolatori nazionali, esentando i canali di piccole dimensioni dall'obbligo di comunicazione alle autorità nazionali, senza pregiudicare gli obiettivi della direttiva. Su questo punto la Commissione ha chiesto ai regolatori di inviare i propri contributi; tali contributi saranno oggetto di analisi nel corso dei prossimi incontri.

Sul secondo punto, la Commissione ha delineato le disposizioni della direttiva AVMS e della direttiva Autorizzazioni relativamente agli obblighi di interesse generale e di eventuali impegni sottoscritti nella procedura per l'ottenimento delle autorizzazioni ai servizi DTT. Ha, inoltre, incoraggiato gli Stati membri a ridurre la complessità regolamentare per i fornitori cross-border di programmi DTT, al fine di favorire la diversità culturale, il pluralismo dei *media* e la scelta dei consumatori.

In merito alla partecipazione alle attività del Comitato Permanente sulla televisione transfrontaliera presso il Consiglio d'Europa a Strasburgo, la posizione della Commissione europea secondo la quale gli Stati membri dell'UE non sono autorizzati a concludere accordi internazionali su materie di competenza comunitaria ha di fatto bloc-

cato il processo di revisione della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera. Conseguentemente, il Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, nell'approvare le proposte del Segretario generale per le priorità del 2011, ha deliberato l'interruzione dei lavori del Comitato Permanente, come confermato dal Comitato dei Ministri stesso al momento dell'adozione del Programma di attività e bilancio per il 2011.

Per quanto riguarda le attività di scambio svolte dall'Autorità nell'area del Mediterraneo, è proseguita la partecipazione dell'Autorità ai lavori del ReseauMed - Réseau des instances de régulation méditerranéennes.

Nel merito, durante l'ultima riunione plenaria tenutasi a Istanbul dal 30 settembre al 1° ottobre 2010, l'Autorità ha partecipato attivamente al dibattito sui temi in agenda, che quest'anno hanno posto in evidenza due argomenti di particolare attualità per la regolamentazione dell'audiovisivo nello spazio mediterraneo: la protezione dei minori, con approfondimenti legati alla regolamentazione ed alla co-regolamentazione, e la rappresentazione della donna in tv.

Le presentazioni sulla protezione dei minori hanno suscitato l'attenzione dei partecipanti, che hanno espresso l'intenzione di impegnarsi in una riflessione comune sul tema, proponendo la elaborazione di criteri utilizzati per classificare le fiction, le serie TV e i video musicali trasmessi nei vari Paesi.

Riguardo al tema della rappresentazione della donna, diversi studi, presentati dall'Italia, dall'Andalusia, dal Portogallo, e dal Marocco, hanno sottolineato l'importanza che riveste la rappresentazione della figura femminile in TV, in termini di parità, progresso e integrazione non solo nell'area del Mediterraneo ma anche nel nord e nel sud del mondo.

È stato, inoltre, commentato positivamente il Protocollo d'intesa firmato il 20 aprile 2010 tra la Conferenza permanente dell'audiovisivo mediterraneo COPEAM e il ReseauMed, quale risultato del processo di cooperazione tra le due piattaforme al fine di promuovere un quadro giuridico condiviso nell'area mediterranea.

I rapporti bilaterali e i progetti di gemellaggio

Particolarmente intensa, nel periodo in esame, è stata l'attività dell'Autorità per quanto concerne i rapporti bilaterali e le iniziative di cooperazione internazionale.

Numerosi sono gli incontri bilaterali, sia di alto livello che di natura tecnica, organizzati nel periodo di riferimento.

In relazione ai temi delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità ha confermato la propria disponibilità a svolgere incontri tematici a vantaggio di regolatori di Stati terzi nell'ambito dei programmi TAIEX - *Technical Assistance and Information Exchange Instrument*, finanziati dalla Commissione europea ai fini di una progressiva approssimazione assimilazione al diritto comunitario di settore da parte di Stati candidati all'accesso. In tale contesto, nel febbraio 2011, è stata accolta una delegazione dell'Autorità di regolamentazione turca - ICTA, interessata ad un approfondimento sugli aspetti di mercato e regolamentari in tema di telefonia mobile, con particolare attenzione ai possibili sviluppi dei servizi *broadband*.

Nel marzo 2011, ha avuto luogo una riunione con una delegazione dell'Autorità *antitrust* albanese. In tale circostanza sono stati illustrati gli strumenti regolamentari a disposizione dei regolatori di settore ed i meccanismi di interazione con la Commissione europea nell'ambito dei procedimenti nazionali di analisi dei mercati; uno

specifico approfondimento, su richiesta della delegazione albanese, è stato dedicato ai termini di collaborazione tra l'Autorità e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Nell'aprile 2011, una delegazione dell'Autorità si è recata in visita al regolatore danese – NITA, per confrontare le rispettive esperienze sui temi delle NGA, della gestione della banda 800 Mhz per i servizi di comunicazioni elettroniche e per discutere alcuni possibili sviluppi organizzativi in seno al BEREC. Sui medesimi temi oggetto del bilaterale con il NITA, infine nell'aprile 2011 si è svolto a Londra un incontro bilaterale con il regolatore britannico – OFCOM, nel quale sono stati trattati anche i temi della terminazione mobile e della *net neutrality*.

In materia di audiovisivo, l'Autorità ha ospitato nel mese di dicembre 2010 una delegazione dell'Autorità della Radio Televisione cipriota (CRTA) per discutere sui temi della transizione al digitale terrestre e dei procedimenti di accertamento delle violazioni.

Si ricorda ancora, nel luglio 2010, la visita dei rappresentanti della Media Commission del Kosovo (IMC), interessati alle tematiche dello *switch-off* analogico e dell'implementazione in Italia della direttiva Servizi *media* audiovisivi.

Si sono consolidati i rapporti di scambio avviati con il Consiglio dell'Audiovisivo francese (CSA), ospite dell'Autorità lo scorso novembre 2010 per un aggiornamento sulle decisioni di AGCOM in merito al volume sonoro della pubblicità.

Nel corso dell'anno di riferimento, l'Autorità ha intensificato il proprio impegno nell'ambito dei progetti di gemellaggio promossi dalla Commissione europea. Oltre ad aver condotto a termine il progetto avviato nell'ottobre 2008 con la *National Telecommunications Regulatory Authority* (NTRA) egiziana, l'Autorità ha partecipato ad altri due bandi per l'aggiudicazione di gemellaggi in Israele ed in Giordania, risultando in entrambi i casi vincitrice.

Nell'ambito del gemellaggio con la NTRA, negli ultimi 12 mesi, il notevole sforzo profuso dalle istituzioni partecipanti (AGCOM, FORMEZ ed il regolatore tedesco BnetzA) ha consentito il raggiungimento dei principali obiettivi del progetto; in particolare, è stata conclusa la prima *market analysis* del settore delle telecomunicazioni egiziano, è stata disegnata una *road map* per la transizione dal regime delle licenze a quello autorizzatorio, sono stati predisposti i primi modelli di costo per lo *shared access* ed il *bitstream*, sono stati adottati i regolamenti e le procedure per una più efficace tutela dei consumatori e per il *data gathering*, sono stati approvati i regolamenti per una più efficace attività sanzionatoria, è stata definita la gara pubblica per l'acquisizione di un modello di costo sulla terminazione mobile, sono stati introdotti nuovi titoli abilitativi per la fornitura dei servizi convergenti che lentamente ma stabilmente stanno iniziando a fare la loro apparizione anche nel mercato egiziano (*fixed-to-mobile*, VOD, IPTV). La conclusione del progetto, prevista per il 22 marzo 2011, è stata posticipata a fine aprile a causa della sospensione delle attività del gemellaggio dovuta al delicato periodo socio-politico che ha caratterizzato i mesi di gennaio-marzo 2011 in Egitto.

Il progetto di gemellaggio con il Ministero delle comunicazioni israeliano (aggiudicato all'Autorità in consorzio con l'Autorità tedesca BNetzA, leader del progetto, e con l'Autorità spagnola CMT) mira alla fornitura di un supporto specifico al Ministero israeliano nella prevista fase di revisione del quadro regolamentare di settore, per un ulteriore adattamento di quest'ultimo all'*acquis communautaire*, con particolare riferimento alla regolamentazione ed alla promozione della concorrenza nei mercati all'ingrosso. Il progetto prevede una collaborazione tra le istituzioni partecipanti della durata di 15 mesi; le aree specifiche su cui si concentrerà il gemellaggio vertono primaria-

mente sulla regolazione dei mercati *wholesale*, con particolare attenzione all'accesso alle NGN, sull'attività risolutiva di controversie e sulla tutela dei consumatori, nonché sul nuovo quadro normativo di settore vigente in Europa. Le attività del progetto sono ufficialmente iniziate in data 26 febbraio 2010. Nella conferenza di *kick-off*, tenutasi a Gerusalemme il 28 marzo, i massimi rappresentanti delle istituzioni partecipanti hanno discusso le modalità di implementazione del progetto e presentato le loro relazioni sul tema "NGN e futuro della banda larga". A valle della conferenza, hanno preso avvio le prime missioni operative in tema di *enforcement* e *data collection*.

Da ultimo, l'Autorità è risultata vincitrice della selezione per l'aggiudicazione del gemellaggio con la Telecommunications regulatory Commission (TRC) della Giordania, presentando una proposta congiuntamente ad un consorzio di istituzioni ed organismi francesi (coordinati dal Ministero dell'industria francese) e al regolatore spagnolo CMT. Il progetto, della durata prevista di due anni, ha l'obiettivo strategico di contribuire alla crescita in senso concorrenziale dei mercati delle comunicazioni elettroniche in Giordania, mediante il potenziamento del quadro regolatorio nel quale l'Autorità nazionale di regolamentazione opera e il pieno sviluppo delle capacità operative di quest'ultima. Le aree specifiche su cui dovrebbe concentrarsi il progetto vertono su cinque componenti: la prima riguarda la definizione di un approccio regolamentare allo sviluppo di reti di nuova generazione; la seconda si inserisce in continuità con le attività di analisi dei mercati in corso nel Paese beneficiario e concerne l'implementazione di rimedi specifici e la revisione della regolamentazione esistente; la terza componente si riferisce alla transizione al *broadcasting* digitale, al relativo quadro di attribuzione dei titoli abilitativi ed alle modalità di impiego del dividendo digitale; la quarta componente, di natura eminentemente istituzionale, affronta il tema della promozione di un regime regolamentare compatibile con il quadro comunitario recentemente modificato e comprende un focus sui servizi convergenti e sulla regolamentazione dei contenuti audiovisivi; infine, la quinta componente riguarda l'autenticazione e la firma elettronica. Il progetto è al momento nella sua fase iniziale, sono in corso le attività di negoziazione dei termini contrattuali tra i *twining partners* (parzialmente rallentate dalle evoluzioni di carattere socio-politico che stanno caratterizzando l'area del Medio Oriente); l'inizio delle attività operative è previsto per l'inizio dell'estate.

■ 4.1.2. I rapporti con le istituzioni nazionali e con il Ministero dello sviluppo economico

L'Autorità ha collaborato con le altre istituzioni nazionali prestando il proprio contributo di esperienza e conoscenza del settore di competenza per le diverse necessità emerse nel corso degli ultimi dodici mesi.

I rapporti con il Parlamento

Nell'ambito dei rapporti con il Parlamento, in aggiunta alla ordinaria attività di consultazione con la Commissione per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, ai fini dell'emanazione dei regolamenti di rispettiva competenza, per la disciplina delle trasmissioni radiotelevisive relative alle consultazioni elettorali amministrative e referendarie, il Presidente Corrado Calabrò, il 21 luglio 2010, ha svolto un'audi-

zione davanti al Parlamento, riferendo alla IX Commissione Trasporti, poste e comunicazione in materia di "numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, l'accesso alla rete e l'adozione da parte di Telecom del modello *Open Access*, lo sviluppo della banda larga e delle reti di nuova generazione".

Il Presidente Calabrò, inoltre, in data 6 ottobre 2010, ha riferito alla VIII Commissione Lavori pubblici e comunicazione, relativamente al Piano nazionale di assegnazione delle frequenze e al tema della banda larga.

Nel corso del corrente anno, lo scorso 25 gennaio 2011, il Presidente Calabrò è stato audito, dalla IX Commissione Trasporti, poste e comunicazione in merito allo "schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva 2008/6/CE che modifica la direttiva 97/67/CE in materia di completamento del mercato interno dei servizi postali comunitari".

Gli atti di sindacato ispettivo

Sono stati esaminati circa 80 atti di sindacato ispettivo, inviati principalmente dal Ministero dello sviluppo economico ai fini della trasmissione degli elementi di competenza dell'Autorità.

I principali temi oggetto di tali atti sono stati: problematiche connesse al passaggio al digitale terrestre, in particolare, al relativo piano di assegnazione delle frequenze; la riserva di un terzo dei programmi irradiabili all'emittenza televisiva locale; la regolamentazione del piano di numerazione automatica dei canali della tv digitale terrestre in chiaro e a pagamento; la tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica; la valutazione del Sistema integrato delle comunicazioni così come approvata dall'Autorità; questioni connesse al rinnovo del contratto di servizio tra la Rai e il Ministero delle attività produttive, anche con riferimento alla rappresentazione della donna in televisione; la tutela del pluralismo politico istituzionale sulle reti televisive; la limitazione alla partecipazione in imprese editrici di giornali quotidiani imposta ai soggetti esercenti l'attività televisiva; la distribuzione delle risorse pubblicitarie all'interno del mercato televisivo; la assegnazione dei diritti calcistici televisivi; la regolamentazione dei servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica e la fornitura di *media* audiovisivi a richiesta; i disservizi connessi alla migrazione su rete fissa e mobile; i collegamenti ADSL.

Segnalazioni al Governo ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c) della legge 249/97

L'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 1, della legge n. 249/97 conferisce all'Autorità il potere di segnalare al Governo l'opportunità di interventi, anche legislativi, che possano contribuire all'evoluzione, sul piano interno ed internazionale, del settore delle comunicazioni. Nel periodo di riferimento sono state trasmesse segnalazioni in merito alle seguenti questioni.

Segnalazione sulle sanzioni amministrative in materia di diritti sportivi

Il 22 luglio 2010 l'Autorità ha deliberato l'invio di una segnalazione al Governo avente ad oggetto il presidio sanzionatorio applicabile alle emittenti radiotelesive operanti in ambito locale per la violazione della normativa in materia di diritti sportivi

audiovisivi e radiofonici. Scopo della segnalazione era di portare all'attenzione del legislatore alcune criticità e proposte in ragione dell'esigenza, riscontrata dall'Autorità nella pratica della propria attività istituzionale, della revisione di alcuni aspetti del sistema sanzionatorio vigente dettato dal decreto legislativo n. 9/2008, recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse", il quale ha attribuito all'Autorità competenze in materia di disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, di individuazione periodica delle piattaforme emergenti per la disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi e, ciò che rileva in questa sede, di vigilanza sul corretto esercizio del diritto di cronaca. L'Autorità ha deliberato l'invio di tale segnalazione con l'auspicio che il Governo, qualora convenisse sulla problematicità della questione, decidesse di porre mano a un riesame delle norme vigenti secondo le soluzioni prospettate, al fine di consentire l'espletamento di un'attività sanzionatoria il più possibile trasparente, certa, efficace e proporzionata, nell'ambito dei poteri che il legislatore ha inteso attribuirle.

Un primo aspetto che l'Autorità ha sottolineato in sede di segnalazione al Governo è come il decreto non abbia esplicitamente previsto un presidio sanzionatorio autonomo in caso di violazione delle proprie disposizioni senza che vi sia una contestuale violazione anche di disposizioni di rango secondario. Il decreto, infatti, si limita ad indicare il rinvio all'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97 per le sole violazioni dei regolamenti di attuazione delle norme in materia di diritto di cronaca, con la conseguenza paradossale e presumibilmente non voluta dal legislatore che la violazione della norma primaria appare non sanzionabile a fronte della sanzionabilità della norma secondaria.

Il secondo aspetto su cui si focalizza la segnalazione inviata al Governo è costituito dalle sanzioni che possono essere irrogate dall'Autorità per violazioni dei citati regolamenti, le quali oscillano da un minimo edittale di venti milioni di lire, pari a euro 10.329,14, a un massimo di cinquecento milioni di lire, pari a euro 258.228,45, senza che sia fatta alcuna distinzione tra l'ambito locale o nazionale di esercizio dell'attività radiotelevisiva da parte del soggetto che ha commesso la violazione accertata dall'Autorità, laddove alle emittenti locali, per la violazione delle disposizioni del Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici relative a obblighi in materia di programmazione, pubblicità e contenuti radiotelevisivi, è riconosciuta la riduzione della sanzione a un decimo. Ritenendo che ragioni di coerenza dell'azione dell'Autorità debbano suggerire al legislatore di far rientrare esplicitamente la cronaca sportiva audiovisiva e radiofonica nel novero degli ambiti in cui alle emittenti locali spetta il beneficio della riduzione a un decimo della sanzione amministrativa irrogata dall'Autorità, al fine di ripristinare una condizione di parità di trattamento tra le sanzioni applicabili nei confronti delle emittenti radiotelevisive operanti in ambito locale si proponeva, pertanto, si è suggerito di modificare in tal senso l'articolo 5, comma 8, del decreto legislativo n. 9/2008.

Segnalazione in materia di limiti antitrust per stampa e televisione e conflitto di interessi

Nella seduta del 24 novembre 2010, l'Autorità ha deliberato di rivolgere al Governo una segnalazione in merito ai limiti *antitrust* per stampa e tv e alla rilevanza della prima anche ai fini della legge n. 215 del 2004.

La prima questione atteneva alla scadenza il 31 dicembre 2010 del divieto, per i soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete, di acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o di participa-

re alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani, a tutela del pluralismo dei mezzi di comunicazione e di informazione sulla base delle indicazioni date dalla Corte costituzionale. La norma, in sede di riordino e coordinamento della legislazione in materia radiotelevisiva, è confluita, senza modifiche, nell'articolo 43, comma 12, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione, ora Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici).

L'Autorità ha ritenuto che il mantenimento della normativa sui limiti *antitrust* incrociati stampa-tv potesse a pieno titolo rientrare tra gli interventi consentiti al legislatore per il mantenimento della concorrenzialità e del pluralismo del sistema dell'informazione, anche alla luce del confronto con i principali Paesi europei, provvisti di regole che mirano a limitare l'influenza che uno stesso soggetto può avere nel sistema dell'informazione tramite il controllo di una pluralità di mezzi di comunicazione di massa (c.d. *cross-ownership media rules*). I limiti così imposti al sistema delle partecipazioni incrociate in diversi *media* rispondono, infatti, alla peculiare esigenza di garantire la partecipazione di più imprese di comunicazione appartenenti ad una pluralità di soggetti, prevenendo i rischi di un'eccessiva concentrazione e garantendo la diversità dell'informazione, ai fini ultimi di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione. L'Autorità ha segnalato che la scadenza del divieto in questione il 31 dicembre 2010 fosse di particolare rilevanza ai fini del pluralismo, in considerazione del fatto che la televisione risulta il mezzo principale di informazione, seguita dai quotidiani, che rappresentano la seconda fonte di informazione utilizzata in Italia, auspicando un intervento legislativo al fine di mantenere in vigore tale divieto oltre la scadenza legislativamente prevista, al fine di non lasciare l'Italia sprovvista di una norma tutt'ora utile al complessivo sistema dell'informazione. Considerato che tale disposizione, nella formulazione attuale, risulta limitata al possesso di reti nazionali televisive analogiche, l'Autorità ha altresì evidenziato l'opportunità di un suo adeguamento alla trasformazione del sistema radiotelevisivo intervenuta dal 2004 a tutt'oggi, e, in particolare, all'evoluzione tecnologica digitale terrestre, satellitare e via cavo, nonché a quella di mercato del settore.

A valle della proroga del termine di scadenza del 31 dicembre 2010 al 31 marzo 2011 ad opera delle modifiche introdotte dall'art. 1, comma 1, del decreto-legge n. 225/2010, l'Autorità ha rinnovato la segnalazione in data 2 marzo 2011 richiamando l'attenzione sul vuoto normativo che si verrebbe a determinare ove entro il mese di marzo il divieto di incrocio tra stampa e tv non venisse congruamente prorogato e adeguato alla trasformazione del sistema radiotelevisivo intervenuta con l'evoluzione tecnologica digitale terrestre, satellitare e via cavo, nonché a quella di mercato del settore. In accoglimento di tale segnalazione, con il decreto legge 31 marzo 2011, n. 34, il termine in questione è stato ulteriormente prorogato al 31 dicembre 2012.

L'altra segnalazione attecchiva alla discrasia, riscontrata nella pratica della attività istituzionale dell'Autorità, di alcuni aspetti della legge 20 luglio 2004, n. 215, recante "Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi". Le funzioni attribuite all'Autorità consistono nell'accertare che le imprese che agiscono nei settori del Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e che fanno capo al titolare di cariche di Governo, al coniuge o ai parenti entro il secondo grado, ovvero sottoposte al controllo dei medesimi soggetti ai sensi della legge 10 ottobre 1990, n. 287, non pongano in essere comportamenti che, in violazione delle disposizioni di cui alla legge 6 agosto 1990, n. 223, alla legge 31 luglio 1997, n. 249, alla legge 22 febbraio 2000, n. 28 e alla legge 3 maggio 2004, n. 112 (le cosiddette leggi parametro), forniscano un sostegno privilegiato al titolare di cariche di Governo. In ragione del fatto che le menzionate "leggi parame-

tro" non contengono, tra i comportamenti vietati che possono configurare il sostegno privilegiato, alcun riferimento alla stampa, l'Autorità ha evidenziato il rischio che da tale vuoto normativo consegua che il "sostegno privilegiato" non possa configurarsi nei confronti delle imprese della carta stampata. Questo pur essendo esse operanti nel SIC di cui all'art. 2, comma 1, lettera g) della legge n. 112/04 e benché anche da parte loro possano essere materialmente violati i principi del pluralismo, dell'obiettività, della completezza, della lealtà e dell'imparzialità dell'informazione, in quanto le leggi parametro prese in esame dalla legge n. 215/2004 impongono il rispetto di tali principi solo da parte delle emittenti radiotelevisive, e non anche da parte della stampa. L'Autorità ha pertanto rappresentato al Governo la problematicità della questione, segnalando che, in caso di rivisitazione della legge sulla risoluzione dei conflitti di interessi, andrebbe colmato il vuoto normativo che non consente, allo stato della legislazione vigente, di configurare la sussistenza del "sostegno privilegiato" da parte delle imprese della carta stampata.

Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito alle operazioni di concentrazione e alle fattispecie di abuso di posizione dominante

Nel periodo intercorrente tra il maggio 2010 e il marzo 2011, nell'ambito della collaborazione istituzionale con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), l'Autorità, nello svolgimento delle competenze di cui all'art. 1, comma 6, della legge n. 249 del 1997, ha reso al garante della concorrenza pareri in merito alle operazioni di concentrazione e alle fattispecie di abuso di posizione dominante. In particolare, il numero totale di casi su cui l'Autorità è stata chiamata a rendere un parere è stato pari a diciannove (diciassette operazioni di concentrazione e due casi di abuso di posizione dominante), come illustrato nella Tabella 4.1. Le operazioni hanno 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 in cui alcuni operatori nazionali nuovi entranti stanno completando la copertura della loro rete. È da rilevare, inoltre, che ciascuna operazione di concentrazione esaminata è stata valutata non suscettibile di determinare o rafforzare una posizione dominante nei mercati interessati.

Tabella 4.1. Pareri resi all'AGCM in merito alle operazioni di concentrazione e alle fattispecie di abuso di posizione dominante

| N.PARERE | TIPOLOGIA | ARRIVO | PARTI | DELIBERA |
|-----------------|---|---------------|---|-----------------|
| C10622 | Acquisto di un ramo d'azienda | 23/06/2010 | Monradio s.r.l. / La Madame s.r.l. | 344/10/CONS |
| C10628 | Acquisto del controllo esclusivo | 30/06/2010 | De Agostini s.p.a./ RDF Media Group plc | 345/10/CONS |
| C10743 | Acquisto di un ramo d'azienda | 20/09/2010 | Elettronica Industriale s.p.a. / Italia 7 Gold Calabria s.r.l. | 523/10/CONS |
| C10745 | Acquisto del controllo esclusivo di Tidy e acquisto di un ramo di azienda nel caso di One | 20/09/2010 | All 3 Media Group Limited/ Tidy Television Limited e One Potato limited | 524/10/CONS |

| N.PARERE | TIPOLOGIA | ARRIVO | PARTI | DELIBERA |
|-----------------|---|---------------|---|-----------------|
| C10767 | Passaggio da controllo congiunto a controllo esclusivo | 15/10/2010 | Reti Televisive Italiane s.p.a./ Tao Due s.r.l. | 561/10/CONS |
| A420 | Richiesta di parere in merito allo schema di provvedimento finale relativo al caso FIEG/Google | 29/10/2010 | FIEG/GOOGLE | 614/10/CONS |
| C10789 | Acquisto in permuta di un ramo d'azienda costituito da un impianto trasmissivo televisivo e dalle relative frequenze | 08/11/2010 | Elettronica Industriale s.p.a./ Associazione Teleradiopace TV | 613/10/CONS |
| C10830 | Acquisto di un ramo d'azienda | 03/12/2010 | Virgin Radio Italy s.p.a. / Radio FM Classics s.r.l. | 661/10/CONS |
| C10856 | Acquisto di un ramo d'azienda | 21/12/2010 | Monradio s.r.l. / Radio Padania s.c.r.l. | 8/11/CONS |
| C10857 | Acquisto di un ramo d'azienda | 21/12/2010 | Monradio s.r.l. / Radio Padania s.c.r.l. | 10/11/CONS |
| C10873 | Acquisto di un ramo d'azienda | 24/12/2010 | Neomobile s.p.a. / Zero9 s.p.a. | 9/11/CONS |
| C10926 | Acquisto del controllo di 3 TV | 15/02/2011 | Arvedi Steel Engineering s.r.l. / Quadrifoglio TV, Telegeneto, Arialice | 108/11/CONS |
| C10929 | Acquisto del controllo esclusivo | 15/02/2011 | VimpelCom / Wind Telecomunicazioni s.p.a. | 109/11/CONS |
| C10934 | Acquisto di un ramo d'azienda | 22/02/2011 | Monradio s.r.l. / Mediatelecom s.c. | 118/11/CONS |
| C10946 | Acquisto controllo congiunto | 03/03/2011 | Engineering.IT s.p.a. / Armosia TV s.r.l. | 142/11/CONS |
| A424 | Richiesta di parere in merito allo schema di provvedimento finale relativo al caso E Polis/ Audipress - abuso di posizione dominante da parte di Audipress S.r.l. nel mercato della rilevazione della stampa quotidiana e periodica | 08/03/2011 | E POLIS / AUDIPRESS | |
| C10958 | Acquisto del ramo d'azienda | 11/03/2011 | TEA s.p.a. / Stampa Indipendente S.c.r.l. Limina Edizione | 143/11/CONS |
| C10961 | Acquisto del controllo | 11/03/2011 | De Agostini s.p.a. / Edizioni White Star s.r.l. | 144/11/CONS |
| C10986 | Acquisto del controllo esclusivo | 28/03/2011 | Neomobile s.p.a. / Onebip s.r.l. | |

Fonte: Autorità

Per quanto concerne le fattispecie di abuso di posizione dominante, nel periodo di riferimento, l'Autorità ha reso due pareri, entrambi in merito a decisioni con impegni ex art. 14-ter della legge n. 287 del 1990.

In primo luogo, nel novembre 2010, l'Autorità ha reso il parere sul provvedimento relativo alla valutazione degli impegni presentati da Google inc. e Google Ireland limited (di seguito, "Google" per entrambe le società) nell'ambito dell'istruttoria FIEG-Federazione Italiana Editori Giornali/Google (procedimento A420), volta all'accertamento di presunte violazioni dell'art. 82 del Trattato CE (ora articolo 102 TFUE).

Nel parere, come di consueto, l'Autorità ha fornito alcuni elementi di valutazione circa la definizione dei mercati rilevanti, l'analisi del grado di concorrenza riscontrato, nonché sugli impegni proposti da Google e ritenuti dall'AGCM idonei a rimuovere i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria, anche alla luce delle integrazioni successive al *market test*. In particolare, l'Autorità ha condiviso le valutazioni favorevoli dell'AGCM sulla definizione dei mercati rilevanti della raccolta pubblicitaria *online* e dell'intermediazione nella raccolta pubblicitaria *online*. Tuttavia, con riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria *online*, l'Autorità ha rilevato la necessità di un'analisi più dettagliata delle caratteristiche del mercato stesso e del segmento della raccolta di tipo *search*, anche al fine di un maggiore approfondimento sulla posizione detenuta da Google nel mercato stesso. In proposito, l'Autorità ha richiamato le considerazioni svolte in merito al mercato della raccolta pubblicitaria *online* e alle sue possibili segmentazioni nell'ambito della delibera n. 555/10/CONS (Individuazione dei mercati rilevanti del Sistema integrato delle comunicazioni), nonché il recente avvio dell'indagine conoscitiva sulla raccolta pubblicitaria.

Per quanto concerne gli impegni presentati da Google, l'Autorità, nell'esprimere parere favorevole circa la loro idoneità a rimuovere i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria, ha precisato che nella valutazione della condotta abusiva riguardante le modalità di fissazione delle condizioni economiche praticate da Google ai propri Affiliati, l'analisi istruttoria dell'AGCM avrebbe dovuto riguardare non solo la trasparenza, bensì anche il livello delle percentuali di *revenue sharing* riconosciute agli editori affiliati alla rete *AdSense* e fissate, peraltro autonomamente, dal soggetto in posizione dominante, al fine di verificare l'idoneità delle stesse a consentire un reale sviluppo concorrenziale.

Nel marzo 2011, inoltre, l'Autorità ha espresso parere favorevole in merito al provvedimento dell'AGCM che ha reso obbligatori gli impegni assunti da Audipress nell'ambito nell'istruttoria *E Polis/Audipress* (procedimento A424), volta all'accertamento di presunte violazioni dell'art. 82 del Trattato CE (ora articolo 102 TFUE). L'Autorità, dopo aver condiviso la definizione dei mercati rilevanti effettuata dall'AGCM, si è espressa in merito all'idoneità degli impegni presentati da Audipress a rimuovere i profili anticoncorrenziali della condotta contestata. In particolare, l'Autorità ha ritenuto gli impegni presentati da Audipress idonei a rimuovere i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria e ha richiamato gli interventi da essa effettuati per favorire il funzionamento dei sistemi di rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione, secondo criteri di correttezza, trasparenza ed apertura alle nuove tecnologie. In particolare, l'Autorità ha citato la delibera n. 85/06/CSP, con cui ha formulato indirizzi relativi all'organizzazione dei soggetti realizzatori delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione e alle metodologie utilizzate, nonché la delibera n. 81/10/CSP, in cui l'Autorità ha previsto specifiche misure e raccomandazioni in materia di rilevazione degli indici di lettura di quotidiani e periodici.

Il rapporto con il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni

È proseguita nell'anno di riferimento la attività di collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico, in particolare con il Dipartimento per le comunicazioni, finalizzata allo svolgimento delle attività necessarie alla realizzazione della digitalizzazione delle reti televisive (cfr. par. 3.10) e quella inerente la numerazione e le conseguenti specifiche tecniche per l'interconnessione delle reti.

In collaborazione con il Dipartimento per le comunicazioni del Ministero dello sviluppo economico, sono state svolte consultazioni e audizioni sia della concessionaria pubblica sia delle associazioni di emittenti maggiormente rappresentative, nonché delle emittenti nazionali, riguardanti il procedimento per il completamento della revisione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione digitale terrestre.

L'Autorità, d'intesa con il Ministero dello sviluppo economico, confermando il metodo di lavoro impostato nei precedenti anni, metodo applicato con successo per la avvenuta conversione alla tecnologia digitale delle aree tecniche di Sardegna, Piemonte occidentale, Valle d'Aosta, Trentino e Alto Adige, Lazio, Campania, ha convocato e condotto congiuntamente i tavoli tecnici riguardanti l'individuazione delle opportune procedure per il passaggio da analogico a digitale delle reti di diffusione televisiva terrestre per le aree tecniche n. 3 (Piemonte orientale e Lombardia), n. 5 (Emilia Romagna), n. 6 (Veneto) e n. 7 (Friuli V.G.), portando a compimento nei tempi previsti i procedimenti di pianificazione per la completa digitalizzazione di tutto il nord Italia, in modo da consentire al Ministero dello sviluppo economico la conseguente attività di assegnazione dei diritti di uso delle frequenze.

Per quanto riguarda l'attività internazionale di coordinamento per l'uso delle risorse frequenziali utilizzabili per la radiodiffusione televisiva digitale, va rammentato che la Conferenza internazionale di pianificazione, svoltasi a Ginevra nel 2006, aveva assegnato ad ogni paese un numero minimo di risorse frequenziali utilizzabili (8 UHF + 2 VHF) per ogni area di servizio definita e proposta dai partecipanti.

Nelle norme che accompagnano l'accordo di Piano erano state stabilite le procedure per le modifiche e le integrazioni del Piano stesso, e con riferimento a tale ambito devono essere svolte le necessarie attività di consultazione e coordinamento con le amministrazioni dei paesi confinanti interessati.

Poiché le risorse frequenziali inizialmente previste nel Piano GE'06 erano largamente insufficienti per il soddisfacimento delle esigenze del mercato televisivo nazionale, il Dipartimento delle comunicazioni del Ministero dello sviluppo economico ha posto in essere un'intensa attività di coordinamento e di incontri bilaterali con i Paesi confinanti per estendere la possibilità di un uso coordinato, quindi protetto e non interferenziale, di ulteriori risorse..

A tale attività di coordinamento del Dipartimento comunicazioni, l'Autorità ha dato e continua a dare tutto il suo supporto, con la costante partecipazione a tutti gli incontri bi-multilaterali con le altre amministrazioni estere interessate.

In particolare nel corso del 2010 sono stati svolti molteplici incontri con le rappresentanze delle amministrazioni di Francia, Svizzera, Slovenia, Croazia e Malta.

Nell'ambito delle problematiche concernenti la numerazione e gli impatti sulle reti è attiva una collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico - Dipartimento

per le comunicazioni che vede da un lato la partecipazione di quest'ultimo alle riunioni del tavolo tecnico presso l'Autorità che si occupa delle problematiche relative all'implementazione del Piano nazionale di numerazione e analizza le proposte di innovazione ed integrazione del Piano stesso, e dall'altro la partecipazione dell'Autorità alla Commissione nazionale per la redazione di specifiche tecniche relative all'interconnessione delle reti di telecomunicazioni, che si occupa di mettere a punto accordi tra gli operatori ai fini della concreta realizzazione dell'interconnessione tra le reti in coerenza con le pertinenti delibere dell'Autorità.

■ 4.1.3. I rapporti con le università e gli enti di ricerca

L'attività di collaborazione istituzionale che unisce in modo sinergico l'Autorità e il mondo accademico e della ricerca attraverso la promozione di iniziative di interesse comune crea, nella salvaguardia delle rispettive specificità, occasioni preziose di crescita, di confronto e di condivisione.

Tale rete di rapporti con esperti e studiosi di settore induce una virtuosa e proficua collaborazione, che si concretizza nella reciproca contribuzione necessaria anche per la definizione congiunta di temi di ricerca e la partecipazione a progetti di ricerca comuni. Inoltre, nell'ottica di stimolare il confronto sulle tematiche più dibattute in materia di innovazione tecnologica e di sviluppo nel settore delle comunicazioni e dei servizi multimediali, l'Autorità organizza autonomamente o in collaborazione con le Università e gli Enti o Istituti di ricerca, convegni, giornate di studio e seminari rivolti prevalentemente agli addetti del settore.

In tale cornice si inserisce l'iniziativa formativa promossa dalla Direzione studi, ricerca e formazione che, nel progetto di alta formazione interdisciplinare (denominato "i Venerdì dell'Agcom") rivolto al personale dell'Autorità, ha previsto lo svolgimento di un ciclo di seminari di approfondimento su tematiche specifiche di interesse per l'Autorità. I seminari sono tenuti prevalentemente da relatori esterni provenienti dal mondo accademico e della ricerca. L'intero programma formativo è disponibile sul sito *web* dell'Autorità.

Le relazioni con il mondo accademico e i centri di ricerca nazionali e internazionali che l'Autorità cura al fine di valorizzare e presidiare il processo di evoluzione e innovazione tecnologica, di mercato e regolamentare nel settore delle comunicazioni elettroniche, anche negli ultimi dodici mesi, sono state caratterizzate da risultati proficui che confermano lo spessore e l'alto livello di tali rapporti.

Con specifico riguardo ai rapporti con gli Enti di ricerca, come per il precedente anno, nel 2010, sono proseguiti i rapporti di collaborazione tra l'Autorità e la Fondazione Ugo Bordoni formalizzati da una Convenzione, della durata di tre anni, stipulata nel 2009. L'Autorità, infatti, avuto riguardo delle professionalità tecnico-scientifiche e delle esperienze possedute dalla Fondazione, ha ritenuto opportuno avvalersi della collaborazione di tale istituzione per alcune attività di studio e analisi di natura tecnica e scientifica nelle materie di proprio interesse.

Le attività affidate alla Fondazione, a supporto dell'Autorità, sono state definite in appositi progetti esecutivi la cui ultimazione è prevista entro la primavera del corrente anno.

I progetti esecutivi di ricerca attualmente in corso riguardano:

- l'ottimizzazione dei progetti di impianto di trasmettitori televisivi, ai fini della massimizzazione dell'efficienza d'uso della risorsa radioelettrica e del rispetto dei vincoli di coordinamento internazionali (di seguito, progetto Frequenze);
- il controllo dei livelli acustici dei messaggi pubblicitari e delle televendite;
- la qualità dei servizi di comunicazioni mobili e personali (QoS Mobile).

Le attività condotte nell'ambito del progetto "Frequenze" sono dedicate all'approfondimento dei temi concernenti l'ottimizzazione dei trasmettitori televisivi, sia globalmente, a livello di rete, sia singolarmente a livello di impianto. Lo studio consiste nell'analisi delle reti *Single Frequency Network* (SFN) per i sistemi televisivi digitali, evidenziandone i vantaggi rispetto alle reti multifrequenza (MFN) e i possibili problemi realizzativi; inoltre, sono discussi i benefici in termini di efficienza spettrale derivanti dall'impiego di reti SFN. Infine, nell'ambito del tema dell'interferenza elettromagnetica, il progetto approfondisce le questioni inerenti alla propagazione elettromagnetica e gli effetti delle caratteristiche dei diagrammi di antenna. Relativamente al progetto "Controllo dei livelli acustici dei messaggi pubblicitari e delle televendite", la FUB ha progettato un prototipo *software* per l'esecuzione di misure sperimentali circa il livello sonoro delle pubblicità e sta conducendo la prima campagna di rilevazione. Infine, l'attività del progetto "QoS Mobile" è articolata in due fasi principali. La prima riguarda l'analisi dell'attuale panorama di indicatori che possono essere utilizzati al fine di misurare la QoS, con specifica attenzione alle particolarità dei sistemi mobili. La seconda linea di attività riguarda, da un lato, l'approfondimento delle possibili tecniche di misura esistenti ed in uso attualmente sul mercato; dall'altro lato, la focalizzazione delle ricerche sui servizi dati e sul segmento di accesso (rete mobile, nelle sue parti radio e *wired*).

Le attività di coordinamento e la verifica sullo stato di avanzamento dei progetti, affidate ad un Gruppo di Lavoro interdipartimentale costituito da dirigenti e funzionari di diverse Direzioni dell'Autorità, si sono concretizzate in numerosi incontri e riunioni plenarie (con cadenza mensile) che hanno rappresentato importanti occasioni per stimolare il dibattito su temi complessi quali quelli in esame attraverso il confronto con interlocutori con caratteristiche e identità diverse.

L'interazione con il mondo accademico rappresenta un altro filone caratterizzato dai costanti ed ininterrotti rapporti che l'Autorità conserva con le principali università italiane. In questo ambito, si iscrive il sostegno erogato alle università a supporto dello svolgimento di master post-universitari, al fine di promuovere il processo di formazione nelle materie di interesse dell'Autorità.

L'Autorità, infatti, seleziona periodicamente master post-universitari istituiti da università italiane, attraverso appositi Avvisi di selezione pubblicati sul sito *web* dell'Autorità. Al riguardo, in esito alla selezione di dieci master post universitari, istituiti presso le università italiane negli anni accademici 2008-2009 e 2009-2010, nell'anno 2010, l'Autorità ha ospitato studenti presso i propri uffici di Napoli e Roma per lo svolgimento di uno *stage*, alcuni dei quali sono ancora in corso.

Nei prossimi mesi, sarà esaminata la procedura di selezione per l'individuazione dei Master post universitari cui concedere il sostegno per l'anno accademico 2011-2012.

Ultimo ma non meno importante esempio significativo dei rapporti tessuti con il mondo della ricerca, volto ad assicurare collaborazioni strutturali, è rappresentato dalla

promozione da parte dell'Autorità di progetti di studio e ricerca da svolgersi in collaborazione con le istituzioni universitarie pubbliche e private e gli enti pubblici di ricerca.

In tale ambito assume particolare rilievo il programma di ricerca "Infrastrutture e Servizi a Banda larga e Ultra Larga" (ISBUL), gestito dalla Direzione Studi, ricerca e formazione dell'Autorità con la collaborazione di alcuni dei principali atenei italiani, le cui attività si sono svolte tra la fine del 2008 e gli inizi 2010. Al riguardo, allo scopo di dare adeguata promozione dei temi sviluppati in tale programma, di estremo interesse per l'economia del Paese, l'Autorità, è impegnata a partecipare e a organizzare eventi di discussione sull'argomento delle *Next Generation Network* (NGN), eventualmente in collaborazione con il Comitato NGN dell'Autorità, anche in sedi internazionali presso organizzazioni come l'*Institute of Electrical and Electronic Engineers* (IEEE) e l'*Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD).

Completato il programma di ricerca ISBUL, l'Autorità, attraverso la realizzazione del programma di ricerca "Servizi e Contenuti per le Reti di Prossima Generazione" (SCREEN), avviato a dicembre 2010, ha inteso consolidare il proprio presidio permanente sulle tematiche relative agli aspetti economici, tecnici e socio-giuridici delle reti di nuova generazione. L'iniziativa attuale, quindi, promossa dalla Direzione Studi, ricerca e formazione, prevede lo svolgimento di attività di studio e approfondimento alla luce dell'attuale scenario tecnologico, economico e giuridico che investe il tema delle reti a banda ultralarga e, contestualmente, delle problematiche legate al *Future Internet*. I dettagli del programma di ricerca SCREEN sono riportati nel paragrafo successivo.

■ 4.1.4. Il programma di ricerca "Servizi e Contenuti per le Reti di Nuova Generazione"

L'Autorità con la delibera n. 676/10/CONS ha avviato il programma di ricerca "Servizi e Contenuti per le reti di Nuova Generazione" (SCREEN).

Con tale programma, l'Autorità ha inteso consolidare le proprie attività di ricerca sulle tematiche relative agli aspetti economici, tecnici e socio-giuridici delle reti di nuova generazione, con particolare riguardo alle problematiche inerenti ai servizi, ai contenuti e alle applicazioni fruibili tramite le nuove reti. Il programma di ricerca SCREEN, difatti, si inserisce nel solco tracciato dal precedente programma di ricerca "Infrastrutture e servizi a banda larga e ultra larga" (ISBUL, il cui rapporto finale è stato approvato con la delibera n. 125/10/CONS) svolto in collaborazione con istituzioni universitarie pubbliche e private ed enti pubblici di ricerca, promosso al fine di fondare, nell'interesse pubblico, un presidio permanente dell'Autorità sulle tematiche scientifiche, tecnologiche, economiche e normative relative alle reti NGN. I risultati conseguiti con il programma di ricerca ISBUL in ambito scientifico interno e internazionale hanno indotto l'Autorità a proseguire nell'approfondimento dei temi riguardanti i contenuti diffusi attraverso le reti di nuova generazione.

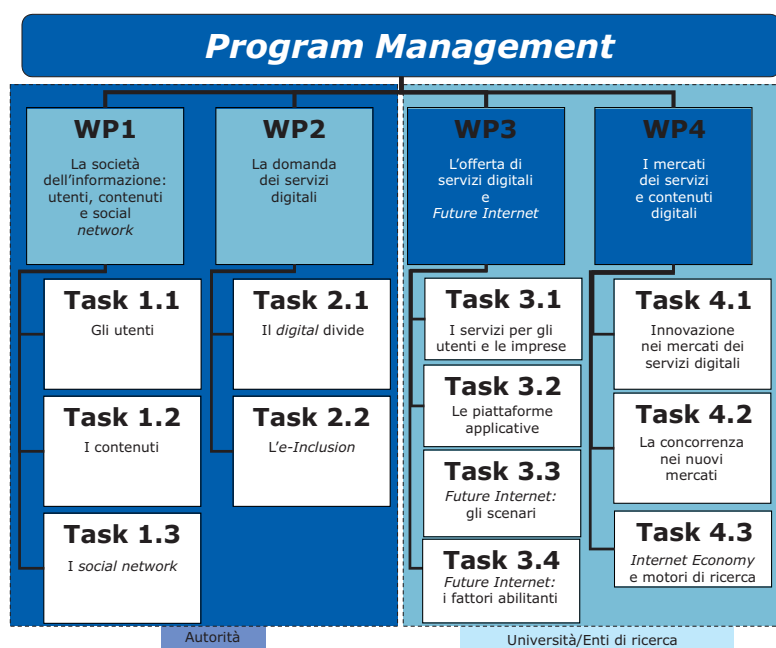
Il programma di ricerca SCREEN presenta carattere multidisciplinare e promuove l'analisi di temi connessi all'*information society*, con riguardo: ai contenuti informativi veicolati e agli utenti coinvolti, singolarmente e collettivamente; agli aspetti caratterizzanti i mercati dei servizi digitali, alla domanda e all'offerta, nonché alle reci-

proche dinamiche di interazione; ai possibili scenari evolutivi della rete internet. Il programma si inserisce, pertanto, nel più ampio dibattito introdotto a livello comunitario (cfr. ad esempio, *OECD Seoul Declaration for the Future of the Internet Economy; Digital Agenda for Europe*).

Inoltre, nel programma SCREEN sono state inserite un complesso di attività di ricerca atte a delineare i percorsi di evoluzione di numerosi ambiti (quali ad esempio la *network neutrality*, i contenuti digitali e il diritto d'autore nelle comunicazioni elettroniche), nella prospettiva del prossimo sviluppo delle reti a banda ultralarga e del progressivo diffondersi del *Future Internet*, anche a supporto di future decisioni dell'Autorità.

L'articolazione del programma prevede quattro progetti interdisciplinari o *work packages* (Figura 4.1), ciascuno dei quali articolato in attività o *task*. I singoli *task* prevedono a loro volta sottoattività di approfondimento tecnico, socio-economico, giuridico e regolamentare.

Figura 4.1. Il programma di ricerca SCREEN



Fonte: Autorità

Il WP 1 "La società dell'informazione: utenti, contenuti e social network" intende analizzare le problematiche tecnologiche, socio-economiche e giuridiche, connesse al tema dell'*individuo digitale* e dei beni immateriali che egli stesso produce. In particolare, si vogliono esaminare le criticità relative alla tutela degli utenti, intesi non solo quali utilizzatori di contenuti digitali ma anche quali produttori degli stessi (*prosumer*). Nel WP 2 "La domanda di servizi digitali" si intende fornire una rassegna degli interventi promossi fin qui per il contrasto del *digital divide* sia in Italia sia a livello internazionale. L'obiettivo è pervenire a concrete indicazioni di *policy* per favorire la pianificazione e la razionalizzazione degli interventi. Il WP 3 "L'offerta di servizi digitali e Future Internet" si concentra sulle problematiche di sviluppo di servizi in rete correlate alla

futura disponibilità di banda e alle piattaforme abilitative della loro erogazione. Un ulteriore profilo di interesse riguarda il futuro assetto della rete internet e la sua capacità di sostenere lo sviluppo economico e sociale a livello globale anche mediante adeguati modelli di *business*, di *policy* e regolamentazione. Il WP 4 "I mercati di servizi e contenuti digitali", a partire dalle principali innovazioni registrate nell'economia di internet, con una particolare attenzione a quelle in grado di migliorare la competitività delle imprese e di promuovere la crescita e lo sviluppo, esamina le prospettive concorrenziali e l'evoluzione dei mercati.

L'attività di ricerca del WP 1 e del WP 2 è condotta direttamente dalla Direzione Studi, ricerca e formazione, e prevede la costituzione di gruppi di lavoro interni. Il WP 3 e il WP 4 sono in corso di assegnazione alle università o enti pubblici di ricerca, attraverso la selezione indetta con la delibera n. 676/10/CONS. La supervisione dei lavori affidati all'esterno sarà effettuata da appositi gruppi interni all'Autorità coordinati dalla Direzione Studi, ricerca e formazione. L'avvio delle attività (*kick off meeting*) in collaborazione con le università è previsto prima della pausa estiva.

■ 4.1.5. La Guardia di finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni

La Guardia di finanza

La Guardia di finanza, quale polizia economico-finanziaria a presidio della libertà negoziale, della libertà d'impresa e del libero mercato, svolge importanti funzioni – oltre che a tutela delle ragioni del prelievo – anche nei settori radiotelevisivo, delle comunicazioni elettroniche e dell'editoria.

Ciò in virtù delle norme di riferimento e del Protocollo d'intesa stipulato tra l'Autorità e la Guardia di finanza che, attraverso il Nucleo Speciale per la radiodiffusione e l'editoria, inquadrato nelle Unità Speciali, assicura ogni possibile forma di sinergia e professionalità in grado di incidere in maniera determinante sulla qualità degli interventi e sulla loro efficacia.

Il rapporto di collaborazione, nel periodo considerato (1 maggio 2010 – 30 aprile 2011), si è incentrato sui seguenti segmenti operativi: canone di concessione dovuto dalle imprese radiotelevisive, contributo dovuto all'Autorità dagli operatori di settore, parità di accesso ai mezzi di informazione, posizioni di controllo o collegamento nell'editoria, pubblicità radiotelevisiva, garanzie dei minori e degli utenti, diritto d'autore in ambito informatico ed audiovisivo.

Le capacità operative del Nucleo Speciale si sono sviluppate anche di iniziativa, con il contributo dell'Ufficio Operazioni del Comando Unità Speciali, nella duplice proiezione di analisi di contesto e di rischio delle aree di competenza dell'Autorità.

Nell'anno di riferimento, il Nucleo Speciale ha concluso 362 accertamenti. Di questi, 208 scaturiti da apposite deleghe di collaborazione con l'Autorità, in virtù del Protocollo d'Intesa stipulato con la Guardia di finanza. Sono state segnalate all'Autorità 1.483 irregolarità di natura amministrativa (di cui 835 riferite al contributo dovuto dagli operatori delle comunicazioni). I soggetti denunciati all'Autorità giudiziaria sono stati 18.

Canone di concessione dovuto dalle imprese radiotelevisive, ai sensi dell'art. 27, commi 9 e 10, della legge 23 dicembre 1999, n. 488

L'attività ispettiva del Nucleo Speciale, nel comparto in esame, si caratterizza per una verifica degli aspetti contabili e gestionali dei soggetti obbligati, al fine di determinare l'importo del canone dovuto (pari all'1% del fatturato per le emittenti televisive nazionali, con tetti massimi nel caso di altre tipologie di emittenti).

In tale prospettiva, è stato predisposto un *data-base* contenente i soggetti operanti nel settore, come rilevati dalle concessioni rilasciate dal Ministero dello sviluppo economico e dal Registro degli operatori di comunicazione tenuto dall'Autorità di garanzia, allo scopo di individuare le imprese radiotelevisive non in regola con il versamento del canone.

Gli interventi eseguiti nei confronti di alcune imprese televisive nazionali hanno permesso di scoprire rilevanti casi di evasione della contribuzione in parola.

Le risultanze dei controlli sono state segnalate dall'Autorità di garanzia al Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni.

Contributo dovuto all'Autorità dagli operatori di settore, ai sensi dell'art. 1, commi 65 e 66, della legge 23 dicembre 2005, n. 266

Il Nucleo Speciale, nel periodo considerato, ha eseguito numerosi accertamenti nei confronti degli operatori delle comunicazioni, per riscontrare gli aspetti contabili e gestionali dei soggetti ispezionati, al fine di determinare l'importo e il pagamento del contributo dovuto di cui alla legge n. 266/2005 (pari all'1,80 per mille dei ricavi risultanti nell'ultimo bilancio di esercizio approvato dagli operatori di settore).

In particolare, la campagna di controlli – svolta unitamente a funzionari dell'Autorità – ha interessato le emittenti radiotelevisive, gli operatori dell'editoria, le concessionarie di pubblicità ed i produttori di programmi radiotelevisivi.

L'azione di servizio in argomento sta attualmente riguardando i primari fornitori di servizi pubblici di telefonia ed i fornitori di servizi e prodotti di comunicazione telematici, interattivi e multimediali.

Parità di accesso ai mezzi di informazione (cosiddetta "par condicio")

In base alla legge 22 febbraio 2000, n. 28, al Protocollo d'Intesa e alle disposizioni regolamentari di volta in volta emanate dall'Autorità, il Nucleo speciale fornisce un significativo contributo all'unità *par condicio* per le attività di:

- acquisizione di supporti magnetici e di pubblicazioni;
- gestione delle segnalazioni relative ad emittenti e pubblicazioni locali, interfacciandosi, a seconda delle esigenze, con i Comandi Provinciali della Guardia di Finanza;
- diretta assistenza attraverso aliquote di personale.

Questo avviene durante le campagne per l'elezione al Parlamento europeo, per le elezioni politiche, regionali e amministrative e per ogni referendum.

Nel periodo di riferimento, il Nucleo Speciale ha fornito collaborazione in ordine a 8 denunce di violazioni in materia.

Posizioni di controllo o collegamento tra imprese richiedenti i contributi per l'editoria

Con specifiche deleghe, l'Autorità di garanzia ha richiesto al Nucleo Speciale accertamenti nei confronti di diversi editori che avevano richiesto i contributi per l'edi-

toria alla Presidenza del Consiglio dei ministri ai sensi dell'art. 3 della legge 7 agosto 1990, n. 250.

Gli approfondimenti svolti sono stati diretti a rilevare l'esistenza di eventuali situazioni suscettibili di essere considerate quali ipotesi di controllo o collegamento tra imprese richiedenti i contributi non dichiarate al Registro degli operatori di comunicazione.

Dalle risultanze acquisite sono emerse situazioni di fatto configuranti fattispecie di controllo, che l'Autorità ha segnalato al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri per le valutazioni in ordine all'erogazione delle provvidenze della specie.

A tal riguardo, si evidenzia che – con decreto del Presidente della Repubblica 25 novembre 2010, n. 223 – è stato emanato il "Regolamento recante semplificazione e riordino dell'erogazione dei contributi all'editoria, a norma dell'art. 44 del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133".

In particolare, l'art. 5 del regolamento stabilisce che il Dipartimento per l'informazione e l'editoria richiede all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la regolarità dell'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione e l'attestazione dell'assenza delle situazioni di controllo e collegamento, ostative all'erogazione dei contributi.

Pubblicità radiotelevisiva

Il Nucleo Speciale, sia su delega dell'Autorità di garanzia che d'iniziativa, ha svolto controlli nei confronti di emittenti radiofoniche e televisive nazionali e locali, allo scopo di verificare il rispetto delle disposizioni in materia di pubblicità, ai sensi degli artt. 37 e 38 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici), nonché della delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001.

Attraverso l'attività di monitoraggio, che ha riguardato l'affollamento, il posizionamento ed i mini-spot, sono state rilevate numerose violazioni alla normativa di settore, segnalate alla competente Direzione contenuti audiovisivi e multimediali dell'Autorità di garanzia per l'avvio dei relativi procedimenti sanzionatori.

In tale contesto, significativa è stata la campagna di controlli sulle interruzioni pubblicitarie durante le partite di calcio delle competizioni internazionali nei confronti delle emittenti televisive titolari dei relativi diritti di diffusione.

Garanzie dei minori e degli utenti

I controlli sulla programmazione televisiva hanno lo scopo di consentire all'Autorità di garanzia l'esercizio del potere di vigilanza ad essa attribuito dalla legge 31 luglio 1997, n. 249 e dell'eventuale potestà sanzionatoria conseguente all'applicazione delle disposizioni contenute nel decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

Nel contesto in parola, l'attività ispettiva del Nucleo Speciale si sostanzia nel monitoraggio della programmazione irradiata dalle emittenti televisive e radiofoniche (nazionali e locali, pubbliche e private), che sono tenute a rispettare – nell'ambito dei programmi di intrattenimento – i principi fondamentali del sistema radiotelevisivo posti a garanzia dell'utenza.

Le aree di monitoraggio hanno riguardato principalmente:

- la tutela dei minori (art. 34 del d. lgs. n. 177/2005);
- le televendite (art. 40 del d. lgs. n. 177/2005);

- la cartomanzia e le lotterie (delibera Agcom n. 538/01/CSP);
- le sponsorizzazioni (art. 39 del d. lgs. n. 177/2005).

Nel periodo considerato, l'attività investigativa svolta dal Nucleo Speciale, sia su delega che d'iniziativa, ha consentito di rilevare numerose violazioni alla normativa di settore, segnalate all'Autorità di garanzia.

Tra le condotte individuate come illecite risultano la messa in onda di trasmissioni pregiudizievoli dello sviluppo fisico, psichico e morale dei minori e quelle di contenuto pornografico in fascia notturna.

Diritto d'autore in ambito informatico ed audiovisivo

In materia di tutela del diritto d'autore, il Nucleo Speciale, la Direzione dei servizi antipirateria della Società italiana degli autori e degli editori (S.I.A.E.) e il Servizio ispettivo dell'Autorità hanno condotto una incisiva e penetrante azione di controllo che ha riguardato lo sfruttamento economico dell'opera d'autore da parte di emittenti radiofoniche e televisive.

L'operazione denominata "Onde anomale 2", svolta nel periodo considerato, si è conclusa con rilevanti risultati, confermando la necessità di una sinergica attività di analisi, monitoraggio e contrasto da parte degli organismi demandati, a vario titolo, alla vigilanza di un settore che, con la diffusione dell'economia digitale, offre mutate modalità di fruizione dei contenuti da parte degli utenti.

La Polizia postale e delle comunicazioni

La Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni, nel periodo maggio 2010 – aprile 2011, ha collaborato con l'Autorità nell'ambito del vigente protocollo d'intesa per lo svolgimento delle attività di verifica sulle infrastrutture e reti di telecomunicazione e dei connessi servizi e prodotti, nonché sulla verifica del rispetto delle norme in materia di tutela dei minori.

In tale contesto, anche sulla scorta di segnalazioni pervenute all'Autorità da parte degli utenti, la Sezione di Polizia postale ha prestato ausilio all'Autorità nell'espletamento delle attività ispettive d'istituto, avviate sull'intero territorio nazionale nei confronti degli operatori di telefonia più rappresentativi. Tale attività è stata finalizzata a verificare il rispetto della normativa regolamentare di settore, in materia di corretto utilizzo delle numerazioni orientando la propria azione, in particolare, a tutela dell'utenza. Con specifico riferimento ai servizi offerti mediante l'utilizzo di numerazioni non geografiche, sono stati approfonditi, i rapporti sussistenti tra operatori di telefonia e società terze.

Le attività di verifica hanno inizialmente comportato l'effettuazione di una serie di prove telefoniche sulle numerazioni con codici 178 rientranti nella numerazione per "servizi di numero unico o personale" (introdotte dall'art. 18 comma 1, dall'allegato A alla delibera n. 26/08/CIR) e quelle con codici 895, rientranti nella numerazione per "servizi a sovrapprezzo" (destinate a "servizi di assistenza e consulenza tecnico-professionale" introdotte, in questo caso, dal successivo art. 19 comma 1, lett. B del medesimo disposto regolamentare). In tale contesto, è stata, inoltre, effettuata l'estrazione dei dati contabili relativi ai rapporti commerciali sottostanti l'utilizzo delle suddette tipologie di numerazioni, approfondendo fra l'altro le modalità di ripartizione degli utili (cd. *revenue sharing*).

Su un altro fronte, la Sezione ha collaborato con l'Autorità in occasione delle attività ispettive svolte presso le società esercenti attività di servizi telefonici di contatto in conto terzi approfondendo le diverse tipologie di committenza (cd. *call center*).

Nello specifico, da parte di più di un operatore di comunicazione, si è riscontrato il ricorso ad imprese esterne per la fornitura di servizi di supporto orientati ad incrementare le vendite (cd. *outsourcing*). Verifiche mirate sono state effettuate anche in capo alle modalità operative di assistenza telefonica ai clienti effettuate per il tramite dei numeri verdi gratuiti, al fine di appurare la correttezza delle modalità di contatto ed offerta di prodotti e servizi forniti all'utente finale (*teleselling e caring*).

I suddetti accertamenti sono stati orientati a riscontrare la sussistenza di eventuali difformità: sia riguardanti il costo delle chiamate dirette verso alcune numerazioni (rispetto all'applicazione delle tariffe pubblicizzate dagli operatori stessi), sia concernenti l'assenza o l'incompletezza delle informazioni fornite dal messaggio di presentazione gratuito, che deve precedere le chiamate medesime.

Sono state effettuate prove telefoniche, svolte in collaborazione con l'Autorità, in ordine alle numerazioni geografiche e satellitari con monitoraggi da reti fisse e mobili, finalizzate ad accertare la conformità, ai disposti regolamentari, del messaggio informativo iniziale, dei servizi offerti e della tariffazione applicata.

Altre attività di monitoraggio telefonico, sulle numerazioni riferite ai codici 894 (da rete fissa) e 477 e/o 472 (da rete mobile per invio di sms), hanno riguardato il servizio di televoto, abbinato a due programmi televisivi, nonché alla competizione canora denominata "Festival di Sanremo" trasmessa in eurovisione dalla concessionaria del servizio televisivo pubblico nazionale. Tale attività è stata finalizzata alla verifica della corretta applicazione del regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto, approvato con la delibera n. 38/11/CONS dell'Autorità, interessata in seguito per le valutazioni di merito.

Nell'ambito delle attività di conciliazione dei dati della Sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione, nella quale sono censite le infrastrutture di diffusione site nel territorio nazionale (cd. "catasto delle frequenze"), sono stati svolti, sempre in collaborazione con i funzionari dell'Autorità, una serie di sopralluoghi presso gli impianti radiotelevisivi, serventi i capoluoghi di regione ovvero di provincia più significativi. Tali sopralluoghi sono stati finalizzati ad effettuare una preliminare verifica tecnico-amministrativa degli impianti ivi ubicati, strumentale allo *switch-off* televisivo, da analogico a digitale, fissato per il 2012 per le regioni di riferimento.

Nel periodo di riferimento, sono state avviate, d'iniziativa, una serie di campagne di monitoraggio sulla programmazione televisiva. Tale attività è stata finalizzata alla verifica della conformità della programmazione veicolata con riferimento alle norme che disciplinano la tutela dei minori. I monitoraggi effettuati hanno riguardato le trasmissioni di alcune serie di cartoni animati, film e programmi televisivi, ai fini della verifica della correttezza del linguaggio e/o delle immagini diffuse rispetto alla particolare tipologia di pubblico cui erano dirette. Gli esiti di tali accertamenti sono stati rimessi all'Autorità per le valutazioni di competenza.

La Polizia postale e delle comunicazioni ha eseguito, altresì, attività di monitoraggio su televendite di suonerie per cellulari, con l'utilizzo di numerazioni a sovrapprezzo, messe in onda da emittenti televisive locali e satellitari. Tale tipologia di prodotti veniva offerta nell'ambito di un contesto di apparenti giochi a premi che inducevano l'ascoltatore a partecipare rappresentando la possibilità di vincite in denaro. Siffatte verifiche si concludevano interessando la locale Procura della Repubblica per l'appro-

fondimento degli eventuali profili di natura penale, nonché l'Autorità garante per la concorrenza ed il mercato che, udito il parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, emetteva provvedimento sanzionatorio nei confronti di due società editrici e televisive, per pratica commerciale scorretta effettuata in violazione degli articoli 20, comma 2, 21, comma 1, lettere a) e b), 22, commi 1 e 2, nonché 23, lettera m), del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare il comportamento del consumatore medio cui essa è destinata. In particolare, la pratica commerciale in argomento, era ritenuta ingannevole, ai sensi dell'articolo 21, comma 1, lettere a) e b), del Codice del consumo, in quanto la apparente ricostruzione di un contesto di giochi a premi, nella sua rappresentazione complessiva, era suscettibile di ingenerare artificiosamente nei consumatori un erroneo convincimento circa la effettiva natura della specifica trasmissione televisiva caratterizzata: non già da un gioco a premi, bensì da una televendita di contenuti multimediali a tariffazione aggiunta.

Sono state, altresì, compiute d'iniziativa, attività di monitoraggio dei palinsesti televisivi, finalizzate alla verifica dei limiti di affollamento orario e giornaliero e del posizionamento delle interruzioni pubblicitarie all'interno dei programmi, irradiati dalle emittenti televisive nazionali, sia del servizio pubblico che privato.

Si soggiunge, inoltre, che la Polizia postale ha svolto servizi di monitoraggio della rete internet, in occasione delle elezioni amministrative del 28 e 29 marzo 2010, finalizzati ad individuare eventuali azioni dimostrative e manifestazioni di protesta in programma e la pianificazione di attacchi informatici in danno dei siti e dei sistemi appartenenti agli organi istituzionali interessati dalla competizione elettorale. Il personale della Sezione di Polizia Postale e delle Comunicazioni ha, inoltre, svolto funzioni di pronto impiego per le eventuali esigenze di Polizia giudiziaria e supporto operativo all'attività di vigilanza di competenza dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Infine, sono state oggetto di indagini le attivazioni non richieste di utenze mobili, ad opera di ignoti, sulla rete di uno degli operatori telefonici operante sul territorio nazionale. L'indagine evidenziava le modalità con cui venivano effettuati i contratti di telefonia, a nome di ignari clienti, da parte di *promoter* che stipulavano contratti di rivendita *door to door consumer* di prodotti di telefonia. L'indagine si concludeva con l'individuazione dei responsabili che venivano segnalati alla competente procura della Repubblica.

La Sezione di Polizia postale ha svolto attività di Polizia amministrativa su 28 segnalazioni per servizi audiotex, su 36 segnalazioni relative al settore delle telecomunicazioni e su 88 segnalazioni concernenti il settore della telefonia. L'attività di polizia giudiziaria ha riguardato complessivamente 119 denunce, comprendenti frodi informatiche, clonazione di carte di credito e bancomat, patite prevalentemente attraverso siti Internet, operanti con modalità di vendita a mezzo d'asta e 49 denunce relative a fatti costituenti reati di natura ordinaria.

La Polizia postale e delle comunicazioni, nell'ambito delle materie di competenza istituzionale affini a quelle dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ha intrapreso, attraverso le articolazioni periferiche, attività concernenti il diritto d'autore, controllando 195 esercizi pubblici, denunciando 29 persone, elevando 51 sanzioni amministrative per un importo complessivo di euro 79.973, sequestrando, inoltre, 2.863 Gbyte di materiale informatico, monitorando 358 spazi virtuali, rilevandone 3 con contenuti illeciti. Nell'ambito del settore della telefonia ha ricevuto 3004 denunce, concernenti rispettivamente la telefonia fissa e mobile; ha denunciato 294 persone.

4.2. Gli organismi strumentali e ausiliari

■ 4.2.1. I Comitati regionali per le comunicazioni

Nell'anno 2010¹³², il processo di ulteriore decentramento di funzioni, così come previsto dall'Accordo quadro del 2008, ha raggiunto importanti obiettivi laddove ben nove Comitati regionali hanno dato avvio alla sperimentazione nell'esercizio delle aggiuntive funzioni delegate individuate dall'Accordo stesso, cui, dal 1° maggio 2011, si è unito il Co.re.com. Abruzzo, portando a quasi 34 milioni la quota di popolazione italiana che dispone di un riferimento locale per le questioni che riguardano il settore delle comunicazioni (Figura 4.2).

■ **Figura 4.2.** *Mapa dei Co.re.com. (1 maggio 2011)*



Fonte: Autorità

132 I dati riportati nel presente paragrafo fanno riferimento al periodo temporale 1 gennaio-31 dicembre 2010.

I Co.re.com. sono sempre più protagonisti del sistema decentrato delle comunicazioni, partecipando attivamente alle funzioni di garanzia dell'utenza e vigilanza sul territorio, quale presidio per la tutela dei diritti fondamentali. Nell'anno in esame, si è consolidata anche l'immagine unitaria del sistema dei Co.re.com., attraverso il Coordinamento nazionale dei Co.re.com, il cui Presidente Francesco Soro, ha ritenuto di promuovere attraverso l'attivazione di un portale dedicato all'indirizzo www.corecomitalia.it.

Con la delega delle ulteriori funzioni in materia di definizione delle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche e utenti, la vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione (ROC) a livello regionale, in aggiunta alle funzioni già delegate relative allo svolgimento del tentativo obbligatorio di conciliazione, della vigilanza in materia di tutela dei minori e del controllo sulla pubblicazione dei sondaggi nonché sui procedimenti di rettifica a istanza di parte, si modifica il ruolo di tali organismi e si accresce la loro autorevolezza nel settore delle comunicazioni.

Nell'anno 2010 l'attività svolta dai Co.re.com. ha consentito di sperimentare con successo l'omogeneo esercizio della funzione di definizione delle controversie, favorito dall'Autorità anche attraverso attività di formazione e affiancamento delle singole strutture di supporto ai Comitati, con il risultato dell'adozione di 131 provvedimenti da parte dei Co.re.com. delegati a fronte di 2.517 istanze da parte degli utenti residenti nelle Regioni che hanno completato il processo di adesione all'Accordo quadro del 2008.

L'esperienza del primo anno di gestione "piena" della delega ha portato alla luce alcuni nodi problematici, concernenti sia questioni procedurali che di sostenibilità organizzativa. Si pensi, tra tutti, alla legittimazione processuale nelle impugnazioni dei provvedimenti emanati dal Co.re.com. e alla competenza territoriale inderogabile del TAR Lazio rispetto a tali impugnazioni, risolta dall'Autorità nel senso di ritenere le controversie relative ai provvedimenti di definizione delle controversie devolute, a norma dell'articolo 135, comma 1, lett. b), del d. lgs. n. 104/2010, alla cognizione – quale competenza funzionale inderogabile – del T.A.R. Lazio, sede di Roma, e che il patrocinio dell'Amministrazione venga riservato all'Avvocatura Generale di Roma.

Per quanto attiene, invece, all'impatto dell'attività sull'organizzazione, è emersa con chiarezza la necessità di disporre di una struttura solida e ben dimensionata, sia per le professionalità specifiche impegnate nell'analisi dei contenuti e nella discussione del merito, sia per le risorse umane dedicate al supporto amministrativo.

La funzione delegata della vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale, mediante il monitoraggio delle trasmissioni dell'emittenza locale, ha conferito organicità e sistematicità alla precedente delega in materia di tutela dei minori e del pluralismo politico-istituzionale e socio-culturale, relativamente alle quali è sempre alta l'attenzione, in tutte le Regioni, sulla qualità della programmazione effettuata a livello territoriale.

L'ambito locale dell'emittenza in Italia, come noto, mostra una sua spiccata peculiarità per numero di operatori ed elevata diversificazione di dislocazione: elementi che rendono assai ardui tanto un monitoraggio sistematico, quanto la generalizzazione di criteri di campionamento universalmente applicabili in sede di manuale di procedure operative in materia di vigilanza.

L'Autorità ha fornito dei criteri di massima per l'effettuazione di un monitoraggio con caratteri minimali, ma la sperimentazione della delega alla vigilanza ha dimo-
strato

to che essa è forse la più impegnativa ed onerosa tra le deleghe di secondo livello conferite ai Comitati a seguito dell'Accordo quadro del dicembre 2008, e sottostimata nell'attribuzione delle quote di riparto del contributo, ma soprattutto è stata penalizzata dall'evoluzione del quadro giuridico e tecnologico di riferimento. Il passaggio dal sistema analogico a quello digitale terrestre, con i relativi costi diretti e indiretti a carico degli operatori, e le innovazioni del decreto cd. Romani, con le implicazioni di aggiornamento regolamentare connesse, nonché le restrizioni ai bilanci regionali, hanno aggravato il rispetto degli adempimenti da parte delle emittenti locali e la gestione della vigilanza da parte dei Co.re.com..

Pertanto, su richiesta del Coordinamento nazionale dei Co.re.com., l'Autorità si è adoperata, nell'ambito del Tavolo tecnico congiunto cui partecipano rappresentanti della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome, per adottare soluzioni transitorie che garantiscano l'omogeneo esercizio dell'attività di vigilanza e controllo da parte dei Comitati.

I nove Co.re.com. che hanno sperimentato tale delega hanno, comunque, dato prova dell'efficacia del loro ruolo di interlocuzione attiva con le emittenti locali, che rappresenta il presidio per il rispetto delle norme e le garanzie all'utenza, attraverso programmi di monitoraggio volti a verificare il rispetto della normativa in materia di audiovisivo, senza trascurare la loro funzione di stimolo nel verificare e certificare le esperienze positive e virtuose che vengono poste in essere dagli operatori locali, spesso in contesti di difficoltà tecniche ed economiche, ma anche attraverso esempi di professionalità e capacità innovativa e progettuale. Dall'esame delle relazioni emerge la violazione diffusa delle norme in materia di pubblicità e obblighi di programmazione, mentre sono limitati i casi di violazione di norme a tutela dei minori.

L'avvio di tale attività ha affiancato la prosecuzione del precedente impegno profuso nell'analisi dei palinsesti funzionale all'attività di promozione di una televisione di qualità, mai come in questo tempo importante per valorizzare gli operatori locali e impedire che la diffusione nazionale ne sovrasti la voce in occasione della rivoluzione che comporta il passaggio al digitale terrestre.

È opportuno, al proposito, segnalare la realizzazione di molti progetti di monitoraggio finalizzati a ricerche su tematiche di particolare interesse nelle diverse realtà locali, quali i monitoraggi sulle rappresentazioni di genere, in particolare dedicati all'immagine della donna, realizzati dai Co.re.com. della Liguria e della Puglia, o delle Forze Armate realizzato dal Co.re.com. Toscana, o ancora quello sulla rappresentazione degli stranieri sui *media* locali, realizzato dal Co.re.com. Umbria.

Analogamente si segnala che quasi tutti i Co.re.com. hanno svolto interessanti ricerche in materia di pluralismo socio politico, anche in occasione dello svolgimento dell'attività di vigilanza, oltre che operato in sintonia con l'Autorità per il rispetto dei regolamenti in applicazione delle leggi in materia di *par condicio* nelle campagne elettorali e referendarie durante le quali i Co.re.com. esercitano la funzione propria di vigilanza sul rispetto delle norme in materia di parità di accesso ai mezzi di informazione per la comunicazione politica e di correttezza dell'informazione.

La delega alla tenuta del Registro degli operatori di comunicazione ha pure consentito ai Co.re.com. di disporre di informazioni fondamentali ai fini dell'attività di vigilanza che gli compete, nelle funzioni delegate, come nello svolgimento delle funzioni proprie, che sono ora oggetto di studio per un eventuale ampliamento qualitativo e quantitativo, a causa del ruolo strategico che i Co.re.com. rivestono a livello territoria-

le, avendo la possibilità di conoscere direttamente gli scenari presenti all'interno di ogni singola Regione e le relative evoluzioni.

Tale prospettiva privilegiata si aggiunge e completa le potenzialità dei Comitati nel loro territorio candidandoli a interlocutori competenti delle Istituzioni nazionali per eventuali interventi tecnologici e regolamentari a livello locale.

Attraverso il rapporto costante con la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e con la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome, e attraverso una serie di incontri svolti direttamente sul territorio con i vari responsabili delle amministrazioni regionali competenti per le attività dei Co.re.com., nonché con le strutture di supporto ai Comitati, individualmente e come rappresentati dal Presidente del Coordinamento nazionale dei Co.re.com., l'Autorità ha potuto lavorare costantemente sull'aggiornamento e l'adattamento delle linee guida e degli indirizzi ai riscontri che provengono dalle singole realtà regionali, attraverso un interscambio positivo di opinioni e di esperienze volto a valorizzare il rapporto virtuoso che ha creato le condizioni per il funzionamento e l'organizzazione dei Comitati e la loro capacità di diventare protagonisti del sistema decentrato delle comunicazioni in Italia, in qualità di garante e mediatore tra le istituzioni regionali e gli operatori di settore, potendo determinare iniziative ed assumere decisioni definitive.

Permane a tutt'oggi l'esclusione della Sicilia e della Sardegna dal sistema decentrato di garanzie nelle comunicazioni; in tali Regioni non si è potuto procedere in tal senso in quanto, in Sicilia il Comitato pure costituito, non è dotato di struttura di supporto, mentre in Sardegna, il Comitato è stato costituito solo nel mese di gennaio 2011.

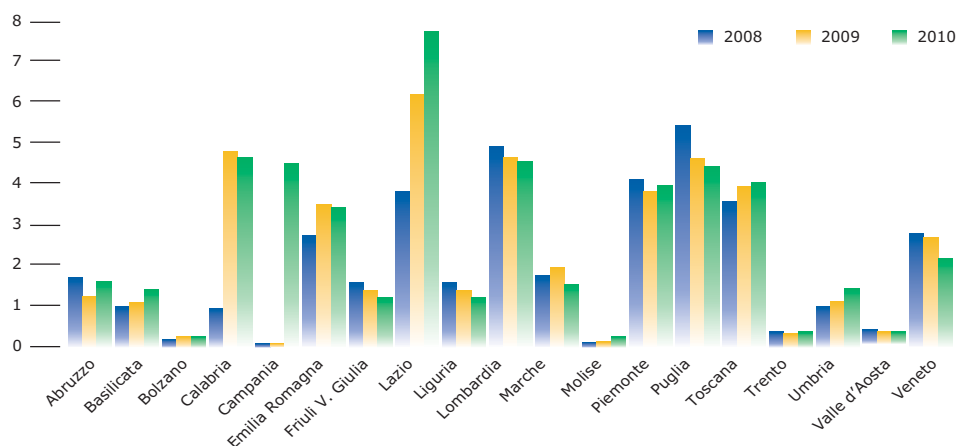
L'impegno dell'Autorità si conferma nel perseguimento dell'obiettivo di estendere al maggior numero di Regioni l'applicazione dell'Accordo quadro del 2008 per superare l'attuale disparità tra aree prive di tutela, le aree in cui i Co.re.com. esercitano le funzioni delegate di prima fase e le aree in cui vengono svolte tutte le funzioni delegabili.

Passando a esaminare in dettaglio l'attività delegata svolta nell'anno 2010 dai Co.re.com. provvisti di delega, si rileva una sostanziale omogeneità tra le attività svolte dai Comitati, sempre nel rispetto della differenziazione territoriale.

Risultano significativamente migliorati i servizi ai cittadini, anche attraverso la sempre più diffusa informatizzazione delle attività relative al tentativo obbligatorio di conciliazione nelle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche e utenti, l'attivazione di sportelli dedicati, numeri verdi e il miglioramento dei siti istituzionali.

Il numero delle istanze di conciliazione presentate ai Co.re.com. della penisola è stato pari a 49.004.

In tale ambito si è registrato, nel 2010, un decremento delle istanze presentate dagli utenti in molte Regioni, come rappresentato nella Figura 4.3, assimilabile a una stabilizzazione se si considera che l'incremento registrato l'anno passato pari a circa il 12% rispetto all'anno precedente, era stato attribuito in parte all'adempimento degli impegni da parte di Telecom Italia ad evadere l'arretrato e in parte alle campagne informative realizzate dai Co.re.com. sul territorio. L'incremento sul numero totale a livello nazionale del 13,7%, rispetto all'anno 2009 in cui erano state presentate 43.099 istanze, è dovuto principalmente all'estensione agli utenti della Campania e del Molise della possibilità di usufruire di tale servizio, a seguito della sottoscrizione della convenzione per l'esercizio delle funzioni delegate da parte dei relativi Co.re.com. con decorrenza 1° gennaio 2010. Al netto delle istanze ricevute da tali due organi funzionali l'incremento sarebbe stato pari al solo 2,8%, che rappresenta un andamento fisiologico sostenuto dalla maggiore consapevolezza e informazione degli utenti sugli strumenti di tutela a loro disposizione.

Figura 4.3. Istanze di conciliazione (2008 – 2010 in migliaia)

Fonte: elaborazione Autorità su dati Co.re.com.

Nel corso del 2010 è stata registrata, in molte Regioni, anche la riduzione delle istanze inammissibili e delle rinunce, degli accordi nel corso del procedimento e delle mancate comparizioni. Tale fenomeno può essere interpretato nel senso di assecondare il processo di estensione della visibilità dei Co.re.com., e della loro attività sul territorio, nonché della loro maggiore autorevolezza riconosciuta dalla cittadinanza. In particolare, la contrazione delle "mancate comparizioni" degli istanti o dei gestori, segue un andamento già registrato nel passato e può trovare spiegazione nel fatto che, da una parte si è accresciuta la fiducia negli organismi e nella efficacia della funzione conciliativa, dall'altra confluiscono nel dato complessivo sulle mancate comparizioni anche le c.d. mancate adesioni alla conciliazione da parte dei gestori, quasi esclusivamente riferite a gestori "minori", per le quali, in applicazione della delibera n. 173/07/CONS come modificata dalla delibera n. 479/09/CONS, viene redatto verbale negativo.

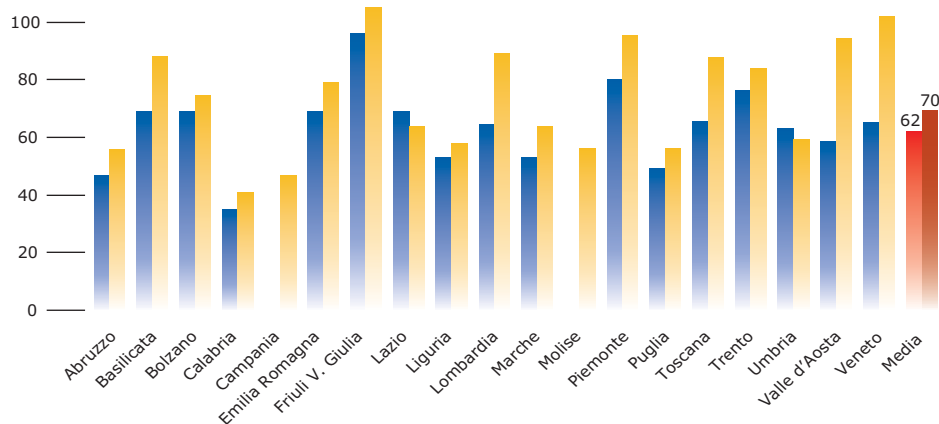
Con riferimento alle problematiche oggetto dell'attività di conciliazione, i Comitati riferiscono che, sebbene sia riscontrabile un aumento delle istanze relative alla telefonia mobile, tra cui molte riguardano modifiche unilaterali di contratto e mancanza di trasparenza tariffaria del traffico dati effettuato in *roaming*, la maggioranza della casistica concerne ancora la telefonia fissa e i servizi Internet, in particolare l'ADSL. Questo *trend* è in continua crescita e conferma che l'utilizzo di Internet ha assunto per molti utenti importanza prevalente rispetto a quella propria del servizio telefonico. Una percentuale minima riguarda i servizi *pay tv*.

Inoltre, persiste il problema relativo all'attivazione di servizi non richiesti, o addirittura di contratti che prevedono la migrazione da un gestore all'altro, messi in atto in carenza di assenso da parte dell'utente e in violazione delle norme sui contratti a distanza contenute nei codici del consumo e delle comunicazioni elettroniche e nelle delibere dell'Autorità; emergono molti casi di ritardi nell'attivazione dei servizi e nell'espletamento dei traslochi di utenza. Si assiste ancora, in molti casi di richiesta di passaggio ad altro gestore, ad un avvio "precipitoso" della procedura di distacco della linea da parte dell'operatore *donating*, senza attendere i 10 giorni che la normativa (in mate-

ria di conclusione dei contratti a distanza) lascia all'interessato per un eventuale ripensamento. Poco significativi appaiono i dati riferiti a controversie per spese di spedizione e chiamate a numerazioni speciali.

Con riferimento agli operatori di comunicazione elettronica, viene rilevata e apprezzata l'attività collaborativa dell'operatore storico, e la progressiva apertura alla maggiore disponibilità di tutti gli altri verso lo strumento conciliativo, come risulta dalla significativa percentuale di successo delle conciliazioni pari al 70% come *media* nazionale, con picchi superiori al 90% in singole Regioni (Figura 4.4). Dall'elaborazione dei dati forniti dai Comitati, è stato possibile evidenziare anche quest'anno un incremento positivo dell'efficacia del processo di conciliazione, rispetto all'anno precedente, di entità pari a 8 punti percentuali a livello nazionale, a ribadire il consolidamento dell'esperienza acquisita dai Co.re.com. nell'attività conciliativa come uno dei molti aspetti di successo del decentramento funzionale, che favorisce l'affermazione di professionalità e competenze presso gli enti locali e, in particolare, presso i Co.re.com.

Figura 4.4. Efficacia del processo di conciliazione (2009 - 2010, in %) ¹³³



Fonte: elaborazione Autorità su dati Co.re.com.

Per quanto riguarda, invece, l'assunzione di provvedimenti temporanei, di cui all'art. 5 della delibera n. 173/07/CONS, come modificata, si conferma il dato positivo riguardante il numero elevato delle riattivazioni spontanee da parte dei gestori, con la conseguente riduzione di emissione dei provvedimenti di riattivazione da parte dei Co.re.com. Nel 2010 sono state presentate 7.662 istanze di cui solo 1.741 hanno necessitato l'adozione di un provvedimento da parte dei Co.re.com.

La casistica riguarda principalmente il ripristino del servizio di telefonia fissa, causato da guasti; un numero significativo di casi coinvolge, poi, il servizio Internet in ADSL, sia per ottenere la riattivazione in caso di interruzione, sia per sollecitare la libe-

¹³³ Rapporto tra controversie che hanno avuto esito positivo (comprehensive degli accordi pre-udienza) e udienze ritualmente svolte presso i Co.re.com. Il numero delle controversie che hanno avuto esito positivo nel 2010 può comprendere arretrato costituito da istanze ricevute nell'anno precedente.

razione della "portante". Da rimarcare che, non rientrando l'ADSL nella definizione di "servizio universale" prevista dall'art. 53 e seguenti del codice delle comunicazioni elettroniche, è attualmente preclusa la possibilità ai Co.re.com. di adottare un provvedimento temporaneo.

L'analisi dell'attività conciliativa svolta dai Co.re.com, come riportata nelle precedenti relazioni annuali, evidenzia uniformità di tendenze su tutto il territorio nazionale. Infatti, la numerosità e l'incremento delle istanze di conciliazione, sebbene possa essere stata influenzata da campagne informative mirate a cura delle istituzioni locali, è riscontrabile su tutto il territorio, così come si è rivelato efficace il procedimento di adozione dei provvedimenti temporanei.

Non è stata registrata sul territorio alcuna attività di segnalazione relativa all'esercizio del diritto di rettifica con riferimento al settore radiotelevisivo locale, né relativa al rispetto dei criteri fissati nel regolamento relativo alla pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa diffusi in ambito locali; con riferimento a quest'ultima nessun Comitato ha posto in essere attività di vigilanza d'ufficio.

Prima di illustrare l'attività svolta dai singoli Co.re.com., nei rispettivi territori regionali e provinciali, appare opportuno segnalare la sempre maggiore operosità e propositività degli stessi riguardo a molteplici iniziative progettuali a livello internazionale riguardanti le materie di competenza. In particolare, nel 2010 per iniziativa del Co.re.com. Friuli Venezia Giulia, l'Autorità è stata coinvolta, in qualità *Strategic Associated Partner*, nel progetto comunitario "SEE digi.TV" volto a costituire una piattaforma multilaterale per monitorare e favorire lo *switch over* al digitale nell'area dei Balcani, la cui realizzazione si svilupperà nell'anno corrente.

Al fine di evidenziare l'attività svolta dai singoli Co.re.com., si riportano di seguito le iniziative più rilevanti intraprese nelle materie delegate e le tabelle con i dati regionali di sintesi relativi all'attività delegata di svolgimento del tentativo obbligatorio di conciliazione e di definizione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni, rinviando alle relazioni annuali dei singoli Co.re.com. per gli approfondimenti.

Comitato per le comunicazioni della regione Abruzzo

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 24 agosto 2001, n. 45 |
| Presidente | Filippo Lucci |
| Deleghe I fase | Delibera n. 166/06/CONS Stipula 7 settembre 2006 Decorrenza 1° ottobre 2006 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 23/11/CONS Stipula 1° aprile 2011 Decorrenza 1° maggio 2011 |

Successivamente alla prova di efficienza e determinazione fornita dal Co.re.com. Abruzzo, in occasione dei tragici fatti che hanno colpito la città di L'Aquila nell'aprile 2009, che ha garantito lo svolgimento delle attività istituzionali, nonostante le difficoltà oggettive in cui si è trovato ad operare, nel 2010 il Comitato ha smaltito tutto l'arretrato creatosi a seguito del sisma e si è determinato ad aderire all'Accordo quadro del 2008, pervenendo alla sottoscrizione della convenzione in data 1° aprile 2011.

Relativamente all'attività di vigilanza nella materia della tutela dei minori con riferimento al settore radiotelevisivo locale, il Co.re.com. ha commissionato una ricer-

ca i cui esiti sono stati presentati in occasione del Convegno "Il sisma in Tv e gli occhi dei bambini", avente a oggetto gli spetti mediatici e l'impatto emotivo delle informazioni sul pubblico infantile oltre che il rispetto della normativa in materia di tutela dei minori.

L'utilizzo delle due sedi di L'Aquila e Pescara ha favorito l'efficiente gestione dell'attività di vigilanza su tutto il territorio regionale e consente di effettuare il monitoraggio su tutte le emittenti locali.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, caratterizzati da un notevole incremento di istanze rispetto all'anno precedente, attribuibile al sisma che aveva rallentato, nel 2009, tutte le attività nella Regione, e, nel merito, all'azzeramento dei casi di chiamate verso numerazioni speciali. Si segnala che il dato relativo ai provvedimenti temporanei è riferibile a dieci mesi su dodici, in seguito a provvedimento dell'Autorità che aveva sospeso la delega di tale funzione a causa del sisma, sospensione revocata nel marzo 2010.

Tabella 4.2. Co.re.com. Abruzzo – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 1414 | Istanze pervenute | 217 |
| Istanze inammissibili | 22 | Istanze inammissibili | 16 |
| Udienze svolte | 1506 | Istanze accolte dall'operatore | 85 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 830 | Rigetto dell'istanza | 14 |
| Udienze con parziale esito positivo | 10 | Provvedimenti temporanei adottati | 92 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 138 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 295 | | |

Fonte: Co.re.com. Abruzzo

Comitato per le comunicazioni della regione Basilicata

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 27 marzo 2000, n. 20 |
| Presidente | Ercole Trerotola |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 18 dicembre 2003 Decorrenza 1° gennaio 2004 |

Nel corso del 2010, il Co.re.com Basilicata ha sofferto un breve periodo di *vacatio* dell'organo, risolto con l'elezione del nuovo Comitato nel novembre 2010. Il neoeletto Presidente Trerotola ha provveduto a gettare le basi per una sensibile innovazione organizzativa, a partire dalla integrazione e sostituzione del personale assegnato alla struttura di supporto.

Per quanto riguarda l'attività svolta nell'anno 2010, il Co.re.com. ha realizzato la *newsletter* del Co.re.com., strumento che informa sulle iniziative svolte a livello locale, sulle linee strategiche che si vanno delineando a livello nazionale in materia di comunicazione e tutela dei minori nonché fornisce spunti di riflessione per sensibilizzare l'opinione pubblica sulle attività svolte dal Co.re.com.

Nel mese di luglio è stato organizzato un convegno, a Matera, sul tema "Digitale terrestre come opportunità di sviluppo per il sud", anche in preparazione del passaggio al digitale terrestre della regione Basilicata pianificato per il I semestre 2011.

Relativamente alla vigilanza sul rispetto delle disposizioni poste a tutela dei minori, il Co.re.com. Basilicata ha operato un'attenta vigilanza in riferimento al settore radiotelevisivo locale, anche in considerazione dell'incarico presso il Comitato di applicazione del codice di autoregolamentazione *media* e minori del Presidente uscente Loredana Albano.

Per quanto riguarda l'attività inerente al tentativo obbligatorio di conciliazione, nell'anno di riferimento è stato possibile registrare un rilevante incremento del numero di istanze, dovuto sia alla pubblicità istituzionale svolta in varie forme dal Comitato, sia alla sempre più diffusa conoscenza del servizio in parola da parte dell'utenza regionale.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.3. Co.re.com. Basilicata – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|----|
| Istanze pervenute | 1404 | Istanze pervenute | 92 |
| Istanze inammissibili | 0 | Istanze inammissibili | 8 |
| Udienze svolte | 1234 | Istanze accolte dall'operatore | 74 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 1087 | Rigetto dell'istanza | 10 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 11 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 175 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 69 | | |

Fonte: Co.re.com. Basilicata

Comitato per le comunicazioni della Provincia autonoma di Bolzano

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge provinciale 18 marzo 2002, n. 6 |
| Presidente | Hansjorg Kucera |
| Deleghe I fase | Delibera n. 546/07/CONS Stipula 7 dicembre 2007 Decorrenza 1 marzo 2008 |

Concluso il processo di passaggio dalla tecnologia analogica a quella digitale nella trasmissione dei programmi televisivi, cui il Comitato ha dedicato gran parte della propria attività nell'anno 2009, il Comitato provinciale per le comunicazioni di Bolzano, nel 2010, con un nuovo logo, la pubblicazione di un opuscolo sulle funzioni del Comitato e il trasferimento in una nuova sede, ha inaugurato l'inizio di un nuovo corso che si auspica caratterizzato dall'acquisizione delle ulteriori funzioni delegate entro l'anno 2011.

Nella relazione annuale, il Comitato ha rappresentato che l'attività svolta è stata caratterizzata da due priorità: da una parte gli sforzi per garantire il rispetto della *par condicio* in occasione delle elezioni comunali del 16 maggio 2010 in Alto Adige, dall'altra i lavori preparatori all'estensione del campo d'attività del Comitato stesso nell'ambito delle funzioni delegate. A tal fine nel 2010 è stata posta la base per estendere l'am-

bito d'attività del Comitato, acquisendo una nuova risorsa umana, attrezzando la nuova sede con la strumentazione necessaria e conferendo incarico all'Osservatorio di Pavia per sperimentare l'attività di monitoraggio sulle emittenti radiotelevisive locali. In materia di vigilanza, è stata discussa e stabilita una stretta collaborazione per la tutela dei minori nei mezzi di comunicazione con il Garante per l'infanzia e l'adolescenza, mentre si è stabilizzata l'attività di conciliazione, ormai espletata a regime.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.4. Comitato provinciale per le comunicazioni di Bolzano – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|-----|-----------------------------------|----|
| Istanze pervenute | 260 | Istanze pervenute | 72 |
| Istanze inammissibili | 1 | Istanze inammissibili | 0 |
| Udienze svolte | 211 | Istanze accolte dall'operatore | 71 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 157 | Rigetto dell'istanza | 0 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 1 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 24 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 30 | | |

Fonte: Comitato Provinciale per le comunicazioni di Bolzano

Comitato per le comunicazioni della regione Calabria

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 22 gennaio 2001, n. 2, e successive modificazioni |
| Presidente | Silvia Gulisano |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS e post sosp. 253/08/CONS Stipula 16 giugno 2004 Decorrenza 1° luglio 2004 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 668/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Il 2010, primo anno di esercizio delle deleghe di II fase in via sperimentale, è coinciso con la scadenza del Comitato in occasione del rinnovo dell'Assemblea legislativa regionale e il rinnovo dello stesso Comitato che si è insediato nel settembre 2010. La stabilità della struttura di supporto al Comitato e la solidità dell'organizzazione amministrativa ha consentito lo svolgimento dell'attività ordinaria e la realizzazione del programma adottato dal precedente Comitato senza difficoltà di rilievo. Il Co.re.com. Calabria si è distinto per la virtuosa gestione delle risorse umane ed economiche anche oltre gli indirizzi dell'Autorità e nella prospettiva, condivisibile, di crescita e maturazione del sistema di decentramento funzionale. In particolare, per l'esercizio della funzione relativa alla vigilanza ha realizzato direttamente un sistema di registrazione, già adeguato alla tecnologia digitale, e ha implementato, con la collaborazione di tre ricercatori della facoltà di Ingegneria, un programma informatico per l'analisi dell'emesso dalle emittenti locali su tutte le materie oggetto della delega conferita dall'Autorità. Tale

impianto ha consentito di effettuare monitoraggi a campione sul 40% delle emittenti presenti sul territorio.

Regolare e puntuale è stata l'attività relativa alla gestione del ROC e alla trattazione delle 206 istanze di definizione di controversie tra utente e operatore di comunicazione, nonostante la quantità di adempimenti rilevante che ha impegnato la struttura. Il carico di lavoro connesso alla sperimentazione delle II deleghe si è aggiunto all'attività già svolta a regime, senza rallentarne o influenzarne l'esercizio. In particolare, il Co.re.com. Calabria si distingue per non registrare arretrato nella trattazione delle istanze di conciliazione e per una spiccata sensibilità sulla vigilanza a tutela dei minori. Allo scopo di migliorare tale funzione, è stato stipulato un protocollo d'intesa con l'Ufficio scolastico regionale per la Calabria e la Polizia postale e delle comunicazioni, che consentirà di intensificare i controlli per la tutela dei minori anche avvalendosi delle strutture dell'Ufficio scolastico e della Polizia, in aggiunta allo svolgimento delle funzioni di monitoraggio delle trasmissioni televisive messe in onda nella fascia oraria protetta, ivi compresa la pubblicità.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.5. *Co.re.com. Calabria – Controversie operatore-utente*

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 4637 | Istanze pervenute | 404 |
| Istanze inammissibili | 27 | Istanze inammissibili | 28 |
| Udienze svolte | 4610 | Istanze accolte dall'operatore | 312 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 1884 | Rigetto dell'istanza | 15 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 49 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 1569 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 1157 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 206 | Istanze pervenute | 7 |
| Provvedimenti decisori | 6 | Provvedimenti temporanei adottati | 0 |

Fonte: Co.re.com. Calabria

Comitato per le comunicazioni della regione Campania

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 1 luglio 2002, n. 9, e successive modificazioni |
| Presidente | Lino Zaccaria |
| Deleghe I fase | Delibera n. 617/09/CONS Stipula 10 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Nell'anno 2010, il Co.re.com. Campania ha sperimentato l'esercizio delle funzioni delegate per le materie della vigilanza sulla tutela dei minori, l'esercizio del diritto di rettifica, la vigilanza sulla pubblicazione e diffusione dei sondaggi, e lo svolgimento del tentativo obbligatorio di conciliazione nelle controversie tra gestori dei servizi di comunicazione elettronica e utenti. Tale attività è stata svolta con successo e senza soluzione di continuità, nonostante il Comitato sia decaduto a seguito di decreto del Presiden-

te del Consiglio regionale il 4 ottobre 2010. Un coordinatore amministrativo ha garantito l'espletamento dell'ordinaria amministrazione sino all'insediamento del nuovo Comitato. Nella materia della tutela dei minori, è stato ratificato un protocollo di intesa con il Garante dell'infanzia e l'adolescenza della Regione Campania ed è stato finanziato il progetto "Non ci giriamo intorno: giù le mani dai bambini".

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione la cui rilevante quantità ha indotto il Co.re.com. ad acquistare un programma informatico di gestione analogo a quello in uso presso altri Co.re.com.

Tabella 4.6. Co.re.com. Campania – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 4512 | Istanze pervenute | 522 |
| Istanze inammissibili | 614 | Istanze inammissibili | 51 |
| Udienze svolte | 3465 | Istanze accolte dall'operatore | 200 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 1628 | Rigetto dell'istanza | 107 |
| Udienze con parziale esito positivo | 3 | Provvedimenti temporanei adottati | 164 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 954 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 880 | | |

Fonte: Co.re.com. Campania

Comitato per le comunicazioni della regione Emilia Romagna

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 30 gennaio 2001, n.1 e successive modificazioni |
| Presidente | Gianluca Gardini |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 5 febbraio 2004 Decorrenza 1° marzo 2004 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 333/09/CONS Stipula 10 luglio 2009 Decorrenza 1° ottobre 2009 |

Il Co.re.com. Emilia-Romagna ha iniziato la sperimentazione dell'attività delegata di II fase già a partire dal 1° ottobre 2009, svolgendo nel primo anno, in maniera regolare e puntuale le funzioni di gestione del ROC e di trattazione delle 325 istanze di definizione di controversie tra utente e operatore di comunicazione, che rappresentano quasi il 10% del numero delle istanze di conciliazione. Inoltre, sono state eseguite tre sessioni di monitoraggio, che hanno coperto la quasi totalità delle emittenti locali, nelle diverse macroaree sottoposte alla vigilanza in materia audiovisiva. Alla sperimentazione delle deleghe di II fase, si è affiancata l'ordinaria gestione delle attività già svolte dal Co.re.com. Emilia Romagna. In particolare, nella materia della vigilanza sulla tutela dei minori nel sistema radiotelevisivo locale, il Comitato si è orientato principalmente all'elaborazione iniziative di educazione ai *media* rivolte alle scuole, con finalità di studio, vigilanza e migliore attuazione delle disposizioni normative poste a tutela dei minori all'interno del sistema radiotelevisivo locale. Il progetto "Ciak: CORECOM! – Collaborazione con i centri di aggregazione giovanili", promosso dal Co.re.com. in

collaborazione con il Servizio progetto giovani della Giunta regionale, con l'obiettivo di incentivare nei giovani la fruizione critica e responsabile dei *media*, primi fra tutti i c.d. "nuovi *media*", rappresenta un esempio di realizzazione concreta dell'orientamento scelto dal Comitato per la realizzazione dell'attività delegata in parola.

È stata altresì completata nel 2010 la ricerca, iniziata nel 2008, "La *media education* nella scuola dell'obbligo", realizzata con il supporto del Dipartimento di scienze dell'educazione dell'Università di Bologna, avente a oggetto gli atteggiamenti e le pratiche degli insegnanti sulla *media education* nella scuola dell'obbligo.

Relativamente allo svolgimento della funzione conciliativa, in data 1° marzo 2010 è stato sottoscritto un accordo di collaborazione fra il Co.re.com. Emilia Romagna e l'Amministrazione comunale di Cesena, per attivare il servizio di videoconferenza al fine di agevolare i cittadini della Romagna, distanti dal capoluogo. L'accordo, della durata di 62 settimane ha dato buoni risultati, facilitando l'accesso dei cittadini al servizio offerto sul territorio.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, il cui esito positivo sfiora il 65%, e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.7. Co.re.com. Emilia Romagna – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|---|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 3409 | Istanze pervenute | 617 |
| Istanze inammissibili | 53 | Istanze inammissibili | 8 |
| Udienze svolte | 3131 | Istanze accolte dall'operatore | 514 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 2440 | Rigetto dell'istanza | 40 |
| Udienze con parziale esito positivo | 32 | Provvedimenti temporanei adottati | 55 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 429 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 230 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 325 | Istanze pervenute | 26 |
| Provvedimenti decisori | 9 | Provvedimenti temporanei adottati | 22 |

Fonte: Co.re.com. Emilia Romagna

Comitato per le comunicazioni della regione Friuli Venezia Giulia

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 10 aprile 2001, n.1 |
| Presidente | Paolo Francia |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 29 gennaio 2004 Decorrenza 1° febbraio 04 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 333/09/CONS Stipula 10 luglio 2009 Decorrenza 1° ottobre 2009 |

Nel 2010, all'attività relativa a favorire il passaggio al digitale terrestre sul territorio, il Co.re.com. Friuli Venezia Giulia ha dato prova di un forte impegno nell'attuazione delle nuove deleghe attribuite dall'Autorità.

Relativamente all'organizzazione, il Co.re.com. ha fatto convergere diversi obiettivi in un unico progetto chiamato DECO - Dematerializzazione e cambiamento organizzativo, puntando quindi sull'avviamento e sull'introduzione delle nuove tecnologie in alcune sue funzioni proprie e delegate, realizzando anche dei cambiamenti logistici, organizzativi e di comportamento, che l'inserimento di tecnologie digitali nell'operatività quotidiana necessariamente comportano. Oltre all'introduzione della PEC (Posta Elettronica Certificata), la realizzazione di tale progetto ha coinvolto la funzione conciliativa con il "Concilia Clic", che permette alle parti (l'utente e il gestore) di comunicare *on line* tra loro e con l'ente, creando così una comunicazione triangolare dalla propria postazione, senza recarsi nell'ufficio di riferimento, e la "video-conciliazione", che è un'attività ormai consolidata con la sede di Pordenone, mentre solo saltuariamente si ricorre a tale modalità con l'URP di Tolmezzo. Anche la sperimentazione della funzione delegata di gestione del ROC ha beneficiato delle innovazioni tecnologiche adottate dal Co.re.com..

In merito alla delega relativa alla tutela dei minori, il Co.re.com. Friuli Venezia Giulia ha realizzato una serie di iniziative con il Tutore dei minori tra le quali di rilievo "Non ci giriamo intorno: giù le mani dai bambini", con lo scopo di sollecitare il Parlamento Europeo non solo ad incrementare il numero delle figure istituzionali a tutela dei fanciulli nelle varie regioni europee, ma soprattutto ad intervenire per un inasprimento delle pene relative a tutti i reati che implicano violenza verso i minori, e "Netiquette: regole e galateo del web", consistente in una serie di incontri durante i quali è stato distribuito ai ragazzi un questionario sull'uso di Internet, con particolare riferimento ai *social network*, finalizzato alla realizzazione di una ricerca sul tema.

Relativamente all'esercizio delle ulteriori funzioni delegate, il Co.re.com. Friuli Venezia Giulia, ha eseguito in maniera esatta e puntuale l'attività delegata di gestione del ROC, ha trattato 157 istanze di definizione di controversie tra operatori e utenti, e ha svolto tre sessioni di monitoraggio finalizzate alla vigilanza nei tre quadrimestri dell'anno, che hanno coinvolto sei emittenti locali, dopo aver svolto un attento lavoro di preparazione delle emittenti al monitoraggio, istruendole sulla normativa, e promuovendone il rispetto, al fine di non incorrere nelle sanzioni disposte dalla legge.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.8. Co.re.com. Friuli Venezia Giulia – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 1223 | Istanze pervenute | 198 |
| Istanze inammissibili | 16 | Istanze inammissibili | 3 |
| Udienze svolte | 901 | Istanze accolte dall'operatore | 158 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 945 | Rigetto dell'istanza | 7 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 30 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 245 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 42 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 159 | Istanze pervenute | 8 |
| Provvedimenti decisori | 7 | Provvedimenti temporanei adottati | 3 |

Fonte: Co.re.com. Friuli Venezia Giulia

Comitato per le comunicazioni della regione Lazio

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 3 agosto 2001, n. 19 |
| Presidente | Francesco Soro |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 18 dicembre 2003 Decorrenza 1° gennaio 04 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 668/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Il Co.re.com. Lazio ha utilizzato il primo anno di sperimentazione delle nuove funzioni delegate per mettere a regime l'organizzazione amministrativa, ottimizzando e adattando caratteristiche tecniche e capacità operative alle nuove funzioni delegate, e ha implementato il sito istituzionale al fine di fornire alla cittadinanza un supporto adeguato e di facile consultazione. Sono state svolte le attività riguardanti la gestione del ROC e delle controversie tra utenti e operatori di comunicazione, realizzate tre sessioni di monitoraggio, su un totale di trenta emittenti locali, finalizzate alla vigilanza in materia di trasmissioni audiovisive in ambito locale.

Nell'ambito delle attività riconducibili alle funzioni proprie, si segnala la realizzazione da parte del Co.re.com. Lazio di uno studio, in collaborazione con l'Università di Roma La Sapienza, finalizzato all'analisi dello scenario competitivo delle tv locali e allo sviluppo di modelli di *business* orientati a favorire l'evoluzione del sistema televisivo nell'ambito del digitale.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie, con i quali il Lazio si conferma la Regione con il maggior carico nella penisola.

Tabella 4.9. Co.re.com. Lazio – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|-------|-----------------------------------|------|
| Istanze pervenute | 7778 | Istanze pervenute | 1207 |
| Istanze inammissibili | 42 | Istanze inammissibili | 23 |
| Udienze svolte | 11074 | Istanze accolte dall'operatore | 561 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 6986 | Rigetto dell'istanza | 38 |
| Udienze con parziale esito positivo | 60 | Provvedimenti temporanei adottati | 585 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 2853 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 1175 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 944 | Istanze pervenute | 0 |
| Provvedimenti decisori | 53 | Provvedimenti temporanei adottati | 0 |

Fonte: Co.re.com. Lazio

Comitato per le comunicazioni della regione Liguria

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 24 gennaio 2001, n.5 |
| Presidente | Pasqualino Serafini |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 19 febbraio 2004 Decorrenza 1° marzo 2004 |

Nell'anno di riferimento, il Co.re.com. Liguria si è distinto per una serie di iniziative proprie che hanno affiancato l'ordinario svolgimento delle funzioni delegate. In particolare, nell'ambito della attività a tutela dei minori, il Comitato regionale per le comunicazioni ha dato vita al progetto "Minori e multimedialità", per analizzare il rapporto che giovani e adolescenti intrattengono con internet, telefonia, videogiochi e così via, contribuendo alla ricerca di interventi che possano contribuire a migliorarne e qualificarne il rapporto. Nell'ambito di tale progetto è stata avviata una prima ricerca su "Internet e minori". Nello stesso ambito, è stato realizzato uno spot dal titolo "Una famiglia come tante", finalizzato a sensibilizzare, genitori ed educatori, sui pericoli della navigazione in internet; le emittenti locali hanno accolto la proposta di diffonderlo gratuitamente, garantendo più di 3.500 passaggi dello spot nei mesi di maggio e giugno 2010, di cui quasi 2.000 nell'orario dalle 20.00 alle 23.00, e dimostrando come il Co.re.com. abbia costruito un rapporto virtuoso con gli operatori presenti sul territorio.

Nel corso del 2010 il Co.re.com Liguria, sebbene non ancora delegato alle funzioni di II fase, si è impegnato ad effettuare attività di monitoraggio a sostegno dell'attività di vigilanza e controllo dell'Autorità, realizzando due sessioni, della durata di 7 giorni ciascuna, sul 25% delle emittenti presenti sul territorio.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, che ha registrato un decremento rispetto all'anno precedente nel numero delle istanze e un incremento nella percentuale di esiti positivi.

Tabella 4.10. Co.re.com. Liguria – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 1347 | Istanze pervenute | 275 |
| Istanze inammissibili | 0 | Istanze inammissibili | 16 |
| Udienze svolte | 1018 | Istanze accolte dall'operatore | 175 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 577 | Rigetto dell'istanza | 29 |
| Udienze con parziale esito positivo | 12 | Provvedimenti temporanei adottati | 55 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 371 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 167 | | |

Fonte: Co.re.com. Liguria

Comitato per le comunicazioni della regione Lombardia

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 28 ottobre 2003 n. 20 |
| Presidente | Fabio Minoli |
| Deleghe I fase | Delibera n. 95/05/CONS Stipula 3 marzo 2005 Decorrenza 1° maggio 2005 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Il 2010 è stato l'ultimo anno di attività del Comitato guidato dal Presidente Maria Luisa Sangiorgio, che ha aderito al processo di conferimento delle deleghe di II fase, sperimentando l'esercizio delle ulteriori attività delegate dall'Autorità.

Relativamente all'esercizio delle ulteriori funzioni delegate, il Co.re.com. Lombardia ha eseguito in maniera esatta e puntuale l'attività delegata di gestione del ROC, ha trattato 265 istanze di definizione di controversie tra operatori e utenti e ha svolto tre sessioni di monitoraggio finalizzate alla vigilanza nel terzo quadrimestre dell'anno, che hanno coinvolto circa il 20% delle emittenti locali. Tali attività si sono aggiunte a quelle già svolte in via ordinaria.

Nella materia della vigilanza sulla tutela dei minori, è proseguito il progetto sulla *media education* in Lombardia, nato dalla collaborazione tra il Co.re.com. e l'Ufficio scolastico regionale con il supporto scientifico di IReR (Istituto Regionale di Ricerca della Lombardia) e Università Cattolica, e coordinato con analoghe iniziative dei Co.re.com. Emilia-Romagna e Puglia. È stato prodotto il primo rapporto qualitativo e quantitativo sulla *media education* nella scuola primaria e secondaria di primo grado della Lombardia attraverso una ricerca promossa presso un importante campione – 620 scuole tra primarie e secondarie – e sviluppata con questionari di approfondimento distribuiti a ben 12.398 insegnanti e 170 dirigenti scolastici.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, che ha registrato un lieve decremento rispetto all'anno precedente nel numero delle istanze e un lieve incremento nella percentuale di esiti positivi mentre è stato pesantemente abbattuto il numero delle mancate comparizioni di circa il 50%, e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.11. Co.re.com. Lombardia – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 4581 | Istanze pervenute | 827 |
| Istanze inammissibili | 230 | Istanze inammissibili | 48 |
| Udienze svolte | 4228 | Istanze accolte dall'operatore | 769 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 3770 | Rigetto dell'istanza | 36 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 30 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 510 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 662 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 265 | Istanze pervenute | 10 |
| Provvedimenti decisori | 5 | Provvedimenti temporanei adottati | 1 |

Fonte: Co.re.com. Lombardia

Comitato per le comunicazioni della regione Marche

| | |
|------------------|--|
| Legge istitutiva | Legge regionale 27 marzo 2001, n. 8 |
| Presidente | Marco Moruzzi |
| Deleghe I fase | Delibera n. 18/04/CONS Stipula 28 luglio 2004 Decorrenza 1° settembre 2004 |

L'anno 2010 ha costituito per il Co.re.com. Marche occasione di consolidamento dell'organizzazione e degli strumenti potenziati negli anni precedenti quali la comunicazione istituzionale attraverso il sito internet, che diffonde, tra l'altro, la testata giornalistica multimediale "Co.re.com. *media news*", nata con l'obiettivo di migliorare la comunicazione del Comitato e fare sinergia con il sito web e le iniziative svolte nel territorio, e il sistema di monitoraggio con cui effettua a campione attività di osservazione sui contenuti trasmessi dalle emittenti radiotelevisive locali.

Nell'ambito delle politiche di tutela per i minori nei rapporti con i *mass-media*, il Co.re.com. ha realizzato diversi progetti senza trascurare l'attività di segnalazione delle violazioni del codice media e minori e la prosecuzione della campagna contro la pedopornografia *online*, attuata in collaborazione con la Polizia delle comunicazioni e l'Ufficio scolastico regionale, mediante incontri informativi rivolti agli insegnanti, ai genitori e, più direttamente, ai bambini. In continuità con l'attività svolta nel precedente anno, è proseguito il progetto "Produrre televisione in classe", in collaborazione con RAI3, finalizzato alla realizzazione, da parte degli alunni delle scuole medie inferiori coinvolte, di veri e propri TG organizzati in classe sotto la supervisione di personale qualificato, allo scopo di favorire una reale comprensione delle notizie ed una lettura critica delle stesse.

Per quanto concerne la delega relativa al tentativo obbligatorio di conciliazione tra operatori ed utenti, nel corso dell'anno 2010 si è stabilizzato il numero delle istanze pervenute con una percentuale di esiti positivi pari al 78%, come sinteticamente riportato nella tabella che segue.

Tabella 4.12. Co.re.com. Marche – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|----|
| Istanze pervenute | 1548 | Istanze pervenute | 86 |
| Istanze inammissibili | 542 | Istanze inammissibili | 5 |
| Udienze svolte | 1006 | Istanze accolte dall'operatore | 66 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 640 | Rigetto dell'istanza | 0 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 15 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 173 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 193 | | |

Fonte: Co.re.com. Marche

Comitato per le comunicazioni della regione Molise

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 26 agosto 2002, n. 18 |
| Presidente | Federico Liberatore |
| Deleghe I fase | Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Il Co.re.com. Molise, con quello campano, a partire da gennaio 2010, primo anno di sperimentazione delle deleghe di I fase, ha contribuito al completamento del sistema decentrato sul territorio peninsulare.

Relativamente alle deleghe relative a sondaggi, rettifica e alla tutela dei minori, il Co.re.com. Molise si è dotato di organizzazione e strumentazione idonea per poter adempiere in maniera efficiente e fattiva al loro esercizio, sebbene nel primo anno di sperimentazione non sia stata posta in essere alcuna attività.

La funzione delegata di conciliazione, anche se ancora poco nota sul territorio, ha avuto un impatto con l'utenza regionale estremamente positivo, anche in ragione della sua gratuità, e si è concretizzata in un numero di istanze superiore alle aspettative.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.13. Co.re.com. Molise – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|-----|-----------------------------------|----|
| Istanze pervenute | 145 | Istanze pervenute | 16 |
| Istanze inammissibili | 6 | Istanze inammissibili | 0 |
| Udienze svolte | 161 | Istanze accolte dall'operatore | 0 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 90 | Rigetto dell'istanza | 7 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 9 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 48 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 0 | | |

Fonte: Co.re.com. Molise

Comitato per le comunicazioni della regione Piemonte

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 7 gennaio 2001, n. 1 |
| Presidente | f.f. Roberto Rosso |
| Deleghe I fase | Delibera n. 18/04/CONS Stipula 16 giugno 2004 Decorrenza 1° luglio 2004 |

Nell'anno 2010, il Co.re.com. Piemonte aveva assunto la decisione di aderire al processo di conferimento delle deleghe di II fase, ed avviato il relativo procedimento che ha subito un rallentamento a causa di ritardi negli adempimenti regionali. Ha, pertanto, continuato a svolgere le funzioni delegate di I fase, ormai a regime, affiancandole al ruolo, consolidato, di istituzione che media gli interessi dei cittadini e con la finalità di esaltare le peculiarità del territorio. In particolare, nell'ambito del progetto "La buona TV in Piemonte", finalizzato a stimolare le emittenti a una programmazione di qualità e di interesse per la popolazione, il Comitato ha elaborato nel 2007 il codice qualità la buona TV in Piemonte, punto di partenza di un progetto triennale al quale hanno aderito, su 25 emittenti operanti in Piemonte, 18 nel 2008, 20 nel 2009, 21 nel 2010. L'edizione 2010 di questa ricerca ha permesso di tracciare un bilancio positivo sui tre anni di programmazione televisiva esaminata con un aumento, nel passaggio dal 2008 al 2009, della programmazione non pubblicitaria e un conseguente, significativo, arricchimento dei palinsesti secondo i criteri del suddetto codice in termini di notizie dei telegiornali e di programmi aderenti ai punti tematici di questo: attenzione alla dignità umana, ai diritti dei bambini, alla solidarietà sociale, alla famiglia, alla parità e alle pari

opportunità, alla tutela dell'ambiente e degli animali, alla promozione della cultura, all'informazione sui servizi pubblici locali e sulle discipline sportive minori. Nel 2010, a questo miglioramento dei palinsesti ha fatto seguito un miglioramento della qualità dei singoli programmi.

In ragione dei progetti realizzati e per le sue funzioni d'interlocutore privilegiato con le emittenti locali, al fine di un miglioramento della produzione televisiva e valorizzando il "locale" anche delle produzioni laboratoriali delle scuole in rete, il Co.re.com. è partner del progetto Logos-Didattica della Comunicazione Didattica del Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, finalizzato, attraverso i percorsi di ricerca-azione didattica sui linguaggi non verbali e multimediali sperimentati dalle scuole in rete, al rinnovamento della didattica delle discipline curriculari in tutte le scuole italiane.

Con specifico riferimento alla delega in materia di tutela dei minori, il Co.re.com. ha ricevuto e trattato 82 segnalazioni di presunte violazioni della normativa da parte delle emittenti televisive locali.

Sul fronte dell'informazione e dell'assistenza agli utenti in materia di rapporti con gli operatori di comunicazione elettronica, il Co.re.com. gestisce efficacemente un servizio di *front office* che, nel 2010, ha evaso circa 1.900 contatti telefonici, ai quali vanno aggiunte le 355 risposte ai quesiti pervenuti mediante posta elettronica istituzionale. Nel medesimo ambito è stato predisposto dagli uffici amministrativi e diffuso capillarmente il pieghevole informativo "Il tentativo di conciliazione nelle telecomunicazioni".

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.14. Co.re.com. Piemonte – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 3960 | Istanze pervenute | 822 |
| Istanze inammissibili | 64 | Istanze inammissibili | 0 |
| Udienze svolte | 4023 | Istanze accolte dall'operatore | 752 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 3840 | Rigetto dell'istanza | 0 |
| Udienze con parziale esito positivo | 4 | Provvedimenti temporanei adottati | 70 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 568 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 567 | | |

Fonte: Co.re.com. Piemonte

Comitato per le comunicazioni della regione Puglia

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 28 febbraio 2000, n.3 |
| Presidente | Giuseppe Giacobazzo |
| Deleghe I fase | Delibera n. 615/06/CONS Stipula 21 novembre 2006 Decorrenza 1° gennaio 2007 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 333/09/CONS Stipula 10 luglio 2009 Decorrenza 1° ottobre 2009 |

Nel 2010, il Co.re.com. Puglia si è dotato di un nuovo portale, sul quale sono stati pubblicati tutti gli atti e gli eventi che il comitato programma e la struttura organizza, che ha consentito ai cittadini un approccio più semplice e migliore alle attività del Co.re.com.. Relativamente all'organizzazione, è stato adottato un regolamento per il ricevimento del pubblico, rafforzando il *front office* e regolando ingressi e sportello per il pubblico; inoltre, è stato creato un *call center* e un nuovo *software* per la registrazione e l'elaborazione di tutte le informazioni raccolte, nell'esercizio dell'attività conciliativa, dal ricevimento delle istanze, alla gestione delle istruttorie fino alla conclusione del procedimento. Nel 2010 si sono gettate le basi per gestire le migliaia di pratiche pervenute al Co.re.com., direttamente *on line*, così come si è predisposto il sistema di *conference call*.

Nel primo anno di sperimentazione delle deleghe di II fase, il Co.re.com. Puglia ha svolto in maniera regolare e puntuale le funzioni delegate di II fase relative alla gestione del ROC e alla trattazione delle 254 istanze di definizione di controversie tra utente e operatore di comunicazione, che rappresentano poco più del 5% del numero delle istanze di conciliazione. Inoltre, sono state eseguite tre sessioni di monitoraggio, che hanno coperto un campione rilevante delle emittenti locali, nelle diverse macroaree sottoposte alla vigilanza in materia audiovisiva. Alla sperimentazione delle deleghe di II fase, si è affiancata l'ordinaria gestione delle attività già svolte dal Co.re.com. Puglia.

Nella materia della vigilanza sulla tutela dei minori nel sistema radiotelevisivo locale, si è concluso il progetto realizzato in collaborazione con le regioni Emilia Romagna e Lombardia sulle buone pratiche di *media education* nelle scuole dell'obbligo per verificare il livello di attenzione dei dirigenti scolastici e degli insegnanti della scuola dell'obbligo verso i *media* e se gli stessi li considerano come fattori di opportunità per l'educazione dei più piccoli.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, che ha fatto registrare un aumento notevole dei verbali positivi attestatisi intorno all'80%, e una riduzione del 50% degli esiti negativi per mancato accordo, e alle definizioni.

Tabella 4.15. Co.re.com. Puglia – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 4481 | Istanze pervenute | 605 |
| Istanze inammissibili | 100 | Istanze inammissibili | 0 |
| Udienze svolte | 3810 | Istanze accolte dall'operatore | 0 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 2203 | Rigetto dell'istanza | 0 |
| Udienze con parziale esito positivo | 1 | Provvedimenti temporanei adottati | 170 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 885 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 721 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 254 | Istanze pervenute | 0 |
| Provvedimenti decisori | 9 | Provvedimenti temporanei adottati | 0 |

Fonte: Co.re.com. Puglia

Comitato per le comunicazioni della regione Sardegna

| | |
|------------------|---------------------------------------|
| Legge istitutiva | Legge regionale 28 luglio 2008, n. 11 |
| Presidente | Antonio Ghiani |
| Deleghe | no deleghe |

Nel gennaio 2011, il Consiglio regionale ha provveduto alla nomina del Comitato regionale per le comunicazioni per la regione autonoma della Sardegna, costituendo l'unico Comitato mancante sul territorio nazionale e compiendo il primo passo per rendere la Sardegna partecipe del sistema decentrato delle comunicazioni.

L'attuale auspicio è che il percorso di decentramento funzionale, già sperimentato con successo nelle altre Regioni italiane, sia sostenuto in maniera concreta dalle istituzioni regionali, attraverso anche l'assegnazione di idonee risorse umane e finanziarie.

Comitato per le comunicazioni della regione Sicilia

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 26 marzo 2002, n.2, art. 101, modificato dall'articolo 23 della legge regionale 8 febbraio 2007, n. 2 |
| Presidente | Ciro Di Vuolo |
| Deleghe | No deleghe |

Nel 2010, il Comitato siciliano è stato rinnovato nella presidenza con la nomina di Ciro di Vuolo, ma non è stato ancora dotato di struttura idonea ad esercitare le funzioni delegate e, pertanto, non ha provveduto ad avviare il procedimento di acquisizione delle stesse sebbene ne abbia manifestato l'interesse.

Comitato per le comunicazioni della regione Toscana

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 25 giugno 2002 |
| Presidente | Marino Livolsi |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 28 gennaio 2004 Decorrenza 1° febbraio 2004 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Il 2010, è stato caratterizzato per il Co.re.com. Toscana dalla gestione, per il primo anno sperimentale, delle tre nuove funzioni delegate dall'Autorità, di gestione del ROC e trattazione delle 404 istanze di definizione, pari al 10% circa delle istanze di conciliazione, che hanno comportato un potenziamento della struttura di supporto. Inoltre, sono state svolte tre sessioni di monitoraggio su un totale di ventiquattro, corrispondenti al 57% delle tv locali presenti in Toscana, finalizzate alla vigilanza sul rispetto della normativa in materia di audiovisivo, ivi inclusa quella relativa al rispetto della normativa a tutela dei minori.

Le iniziative di ricerca e analisi del Comitato in materia di comunicazione, anche connesse all'attività delegata di vigilanza sul rispetto del pluralismo politico istituzionale e socio culturale, hanno rappresentato una sperimentazione avanzata di analisi qualitativa sull'emesso.

Per quanto concerne la delega relativa al tentativo obbligatorio di conciliazione, il Co.re.com. ha attivato una campagna di informazione e comunicazione sulle conciliazioni.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, stabilizzati nel numero e in crescita rispetto all'esito positivo che ha superato l'80%, e alle definizioni.

Tabella 4.16. Co.re.com. Toscana – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 4033 | Istanze pervenute | 736 |
| Istanze inammissibili | 117 | Istanze inammissibili | 72 |
| Udienze svolte | 3294 | Istanze accolte dall'operatore | 399 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 2871 | Rigetto dell'istanza | 81 |
| Udienze con parziale esito positivo | 21 | Provvedimenti temporanei adottati | 183 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 587 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 464 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 404 | Istanze pervenute | 23 |
| Provvedimenti decisori | 10 | Provvedimenti temporanei adottati | 3 |

Fonte: Co.re.com. Toscana

Comitato per le comunicazioni della provincia autonoma di Trento

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge provinciale 16 dicembre 2005 n. 19 |
| Presidente | Enrico Paissan |
| Deleghe I fase | Delibera n. 695/06/CONS Stipula 16 marzo 2007 Decorrenza 1° aprile 2007 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

La Provincia di Trento vanta, oltre all'efficiente gestione del passaggio alla tecnologia digitale terrestre, il primato in Italia per diffusione della banda larga. Tale caratteristica del territorio favorisce le attività di consulenza e autorevolezza del Comitato a livello nazionale, laddove si sta realizzando sul territorio della Provincia una rete di accesso di nuova generazione ad opera di Telecom Italia.

Nel 2010, il Comitato provinciale per le comunicazioni di Trento ha avviato le attività relative alle funzioni delegate di II fase. Le nuove attività hanno assorbito le risorse della struttura che ha svolto in maniera esatta e puntuale le funzioni relative alla definizione delle controversie, senza trascurare l'attività conciliativa ormai gestita a regime, e alla gestione del Registro degli operatori di comunicazione. Diversamente l'esercizio della materia delegata della vigilanza ha subito dei ritardi, a causa dell'impegno del Comitato in due competizioni elettorali susseguitesesi nel 2010, con la conseguenza di posporre l'esito dell'analisi dei palinsesti monitorati all'anno 2011.

Nell'ambito della funzione delegata della definizione delle controversie, è emerso che le istanze di definizione si configurano come tentativi di conciliazione falliti a causa della mancata comparizione in udienza dell'operatore di comunicazioni; da qui l'impegno del Comitato di non svilire la natura della conciliazione riducendola a mero adempimento obbligatorio e di fatto duplicarne il contenuto in sede di definizione.

Per quanto riguarda la materia della tutela dei minori, il Comitato partecipa ad un tavolo di lavoro istituzionale avviato dalla Provincia autonoma di Trento in collaborazione con *Save the children* e con numerosi altri organismi pubblici e privati allo scopo di coinvolgere i soggetti del territorio che a vario titolo si occupano o intendono occuparsi del tema e metterli in rete per avviare la progettazione di iniziative da realizzarsi sul territorio della Provincia. In particolare, si intende promuovere l'utilizzo sicuro e responsabile dei nuovi *media* tra i minori. Tra i lavori ripartiti nell'ambito di tale tavolo il Co.pro.com. è responsabile del coordinamento del gruppo di lavoro "Comunicazione e sensibilizzazione", nell'ambito del quale saranno pubblicati e diffusi opuscoli informativi e si sta studiando l'ipotesi di una collaborazione con le emittenti locali finalizzata alla diffusione di programmi realizzati dai giovani.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alle definizioni.

Tabella 4.17. Comitato provinciale per le comunicazioni di Trento – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|-----|-----------------------------------|----|
| Istanze pervenute | 376 | Istanze pervenute | 81 |
| Istanze inammissibili | 5 | Istanze inammissibili | 0 |
| Udienze svolte | 326 | Istanze accolte dall'operatore | 35 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 270 | Rigetto dell'istanza | 18 |
| Udienze con parziale esito positivo | 3 | Provvedimenti temporanei adottati | 28 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 35 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 48 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 42 | Istanze pervenute | 3 |
| Provvedimenti decisori | 4 | Provvedimenti temporanei adottati | 1 |

Fonte: Comitato Provinciale per le comunicazioni di Trento

Comitato per le comunicazioni della regione Umbria

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 11 gennaio 2000, n.3 |
| Presidente | Mario Capanna |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 5 febbraio 2004 Decorrenza 1° marzo 2004 |
| Deleghe II fase | Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010 |

Nel primo anno di sperimentazione delle deleghe di II fase, il Co.re.com. Umbria ha consolidato la propria esperienza, ormai eccellenza, nell'esecuzione dei monitoraggi e conseguente analisi dei palinsesti televisivi diffusi a livello locale, senza trascurare di svolgere in maniera regolare e puntuale le funzioni delegate di gestione del ROC e di trattazione delle 124 istanze di definizione di controversie tra utente e operatore di comunicazione, che rappresentano poco più del 8% del numero delle istanze di conciliazione. In particolare, gli esiti dell'attività di vigilanza hanno dimostrato come l'attività svolta negli anni precedenti abbia praticamente annullato le violazioni da parte delle emittenti risultate totalmente rispettose della normativa.

Anche nel 2010, come negli anni precedenti, il Co.re.com. Umbria ha organizzato il concorso-festival "COMUNICARE in UMBRIA", riservato alla produzione radiotelevisiva regionale, avente l'obiettivo di valorizzare ed incentivare la creatività e la produzione radiotelevisiva e telematica della Regione.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione, che hanno registrato un aumento pari a quasi il 20%, e alle definizioni.

Tabella 4.18. Co.re.com. Umbria – Controversie operatore-utente

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 1440 | Istanze pervenute | 336 |
| Istanze inammissibili | 33 | Istanze inammissibili | 8 |
| Udienze svolte | 1803 | Istanze accolte dall'operatore | 124 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 1067 | Rigetto dell'istanza | 26 |
| Udienze con parziale esito positivo | 4 | Provvedimenti temporanei adottati | 137 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 263 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 191 | | |
| DEFINIZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
| Istanze pervenute | 124 | Istanze pervenute | 3 |
| Provvedimenti decisori | 28 | Provvedimenti temporanei adottati | 3 |

Fonte: Co.re.com. Umbria

Comitato per le comunicazioni della regione Valle D'Aosta

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 4 settembre 2001, n. 26 |
| Presidente | Corrado Bellora |
| Deleghe I fase | Delibera n. 402/03/CONS Stipula 17 dicembre 2003 Decorrenza 1° gennaio 2004 |

Nel corso del 2010, l'attività del Comitato è proseguita nella gestione ordinaria delle deleghe di I fase.

In relazione all'attività espletata relativa alla materia della tutela dei minori, anche quest'anno si sono svolti *stages* di formazione presso la sede del Co.re.com. in materia di comunicazione e *mass media*. Inoltre, il Comitato ha stipulato, con convenzione siglata il 14 gennaio 2010, un accordo di cooperazione con l'Università della Valle d'Aosta - facoltà di Scienze della Formazione, avente ad oggetto un corso che si propone di

sviluppare negli studenti la capacità di saper riconoscere e maneggiare con competenza il processo di comunicazione e trasmissione dei valori alla base di ogni cultura.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.19. *Co.re.com. Valle d'Aosta – Controversie operatore-utente*

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|-----|-----------------------------------|----|
| Istanze pervenute | 282 | Istanze pervenute | 43 |
| Istanze inammissibili | 0 | Istanze inammissibili | 0 |
| Udienze svolte | 171 | Istanze accolte dall'operatore | 26 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 161 | Rigetto dell'istanza | 0 |
| Udienze con parziale esito positivo | 0 | Provvedimenti temporanei adottati | 17 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 45 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 57 | | |

Fonte: *Co.re.com. Valle d'Aosta*

Comitato per le comunicazioni della regione Veneto

| | |
|------------------|---|
| Legge istitutiva | Legge regionale 10 agosto 2001 |
| Presidente | Alberto Cartia |
| Deleghe I fase | Delibera n. 18/04/CONS Stipula 23 dicembre 2004 Decorrenza 1° febbraio 2005 |

Il 2010 è stato l'ultimo anno di Presidenza di Roberto Pellegrini che ha passato il testimone ad Alberto Cartia a dicembre. Il rinnovo del Comitato ha ritardato la conclusione del procedimento istruttorio per l'acquisizione delle deleghe, pure avviato nell'anno in esame, ma rallentato da una serie di difficoltà poste dalle istituzioni regionali.

In preparazione all'acquisizione delle ulteriori funzioni delegate il Co.re.com. aveva provveduto a predisporre la riorganizzazione delle risorse e della struttura, anche acquisendo un sistema per il monitoraggio. In particolare, il Comitato svolge già una serie di attività che si possono considerare assimilabili per sostanza ed esperienza a quelle che saranno oggetto di delega da parte dell'Autorità. Tra queste si annoverano funzioni di garanzia dell'utenza nel sistema radiotelevisivo locale, che hanno portato il Co.re.com. a realizzare iniziative di ricerca, convegni e seminari, nonché studi affidati a società specializzate nell'analisi dei palinsesti in materia di pluralismo, garanzie dell'utenza e "sport e media".

In materia di tutela dei minori sono state effettuate numerose istruttorie su denunce e segnalazioni concernenti la violazione del divieto di trasmissione di programmi che presentano scene pornografiche, al fine di garantire il rispetto dei diritti fondamentali della persona.

Continua a regime l'attività svolta in materia di tentativi obbligatori di conciliazione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazione, relativamente alla quale nella tabella che segue si riportano i dati relativi all'attività svolta nell'anno 2010.

Tabella 4.20. *Co.re.com. Veneto – Controversie operatore-utente*

| CONCILIAZIONI | | PROVVEDIMENTI TEMPORANEI | |
|--|------|-----------------------------------|-----|
| Istanze pervenute | 2174 | Istanze pervenute | 506 |
| Istanze inammissibili | 10 | Istanze inammissibili | 156 |
| Udienze svolte | 1325 | Istanze accolte dall'operatore | 311 |
| Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza) | 1347 | Rigetto dell'istanza | 0 |
| Udienze con parziale esito positivo | 1 | Provvedimenti temporanei adottati | 40 |
| Udienze con esito negativo per mancato accordo | 302 | | |
| Mancata comparizione di una o entrambe le parti | 55 | | |

Fonte: *Co.re.com. Veneto*

■ 4.2.2. Il Consiglio nazionale degli utenti

Nella periodo di rinnovo del Consiglio nazionale degli utenti, istituito presso l'Autorità dall'art 1, comma 28, della legge 31 luglio 1997, n. 249/97, è emersa la necessità di apportare modifiche al regolamento, sui criteri per la designazione, l'organizzazione ed il funzionamento di questo importante organismo, alla luce delle modifiche normative e delle pronunce giurisdizionali intervenute in materia.

L'Autorità ha ritenuto, peraltro, opportuno procedere ad una preventiva consultazione pubblica al fine di acquisire, sulle proposte di modifica, commenti, elementi di informazione e suggerimenti da parte di tutti gli interessati.

La consultazione pubblica, svoltasi nella primavera 2010, ha visto la partecipazione e il contributo di numerose associazioni che hanno condiviso e apprezzato il disegno inteso ad armonizzare le norme in materia di designazione dei componenti il Consiglio nazionale degli utenti.

Il Consiglio dell'Autorità ha adottato, con delibera n. 399/10/CONS del 22 luglio 2010, le modifiche ed integrazioni al regolamento tenendo conto degli esiti della consultazione e del contributo delle associazioni.

Ai sensi del regolamento attualmente vigente, le associazioni rappresentative dell'utenza e qualificate nella tutela dei minori, nonché le associazioni rappresentative in campo familiare ed educativo o impegnate nella protezione delle persone con disabilità, hanno dichiarato la loro intenzione di designare uno degli esperti del Consiglio nazionale degli utenti.

Le associazioni interessate hanno inoltre provveduto ad autocertificare la propria rappresentatività, la non incompatibilità propria e quella dei legali rappresentanti sulla base dei criteri di cui al regolamento stesso.

L'Autorità ha provveduto a richiedere alle associazioni ogni integrazione formale ritenuta fondamentale per quanto riguarda le dichiarazioni e le autocertificazioni previste dal regolamento e a verificare le iscrizioni nei registri nazionali istituiti ai sensi

della legge 7 dicembre 2000, n. 383 "Disciplina delle associazioni di promozione sociale" e del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, "Codice del consumo".

In generale si è mantenuto con le associazioni partecipanti un capillare rapporto informale inteso a chiarire la portata della normativa e a consentire l'integrazione ed il perfezionamento delle dichiarazioni in modo da evitare per quanto possibile esclusioni d'ufficio.

Decorsi i termini della pubblicazione dell'elenco delle associazioni sulla *Gazzetta Ufficiale*, ogni singola associazione ha indicato il nominativo di un esperto corredato di un *curriculum* e di una dichiarazione di non incompatibilità ai sensi del regolamento.

Gli esperti, in base all'art. 1, comma 28, della legge n. 249 del 1997 e al regolamento, devono avere particolari qualifiche in campo giuridico, sociologico, psicologico, pedagogico, educativo e massmediale e devono essersi distinti nell'affermazione dei diritti e della dignità della persona o delle particolari esigenze di tutela dei minori.

■ 4.2.3. **Gli organi di governance degli Impegni di Telecom Italia**

L'Autorità, con la delibera n. 718/08/CONS, ha accettato e reso obbligatori a partire dal 1° gennaio 2009 gli Impegni presentati da Telecom Italia e relativi, principalmente, al funzionamento della rete di accesso in postazione fissa della società medesima. Gli Impegni, articolati operativamente su 15 punti, sono volti *inter alia* a fornire ulteriori garanzie in materia di parità di trattamento tra la divisione *retail* di Telecom Italia e gli operatori alternativi che utilizzano i servizi *wholesale* di Telecom Italia, nonché a migliorare i processi operativi, con riferimento alle attivazioni di nuovi clienti finali e alle migrazioni inter-operatore.

In particolare, a partire dal 1° gennaio 2009, Telecom Italia ha avviato il processo di esecuzione delle Impegni finalizzati a: i) rafforzare le garanzie di parità di trattamento interna-esterna (gruppi di Impegni da 1 a 6); ii) incentivare ulteriormente lo sviluppo delle reti di accesso di nuova generazione (gruppi di Impegni n. 6 e n. 9); iii) porre in essere nuovi strumenti volti a rafforzare la tutela dei consumatori finali (gruppi di Impegni da n. 11 a n. 14); iv) istituire l'Organo di vigilanza ed aderire al Comitato NGN Italia e ad OTA Italia, secondo quanto previsto nei gruppi di Impegni nn. 7, 9 e 10; v) a integrare la propria contabilità regolatoria e definire i *transfer charge* relativi ai servizi di accesso SPM (gruppo di Impegni n. 8).

Nell'ambito dell'approvazione degli Impegni, l'Autorità ha: a) costituito un apposito gruppo di lavoro interdipartimentale al fine di esaminare, con cadenza periodica, l'implementazione degli Impegni, sulla base delle proprie prerogative regolamentari, di vigilanza e sanzionatorie; b) istituito un organismo incaricato di risolvere le controversie di carattere tecnico-operativo relative alla fornitura di servizi di accesso alla rete, denominato OTA Italia; c) costituito il Comitato NGN Italia, aperto a tutti gli operatori del mercato delle telecomunicazioni, incaricato di individuare, affrontare e sottoporre all'Autorità questioni attinenti gli aspetti tecnici, organizzativi ed economici connessi al passaggio alle reti di nuova generazione.

Il Gruppo di monitoraggio degli Impegni

Nel corso dell'ultimo anno, il Gruppo di monitoraggio degli Impegni (GMI) ha espletato una puntuale attività di monitoraggio sull'attuazione degli Impegni, presentati da Telecom Italia e resi vincolanti con la delibera n. 718/08/CONS, al fine di ridurre o eliminare eventuali criticità implementative. In particolare, si segnalano le azioni concernenti: i) il passaggio al nuovo processo di *delivery* (gruppo n. 1); ii) la valutazione della parità di trattamento nei processi di *delivery* e di *assurance* (gruppi nn. 3 e 4); iii) la trasparenza dei Piani di qualità e di sviluppo della rete (gruppi nn. 5 e 6).

Nell'ambito dell'interazione con Telecom Italia e con gli operatori interconnessi, sono state periodicamente formulate puntuali linee di indirizzo, volte a favorire la pianificazione degli obiettivi comuni di miglioramento delle *performance* del sistema, nonché un'effettiva ed efficace implementazione di numerosi aspetti operativi.

Peraltro, nella seconda metà del 2010 si sono resi necessari ulteriori approfondimenti – sempre in relazione ai gruppi di impegni nn. 1, 3, 4, 5, 6 – su alcuni aspetti implementativi relativi al processo di transizione al nuovo processo di *delivery*, al consolidamento del sistema di monitoraggio della parità di trattamento, alla trasparenza dei Piani tecnici su qualità e sviluppo della rete.

Infine, per quanto riguarda il gruppo di Impegni n. 8, il tema dell'integrazione della contabilità regolatoria di Telecom Italia e della definizione dei *transfer charge* relativi ai servizi di accesso SPM è stato oggetto di uno specifico procedimento, i cui esiti sono stati sottoposti a consultazione pubblica con la delibera n. 2/11/CONS.

Il Comitato NGN Italia

Con la delibera n. 64/09/CONS del 13 febbraio 2009, l'Autorità ha istituito il Comitato NGN Italia, costituito da un gruppo di lavoro multilaterale con funzioni consultive aperto alla partecipazione degli operatori.

L'art. 73 della delibera 731/09/CONS, relativa alle analisi dei mercati della rete di accesso, ha affidato al Comitato NGN Italia il compito di predisporre, entro sei mesi dalla pubblicazione del provvedimento finale, una proposta di "Linee Guida per la disciplina della transizione verso le reti NGN", con particolare riferimento alle procedure di migrazione dal rame alla fibra ottica, alle modalità di *unbundling* degli accessi in fibra, alla disciplina delle condizioni di offerta dei servizi *bitstream* su fibra ed alle condizioni di condivisione delle infrastrutture, ivi comprese le installazioni all'interno dei condomini.

Il Comitato ha consegnato al Consiglio dell'Autorità, nel mese di ottobre 2010, la documentazione contenente la proposta non vincolante di Linee Guida per la transizione verso le reti di accesso di nuova generazione.

Sottoponendo agli operatori una serie di questionari tecnico-economici volti ad acquisire proposte per la disciplina della transizione verso le reti di accesso di nuova generazione, il Comitato ha affrontato le problematiche legate ai tempi e alle modalità di migrazione degli utenti, degli operatori interconnessi e dei servizi su rete di accesso in fibra ottica. In particolare, tra i temi relativi alla migrazione figurano i tempi e le modalità di transizione rame-fibra, nonché di possibile dismissione delle centrali; la migrazione dei servizi (modalità, standard di riferimento ed interventi legislativi); le caratteristiche del servizio (es. velocità *up-down*); la migrazione dei

profili di utente. Per quanto attiene alle eventuali modalità di *unbundling*, sono stati identificati all'interno della rete di accesso, valutandone i relativi svantaggi e benefici, i possibili punti di consegna dai quali gli operatori potranno acquisire linee in fibra ottica.

In merito alla condivisione delle infrastrutture, le attività si sono concentrate su tre macrotemi relativi alla creazione e alla gestione di un *database* delle infrastrutture di posa; all'accessibilità degli spazi disponibili nelle infrastrutture di posa esistenti; alle condizioni e ai termini per la condivisione degli investimenti finalizzati alla realizzazione di reti ottiche di accesso. Con riferimento ai servizi *bitstream* su fibra ottica, il Comitato ha valutato gli aspetti tecnici ed economici propedeutici alla predisposizione di un'offerta di riferimento. Tra i principali temi affrontati figurano i livelli di interconnessione, le tipologie di interfaccia, i servizi *bitstream* simmetrici, asimmetrici, *multicast* e *broadcast*, le modalità di *provisioning* e *assurance*, nonché le modalità di determinazione delle condizioni economiche.

La Proposta di Linee Guida è stata elaborata a valle di un confronto serrato tra i vari *stakeholder* – operatori e associazioni. La copiosa documentazione tecnica, prodotta anche tenendo conto di posizionamenti sovente divergenti tra gli attori presenti al tavolo, portatori di interessi diversificati, ha consentito un notevole approfondimento dei temi allo studio. Attraverso la raccolta e l'elaborazione dei contributi forniti dai soggetti partecipanti ai tavoli tecnici del Comitato e valorizzando, per quanto possibile, i punti di convergenza tra gli operatori, la Proposta sottoposta al vaglio dell'Autorità ha cercato di delineare un quadro coerente, ritenuto praticabile e tale da produrre effetti positivi in termini di maggiore concorrenza, di promozione degli investimenti e di tutela dei diritti del consumatore.

Le Linee guida, formulate dal Presidente del Comitato NGN Italia all'esito dei lavori, hanno costituito – assieme ai numerosi ed approfonditi contributi forniti dai diversi operatori – un utile riferimento per l'Autorità nel percorso di revisione ed integrazione del quadro regolamentare per le reti di nuova generazione sottoposto a consultazione pubblica con la delibera n. 1/11/CONS.

OTA Italia

L'attività di OTA, raccordandosi alle notizie già riportate nella scorsa Relazione annuale, è proseguita su una serie di tematiche già individuate nel documento "Temi Aperti" (vedi sito OTA), che continua a rappresentare la base di riferimento di tutto il lavoro sostenuto.

In particolare nel marzo 2010 è stato affrontato, con un'approfondita discussione, il tema del *System Unico* sulla cui problematica, tuttavia, non si è riusciti a convergere per la lontananza delle posizioni di principio di Telecom Italia e degli OLO, ragione per cui alla fine di marzo si è deciso di accantonarla. Per ragioni comprensibili di carattere aziendale, la posizione Telecom si è rilevata particolarmente inflessibile per quanto riguarda il *provisioning*, mentre per l'*assurance* si è potuto, in successivi temi ancora in discussione, riprendere il tema e recuperare alcuni concetti graditi agli OLO.

A partire da maggio 2010 si è introdotta, nelle Riunioni plenarie mensili, la procedura di un documento di *follow-up* delle Linee d'intervento già approvate, sia al fine di controllare la tempistica, sia per esaminare eventuali varianti sulle proposte iniziali alla luce dell'effettiva implementazione delle suddette Linee condivise di intervento. È stata

una decisione importante in quanto volta ad assicurare l'attuabilità e la sicura applicazione degli accordi già approvati.

Nel giugno 2010, dopo alcuni mesi di approfondite discussioni, è stata varata la "Linea di intervento" E1 con l'avvio di una sperimentazione in materia di degrading, problematica assai complessa e molto sentita dagli OLO, che ha messo a punto alcuni fondamentali principi generali (utilizzati anche nell'Offerta di riferimento), stabilendo precise modalità d'azione con riferimento ai servizi di *Bitstream*, estendibili ad altri servizi. L'obiettivo della sperimentazione, che è proseguita fino al dicembre 2010, è stata quella di raccogliere, con una certa precisione, una serie abbastanza ampia di *trouble ticket* (TT), caratterizzati da una sequenza di parametri condivisi, al fine di verificare la possibile esistenza di un "classificatore" in grado di dare informazioni sulla competenza da assegnare ai *trouble ticket* (Telecom Italia od OLO) sulla base dei valori misurabili all'atto del degrado.

La sperimentazione operata in Piemonte è proseguita per vari mesi con difficoltà, risultate superiori del previsto, sia nella raccolta dei dati sul campo sia, vista la complessità e la variabilità dei fenomeni di degrado, nell'individuazione di un metodo statistico che potesse realmente rappresentare un aiuto nell'oggettivazione del relativo fenomeno e che è stato individuato nelle tecniche di *data mining*, dal momento che metodi più semplici si sono rilevati insufficienti a definire tali fenomeni.

Nel settembre 2010 si sono avviate le discussioni su un altro importante tema, rappresentato dagli Interventi a vuoto, già previsto nell'ambito delle disposizioni regolamentari, ma che ha sempre trovato difficoltà applicative e prodotto numerosi contenziosi. Obiettivo di questo lavoro, tuttora in corso, è definire regole sempre più chiare ed efficaci.

Nel mese di ottobre 2010 OTA ha proposto inoltre di avviare un aggiornamento del documento Temi Aperti (V2) con l'aggiunta di nuove proposte e, in taluni casi, una riformulazione più puntuale di alcuni temi presenti nel precedente Documento. Peraltro, nella stesura del documento, si è avuto cura di evitare di porre in discussione temi già all'esame di altri tavoli (Tavoli interoperatori, Tavolo Monitoraggio Impegni/AGCOM, DIR/AGCOM, Organo di Vigilanza con il quale si mantiene un costante rapporto, ecc.). La versione definitiva del nuovo documento Temi Aperti - approvata nel mese di dicembre 2010 ed a cui ormai si riferisce l'attività OTA, cataloga 20 Temi di cui, tuttavia, la metà, pur essendo compatibili con la missione OTA, potrebbero essere automaticamente risolti con l'avvio delle nuove procedure Telecom Italia / OLO o ad esito delle discussioni su altri tavoli. Per tale ragione per alcuni temi si è deciso di sospendere i lavori fino a quando si dimostrerà effettivamente necessario un intervento di OTA Italia.

Per aumentare la produttività e velocizzare i tempi, OTA ha inoltre proposto un aggiornamento sulle metodologie di lavoro, implementato a partire dal mese di febbraio 2011, al fine di consentire una più chiara individuazione e responsabilizzazione delle interfacce che tutti operatori devono delegare per la trattazione in OTA di un determinato argomento. La metodologia consiste nell'individuare per ogni tema un Gruppo di lavoro di esperti e un Responsabile (nominato in condivisione) con cui OTA può avere un rapporto diretto. I Gruppi nominati da tutti gli operatori con delega decisionale ai partecipanti funzionano in parallelo con il coordinamento generale, e l'intervento diretto di OTA è previsto in tutti i casi in cui si renda indispensabile una mediazione. Le modalità di lavoro sono particolarmente informali, al fine di raggiungere risultati concreti in tempi ragionevoli.

Attualmente, nei vari Gruppi, sono in discussione: il tema dei Degradati-Fase operativa che segue ad una Relazione finale sulla sperimentazione, il tema degli Interventi a vuoto, una nuova *release* del tema "Colocazione" con l'introduzione di due nuovi sottotemi di notevole interesse, quali quello della sincronizzazione dati-voce nel *delivery* (materia gestionale di notevole importanza pratica), nonché quello dell'apertura di *trouble ticket* in caso di linea che non ha ancora funzionato ed infine una nuova *release* del tema della Gestione Reclami, dopo l'esperienza accumulata nell'implementazione della procedura e la messa a punto delle metodologie PEC e della condivisione di un documento unificato di scambio per le schede di fatturazione ad evitare malintesi e perdite di tempo nell'individuazione esatta dei reclami.

Per concludere si può dire che la metodologia OTA sta raggiungendo uno stato di regime con un apporto sostanzialmente costruttivo da parte di Telecom Italia e di tutti gli OLO con l'intento di discutere senza prevenzioni ed in termini "tecnici" problematiche in contestazione con l'obiettivo di ricercare una soluzione condivisa.

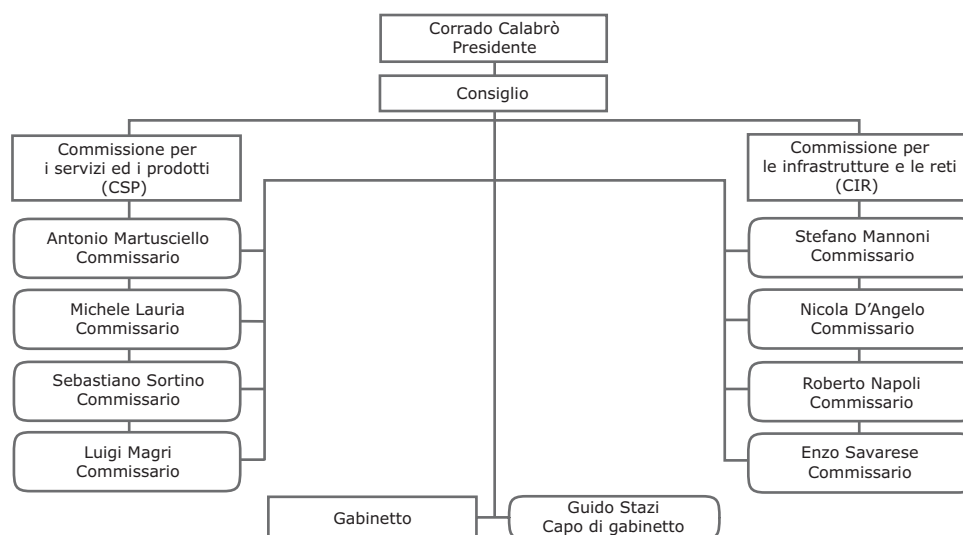
4.3. L'organizzazione dell'Autorità

■ 4.3.1. L'organizzazione e le risorse umane

Gli organi dell'Autorità

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dalla legge n. 249 del 31 luglio 1997, è un'istituzione che si articola, secondo quanto dispone l'art. 1, comma 3 della legge istitutiva, in quattro organi: il Presidente, la Commissione per le infrastrutture e le reti, la Commissione per i servizi e i prodotti, il Consiglio. Sono organi collegiali le Commissioni, costituite dal Presidente dell'Autorità e da quattro commissari, e il Consiglio, costituito dal Presidente e da otto commissari (Figura 4.5).

■ **Figura 4.5.** *Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità*



Fonte: Autorità

La struttura dell'Autorità

In virtù dell'autonomia riconosciuta dal legislatore alle autorità indipendenti, l'Autorità ha adottato propri regolamenti concernenti l'organizzazione e il funzionamento degli uffici; il trattamento giuridico ed economico del personale; i bilanci, i rendiconti e la gestione delle spese, anche in deroga alle disposizioni sulla contabilità generale dello Stato.

Il regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità, oltre a definire il funzionamento degli organi collegiali e del presidente, delinea la strut-

tura dell'Autorità, al vertice della quale è collocato il Segretario generale. Essa è articolata in 5 Direzioni istruttorie e in 3 Servizi, individuati quali unità organizzative di primo livello, a loro volta organizzati in uffici di secondo livello, distribuiti tra la sede di Napoli e la sede di Roma, per complessive 43 posizioni dirigenziali (Figura 4.6). Le competenze in materia di gestione delle risorse umane, di bilancio e contabilità, di affari generali e di attività contrattuali, sono attribuite a tre diversi Servizi, qualificati di primo livello, che fanno capo al Segretariato generale.

Il Segretario generale risponde del complessivo funzionamento delle Direzioni e dei Servizi, tenuto conto delle priorità e degli indirizzi stabiliti dagli organi collegiali. Nell'attività di programmazione, pianificazione e controllo strategico, il Segretario generale può essere coadiuvato da due Vice Segretari generali, nominati dal Consiglio, in chiave di rafforzamento delle attività di coordinamento amministrativo. Nel Segretariato generale sono incardinate le attività di supporto agli organi collegiali, nonché le funzioni relative alle relazioni internazionali e comunitarie, alla comunicazione, e alla pianificazione e gestione dei sistemi informativi.

Il Capo di Gabinetto dell'Autorità opera in sinergia con il Segretario generale a garanzia del buon funzionamento delle attività degli organi collegiali. Al Gabinetto fanno capo le attività relative alle relazioni istituzionali, ai rapporti con le associazioni dei consumatori e con i Comitati regionali delle comunicazioni. Il Gabinetto assicura, infine, il supporto organizzativo al Consiglio nazionale degli utenti, agli organismi preposti al controllo interno e al Comitato etico.

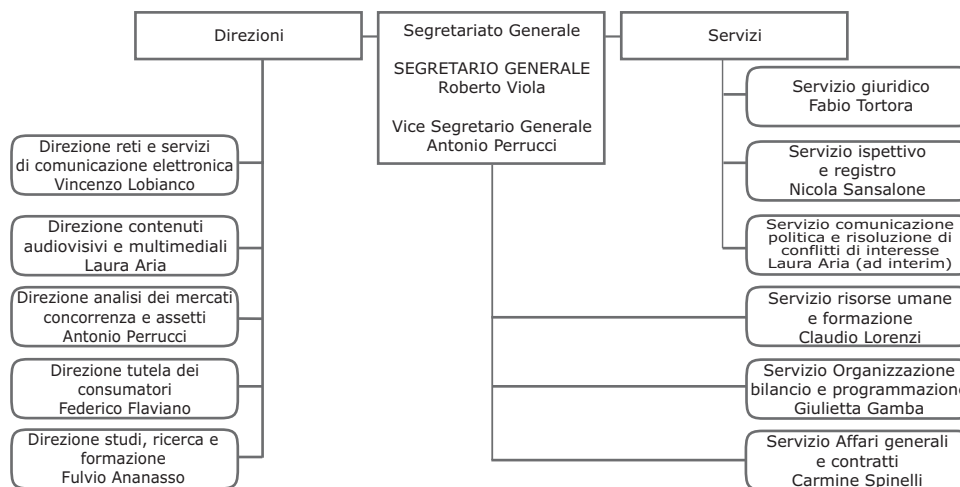
Con l'obiettivo di contenimento dei costi e, al contempo, di razionalizzazione dei processi e di miglioramento della qualità dei servizi e delle prestazioni rivolte all'utenza (cittadini ed imprese), l'Autorità, nel corso dell'ultimo anno, ha implementato e, in alcuni casi esteso, le procedure di tipo telematico, in grado di produrre un impatto positivo nel rapporto tra istituzione e imprese/cittadini. In particolare, ha definito interventi per la gestione informatizzata dei documenti, per l'utilizzo della posta certificata, per l'interoperabilità con le reti delle altre amministrazioni, per l'acquisizione automatica delle dichiarazioni delle imprese (contributo, informativa economica di sistema, etc.) e delle segnalazioni degli utenti.

Sono ormai consolidate le procedure telematiche semplificate di accesso al Registro degli operatori di comunicazione (ROC), che consentono, tra l'altro, significativi risparmi in termini organizzativi e di eliminazione degli sprechi conseguenti al mantenimento di documenti in forma cartacea. Prosegue serrata l'interlocuzione tra l'Autorità e i Co.re.com. per la definizione di procedure innovative idonee a sviluppare modalità integrate di operatività. Mentre, con riguardo al progetto di ristrutturazione complessiva del sito *web* istituzionale, sono in fase di definizione le procedure ad evidenza pubblica per l'affidamento di un incarico *ad hoc*.

Infine, in continuità con le scelte già operate negli anni precedenti in termini di contenimento dei costi di gestione e anche in analogia con quanto già avviato presso altre autorità amministrative indipendenti, l'Autorità ha ritenuto opportuno intervenire sulla questione della riduzione degli sprechi derivanti dalla produzione e dal mantenimento di documentazione in forma cartacea (dematerializzazione). Infatti, sulla scorta della normativa intervenuta con la legge n. 69 del 2009, la quale – al fine di contenere gli oneri connessi alla pubblicazione cartacea degli atti e dei provvedimenti – ha disposto che a partire dal 1° gennaio 2011 "gli obblighi di pubblicazione di atti e provvedimenti amministrativi aventi effetto di pubblicità legale si intendono assolti con la pubblica-

zione nei propri siti informatici da parte delle amministrazioni e degli enti pubblici obbligati”, l'Autorità ha adottato la delibera n. 125/11/CONS. Essa stabilisce che tutti gli atti e i provvedimenti recanti decisioni dell'Autorità siano pubblicati nel sito *web* e solo in presenza di una specifica previsione siano pubblicati anche nella *Gazzetta ufficiale* della Repubblica italiana.

Figura 4.6. La struttura dell'Autorità



Fonte: Autorità

Le risorse umane

In funzione della necessità di dotare la struttura organizzativa di specifiche professionalità con esperienza altamente qualificata nel settore ICT, della progettazione e implementazione di sistemi informatici dell'Autorità, sono stati indetti due bandi di selezione rispettivamente per il reclutamento di due unità di personale a tempo determinato da assumere con mansioni di analista e sviluppatore di sistemi *software* e tre unità di personale da assumere a tempo determinato per la conduzione e manutenzione di sistemi informatici e di supporto tecnico agli utenti.

In considerazione dei progetti istituzionali connessi con le rilevanti novità a livello comunitario ed all'anno di Presidenza del Radio Spectrum Policy Group (RSPG) che hanno richiesto un particolare impegno per gli uffici dell'Autorità preposti ai rapporti internazionali e ritenute di rilevante interesse le attività svolte, è stato indetto con delibera n. 39/10/CONS un bando per lo svolgimento di un praticantato presso l'Autorità per due giovani laureati finalizzato a costituire una valida esperienza per i medesimi ai quali era richiesto il diploma di laurea con votazione non inferiore a 105/110, e aver maturato esperienze di studio rilevanti per le attività internazionali dell'Autorità. Nel corso dello stesso anno 2010, espletata la procedura selettiva, i due giovani laureati vincitori della predetta selezione hanno iniziato il loro periodo di praticantato presso gli uffici di Bruxelles dell'Autorità.

L'organico dell'Autorità

La pianta organica dell'Autorità, definita dalla delibera n. 350/07/CONS, adottata in applicazione dell'art. 1, comma 543, della legge 27 dicembre 2006, n. 296, è determinata per un totale di 419 unità (Tabella 4.21).

Tabella 4.21. Autorità – Pianta organica

| | |
|---------------|------------|
| Dirigenti | 43 |
| Funzionari | 226 |
| Operativi | 115 |
| Esecutivi | 35 |
| Totale | 419 |

Fonte: Autorità

Il personale in servizio al 15 aprile era pari a 354 unità. L'articolazione del personale in servizio, suddiviso nelle diverse qualifiche e tenuto conto delle differenti tipologie di rapporto di lavoro (ruolo, contratto a tempo determinato, comando), nonché delle previsioni contenute nell'art. 1, commi 18 e 19, della legge n. 249/97 e delle successive stabilite all'art. 3, comma 67 della legge n. 350/2003, è riportata nella Tabella 4.22.

Tabella 4.22. Autorità – Personale in servizio

| Qualifica | Ruolo | Contratto a tempo | | Totale |
|---------------|------------|--------------------------------------|-------------|------------|
| | | Comando/ Fuori ruolo da altre amm.ni | determinato | |
| Dirigenti | 27 | 7 | 5 | 39 |
| Funzionari | 130 | 10 | 42 | 182 |
| Operativi | 96 | 3 | 6 | 105 |
| Esecutivi | 26 | 2 | | 28 |
| Totale | 279 | 22 | 53 | 354 |

Fonte: Autorità

Tutela e sicurezza sui luoghi di lavoro

In attuazione della normativa sulla sicurezza sui luoghi di lavoro, di cui al D.Lgs. 81/08 e successive modifiche ed integrazioni, sono state svolte in ciascuna sede di Roma e Napoli tutte le attività concernenti la verifica delle condizioni di salubrità e sicurezza nei luoghi di lavoro, ivi compresi la redazione dei Documenti di valutazioni dei Rischi, i Piani delle Misure di Adeguamento e i Piani delle Misure di Prevenzione.

È proseguito l'aggiornamento dell'attività di sorveglianza sanitaria per tutto il personale esposti ai rischi da videoterminale. Si è realizzato il Piano di Formazione e informazione per tutto il personale, nonché i corsi di formazione specifici per gli addetti al primo soccorso, per gli addetti alla lotta antincendio, organizzando in tal modo la squadra d'emergenza. Sono stati altresì svolti incontri formativi con la dirigenza e con i preposti e si è predisposto il nuovo organigramma del Servizio Prevenzione e Protezione.

L'ultima rilevante attività che è stata avviata, prescritta dalle recenti direttive in materia, è l'indagine per la Valutazione dello Stress Lavoro – correlato e che, secondo i programmi, sarà conclusa entro il 2011.

Organizzazione e benessere

Nelle istituzioni pubbliche il "capitale umano" assume un'importanza fondamentale per il buon funzionamento della organizzazione e quindi il benessere del personale rappresenta un aspetto determinante per lo sviluppo e l'efficacia organizzativa. Studi e ricerche sulle organizzazioni hanno infatti dimostrato che le strutture più efficienti sono quelle con dipendenti soddisfatti e un "clima interno" sereno e partecipativo. Il concetto di benessere organizzativo si riferisce, quindi, al modo in cui le persone vivono la relazione con l'organizzazione in cui lavorano: tanto più una persona sente di appartenere all'organizzazione, perché ne condivide i valori, le pratiche, i linguaggi, tanto più trova motivazione e significato nel suo lavoro. Il contesto organizzativo costituisce allora uno degli elementi su cui deve concentrarsi l'attenzione degli interventi volti alla prevenzione dei rischi psico-sociali del lavoro ai fini della salute organizzativa, definita come "la capacità di un'organizzazione di promuovere e di mantenere il più alto grado di benessere fisico e psicologico dei lavoratori e costruire ambienti di lavoro che contribuiscano a migliorare la qualità della vita dei lavoratori".

Su questi presupposti si è mossa l'Autorità programmando la realizzazione di un percorso teso al miglioramento del benessere organizzativo interno, attraverso anche il confronto con le altre autorità amministrative indipendenti.

Privacy

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003, si è avviato il programma di aggiornamento del Documento Programmatico per la Sicurezza (DPS) e della procedura per la verifica dell'applicazione della normativa stessa da parte dell'Autorità.

■ 4.3.2. Il Comitato etico

Il codice etico previsto dall'art. 1, comma 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, è stato adottato dall'Autorità il 16 giugno 1998, con l'intento di dettare le regole generali di lealtà, imparzialità, diligenza, correttezza personale e le specifiche norme deontologiche e comportamentali alle quali devono attenersi i componenti e i dipendenti dell'Autorità.

Il Comitato etico è stato istituito il 13 aprile 1999 al fine di dotare l'Autorità di un organo collegiale di elevato profilo, di indiscusso livello e di notevole spessore, composto da personalità di notoria indipendenza e autorevolezza morale il cui compito specifico sia quello di valutare la corretta applicazione delle norme del codice e di fornire pareri e indicazioni di principio in materia di etica istituzionale.

Il Comitato è attualmente presieduto dal Presidente emerito della Corte costituzionale, Riccardo Chieppa, ed è composto dal Presidente emerito della Corte Costituzionale, Franco Bile e dal Presidente del Consiglio di stato, Pasquale De Lise.

Nel 2010 il Consiglio ha conferito al Comitato l'incarico a compiere una valutazione delle disposizioni contenute nel codice etico al fine di verificare la loro adeguatezza al contesto di riferimento. In esito all'attenta disamina, il Comitato etico ha sottoposto all'Autorità una proposta di rielaborazione del codice accompagnata da una circostanziata relazione, acquisita dal Consiglio come base per l'adozione del nuovo codice etico allegato alla delibera n. 577/10/CONS dell'11 novembre 2010.

Come precisato nella premessa alla citata delibera, il nuovo codice fornisce "le regole di comportamento alle quali tutto il personale dell'Autorità è tenuto a uniformarsi nello svolgimento della propria attività di servizio che riveste particolari profili di delicatezza in quanto coinvolge interessi economici rilevanti ed incide su fondamentali interessi sociali sottesi al settore delle comunicazioni, nonché nella propria vita sociale, in cui la condotta deve essere ispirata ai canoni di dignità e di decoro in coerenza con la qualità della funzione esercitata" e costituisce "specificazione degli obblighi di imparzialità, indipendenza, riservatezza, diligenza e lealtà che discendono dalle norme costituzionali e qualificano il corretto comportamento dei dipendenti pubblici, i quali sono tenuti ad adempiere le funzioni pubbliche con disciplina ed onore al fine di assicurare il buon andamento e l'imparzialità dell'amministrazione".

■ 4.3.3. Il sistema dei controlli

Il regolamento concernente la gestione amministrativa e contabile dell'Autorità, assegna alla Commissione di garanzia la competenza per le attività di controllo sulla regolarità amministrativa e contabile.

La Commissione di garanzia, in base all'art. 42 del Regolamento concernente la gestione amministrativa e la contabilità dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, svolge infatti una costante attività di vigilanza intesa ad assicurare il rispetto di leggi e regolamenti da parte della struttura amministrativa.

A tal fine effettua il riscontro degli atti di gestione finanziaria e delle procedure contrattuali, nonché periodiche verifiche di cassa e bilancio.

Esprime, inoltre, in una apposita relazione, il proprio parere sullo schema di bilancio di previsione e sul rendiconto annuale.

La Commissione pone particolare attenzione nella verifica intesa ad accertare che le procedure di gestione siano regolari e che quanto esposto nelle scritture contabili concordi con i risultati del rendiconto annuale.

La Commissione svolge le sue funzioni in completa autonomia, seppure in stretta collaborazione con gli uffici dell'Autorità, e riferisce direttamente al Presidente e al Consiglio.

Dopo le modifiche al regolamento per la gestione amministrativa e la contabilità di cui alla delibera n. 637/09/CONS del 12 novembre 2009, i tre membri della Commissione vengono proposti dal Presidente e scelti dal Consiglio tra magistrati del Consiglio di Stato e della Corte dei conti, della giurisdizione superiore ordinaria, tra dirigenti generali dello Stato, anche a riposo, e tra revisori ufficiali dei conti iscritti al relativo albo da almeno dieci anni. La Commissione esercita il suo mandato per cinque anni a decorrere dalla delibera di nomina.

La Commissione attualmente in carica, nominata in data 19 novembre 2009, è presieduta dal dott. Fulvio Balsamo, Presidente onorario della Corte dei conti, ed è composta dal dott. Francesco Caringella, Consigliere di stato, e dal dott. Mario Piovano, revisore ufficiale dei conti.

■ 4.3.4. Il bilancio

Nell'anno 2010 il bilancio dell'Autorità è stato caratterizzato da una diminuzione delle entrate e da uno significativo aumento delle uscite dovuto a due eventi straordinari: i trasferimenti alle altre Autorità effettuati sulla base della legge finanziaria 2010 e gli oneri derivanti dal passaggio dal sistema previdenziale INPS al sistema previdenziale dell'INPDAP in applicazione della legge del 26 febbraio 2010 n. 25.

Le entrate di competenza dell'anno (al netto delle partite di giro) sono risultate pari a circa 66,33 milioni di euro, mentre le spese (sempre al netto delle partite di giro) sono state pari a circa 86,96 milioni di euro, evidenziando un disavanzo di competenza pari a circa 20,63 milioni di euro.

Da un confronto di dette grandezze con quelle corrispondenti relative all'anno 2009 emerge una riduzione delle entrate totali del 5,3% (pari a circa 3,7 milioni di euro) a fronte di un incremento delle uscite totali del 21,7% (pari a circa 15,51 milioni di euro).

Le principali fonti di entrata per l'anno 2010 sono state:

a. Il contributo dello Stato per un importo di euro 651.000,00, così come disposto dalla legge finanziaria 2010 (legge 23 dicembre 2009, n. 191 recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato"). Tale contributo, che nell'anno 2009 ha generato entrate per circa 2,4 milioni di euro, nel 2010 ha subito una riduzione del 73%;

b. Il contributo a carico delle imprese operanti nel settore delle comunicazioni, fissato nella misura dell'1,50 per mille dei ricavi risultanti dall'ultimo bilancio approvato (delibera n. 722/09/CONS del 10 dicembre 2009, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 32 del 9 febbraio 2010). Alla data del 31 dicembre 2010 le entrate relative al suddetto contributo sono risultate pari a circa 63,3 milioni di euro, mentre nell'anno 2009 erano state pari a circa 62,2 milioni di euro. Il confronto tra i valori dell'anno 2010 e quelli dell'anno 2009 ha evidenziato un incremento lievemente superiore ad un milione di euro a fronte di un aumento della percentuale della contribuzione dello 0,05 per mille.

Sempre in tema di contributo a carico degli operatori del settore delle comunicazioni si segnala che, nell'anno 2010, sono state intensificate le attività di verifica delle dichiarazioni presentate dai principali operatori negli anni compresi tra il 2006 ed il 2010, al fine di verificare la correttezza dei versamenti effettuati negli anni indicati con le delibere e le istruzioni annuali sul versamento del contributo.

Al fine di comprendere le dinamiche di bilancio si analizzano le principali voci di spesa:

a. Trasferimenti alle altre Autorità per 6,3 milioni di euro - Sulla base della legge finanziaria 2010 (legge 23 dicembre 2009 n. 191) sono stati effettuati, infatti, trasfe-

rimenti per euro 300.000,00 alla Commissione di garanzia all'attuazione della legge sullo sciopero e per 6 milioni di euro all'Autorità garante della concorrenza e del mercato;

b. Spese di personale - I dipendenti alla data del 31 dicembre 2010 erano pari a 350 unità e ciò ha comportato una spesa per retribuzioni fisse del personale, comprensiva degli oneri fiscali e previdenziali, di 48,4 milioni di euro, pari al 56% delle spese complessive. Al 31 dicembre 2009 i dipendenti erano pari a 342 unità ed il costo corrispondente ammontava a circa 39 milioni di euro pari al 54% delle spese totali. Le spese per il personale mostrano un incremento rispetto all'anno precedente anche in ragione del fatto che, nell'anno 2010, l'Autorità, in applicazione della legge del 26 febbraio 2010 n. 25 (c.d. Milleproroghe), ha effettuato il passaggio dal sistema previdenziale INPS a quello dell'INPDAP con un incremento degli oneri previdenziali;

c. Spese per la verifica della contabilità regolatoria e servizio universale - Tali spese, che rientrano tra gli obblighi relativi a compiti istituzionali dell'Autorità, hanno determinato l'assunzione di impegni a bilancio per circa un milione di euro;

d. Spese per il monitoraggio delle trasmissioni radiofoniche e televisive - Tali spese hanno comportato oneri per circa 1,8 milioni di euro;

e. Spese per le attività delegate ai Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com.) - I contributi ai Co.re.com. hanno determinato la registrazione di impegni per circa 1,9 milioni di euro anche in virtù della sottoscrizione di nuove convenzioni.

La correttezza della gestione amministrativa e contabile dell'Autorità è assicurata, oltre che dai sistemi interni di verifica, dalla Commissione di garanzia, prevista dall'articolo 42 del regolamento per la gestione amministrativa e la contabilità. In particolare, ai sensi del comma 4 del succitato articolo 42, così come modificato ed integrato dalla delibera n. 374/05/CONS del 16 settembre 2005, la suddetta Commissione vigila sull'osservanza della legge e dei regolamenti da parte delle strutture amministrative, effettua il riscontro sugli atti della gestione finanziaria, esprime in un'apposita relazione il 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 ed alla regolarità delle procedure di gestione) e formula pareri su richiesta dell'Autorità.

Acronimi

| | |
|--------------------|--|
| 3G | Terza Generazione |
| ADSL | Asymmetric Digital Subscriber Line |
| ANR | Autorità Nazionali di Regolamentazione |
| ARPU | Average Revenue Per User |
| ATM | Asynchronous Transfer Mode |
| BEREC | Body of European Regulators in Electronic Communications |
| BU-LRIC | Bottom Up Long Run Incremental Cost |
| BWA | Broadband Wireless Access |
| CAPI | Computer Aided Personal Interview |
| CEPT | Conference of European Post and Telecommunication administrations |
| CNCU | Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti |
| CNU | Consiglio Nazionale degli Utenti |
| COCOM | Comitato Comunicazioni |
| Co.re.com. | Comitato regionale per le comunicazioni |
| CPS | Carrier pre-selection |
| DMOL | Digital Multiplex Operators Ltd |
| DSL | Digital Subscriber Line |
| DTT | Digital Terrestrial Television |
| DVB-H | Digital Video Broadcasting – Handheld |
| DVB-T | Digital Video Broadcasting–Terrestrial |
| DGTVi | Associazione per la Televisione Digitale Terrestre |
| DSLAM | Digital Subscriber Line Access Multiplexer |
| ERG | European Regulators Group |
| FCC | Federal Communication Commission |
| FTTB | Fiber-to-the-Building |
| FTTC | Fiber-to-the-Cabinet |
| FTTE | Fiber-to-the-Exchange |
| FTTH | Fiber-to-the-Home |
| FUB | Fondazione Ugo Bordoni |
| GIS | Geographical Information System |
| GSM | Global System for Mobile communications |
| HD | High Definition |
| HHI | Herfindahl-Hirschman Index |
| HSDPA | High Speed Downlink Packet Access |
| HSPA | High Speed Packet Access |
| IEEE | Institute of Electrical and Electronic Engineers |
| IMT | International Mobile Telecommunication |
| IP | Internet Protocol |
| IPC | Indice dei Prezzi al Consumo |
| IPTV | Internet Protocol Television |
| IQG | Indice di Qualità Globale |
| IQP | Indice di Qualità Percepita |

| | |
|--------|---|
| ISBUL | Infrastrutture e Servizi a Banda Larga e Ultralarga |
| ISCTI | Istituto Superiore delle Comunicazioni e delle Tecnologie dell'Informazione |
| ISDN | Integrated Services Digital Network |
| ISP | Internet Service Provider |
| IVP | Indice di Valore Pubblico |
| IVR | Interactive Voice Response |
| LCN | Logical Channel Numbering |
| LTE | Long Term Evolution |
| MEA | Middle East and Africa |
| MMS | Multimedia Messaging Service |
| MNO | Mobile Network Operator |
| MNP | Mobile Number Portability |
| MVNO | Mobile Virtual Network Operator |
| NAP | Neutral Access Point |
| NGAN | Next Generation Access Network |
| NGN | Next Generation Network |
| OLO | Other Licensed Operators |
| PDH | Plesiochronous Digital Hierarchy |
| PoP | Point of Presence |
| QoE | Quality of Experience |
| QoS | Quality of Service |
| PEC | Posta Elettronica Certificata |
| RING | Registro Infrastrutture di Nuova Generazione |
| ROC | Registro degli operatori di comunicazione |
| RSPG | Radio Spectrum Policy Group |
| SDH | Synchronous Digital Hierarchy |
| SFN | Single Frequency Network |
| SIC | Sistema Integrato delle Comunicazioni |
| SLA | Service Level Agreement |
| SMP | Significant Market Power |
| SMS | Short Message Service |
| TCR | Trasferimento Credito Residuo |
| TDT | Televisione Digitale Terrestre |
| UGC | User-Generated Content |
| UHF | Ultra High Frequency |
| UMB | Ultra Mobile Broadband |
| UWB | Ultra Wide Band |
| VHF | Very High Frequency |
| WAP | Wireless Application Protocol |
| WAPECS | Wireless Access Policy for Electronic Communications Services |
| ULL | Unbundling of the Local Loop |
| UMTS | Universal Mobile Telecommunications System |
| VoIP | Voice over Internet Protocol |
| WiMAX | Worldwide interoperability for Microwave Access |
| WLR | Wholesale Line Rental |



Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Centro direzionale, Isola B5 - 80143 Napoli

Ufficio di Roma: Via Isonzo, 21/b - 00198 Roma

www.agcom.it