



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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

**Presentazione del Presidente
Corrado Calabrò**

Roma, 20 luglio 2006



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Presidente

Corrado Calabrò

Componenti

Nicola D'Angelo

Giancarlo Innocenzi Botti

Michele Lauria

Gianluigi Magri

Stefano Mannoni

Roberto Napoli

Enzo Savarese

Sebastiano Sortino

Segretario generale

Roberto Viola

LA STAGIONE ELETTORALE

1. Usciamo da una lunga stagione elettorale -durata ininterrottamente da febbraio a giugno- che ha riguardato le votazioni politiche, amministrative, referendarie.

L'appuntamento elettorale costituisce nel nostro Paese un delicato crocevia, in cui le criticità del sistema dei media vengono a contatto con risolutive verifiche.

E invero, se in generale può dirsi che la qualità dell'informazione determina il livello di una società democratica, in periodo elettorale abbiamo visto che la partita della democrazia si gioca in televisione. Nell'antica Grecia la democrazia si realizzava in piazza, nell'agorà. La televisione è l'agorà del nostro tempo, del nostro villaggio globale; con la peculiarità che i cittadini non possono replicare, controbattere e che, mentre un articolo di giornale può essere smentito il giorno dopo, l'effetto di un'affermazione artatamente suggestiva fatta in TV non viene facilmente cancellato da trasmissioni diverse e successive.

Ecco perché abbiamo imposto la presenza contestuale di esponenti politici di opposto schieramento, o almeno il dibattito con giornalisti di diverso orientamento, e l'osservanza, nell'informazione televisiva, di alcune regole base, che poi sono quelle di un'onesta professione giornalistica: obiettività, equilibrio, contraddittorio.

Gli interventi dell'Autorità sono stati indirizzati a impedire intromissioni pretestuose degli esponenti politici in programmi d'intrattenimento e a garantire l'osservanza di criteri di adeguatezza, imparzialità, obiettività, pluralismo nelle trasmissioni d'informazione e nelle "finestre informative" aperte in programmi di altro tipo.

Il monitoraggio 24 ore su 24 effettuato sulle reti televisive nazionali ha consentito all'Autorità d'intervenire tempestivamente, anche *ad horas*, con oltre cento decisioni: per la prima volta sono state irrogate anche sanzioni pecuniarie.

Significativa è stata l'evoluzione nell'interpretazione e nell'applicazione del sistema normativo da parte dell'Autorità. Sono stati ritenuti applicabili i principi sulla *par condicio* e sulla completezza dell'informazione anche nella fase immediatamente precedente quella elettorale in senso stretto, nonché per tutte le manifestazioni rilevanti della volontà popolare, quali la raccolta di firme per i referendum. Altro importante indirizzo adottato dall'Autorità è stato quello che, nel caso in cui una trasmissione sia impostata in modo del tutto distorto, non è consentito *il ripristino* con altra trasmissione distorta in senso opposto (il che reitererebbe la violazione) e va invece applicata *tout court* la sanzione pecuniaria. L'Autorità ha poi affermato la sua competenza a vigilare sui comportamenti di qualsiasi operatore televisivo, pubblico o privato, e quindi a censurare i comportamenti tenuti dalla RAI in violazione sia degli indirizzi dettati dalla Commissione parlamentare di vigilanza sia del contratto di servizio sia, anche, dei principi sul pluralismo discendenti direttamente dalla legge.

L'operato dell'Autorità ha retto al vaglio della giurisdizione di legittimità del Giudice amministrativo¹ e ha riscosso riconoscimento in sede internazionale².

(1) TAR Lazio, sent. n. 5038/2006; sent. n. 4176/2006.

(2) L'OSCE (l'Organizzazione per la sicurezza e la cooperazione in Europa, particolarmente attenta al funzionamento delle istituzioni democratiche e ai diritti dell'uomo), che ha seguito le trasmissioni televisive italiane dal 13 marzo al 7 aprile, ha dato atto all'Autorità di aver espletato i propri compiti istituzionali con serietà in un panorama informativo inizialmente sbilanciato.

Un'azione di grande efficacia è stata esercitata anche con atti atipici, quali indirizzi, circolari, lettere, nonché con una continua azione di *moral suasion* sui vertici delle emittenti; i quali, in genere, hanno corrisposto correttamente agli inviti e ai chiarimenti loro rivolti, spesso su loro stessa richiesta.

Di grande conforto, in un momento critico, è stato l'apprezzamento da parte del Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi. Do atto all'allora Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei Ministri Gianni Letta della considerazione istituzionale con cui ha riguardato la funzione di quest'Autorità pure nei momenti di più alta tensione.

Strettamente connesso al tema della *par condicio* è quello del conflitto d'interessi.

La competenza dell'Autorità in materia riguarda infatti essenzialmente l'ipotesi del sostegno privilegiato fornito al titolare di cariche di governo da parte di un'impresa del settore a lui riconducibile, in violazione della legge sulla *par condicio*³.

In applicazione di questa disciplina l'Autorità ha emesso due atti di diffida per la ripartizione sperequata dei tempi riservati all'informazione politica, già accertata ad altri effetti, ravvisando in ciò, in *re ipsa*, l'ipotesi di sostegno politico privilegiato.

All'esito di tutto questo intenso lavoro possiamo rilevare che l'impianto normativo a tutela della *par condicio* si è dimostrato uno strumento di democrazia indispensabile, ma migliorabile alla luce dell'evoluzione

(3) La legge n. 215 del 2004 ("Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi") richiama, quale legge-parametro, la n. 28/2000, oltre che le leggi n. 223/1990 e n. 249/1997. L'art. 7 della legge n. 215/2004 prevede tuttavia per l'ipotesi del sostegno privilegiato soltanto l'intimazione di un atto di diffida ed una successiva, apposita comunicazione al Parlamento (ch'è stata fatta nei giorni scorsi). Una vera e propria sanzione è prevista unicamente per l'ipotesi che anche tale diffida sia rimasta inosservata e consiste semplicemente nell'aumento sino ad un terzo della sanzione pecuniaria prevista dalla legge-parametro violata.

della comunicazione televisiva. Le aporie ed imperfezioni, specie nell'apparato sanzionatorio, della normativa sul sostegno privilegiato sono state già segnalate al Parlamento⁴.

LE RETI DI COMUNICAZIONE

2. Nello scenario economico, le industrie dell'informazione e delle comunicazioni hanno un ruolo decisivo nella crescita. Nel mondo, l'industria dei servizi di telecomunicazione l'anno scorso ha avuto un incremento del 4,7%, superando i 900 miliardi di euro: si tratta di un dato di assoluto rilievo.

Per l'economia nazionale il 2005 è stato un altro anno di stagnazione, con un ritmo di crescita annuale dello 0,6%; nettamente inferiore a quello degli altri Paesi europei. Il nostro modello di specializzazione produttiva risulta arretrato e impedisce di sfruttare la ripresa del commercio internazionale. Anche la ricerca stenta, tanto che l'Italia è classificata agli ultimi posti tra i Paesi dell'OCSE.

In controtendenza, anche nel 2005 l'industria italiana dei servizi di telecomunicazione ha continuato a svolgere il proprio ruolo propulsivo, con una crescita in valore del 4,3% rispetto all'anno precedente e con un mercato ch'è arrivato a superare i 36 miliardi di euro.

I vari settori delle telecomunicazioni hanno concorso diversamente a questo risultato positivo. La telefonia mobile, che da due anni ha sorpassato la telefonia fissa, si conferma primo mercato per fatturato⁵.

(4) La relazione relativa al semestre 1° gennaio 2005-30 giugno 2005 è stata trasmessa il 15 luglio 2005.

(5) Ammontante a 19,6 miliardi di euro, con una crescita del 7,8%.

Sostanzialmente stabile è rimasto il mercato dei servizi di rete fissa⁶. All'interno di questo settore, tuttavia, un risultato davvero positivo viene registrato dai servizi Internet⁷, che mettono a segno un incremento di quasi il 20%.

Sul versante dei prezzi continua il processo virtuoso. Nel 2005 i prezzi dei servizi di telefonia sono diminuiti dello 0,6%, a fronte di un aumento dell'inflazione dell'1,9%.

Complessivamente, nel periodo dal 1998 al 2005, i prezzi finali dei servizi di telefonia sono diminuiti del 15%, a fronte di un aumento medio dell'indice generale dei prezzi al consumo del 17%, e di una crescita del 15% dei prezzi del complesso dei servizi di pubblica utilità.

La regolamentazione delle telecomunicazioni ha pertanto dato, e continua a dare, con la costante riduzione dei prezzi finali, un contributo al contenimento dell'inflazione: caso unico sia tra i settori sottoposti a regolamentazione sia tra quelli in concorrenza.

3. Nel comparto delle telecomunicazioni (ormai interagente con quello audiovisivo), l'Italia viene indicata in sede europea come un Paese d'eccellenza nella promozione di servizi a innovativo contenuto tecnologico.

La Commissione europea, nel suo ultimo Rapporto sullo stato delle comunicazioni elettroniche in Europa, sottolinea il ruolo *leader* dell'Italia nella telefonia mobile e nell'*unbundling*, ed evidenzia l'importanza delle misure pro-competitive adottate dall'Autorità che hanno, tra l'al-

(6) Con un incremento dello +0,4% ed un valore di 16,5 miliardi di euro, per effetto di una flessione dei ricavi da telefonia vocale, -3,9%, solo parzialmente compensata dal lieve incremento dei servizi di trasmissione dati (+1,4%).

(7) Il totale di questo mercato è di 3,3 miliardi di euro.

tro, consentito la riduzione dei prezzi di terminazione mobile e uno sviluppo della banda larga superiore a quello della media degli altri Paesi europei.

Siamo al primo posto in Europa per diffusione dei servizi di telefonia mobile di terza generazione (UMTS), con 10 milioni di linee attivate. L'Italia è il primo Paese nel lancio commerciale della televisione in mobilità con tecnologia DVB-H; siamo nelle prime posizioni per la televisione su computer (IPTV). Gli utilizzatori di internet, in Italia, hanno superato i 28 milioni.

Nella diffusione della banda larga eravamo agli ultimi posti. Ai nostri giorni l'Italia, pur partendo da posizioni di retroguardia, sta crescendo con un tasso di incremento (187% in due anni), significativamente superiore a quello dell'Europa a quindici: oggi il numero di linee si è attestato complessivamente sui 7 milioni, facendo dell'Italia il quarto Paese europeo.

A fronte del lusinghiero risultato di mercato l'Italia stenta ancora ad appropriarsi, con un grande disegno di politica industriale, di tanta innovazione. Servono politiche di localizzazione ed incentivi agli investimenti per garantire che il nostro Paese non sia solo un grande mercato di telecomunicazioni ma anche una realtà capace d'integrare tutta la filiera produttiva: tecnologia, prodotti, servizi.

Nel Documento di programmazione economico finanziaria presentato dal Governo in Parlamento si afferma che la diffusione a livello di massa delle nuove tecnologie digitali è un fattore indispensabile per la modernizzazione del Paese, e che a questo fine saranno adottate misure volte a promuovere lo sviluppo delle connessioni in banda larga e a contrastare il *digital divide*.

È un'enunciazione che condividiamo *toto corde*. La diffusione dell'ADSL raggiunge l'80% della popolazione, ma con gravi squilibri territoriali. I prezzi di accesso, per effetto degli interventi dell'Autorità, sono scesi mediamente in sei mesi del 50%; ma possono diminuire ancora.

La banda larga non è un servizio complementare, una tecnologia fra le tante: è uno dei principali vettori di progresso di un Paese, un motore che promuove lo sviluppo dell'intero sistema produttivo nazionale. Nel contempo la larga banda costituisce una straordinaria opportunità a beneficio dei cittadini. Una recente ricerca ha evidenziato che il 70% dei nostri studenti utilizza internet per l'apprendimento.

L'Autorità utilizzerà tutti gli strumenti a sua disposizione per lo sviluppo concorrenziale di questo mercato.

In questo contesto è inaccettabile il ritardo nella diffusione della tecnologia radio di accesso a banda larga denominata *Wi-Max*, dipendente essenzialmente dal continuo differimento nella messa a disposizione della relativa banda di frequenza da parte dell'attuale detentore.

Auspichiamo che il Governo, assecondando l'impegno del Ministro Gentiloni, sblocchi finalmente questa situazione, consentendo l'assegnazione delle frequenze per il *Wi-Max*.

Più in generale, in linea con l'orientamento comunitario, è necessario un ripensamento profondo della politica di ripartizione dello spettro fra gli utilizzatori nel senso di prevedere una vera liberalizzazione dell'uso delle frequenze radio; il che tra l'altro comporterebbe un apprezzabile introito per lo Stato.

4. In un solo anno, l'Autorità, partendo praticamente da zero, ha completato il nuovo assetto regolamentare del settore delle reti e dei servizi di comunicazione attraverso l'analisi dei 18 mercati rilevanti secondo il vigente quadro comunitario. Ciò colloca l'Italia a livello dei Paesi più virtuosi, assieme al Regno Unito e all'Olanda.

In esito a tale esame risulta confermata la posizione dominante di Telecom Italia nei mercati delle reti fisse.

L'Autorità è intervenuta sui mercati all'ingrosso con misure asimmetriche che consentono agli operatori alternativi di competere alla pari con l'*incumbent*, controbilanciandone la notevole forza di mercato. L'Italia è il secondo paese in Europa per linee passate dal controllo dell'operatore storico ai concorrenti, con 1,6 milioni di linee, e con una tariffa di accesso ch'è la più bassa in Europa e ch'è destinata a ridursi ulteriormente nel prossimo anno. L'Autorità ha anche utilizzato la leva delle tariffe asimmetriche di terminazione a favore dei nuovi operatori per promuovere gli investimenti in reti alternative, e favorire quindi un modello di competizione sostenibile (anche se in taluni casi nell'immediato ciò può significare un rallentamento nella discesa dei prezzi finali).

Nei mercati al dettaglio della rete fissa è stato confermato un rigoroso meccanismo (c.d. *price cap*) di controllo dei prezzi dell'accesso, i quali rimangono, per il prossimo triennio, bloccati in termini reali.

A differenza della telefonia fissa, nel campo della telefonia mobile le analisi hanno rilevato l'esistenza di un mercato competitivo a livello *retail*, in cui la concorrenza si esplica sia con una vivace competizione di prezzo, sia con l'offerta di nuovi servizi e prodotti. La portabilità del numero si conferma fondamentale leva concorrenziale; ad aprile di que-

st'anno il totale dei numeri mobili portati ammontava a oltre 8 milioni, il che conferma l'Italia *leader* in Europa.

Nella telefonia mobile l'introduzione di forme di competizione basate sui servizi, ossia l'avvento dei cosiddetti operatori virtuali, può accelerare la discesa dei prezzi finali. È questo un processo che deve essere guidato dal mercato, ma, anche in seguito a quanto indicato dalla Commissione europea sul finire del 2005, l'Autorità sta monitorando lo stato degli accordi raggiunti per verificare se i quattro gestori mobili siano effettivamente intenzionati a porre in essere comportamenti virtuosi e concludenti. Qualora nei prossimi mesi non si dovessero registrare significativi avanzamenti al riguardo, l'Autorità non potrà non prendere in considerazione misure regolamentari, ancorché queste siano una *extrema ratio* in un mercato competitivo come quello mobile.

Se le possibilità di scelta di un gestore mobile ci sono, lo stesso non vale per le chiamate dirette verso le reti mobili. Si sceglie infatti l'interlocutore, non il suo gestore.

All'esito dell'analisi del mercato rilevante ciascun operatore è stato considerato in posizione di monopolio per le chiamate terminate sulla sua rete. Pertanto è stato imposto un sistema triennale di controllo dei prezzi di terminazione che tiene conto però delle differenze fra i vari operatori.

Nel periodo 1° settembre 2005 - 1° luglio 2008, TIM e Vodafone ridurranno progressivamente le tariffe di terminazione sulla propria rete (ossia i costi delle chiamate ai cellulari) del 13% all'anno⁸; Wind del 16% all'anno⁹. La riduzione di ricavi per gli operatori mobili, che

(8) Dagli attuali 12,1 cent/€ a 8,9.

(9) Dagli attuali 14,35 cent/€ a 9,5.

in larga parte andrà a beneficio dei consumatori finali, sarà di circa 1,8 miliardi di euro.

5. Le previsioni per il prossimo biennio indicano un rallentamento del tasso di crescita del mercato delle telecomunicazioni. I ricavi derivanti dai servizi di telefonia mobile, che negli ultimi anni hanno più che compensato la riduzione dei ricavi della telefonia su rete fissa, cominciano a conoscere una decelerazione, imputabile principalmente alle riduzioni dei prezzi ma anche ad una certa saturazione della domanda.

A tale andamento del mercato gli operatori stanno rispondendo con la proposizione di offerte caratterizzate dall'ampliamento della gamma delle prestazioni e da migliori servizi e dall'integrazione sia tra servizi fissi e servizi mobili sia con fornitura anche di contenuti televisivi.

In alcuni Stati si manifesta la tendenza a favorire lo sviluppo degli investimenti attraverso una deregolamentazione delle reti di nuova generazione.

Noi -e non solo noi; le prese di posizione della Commissione europea nella recente comunicazione sulla revisione delle direttive comunitarie sono state esplicite- riteniamo che tale indirizzo sia comunque da coniugare con i principi della concorrenza.

Sul tema dei doveri di trasparenza e non discriminazione nelle attività connesse al ruolo di Telecom Italia nei mercati *wholesale* e *retail*, questa Autorità, prima in Europa, già nel 2002, con la delibera sulla parità di trattamento, ha stabilito regole che sono state di riferimento per altri Paesi.

Tuttavia oggi -alla luce della profonda evoluzione del mercato intervenuta in questi anni in seguito all'innovazione tecnologica, all'avvento delle reti di nuova generazione e all'integrazione fra rete fissa e mobile- riteniamo necessario mettere mano a tale disciplina per adeguarla alla nuova realtà, garantendo la piena e effettiva parità di trattamento tra tutti gli operatori del mercato.

A tal fine, nell'ambito delle attività svolte da Telecom Italia, occorre fare un passo avanti sulla strada della separazione tra servizi regolati e non regolati, agendo sulla funzione di *governance* e di controllo indipendente. L'esperienza internazionale mostra che questo percorso è più efficace quando l'operatore stesso prende impegni vincolanti. Chiedo perciò a Telecom Italia di dare la sua disponibilità in tal senso.

La maggiore trasparenza che ne risulterà varrà sicuramente a togliere asprezza al contenzioso ingeneratosi, *hic et inde*, tra l'operatore dominante e gli operatori alternativi.

6. Tutto ciò tornerà a vantaggio dei consumatori, che sono il nostro riferimento ultimo.

Per effetto delle riduzioni di prezzo nelle tariffe telefoniche disposte in quest'ultimo anno dall'Autorità, i consumatori risparmieranno circa 2 miliardi di euro nel prossimo triennio.

Una specifica attività ispettiva è stata rivolta alla lotta alla piaga dei servizi non richiesti, con la collaborazione degli organi di polizia. Sul piano regolamentare è stata messa a punto una nuova normativa, attualmente sottoposta a consultazione, che rafforza i diritti degli utenti e l'efficacia delle sanzioni agli operatori che pongono in essere condotte spregiudicate.

Sono state introdotte disposizioni limitatrici del blocco dei terminali (il c.d. *sim lock*) ed è stata avviata, in collaborazione con l'Antitrust, un'analisi sui costi della ricarica dei servizi di telefonia mobile, risentiti particolarmente dai giovani.

È stato avviato un procedimento finalizzato a un provvedimento cautelare per ridurre i costi delle chiamate dai cellulari ai servizi informazione abbonati, che appaiono decisamente più alti della media europea.

Stringente è stato l'impegno in sede europea per supportare la Commissione nella messa a punto di una regolamentazione destinata a ridurre i costi delle chiamate fatte in *roaming* internazionale.

La qualità dei collegamenti ad internet sarà finalmente regolata da una carta dei servizi, che viene a completare quelle già adottate nel campo della telefonia e della *pay-tv*¹⁰.

L'Autorità ha trattato più di mille richieste di consumatori. A seguito degli interventi dell'Autorità, le società di telecomunicazioni hanno, nella maggior parte dei casi, adeguato spontaneamente il proprio comportamento, mentre nei rimanenti casi si è resa necessaria l'adozione di appositi provvedimenti.

Per tener dietro a tale incremento d'attività abbiamo istituito presso la sede di Napoli una specifica direzione per la tutela dei consumatori ed un servizio ispettivo che opera in raccordo con i nuclei specializzati della Guardia di finanza e della Polizia delle comunicazioni, ai quali va il nostro più sentito ringraziamento per l'opera che svolgono.

In questo quadro, i Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com.) rivestono un importante ruolo a tutela dei consumatori e

(10) Il potere dell'Autorità di imporre anche agli operatori di tale settore di dotarsi di una carta di servizi è stato confermato dal Consiglio di Stato con la decisione della VI Sez. n. 1769/06.

degli utenti. La nostra è l'unica Autorità ad avere, per loro tramite, una presenza sul territorio in tutto il Paese. A loro va il nostro ringraziamento.

Nel 2005 sono stati trattati dai Co.re.com. circa 10.000 casi di conciliazione tra utenti ed operatori di telecomunicazione, con una percentuale di esito positivo di circa il 60%, col raggiungimento di un accordo tra le parti.

Ricordo infine l'insediamento, nel febbraio scorso, del rinnovato Consiglio Nazionale degli Utenti: l'Autorità ripone grande fiducia nella capacità del CNU di fungere da sensibile cerniera tra le Istituzioni e la società civile.

IL SETTORE AUDIOVISIVO

7. Il 2005 è stato un anno di crescita del settore televisivo a livello mondiale con un valore complessivo di circa 235 miliardi di euro, in aumento del 4,6% rispetto all'anno precedente.

In tale scenario, la pubblicità rappresenta ancora la principale fonte di finanziamento, ma l'incremento maggiore in termini percentuali si è avuto nella televisione a pagamento.

8. L'Italia, che registra una marcata crescita del 7,7% del mercato televisivo, non si sottrae al processo di riconfigurazione del settore dovuto alla progressiva affermazione delle piattaforme multicanale. L'andamento del mercato denota come il peso dei ricavi della raccolta pubblicitaria -pur confermandosi ancora, con una percentuale del 56,7%, la principale risorsa- subendo una flessione (nel 2004 tale percentuale era infatti del 58,9%).

Si consolida il ruolo di terzo operatore televisivo della piattaforma satellitare gestita da Sky Italia, che ha raggiunto i 3,9 milioni di abbonati.

Alle offerte satellitari si affiancano, in concorrenza, quelle a pagamento diffuse sulla nuova piattaforma digitale terrestre. L'incremento degli utenti della televisione digitale terrestre, favorito inizialmente dalla politica dei contributi statali ai *decoder* e dalla disponibilità di contenuti *premium* offerti in modalità a pagamento, colloca l'Italia al secondo posto in Europa. Negli ultimi tempi però, esauriti tali effetti, la crescita ha subito un deciso rallentamento, in mancanza di un'offerta apprezzabile di nuovi programmi in chiaro.

L'assetto competitivo del settore è stato vivacizzato dall'ingresso di alcuni nuovi operatori (ad esempio il gruppo *L'Espresso*; il gestore mobile "3"), nonché dall'affermazione di nuove modalità di fruizione dei contenuti televisivi.

L'assetto duopolistico e concentrato del mercato, in cui gli operatori "storici", RAI e Mediaset, detengono complessivamente l'85% dell'*audience*, è stato oggetto di analisi. L'Autorità ha ravvisato una posizione di dominanza congiunta di RAI e Mediaset nel mercato delle reti analogiche. Siamo ora in attesa delle valutazioni della Commissione europea.

9. In questo quadro, l'Autorità ha messo in sequenza una serie di interventi.

Tre sono le principali iniziative promosse nell'anno decorso.

9 a) Abbiamo proceduto alla determinazione del SIC (Sistema integrato delle comunicazioni), cui, com'è noto, è riferito il tetto del 20% (10% per Telecom Italia) per la raccolta di risorse economiche da parte degli operatori, e da cui si parte per la verifica del divieto di posizioni dominanti nei singoli mercati che lo compongono.

Non è stata un'impresa semplice, stanti l'eterogeneità, la polverizzazione e l'inafferrabilità di alcune componenti del coacervo da investigare.

Il risultato è importante, non tanto per il valore complessivo determinato (22,144 miliardi di euro per il 2005) quanto per l'individuazione delle singole componenti, delle quali si può così apprezzare il peso relativo (in particolare della radiotelevisione e della stampa) e l'afferenza o meno di alcune attività (ad es. la c.d. pubblicità esterna e le iniziative di comunicazione presso il punto vendita) alle finalità di tutela del pluralismo per le quali il SIC è stato voluto dalla legge.

9 b) Come promesso nella relazione dello scorso anno, l'Autorità ha avviato il processo di riforma della rilevazione degli ascolti televisivi (l'*Auditel*). Si mira così a colmare una grave lacuna del sistema, estendendo a tutte le nuove piattaforme (digitale terrestre, satellite e cavo) la rilevazione degli indici di ascolto.

La società di rilevazione dovrà inoltre assicurare la partecipazione alla propria *governance* dei rappresentanti di tutti i mezzi trasmissivi.

L'Autorità vigilerà sull'osservanza dei criteri metodologici definiti in collaborazione con l'ISTAT e sull'applicazione del proprio atto d'indirizzo nei tempi stabiliti.

9 c) La terza operazione riguarda la ricognizione sistematica del patrimonio frequenziale, d'intesa col Ministero delle comunicazioni e col controllo, rispettivamente, delle Polizia postale e delle comunicazioni e degli Ispettorati territoriali del Ministero. Si tratta di un'operazione di chiarificazione a tutto campo sull'attuale, effettiva appartenenza delle frequenze e sul grado e il modo (efficiente o meno) della loro utilizzazione: una verifica fondamentale sia per la disciplina del periodo transitorio sia in ordine alla riassegnazione, al momento dello *switch-off*, delle frequenze ridondanti o male utilizzate, sia per riflessioni di più ampio respiro.

Le frequenze sono una risorsa pubblica scarsa e limitata, della quale va assicurata la più efficiente utilizzazione, nell'interesse generale.

E questo rimane vero pur dopo che, con meritoria azione, il Ministero delle Comunicazioni (supportato tecnicamente dall'Autorità), nella Conferenza di Ginevra dello scorso 16 giugno, è riuscito a ottenere l'assegnazione all'Italia di 3.943 frequenze, ch'è un numero maggiore di quelle che s'intendeva riconoscerci dopo decenni di incomunicabilità con l'ITU (*International Telecommunication Union*), ancorché minore del numero delle frequenze di fatto utilizzate (ma il passaggio alla tecnologia digitale consente una moltiplicazione per sei dell'utilizzabilità di ciascuna frequenza).

10. Il digitale terrestre può offrire le premesse per un maggior pluralismo e per l'apertura del mercato a nuovi soggetti. Le analisi svolte in tale mercato inducono -al momento- ad escludere la sussistenza di posizioni di dominanza nella televisione digitale, anche in virtù della sua dinamicità. Tuttavia, date le caratteristiche del sistema radiotelevisivo italiano, non è esclusa, in prospettiva, l'eventualità che anche nella

nuova tecnologia possa riproporsi la configurazione di mercato duopolistico ravvisata nell'analogico.

Ma quali regole devono valere per una transizione dal sistema analogico a quello digitale che non precostituisca un'occupazione di campo quale si è verificata nell'analogico?

È questa una domanda che postula una risposta non differibile, dopo l'annuncio della messa in mora dell'Italia da parte della Commissione europea per violazione delle direttive comunitarie.

La riflessione non può essere fatta se non a livello politico e quindi in Parlamento, trattandosi di materia riservata al legislatore primario. È in quella sede che va riconsiderato l'assetto concorrenziale del settore nel processo di transizione dall'analogico al digitale in modo da renderlo compatibile con gli obiettivi e i vincoli comunitari¹¹, rivisitando le persistenti indicazioni della Corte Costituzionale.

Allo stato della legislazione vigente l'Autorità, per il rafforzamento del pluralismo e della concorrenza, ha valorizzato¹² l'obbligo di cessione del 40% della capacità trasmissiva a fornitori di contenuti, terzi e indipendenti. È una porta di servizio, ma poco meno ampia del portone principale.

Per evitare accordi di comodo, l'Autorità garantirà il sistema con l'imposizione di criteri trasparenti e di orientamento al costo e con l'applicazione, per la scelta dei fornitori di contenuti, di procedure competitive presidiate dall'Autorità.

Purtroppo, ad oggi, resta marginale la presenza sui canali digitali di fornitori di contenuti indipendenti in grado di attirare l'*audience*.

(11) Art. 117 della Costituzione.

(12) Con delibera n. 163/06/CONS.

Carenza di obblighi di *must carry* o di offerte di contenuti?

Sul primo versante interverremo decisamente, come ho detto.

Sul secondo rivolgiamo un appello a tutte le menti creative – e in particolare al mondo dell’editoria – affinché investano anche nell’audiovisivo e riempiano di contenuti validi le trasmissioni televisive.

In questo quadro, la disponibilità di contenuti attrattivi potrebbe rappresentare un collo di bottiglia per lo sviluppo della competizione. Da qui il recente intervento dell’Autorità, in sede di parere all’Antitrust sull’utilizzazione dei diritti sportivi, inteso a sottolineare i rischi connessi all’acquisizione, da parte di una singola impresa televisiva, di diritti in esclusiva di contenuti *premium* su piattaforme diverse da quelle sulle quali l’acquirente opera.

Sarebbe comunque errato attendere passivamente il momento dello *switch-off* per le iniziative da intraprendere da parte delle emittenti e per le regole da dettare.

Ricordo a me stesso quando si decise che non erano ancora maturi i tempi per introdurre da noi la televisione a colori: l’Italia non è più salita sul treno in corsa di quella tecnologia dal quale era scesa.

Non è controverso che la transizione debba essere completata in modo che sia assicurata l’universalità del servizio, ossia con una copertura del territorio nazionale tale da non privare nessuno della fruizione della televisione.

Tuttavia c’è un periodo intermedio al quale non si può guardare con attendismo, come sta facendo la RAI. Il terreno si guadagna sul campo, non per decreto. Dobbiamo far sì che il periodo di transizione, caratterizzato dalla compresenza delle due tecnologie trasmissive e quindi da un uso

inefficiente delle frequenze, sia il più breve possibile, assicurando il pluralismo. Non si può sostare nel guado; di ciò risentono massimamente le TV locali, che non possono trasmettere in *simulcast*.

È il caso quindi di programmare -realisticamente ma operativamente- uno *switch-off* progressivo, per reti e/o per aree geografiche. La guida di tale processo spetta al Governo.

Uno dei pochi casi in cui è ammessa una politica pubblica di sostegno da parte degli Stati membri è proprio quello in cui le misure, *rispettando la neutralità tecnologica*, sono finalizzate alla riduzione del *digital divide* e all'accelerazione dello *switch-off*¹³.

La competizione avverrà sul piano dei contenuti.

11. L'appello alla qualità evoca, inevitabilmente, il servizio pubblico radiotelevisivo.

Nelle linee guida per il contratto di servizio in corso di definizione da parte di questa Autorità d'intesa col Ministero delle comunicazioni, viene posto risolutamente l'accento su due elementi fondamentali: qualità ed innovazione tecnologica.

(13) Commissione europea, *Berlin-Brandenburg C* (2005) 3903. In tale decisione la Commissione enuncia di considerare con favore:

- il finanziamento per l'installazione di una rete di trasmissione nelle aree che altrimenti non avrebbero una copertura TV sufficiente;
- finanziamenti compensativi ai concessionari di servizio pubblico per il costo di trasmissione attraverso tutte le piattaforme in modo da raggiungere l'intera popolazione, a condizione che questo rientri tra i compiti di servizi pubblico stabiliti dalla legge;
- sussidi ai consumatori per l'acquisto dei decoder digitali purché essi siano tecnologicamente neutrali e specialmente se incoraggiano l'uso di *standard* aperti per l'interattività;
- finanziamenti compensativi alle emittenti alle quali è richiesto di cessare le trasmissioni analogiche prima del termine stabilito dal titolo abilitativo.

La concessionaria del servizio pubblico non può scivolare giù per la china di un'offerta di minore qualità. Altre televisioni -e in particolare la BBC- offrono esempi interessanti di trasmissioni di qualità, sia generaliste che di nicchia; e le nicchie, talora, sono cenacoli.

Purtroppo la RAI versa in angustie. Alla ristrettezza delle risorse provenienti dal canone, non correlato all'andamento economico, fa riscontro l'ibridismo della sua struttura: troppo servizio pubblico per l'appetibilità commerciale; troppo commerciale per una produzione di qualità. Il tutto ingabbiato in un reticolo di norme a metà strada tra il pubblico e il privato (a volte dettate direttamente dalla legge) che ne imbrigliano l'operatività imprenditoriale.

La separazione della contabilità avvenuta sotto la supervisione di questa Autorità è un deciso passo avanti sul piano della trasparenza, finalizzato a una più funzionale riorganizzazione; la quale non può più essere rinviata.

12. La radio rappresenta per molti milioni di cittadini¹⁴ il primo mezzo di comunicazione, certamente quello di più immediata fruizione, e offre una vasta gamma di programmazioni e di servizi, anche culturali.

Il settore radiofonico presenta un preoccupante ritardo nella transizione verso le tecnologie digitali. Le cause sono certamente molteplici, ma il maggiore ostacolo sta nella esiguità delle frequenze destinate ai nuovi servizi radiofonici in tecnica digitale.

L'Autorità, nel rispetto del principio di neutralità tecnologica, favorirà tutte le innovazioni tecniche e i servizi radiofonici multimediali, rivedendo l'attuale regolamentazione.

(14) 37 milioni di ascoltatori nel giorno medio, nel 2005.

13. Sul piano dei diritti e delle tutele, ricordo che in materia di pubblicità televisiva quest’Autorità è intervenuta, in sede di vigilanza, irrogando ripetute sanzioni all’emittenza privata e, sul piano regolatorio, limitando il numero degli *spot* inseribili in una partita di calcio.

Abbiamo ancora negli occhi la visione degli ultimi campionati del mondo: come diceva Federico Fellini, un’emozione non s’interrompe. Così come bisogna aver riguardo per i timpani dei telespettatori evitando il malcostume degli sbalzi di volume negli *spot* pubblicitari; la settimana scorsa siamo intervenuti anche in tal senso.

14. Un settore di particolare delicatezza affidato all’Autorità è quello della tutela dei minori. La recente armonizzazione del quadro normativo di settore ha consentito d’incrementare il numero dei procedimenti avviati e di irrogare sanzioni pecuniarie di maggior entità.

Gli interventi dell’Autorità hanno tratto spunto dalle segnalazioni degli utenti e delle associazioni, nonché del Comitato di applicazione del Codice Tv e minori (che costituisce un importante interfaccia per l’Autorità) ed hanno coinvolto, per le verifiche di competenza, organi qualificati come i Co.re.com., la Polizia delle comunicazioni, la Guardia di finanza.

Ma l’Autorità si è avvalsa anche del proprio apparato di monitoraggio delle emittenti televisive nazionali, affinando il sistema operativo per il delicato e complesso lavoro di registrazione e analisi dei filmati, che ha consentito di avviare le istruttorie anche d’ufficio.

LA STAMPA

15. La necessità della difesa della stampa, che trova una precisa indicazione nella nostra Carta costituzionale, è di tutta attualità.

Il settore della stampa quotidiana e periodica, che ha sempre fatto registrare in Italia un livello di penetrazione inferiore a quello degli altri Paesi europei, rischia di vedere aggravata la sua posizione. Lo sviluppo impetuoso di nuovi mezzi di comunicazione, per effetto della rivoluzione tecnologica in atto, ha creato nuove difficoltà. La proposta di modifica della direttiva “Televisione senza frontiere” – pur apprezzabile sotto l’aspetto dell’innovazione tecnologica – difetta di un’adeguata considerazione dell’esigenza di mantenere quell’equilibrio nella competizione tra i diversi media che, come ci ricordano le risoluzioni del Parlamento europeo, è parte dei principi fondanti dell’Unione.

Sul piano del diritto interno, è cogente l’impegno dell’Autorità di vigilare affinché sia rispettato il divieto di posizioni dominanti nei singoli mercati che compongono il Sistema integrato delle comunicazioni.

Il processo di liberalizzazione della distribuzione della stampa, avviato con il decreto legislativo 270 del 2001, si è fermato a metà, differentemente da quanto sta avvenendo in questi giorni in altri settori. Assistiamo comunque a un profondo rinnovamento del prodotto editoriale sia sotto il profilo della forma – si pensi all’introduzione del colore da parte dei maggiori quotidiani – sia sotto il profilo delle iniziative editoriali (nuove edizioni, nuovi inserti). È proseguita la vendita di prodotti collaterali rispetto ai giornali (libri e audiovisivi), che ha assicurato un consistente apporto ai ricavi. Da ricordare, infine, il suc-

cesso della *free press*, che è stata utilizzata come strumento per intaccare la platea dei “non lettori” e la cui evoluzione è seguita da vicino dall’Autorità.

L’editoria giornalistica deve poter utilizzare appieno le opportunità offerte dalle nuove piattaforme televisive. È anche in quest’ottica che – come ho detto prima – l’Autorità ha definito le regole per la cessione della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri a soggetti terzi. Ai nostri giorni -come osserva Stefano Rodotà- il diritto costituzionale (art. 21 Cost.) di libera manifestazione del pensiero con ogni mezzo di diffusione non può prescindere dalla possibilità di disporre dei moderni mezzi di comunicazione di massa.

Sul piano della pubblicità editoriale, l’Autorità ha intensificato la vigilanza sul rispetto della riserva del 60% delle spese destinate dagli enti pubblici all’acquisto di spazi per comunicazione istituzionale. Sono stati forniti agli enti pubblici, ed *in primis* alla Presidenza del Consiglio dei Ministri, chiarimenti interpretativi sugli aspetti salienti della normativa. Il continuo monitoraggio del rispetto degli obblighi di comunicazione e di destinazione delle spese pubblicitarie degli enti pubblici ha portato all’irrogazione di numerose sanzioni amministrative.

I RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI

16. Nel sistema dei rapporti istituzionali, basilare è il rapporto col Parlamento. Per la concreta attuazione e per il rispetto dei valori della libertà di espressione e delle libertà fondamentali in generale, centrale è infatti il ruolo del Parlamento, cui compete la definizione del quadro normativo primario.

Il costante contatto con esso giova, per un verso, alla diretta percezione della visione d'insieme espressa nella massima sede rappresentativa e, per converso, ad assicurare a quella sede il supporto, da parte dell'Autorità, delle valutazioni tecnico-economiche utili per la comprensione e la composizione dei plurimi e complessi interessi in campo.

Nell'ambito del Governo, cui compete tracciare le linee di politica industriale del settore, il Ministero delle comunicazioni è, per l'Autorità, l'interlocutore di riferimento.

I rapporti con le altre Autorità si sono svolti, anche nell'anno trascorso, nel segno della più proficua collaborazione. In particolare, l'interazione con un'Istituzione di grande competenza, qual è l'Antitrust, risulta essenziale.

Permane la necessità di una valorizzazione formale a livello costituzionale del ruolo e delle competenze delle Autorità amministrative indipendenti.

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni si caratterizza, nel contempo, per essere proiettata verso una dimensione europea.

Se c'è un settore che per propria natura non tollera barriere amministrative e confinamenti geografici, questo è il settore delle telecomunicazioni e dell'audiovisivo. L'ambito europeo rappresenta un bacino naturale. È fondamentale che le imprese possano dimensionarsi in tale bacino -nel quale, è appena il caso di ricordare, vige già il principio di libera circolazione delle merci, delle persone e dei capitali -sottostando a regole il più possibile comuni.

A tal fine è stata avanzata la proposta di istituire un Regolatore europeo indipendente che lavori insieme con i Regolatori nazionali, in un sistema simile al sistema europeo delle banche centrali.

È un'ipotesi da considerare con favore. Se l'Italia è la nostra Patria, l'Europa è la condizione al contorno per il suo avvenire.

Quello che comunque, specificamente, voglio qui sottolineare è che il continuo confronto dei diversi modelli regolamentari, la collaborazione e lo scambio di informazioni tra i Regolatori europei, si sono dimostrati, nell'esperienza, il più efficace strumento per condividere le migliori iniziative (*best practices*) e non restare indietro nella sfida dell'innovazione.

Nel febbraio scorso i 33 Paesi europei che compongono l'ERG, -cioè l'Organismo che raggruppa i Regolatori europei- hanno deciso all'unanimità di affidare all'Autorità italiana l'incarico di presidenza per l'anno 2007. Questo rappresenta, per l'Autorità, da una parte un importante riconoscimento e dall'altra una spiccata responsabilità.

A fronte di tale maggiore impegno in campo internazionale è giunta, in campo nazionale¹⁵, la pratica soppressione del finanziamento statale. Ancorché i mezzi per il nostro funzionamento non siano venuti meno grazie al puntuale versamento del contributo a carico degli operatori del settore, la drastica misura appare distonica¹⁶ in relazione alla posizione istituzionale di quest'Autorità e alla situazione del suo organico, notevolmente sottodimensionato rispetto a quello delle consorelle europee.

Il processo di consapevolezza determinato dall'analisi dei mercati ha fornito nuova materia al dibattito se sia ancora il caso di dettare regole *ex ante* al mercato o se non sia preferibile affidarlo al solo intervento *ex post* della disciplina antitrust.

In sintonia con l'indicazione contenuta nel Documento di programmazione economico finanziaria del Governo, l'Autorità intende sviluppare

(15) Con la legge finanziaria 2006 (23.12.2005 n. 302).

(16) *Nemo Auctoritas in patria?*

sempre più il dialogo con gli operatori economici. Ciò serve a una migliore comprensione dei problemi e delle situazioni quando si debbano dettare delle regole, ma può condurre altresì, auspicabilmente -come prima postulato-, ad accordi con gli operatori. A una condizione, peraltro: che gli accordi siano precisi e che per la loro inosservanza scattino adeguate sanzioni, come previsto per gli accordi cui presiede il regolatore britannico, l'OFCOM.

È questa una lacuna del nostro sistema sanzionatorio, riguardo alla quale abbiamo fatto una segnalazione al Governo, nel contesto di una proposta organica di revisione che individua e mira a superare le ambiguità, inadeguatezze, sproporzioni, incertezze, che si rinvergono nel composito sistema vigente, e le complicazioni procedurali che rendono il procedimento sanzionatorio in qualche aspetto simile a un gioco dell'oca per i frequenti ritorni a capo, pure in caso di reiterazione della violazione.

Determinante, comunque, al di là di qualsiasi disquisizione teorica, è vedere se le regole funzionano.

Che in Italia funzionino anche troppo, è stato rilevato dalla Commissaria Reding; il che -ha aggiunto- determina condizioni più favorevoli per le iniziative imprenditoriali nel nostro Paese rispetto al resto d'Europa. Dopo anni in cui abbiamo cercato con sforzo di stare alla ruota dei migliori Regolatori europei, siamo passati nel gruppo di testa. Ci fa piacere, ovviamente, ma non stacciamo le mani dal manubrio.

L'evoluzione tecnologica non conosce sosta. Nuovi mercati si aprono. Il processo di rincorsa della regolazione rispetto all'evoluzione tecnologica è pressoché incessante.

No, non è ancora tempo di vacanze per il regolatore (*regulatory holidays*).

1. IL SISTEMA DELLE COMUNICAZIONI NEL MONDO, IN EUROPA E IN ITALIA

1.1. NEL MONDO E IN EUROPA

1.1.1. Le telecomunicazioni

Il comparto mondiale delle telecomunicazioni continua a crescere, in tutte le Regioni, a tassi elevati, rappresentando un traino per il progresso economico dell'intero pianeta. Nel 2005, il valore mondiale dei servizi di telecomunicazione è aumentato, in linea con le attese, del 4,7%, attestandosi a 907 miliardi di euro; per il futuro ci si attende un lieve assestamento del tasso di crescita: per il 2006 e 2007 l'incremento previsto è pari, rispettivamente, al 3,8% e al 3,3%.

Lo sviluppo delle reti di nuova generazione basate sul protocollo Internet (IP) e dei servizi convergenti da esse abilitati confermano che il settore è entrato in una fase di profonda evoluzione. Da un lato, si consolidano tendenze in atto ormai da diversi anni e, in particolare:

- la riduzione dei ricavi derivanti dai servizi vocali su rete fissa;
- lo spostamento del traffico vocale dalla rete fissa alla direttrice mobile;
- la contrazione dei ricavi derivanti dalle componenti tradizionali della trasmissione dati;
- la crescita della banda larga e dei servizi a valore aggiunto sia su rete fissa che su rete mobile.

Dall'altro, si registrano profondi cambiamenti nell'assetto competitivo del settore connessi all'affermarsi di nuovi servizi integrati. La convergenza ha intrapreso un primo percorso che prevede l'integrazione delle attività mobili con quelle di rete fissa. Questa evoluzione ha caratterizzato numerosi operatori integrati: Telecom Italia, che nel 2005 ha integrato le due attività, e, negli anni precedenti, France Télécom e Deutsche Telekom; inoltre, nel mese di marzo di quest'anno, anche Telefonica ha realizzato la fusione tra i servizi di rete fissa e la sua divisione mobile. Le operazioni di integrazione hanno obiettivi finanziari (la ricca cassa generata dai servizi mobili può essere utilizzata per ridurre l'indebitamento), di razionalizzazione dei costi (di gestione delle reti, di *marketing* e di vendita), e di natura strategica (consentendo di sfruttare le opportunità derivanti da offerte integrate). Per gli operatori integrati, l'offerta di servizi convergenti, si traduce attualmente nella disponibilità al cliente di telefonini *dual-mode* che sfruttano, per le chiamate voce, le reti a larga banda in prossimità di accessi *wi-fi* (con la possibilità, dunque, di applicare tariffe più convenienti rispetto alla situazione in cui la chiamata transiti su rete mobile) e le reti cellulari al di fuori di tale copertura (cfr. paragrafo n. 1.2.1.).

Ma la convergenza fisso-mobile non si limita ai soli operatori integrati, essa riguarda, con forme diverse, anche i gestori presenti in uno soltanto dei due mercati delle telecomunicazioni. Gli operatori che non detengono infrastrutture mobili possono offrire pacchetti di servizi integrati acquisendo gestori mobili oppure stringendo collaborazioni con loro (che vanno dagli accordi di *partnership* ai contratti di affitto delle reti mobili, come nel caso degli operatori mobili virtuali). Per quanto riguarda invece gli operatori attivi

soltanto nel mobile, questi possono contrastare le offerte integrate acquisendo operatori fissi o *Internet Service Provider* (con i quali possono fornire connettività a larga banda ed eventualmente servizi voce su protocollo Internet), lanciando iniziative tese a incentivare la sostituzione fisso-mobile (proponendo, ad esempio, tariffe convenienti per le chiamate verso numeri di rete fissa effettuate da casa) ovvero puntando sulla disponibilità di reti a larga banda *wireless* alternative a quelle fisse (per sostituire completamente la linea fissa).

Un secondo percorso riguarda le offerte convergenti di servizi di telecomunicazioni e contenuti audiovisivi. Lo scorso anno ha visto il lancio di molte iniziative convergenti che vanno da offerte di televisione su protocollo Internet (IP TV) alla televisione in mobilità (in vari *standard* tecnologici quali DVB-H, MediaFLO e DMB).

In definitiva, la convergenza sta aggiungendo ulteriori servizi alle oramai tradizionali offerte voce e accesso a Internet a larga banda (*double play*) fornite dagli operatori di rete fissa; l'integrazione delle telecomunicazioni con il comparto audiovisivo amplia l'offerta dei servizi a quelli televisivi (*triple play*), mentre la convergenza fisso-mobile permette di completare la gamma, presentandosi agli utenti con un unico pacchetto di servizi di comunicazione (*quadruple play*).

L'avvento di prodotti e servizi finalmente convergenti sta quindi determinando profondi cambiamenti nello scenario competitivo del settore. Nell'ultimo anno si è, infatti, registrata una significativa ripresa delle attività di *merger&acquisition*.

Negli Stati Uniti, la principale operazione ha riguardato la fusione tra At&T e BellSouth, che segue il completamento dell'acquisizione di At&T da parte di SBC, avvenuta nel 2005, e quella di MCI da parte di Verizon.

Anche in Europa si è assistito a numerosi eventi sul fronte della modifica degli assetti societari, tra i quali occorre menzionare:

- l'acquisizione, alla fine del mese di luglio del 2005, di Amena da parte di France Télécom, attraverso la sua divisione mobile Orange; l'operatore mobile spagnolo Amena verrà poi fuso con France Télécom Espana, società dell'incumbent francese che offre connettività ADSL in Spagna;
- l'acquisto di O2 e di Cesky Telecom da parte di Telefonica, grazie al quale l'operatore spagnolo è oggi in grado di offrire servizi fisso-mobile nella Repubblica Ceca e in Germania;
- l'operazione con cui Deutsche Telekom ha acquisito Teling, consentendo alla divisione mobile dell'operatore tedesco, T-Mobile, di allargare la propria base di utenti sul mercato austriaco;
- gli acquisti di One.Tel e delle attività di Tele2 nel Regno Unito e in Irlanda da parte di Carphone Warehouse, attraverso i quali quest'ultima accresce la propria posizione di mercato nei servizi di rete fissa, mobile e di accesso a banda larga;
- la concentrazione con cui l'operatore britannico via cavo NTL, dopo aver acquisito, nel 2005, la società concorrente Telewest, entra nel mercato mobile comperando il gestore virtuale Virgin mobile;

- la fusione in Francia tra gli operatori alternativi di telecomunicazioni fisse Neuf Télécom e Cégétel, che ha dato origine al secondo operatore su rete fissa;
- l'acquisizione, avvenuta nel corso del 2005, dell'ISP inglese Easynet da parte del fornitore inglese di servizi satellitari di *pay tv* BSkyB, attraverso la quale quest'ultimo potrà utilizzare un'ulteriore piattaforma, la banda larga su rete fissa, per distribuire i propri contenuti audiovisivi agli utenti finali;
- l'acquisto del 5% del capitale sociale AOL, la divisione Internet di Time Warner, da parte di Google, grazie al quale l'operatore leader nella ricerca per parole chiave su Internet intende estendere le proprie attività ai contenuti audiovisivi di Time Warner nonché alla piattaforma di downloading di musica a pagamento MusicNow.

In questo scenario tecnologico e di mercato in continuo movimento, vi è stata una sensibile evoluzione anche nelle strategie regolamentari definite dalle Autorità di settore, sia europee che statunitensi.

I temi al centro del dibattito riguardano, tra l'altro, le regole di accesso alle reti degli operatori *incumbent*, in particolare, quelle di nuova generazione, da parte degli operatori concorrenti (società di telecomunicazioni fisse, Internet *Service Provider* o fornitori di servizi Internet a valore aggiunto, quali i servizi vocali su protocollo IP, VoIP), lo *status* regolamentare degli operatori di telecomunicazione, da un lato, e degli operatori cavo dall'altro (in un contesto che vede questi operatori, tradizionalmente oggetto di regolamentazione diverse, offrire servizi analoghi) e la neutralità degli operatori di rete (il principio secondo il quale l'operatore che mette a disposizione le proprie reti di telecomunicazioni non attua alcun tipo di controllo sui contenuti veicolati).

Il dibattito circa le condizioni di accesso alle reti di nuova generazione degli operatori *incumbent* ha importanti risvolti circa la fornitura di servizi convergenti, in particolare dei servizi di IP TV, che sfruttano le potenzialità tecnologiche di tali infrastrutture. Per gli operatori di telecomunicazioni l'offerta di tali servizi rappresenta, sia uno strumento di differenziazione della propria offerta e di fedelizzazione della propria clientela, sia una fonte di entrate alternative che potrebbero compensare il declino dei ricavi medi per utente derivanti dalla concorrenza sui servizi tradizionali. Le reti di nuova generazione permettono, inoltre, la predisposizione di servizi integrati fisso-mobile che consentono all'operatore di soddisfare tutte le esigenze di comunicazione dell'utente finale, ossia la possibilità di presentarsi al cliente con un'unica offerta integrata (fisso/mobile/Internet/IP TV). Per questi motivi, le regole relative all'accesso alle reti di nuova generazione rappresentano uno snodo cruciale per il futuro assetto del settore.

Le Autorità di regolamentazione si trovano dunque nella situazione di dover individuare il giusto equilibrio che favorisca, da un lato, gli investimenti nell'innovazione delle reti e, dall'altro, assicuri le condizioni atte a garantire la libera concorrenza nel settore e nei singoli mercati che lo compongono.

Le iniziative intraprese dalle Autorità regolamentari negli ultimi anni hanno, in particolare, incentivato il passaggio a un modello di concorrenza basato sull'utilizzo di infrastrutture alternative a quelle dell'operatore

incumbent. Le misure adottate nei diversi contesti dipendono inevitabilmente dalla situazione infrastrutturale del Paese, e in particolare dalla presenza, o meno, di reti alternative a quelle degli *incumbent*.

Negli Stati Uniti la tendenza che sta prevalendo è quella di un allentamento degli obblighi regolamentari in capo agli operatori infrastrutturati per la presenza di un certo grado di concorrenza nelle reti.

Rientra in questa strategia regolamentare il processo di revisione delle regole in materia di servizi di telecomunicazione effettuato dalla Federal Communication Commission (FCC) per valutarne l'adequatezza al mutato contesto di mercato (*Triennial Review*). Il *Triennial Review Remand Order* pubblicato dalla FCC, all'inizio di febbraio del 2005, ha rimosso alcuni degli obblighi precedentemente imposti in capo agli *incumbent* locali (ILEC) in tema di accesso degli operatori alternativi (CLEC) agli elementi delle proprie reti (*Unbundled Network Element-Platform* - UNE-P). Analogamente la FCC ha eliminato l'obbligo, sempre in capo agli ILEC, di consentire l'accesso alle proprie reti *broadband*, a condizione eque e non discriminatorie e a prezzi regolamentati agli ISP indipendenti. L'accesso a tali reti sarà dunque oggetto di libera negoziazione tra le parti.

Alla base di tali decisioni vi è, come detto, il mutato contesto competitivo statunitense, che vede, tra l'altro, la presenza di reti locali (soprattutto via cavo) alternative alle infrastrutture in rame utilizzate per la fornitura di servizi di accesso *broadband*. In questo quadro, la FCC ritiene che la rimozione degli obblighi vigenti incentiverà gli investimenti nelle infrastrutture di rete *broadband* da parte degli operatori non infrastrutturati e che, anche in assenza di obblighi regolamentari, esistono motivi (di convenienza economica) che spingeranno gli ILEC a fornire servizi di connettività *broadband* agli ISP indipendenti a condizioni tali da soddisfarne le esigenze.

Più in generale, anche l'approccio regolamentare comunitario, così come quello statunitense, si pone l'obiettivo di stimolare una concorrenza di tipo infrastrutturale e non di mera rivendita da parte degli operatori alternativi dei servizi *wholesale* degli *incumbent*; tale traguardo deve essere raggiunto in un contesto di mercati nazionali caratterizzati dalla presenza di poche (se non una) reti di accesso possedute dagli operatori dominanti. Le Autorità europee, ritenendo che nel breve e medio periodo non sia economicamente ipotizzabile la duplicazione delle reti di accesso, hanno quindi individuato nell'accesso disaggregato alla rete locale degli *incumbent* (il c.d. *unbundling*) lo strumento più idoneo per guidare il settore verso un tipo di competizione più matura.

L'ultimo tema che sta suscitando un acceso dibattito, nel contesto dei servizi su rete a banda larga, riguarda la neutralità della rete, ossia, il principio secondo il quale gli operatori di telecomunicazione devono trattare allo stesso modo tutti i pacchetti di dati Internet che transitano sulle proprie reti, senza alcun tipo di discriminazione. Si tratta di un principio, non codificato espressamente in testi legislativi, che ha caratterizzato Internet sin dalla sua nascita.

Tra i fattori che hanno alimentato il dibattito intorno alla neutralità della rete vi sono, da un lato, il cambiamento nell'offerta dei servizi Internet da parte di società indipendenti e, dall'altro, l'evoluzione delle reti degli

operatori integrati verso infrastrutture di nuova generazione che consentono di controllare, in modo più efficiente del passato, il traffico di voce e dati. Per quanto riguarda il primo aspetto, alcune società di servizi Internet offrono, sulle reti dei *carrier* di telecomunicazione, servizi video e voce su protocollo Internet che sono in concorrenza con quelli offerti dagli stessi operatori fissi. Ricordiamo, a titolo di esempio, il lancio di Google Video, un servizio che consente, sia di visionare in *streaming*, sia di scaricare sul computer contenuti a pagamento: l'offerta comprende alcuni *serial* televisivi molto noti (la stessa CBS ha dichiarato l'intenzione di rendere disponibile su Google Video tutto il proprio catalogo di telefilm, e le partite dell'NBA, ventiquattro ore dopo che queste sono state disputate).

Tra i principali sostenitori del principio di neutralità della rete vi sono, tra gli altri, gli operatori Internet non infrastrutturati (quali Google, Microsoft, Amazon, Yahoo e eBay). Un'altra posizione, sostenuta dagli operatori integrati di telecomunicazione afferma, invece, la necessità di creare un sistema tale per cui i fornitori di servizi/contenuti che richiedono un significativo consumo di banda (quale quello richiesto per accedere alla televisione su protocollo Internet) paghino delle tariffe supplementari per ottenere livelli garantiti di qualità del servizio. In questo modo, secondo i sostenitori di questa posizione, si eviterebbe l'utilizzo indiscriminato della banda larga, a favore invece di un servizio più efficiente a garanzia degli utenti (in termini di maggiore velocità di *download* dei contenuti); i ricavi derivanti da tali tariffe verrebbero utilizzati dagli operatori di telecomunicazioni per investire nella modernizzazione delle proprie reti. La rete verrebbe, quindi, segmentata in due livelli: una prima parte, caratterizzata da un'elevata qualità del servizio, destinata ai servizi che richiedono una notevole quantità di banda, una seconda, caratterizzata da un approccio *best effort*, per il rimanente traffico.

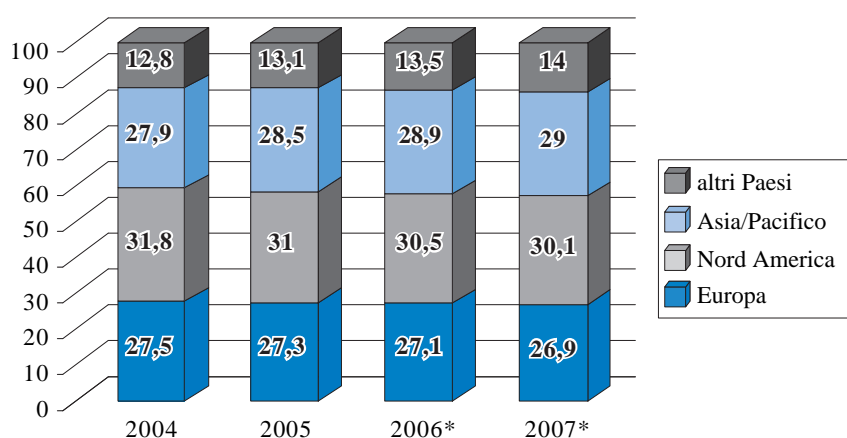
Di fronte all'aumento delle applicazioni e dei servizi resi disponibili da queste società i *carrier* di telecomunicazione hanno dunque proposto un servizio a pagamento che, secondo questa impostazione, garantirebbe una migliore qualità dei servizi offerti ai consumatori finali. La proposta ha però suscitato la reazione negativa, non soltanto delle società menzionate in precedenza ma anche di società minori, che temono che la fornitura di servizi Internet differenziati penalizzerà proprio le realtà più piccole che non si potranno permettere di pagare per un servizio migliore. Anche diverse Associazioni di consumatori sono scese in difesa del principio di neutralità della rete: esse sostengono che l'esistenza di una rete con livelli di qualità del servizio differenziati mina la stessa libertà di espressione di Internet. Tale posizione si estende anche ad altri operatori, quali ad esempio le società che offrono servizi finanziari/bancari *online*, che temono che il venir meno del principio di neutralità delle reti comporterà un esborso notevole per assicurare ai propri clienti prestazioni caratterizzate da una buona qualità del servizio.

Il settore mondiale dei servizi di telecomunicazione

Il settore mondiale dei servizi di telecomunicazione ha raggiunto nel 2005 il valore complessivo di 907 miliardi di euro. Per quanto riguarda la suddivisione del settore in aree geografiche (figura 1.1.), il

Nord America, con il 31%, si conferma la principale Regione, seguita dall'area Asia/Pacifico (28,5%) e dall'Europa (27,3%). La quota dell'area "Asia/Pacifico", grazie al contributo di paesi quali la Cina e l'India, è inevitabilmente destinata ad aumentare: tuttavia, l'avvicinamento nei confronti del Nord America richiederà tempi più lunghi del previsto; ciò a causa di una revisione verso il basso delle previsioni relative alla telefonia fissa e ai servizi su rete mobile. La perdita di quote del continente europeo è invece un fenomeno consolidato, determinato dalla saturazione del mercato dell'Europa occidentale.

Figura 1.1. Valore del settore mondiale dei servizi di telecomunicazione, distribuzione per area geografica (%)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

L'analisi delle dinamiche dei segmenti voce e dati (figura. 1.2.) evidenzia un aumento, pari al 2,4%, dei servizi vocali: la crescita è attribuibile all'incremento del segmento voce mobile, che ha più che compensato la contrazione delle entrate derivanti dalla fonia su rete fissa (-1,5%). L'andamento negativo dei servizi vocali su rete fissa ha caratterizzato tutte le aree geografiche, a eccezione di quella denominata "altri Paesi": rispetto alle previsioni, particolarmente negativi sono stati gli andamenti nell'area europea e in quella asiatica, che hanno registrato riduzioni pari, rispettivamente, all'1,1% ed all'1,3%. In termini percentuali la riduzione è stata maggiore nel Nord America (-4,1%): si tratta tuttavia di un dato migliore rispetto alle attese, a conferma del fatto che nel mercato statunitense la concorrenza, seppure ancora forte sulla voce, si sta progressivamente spostando anche verso altre componenti del mercato.

Per quanto riguarda l'Europa, sull'andamento negativo del segmento voce su rete fissa hanno contribuito, sia il fenomeno del parziale spostamento del traffico dalla rete fissa a quella mobile, sia il maggior grado di concorrenza dovuto, in particolare, al proliferare delle offerte VoIP. In alcuni Paesi, gli operatori che lo scorso anno offrivano connessioni voce su linea a banda larga, come seconda linea aggiuntiva rispetto a quella dell'*incumbent*,

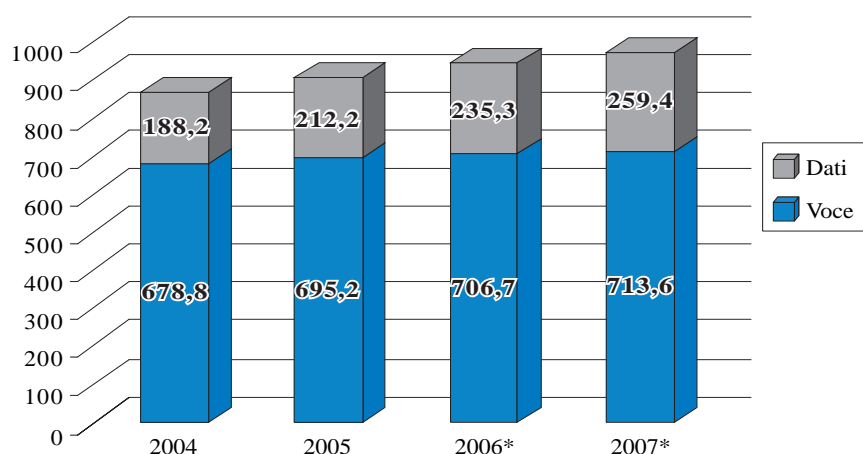
si sono proposti come fornitori unici di servizi di comunicazione, offrendo ai clienti la possibilità di rescindere il contratto concluso con l'operatore storico. Questo fenomeno ha determinato, oltre che una modifica degli assetti concorrenziali, un generale abbassamento del valore del mercato dei servizi di telefonia su rete fissa.

La contrazione del segmento voce su rete fissa dell'area asiatica è invece stata influenzata, in particolare, dall'andamento negativo del mercato giapponese.

Nell'area europea, per quanto concerne i servizi vocali su rete mobile, la parziale sostituzione della fonia fissa con quella mobile e vari fattori di mercato hanno determinato un significativo incremento dei ricavi, pari al 4,7%; nonostante l'elevato livello di penetrazione oramai raggiunto dalla tecnologia mobile (soprattutto nei paesi dell'Europa occidentale). Il risultato, superiore alle aspettative, testimonia come lo spostamento di traffico sia stato tale da più che compensare le pressioni sui prezzi minutarli risultanti dal gioco della concorrenza. Nel prossimo futuro, però, malgrado le attese di un sostenuto incremento dei volumi di traffico, la pressione concorrenziale sui prezzi determinerà un rallentamento del tasso di crescita dei ricavi (3,2% e 1,9% rispettivamente nel 2006 e 2007).

Sul versante nordamericano, la crescita della voce su rete mobile è stata anche più sostenuta (+14% delle linee in un anno); ciò per effetto dell'incremento del tasso di penetrazione dei servizi mobili presso la popolazione. Rilevante anche la crescita nell'area asiatica, dove le prospettive del mercato sono legate agli andamenti di alcuni Paesi in forte sviluppo quali la Cina e l'India, che compensano l'andamento negativo della voce su rete mobile di un mercato maturo quale quello giapponese, che però pesa ancora per una quota superiore al 38% dei servizi vocali su rete mobile di questa regione.

Figura 1.2. Settore mondiale dei servizi di telecomunicazione, ripartizione tra voce e dati (ricavi, miliardi di euro)

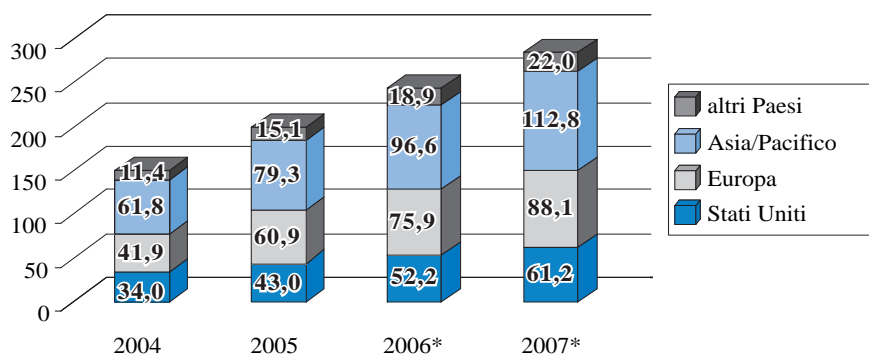


Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Quanto ai servizi dati, il valore dei ricavi mondiali è pari a 212 miliardi di euro: la crescita, per quanto importante (pari al 12,8%), è stata inferiore alle aspettative. Il risultato è attribuibile a livelli di crescita meno accentuati del previsto soprattutto nei mercati europeo e nordamericano.

Nel segmento dei dati su rete fissa, i ricavi medi delle connessioni a banda larga hanno subito in questi ambiti geografici una decisa contrazione, con effetti positivi sul benessere dei consumatori e sulla diffusione del servizio tra le famiglie e le imprese. Queste osservazioni trovano riscontro nei dati riportati nella figura 1.3.: a fine 2005, erano circa 198 milioni le connessioni a banda larga nel mondo, con una crescita del 33% rispetto all'anno precedente. Il progresso è stato superiore alle previsioni in tutte le aree geografiche, ma l'Europa spicca per il sostenuto tasso di crescita (45%) e per il livello assoluto raggiunto dalle linee a larga banda (61 milioni). Le aspettative di crescita per gli anni 2006 e 2007 indicano che la quota dell'Europa, sul totale delle connessioni a banda larga, continuerà ad aumentare e supererà, a fine 2007, il 30%.

Figura 1.3. Connessioni a banda larga nel mondo (linee, milioni)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Con riferimento alla distribuzione delle connessioni a banda larga tra le varie piattaforme tecnologiche, non si riscontrano variazioni rispetto agli anni passati: l'xDSL rappresenta la tecnologia dominante in tutte le aree geografiche, a eccezione degli Stati Uniti, dove le linee cablate detengono ancora la quota più rilevante (più della metà del totale delle connessioni). Al riguardo è importante sottolineare come tutti i principali operatori mondiali di telecomunicazioni fisse che offrono servizi di connettività Internet tramite piattaforma xDSL stiano investendo nel passaggio alle tecnologie ADSL2+ e VDSL. Queste ultime supportano maggiori velocità di trasmissione dati, (elemento essenziale per la fornitura di servizi a valore aggiunto in primo luogo la IPTV) che richiedono appunto un'elevata disponibilità di banda trasmissiva.

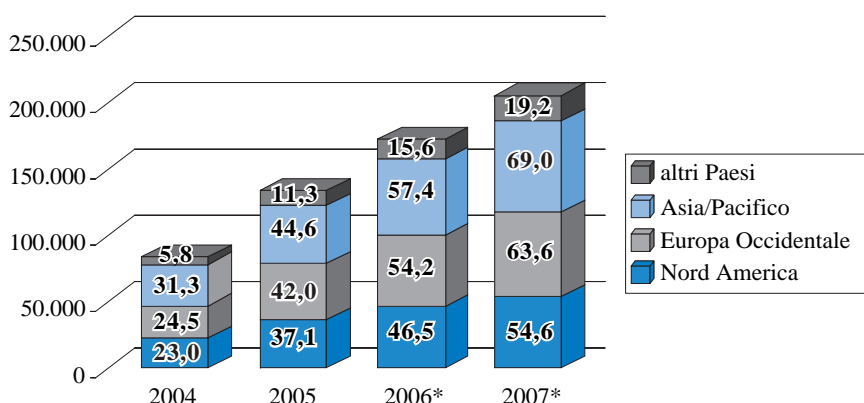
Le connessioni in fibra ottica costituiscono, invece, una nicchia di mercato: nella prospettiva, come detto, di una sempre maggiore necessità di capacità trasmissiva per la fornitura di servizi a valore aggiunto, alcuni operatori (che sino a ora si erano focalizzati solo sull'xDSL) stanno valutando la possibilità di investire anche in questa tecnologia. Nondimeno, dati i costi per la posa dell'infrastruttura (scavi e costi amministrativi) è probabile che

eventuali iniziative saranno confinate a zone di nuova costruzione oppure ad aree metropolitane ad alta densità abitativa. Anche in quest'ultimo caso, tuttavia, per una ragione di costi, è probabile che le connessioni finali (fino alle case degli utenti) verranno effettuate tramite collegamenti in rame.

Un ruolo ancora marginale è infine svolto dalle altre tipologie di tecnologie trasmissive quali il satellite, il *wi-fi* ed il *wi-max*.

La figura 1.4. mostra la diffusione dei siti provvisti di *hot spot* che consentono collegamenti ad alta velocità in modalità *wireless*.

Figura 1.4. Hot spot nel mondo (migliaia)



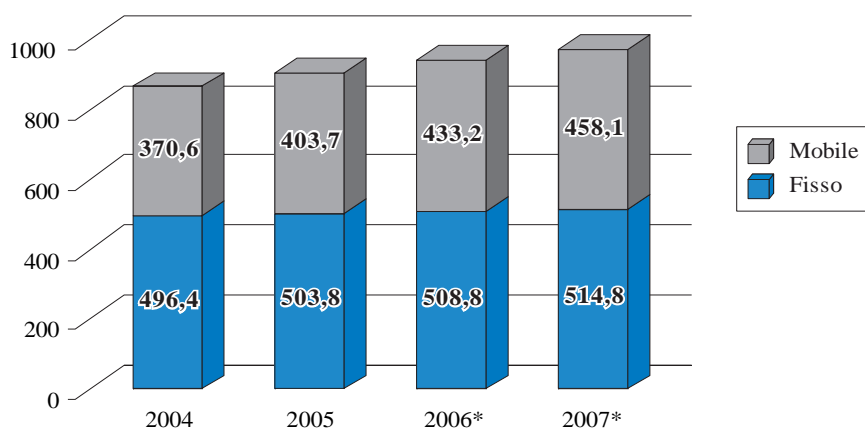
Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Dai dati emerge una realtà composita, differenziata da regione a regione. Nell'Europa occidentale la spinta alla diffusione e all'utilizzo dei servizi di connettività da *hot spot* proviene soprattutto dai gestori mobili che hanno proposto sul mercato *data card* che prevedono l'accesso combinato di diverse tecnologie *wireless* quali GPRS, UMTS e *wi-fi*. Fa eccezione British Telecom, che con la sua rete *wi-fi* Openzone, offre la copertura maggiore in termini di *hot spot* in Europa. Negli Stati Uniti diversi operatori sono invece impegnati nella realizzazione di reti c.d. *mesh* che consentono, a costi contenuti, di creare reti *wi-fi* estese allargando la copertura territoriale del servizio.

Nelle telecomunicazioni mobili la crescita dei servizi dati è sostenuta e, decisamente superiore, a quella su rete fissa: il valore dei servizi dati su rete mobile ha, infatti, superato i 65 miliardi di euro, con un incremento del 21% nell'ultimo anno. La principale causa di tale progresso è da ricercarsi nel lancio dei servizi di terza generazione (3G), sebbene tale lancio non abbia a oggi generato il flusso di ricavi atteso. Nel corso del 2005 l'enfasi sui servizi innovativi (quali la possibilità di scaricare brani musicali sul terminale e di vedere contenuti audiovisivi in modalità *streaming*) è stata senz'altro superiore; tuttavia, la penetrazione dei terminali che abilitano la fruizione dei servizi innovativi è ancora bassa. Le attese di crescita del segmento dei servizi innovativi sono legate al lancio e allo sviluppo delle iniziative commerciali connesse ai servizi di terza generazione (in Nord America il servizio è appena stato lanciato, mentre in Cina la sua introduzione è prevista per la fine del 2008).

La figura 1.5. riassume graficamente alcune delle tendenze sinora descritte: l'aumento delle entrate derivanti dai servizi su rete mobile sarà il fattore che guiderà la crescita dell'intero settore dei servizi di telecomunicazione per i prossimi anni; i servizi su rete fissa continueranno a rappresentare la componente principale del mercato, ma la loro quota passerà dal 57% della fine del 2004, al 53% alla fine del 2007.

Figura 1.5. Settore mondiale dei servizi di telecomunicazione, ripartizione tra fisso e mobile (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Nord America, i servizi su rete fissa

Il mercato statunitense delle telecomunicazioni fisse è stato caratterizzato dalle seguenti tendenze strutturali:

- il contrarsi dei ricavi derivanti dal traffico voce a causa della concorrenza sul mercato, inclusa, in particolare, quella dei servizi vocali su protocollo Internet (VoIP);
- il vivace processo concorrenziale nelle offerte a banda larga dovuto alla presenza degli operatori via cavo;
- la crescente integrazione tra servizi di comunicazione fissa e mobile;
- la convergenza tra settore audiovisivo e comparto delle telecomunicazioni.

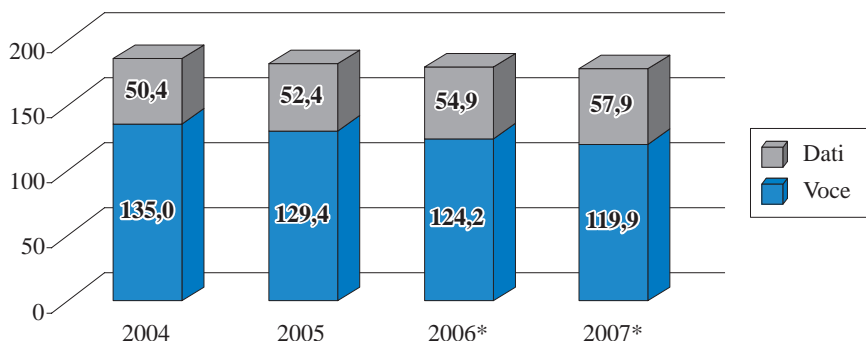
In questo quadro, gli operatori hanno deciso di riposizionarsi sul mercato grazie anche a operazioni di *merger&acquisition*. Nel 2005 è stata completata l'acquisizione di At&T da parte di SBC, seguita, all'inizio del mese di marzo del 2006, dall'annuncio della fusione tra At&T e BellSouth. In seguito all'operazione, At&T arriverà a una capitalizzazione di mercato di circa 170 miliardi di dollari, sorpassando quella di Vodafone e di Verizon, e un fatturato di circa 130 miliardi di dollari. Inoltre, At&T acquisirà il 40% di Cingular, operatore mobile, consentendo la predisposizione di offerte integrate fisso-mobile e l'accesso ai clienti aziendali di BellSouth localizzati

nelle nove Regioni nelle quali quest'ultima ha concentrato le proprie attività e le infrastrutture in fibra. Con la fusione tra At&T e BellSouth, delle sette società provenienti dal *break-up* di At&T nel 1984, soltanto tre restano sul campo: la nuova At&T, Qwest e Verizon.

La fusione tra At&T e BellSouth e quella precedente tra At&T e SBC rappresentano soltanto due di una serie di operazioni che negli ultimi tre anni ha ridisegnato il panorama competitivo del mercato fisso statunitense. A questo proposito occorre menzionare l'acquisizione, conclusasi nel mese di gennaio di quest'anno, dell'operatore di rete fissa MCI da parte di Verizon (operazione del valore di circa 8,5 miliardi di dollari).

Come si ricordava in precedenza, una delle cause del processo di consolidamento avvenuto negli ultimi anni, risiede nel mutamento delle condizioni di mercato e, in particolare, nella contrazione dei ricavi dei servizi tradizionali degli operatori di telecomunicazione, in *primis* la voce su rete fissa. La riduzione di questa componente (figura 1.6.) rappresenta un fenomeno ormai strutturale del mercato statunitense (come di altri "mercati regionali"), al quale hanno contribuito l'accesa concorrenza tra gli operatori, l'elevata diffusione di offerte a pacchetto che hanno ridotto il valore del traffico minutorio e il parziale spostamento del traffico dalla rete fissa a quella mobile, determinato dalla crescente penetrazione dei servizi in mobilità.

Figura 1.6. Nord America: mercato dei servizi di rete fissa
(ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

La consistente diminuzione di questo segmento di mercato (-4,1% in un anno), non controbilanciata dall'aumento dei ricavi dei servizi dati, è la causa della contrazione del complessivo valore del mercato nordamericano dei servizi su rete fissa.

Nel segmento dei servizi dati, il fenomeno di maggior rilievo è rappresentato dalla crescita dei ricavi da servizi di accesso a Internet, che hanno beneficiato dei rilevanti risultati ottenuti sul fronte dell'aumento delle linee a larga banda. La crescita delle connessioni *broadband* è attribuibile alla migrazione degli utenti in modalità *dial-up* a tipologie di connettività a banda larga, e soltanto, in minima parte, a consumatori che, per la prima volta,

acquistano servizi di accesso a Internet. In questo quadro, nel 2005, per la prima volta la banda larga ha sorpassato il *dial-up* come tecnologia di accesso a Internet della clientela residenziale: a fine anno, circa il 51% dei nuclei familiari connessi a Internet utilizzava la rete *broadband*, percentuale che dovrebbe raggiungere, alla fine del 2007, il 62%.

Lo sviluppo della banda larga sta avvenendo nel Nord America e, in particolare, negli Stati Uniti, in un contesto assai competitivo. Da un lato, sono attivi gli operatori via cavo che possono offrire un ampio pacchetto di servizi integrati di comunicazione. Il cavo è ancora la tecnologia di accesso Internet a banda larga prevalente (55% sul totale delle linee), ma la sua quota sembra destinata a diminuire in modo costante nel prossimo futuro, scendendo al 50% a fine 2007. Dall'altro lato, la perdita di quote del cavo è dovuta alla presenza di operatori che offrono servizi su rame in tecnologia xDSL. Grazie ad aggressive campagne commerciali (che riguardano in particolare riduzioni del canone mensile delle connessioni xDSL), le società di telecomunicazioni fisse stanno sottraendo quote di mercato agli operatori cavo. Inoltre, molti *provider* stanno aggiornando le proprie reti a standard che consentono velocità di connessione sempre maggiori: ad esempio, SBC-At&T, nell'ambito del progetto denominato LightSpeed, ha deciso di adottare lo standard VDSL2, che consente, in modalità simmetrica, di raggiungere velocità di banda da 20 a 100 Mbps.

Gli operatori via cavo hanno risposto a tali politiche ampliando l'offerta di contenuti disponibili, piuttosto che abbassando il costo del canone mensile. La gamma dei servizi offerti si è estesa anche alla fornitura di servizi mobili. Rientra in questa strategia l'accordo siglato, alla fine del 2005, tra gli operatori cavo Comcast, Cox, Time Warner e Advance/Newhouse con il gestore mobile Sprint Nextel, finalizzato alla creazione di una *joint venture* per lo sviluppo e la vendita di servizi convergenti agli utenti finali. Grazie a questa intesa, gli operatori via cavo potranno rivendere i servizi mobili di Sprint Nextel ai propri clienti e viceversa. La *joint venture* mira anche alla realizzazione di nuovi servizi integrati, quali, ad esempio, una singola casella vocale tramite la quale accedere ai messaggi ricevuti, sia sulla linea fissa, sia su quella mobile, nonché la possibilità, per gli utenti, di accedere ai contenuti delle TV via cavo in mobilità e di programmare le registrazioni da DVR (*digital video recorder*) direttamente tramite l'uso del cellulare.

L'altro aspetto legato allo sviluppo della convergenza è rappresentato dalle iniziative degli operatori di telecomunicazione fissa finalizzate a fornire agli utenti finali servizi video su protocollo Internet.

Verizon ha ufficialmente lanciato il suo servizio di televisione su protocollo Internet con il marchio commerciale "Verizon Fios TV": esso viene fornito tramite la rete in fibra ottica che l'operatore ha cominciato a realizzare dal 2004. Fino al mese di aprile di quest'anno, l'operatore aveva stipulato accordi di *franchisee* con alcuni comuni del Delaware, Florida, Maryland, Massachusetts, California, New York e Pennsylvania e, a livello statale, con il Texas, la Virginia e l'Indiana, per un totale di circa 1,3 milioni di nuclei familiari raggiunti dalla rete *broadband*. Al momento del lancio, l'offerta televisiva comprendeva più di 300 canali (video e musicali), 20

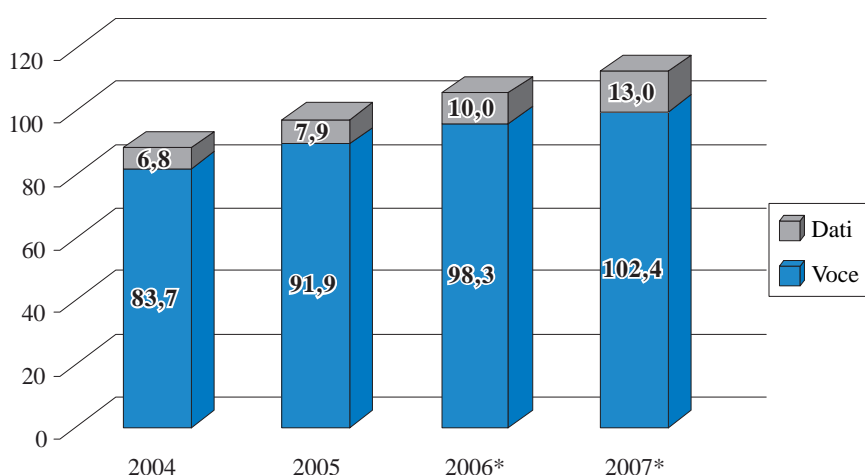
canali video ad alta definizione, oltre 600 titoli disponibili in modalità *video on demand*, la registrazione video digitale (DVR) e la guida interattiva dei programmi.

At&T-SBC è impegnata nella citata iniziativa *Lightspeed* che dovrebbe consentire, entro la fine dell'anno, di raggiungere con i servizi IP TV gli utenti di 21 Stati, per una copertura pari a 3 milioni di case. L'unica *franchisee* video che At&T ha contrattato è quella con il Texas, per coprire 21 comuni nella zona di Greater San Antonio, un'area che sta crescendo molto grazie alla costruzione di nuovi nuclei abitativi. Per il resto, At&T può contare su circa 20 accordi precedentemente conclusi da BellSouth (e in virtù dei quali BellSouth offre già alcuni servizi video) che potranno essere utilizzati per accelerare la realizzazione di *Lightspeed*. Per coloro che non sono raggiunti dalla rete *Lightspeed*, At&T propone un'offerta *triple play* (telefonia, accesso a larga banda e offerta televisiva) comprensiva di accesso in tecnologia xDSL (e VDSL2) e la televisione satellitare. In particolare, l'operatore di telecomunicazione utilizza la tecnologia *fiber to the premises* (FTTP) per collegare le nuove case e i condomini, e la tecnologia *fiber to the node* (FTTN) e xDSL/VDSL2 (per il tratto finale della connessione) nelle case già esistenti; una soluzione che comporta investimenti minori rispetto a quelli realizzati da Verizon, che ha invece deciso di impiegare la fibra ottica per raggiungere direttamente gli utenti finali.

Nord America, i servizi su rete mobile

Il 2005 ha fatto registrare importanti risultati sul fronte del mercato mobile nordamericano, sia in termini di abbonati (203,9 milioni, pari a un incremento del 14% rispetto all'anno precedente), sia di ricavi: il valore totale del mercato (figura 1.7.) è arrivato a circa 100 miliardi di euro (+10,3% in un anno).

Figura 1.7. Nord America: mercato dei servizi mobili, ripartizione tra voce e dati (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Uno dei principali fattori che ha caratterizzato il mercato nell'ultimo anno è costituito dalla diminuzione del ricavo medio per utente (ARPU, *average revenue per user*), derivante dai servizi voce, che, nonostante l'aumento degli utenti previsto per i prossimi anni, si tradurrà, a partire dal 2009, in una erosione dei ricavi voce complessivi.

Questo fenomeno è dovuto al vivace processo concorrenziale in atto in questa regione, a cui ha concorso la presenza degli operatori mobili virtuali (MVNO, *mobile virtual network operator*) attivi sul mercato statunitense. Nel corso del 2005, hanno avviato la loro attività commerciale nuovi MVNO quali ESPN, Movida, e Amp'd Mobile per altri si prevede che ciò avvenga nel corso del 2006. I MVNO si focalizzano principalmente sullo sfruttamento di nicchie di mercato, non servite in modo adeguato dagli operatori principali che tradizionalmente perseguono invece strategie volte ad allargare il più possibile la base utenti, differenziando le loro offerte quasi esclusivamente tramite i piani tariffari. Un esempio significativo è rappresentato da Movida che ha come *target* la comunità ispanica presente negli Stati Uniti, offrendo non soltanto servizi quali il *customer care* in lingua spagnola, ma anche contenuti specifici indirizzati ai membri della comunità. Altro esempio di MVNO recentemente lanciato negli Stati Uniti è rappresentato da Helio che utilizza le reti di Verizon Wireless e di Sprint e che nasce da una *joint venture* tra la coreana SK Telecom e Earthlink. Tale operatore mobile virtuale, ha concentrato i propri sforzi sulla fornitura di servizi multimediali quali i servizi di *community* di My Space, con la possibilità per gli utenti di inviare le proprie foto direttamente dal terminale mobile alla rete (sulle pagine MySpace) e di condividere video messaggi.

Con un livello di penetrazione del servizio che ha oramai raggiunto il 70% della popolazione, gli operatori stanno cercando di arrivare a quei segmenti che presentano ancora margini di sviluppo. Pertanto, è probabile che anche i gestori mobili infrastrutturati tenderanno a personalizzare maggiormente i propri servizi per venire incontro alle esigenze dei singoli segmenti di mercato.

Il segmento del mercato mobile caratterizzato dalle maggiori prospettive di crescita è quello dei servizi mobili a valore aggiunto, che ha fatto registrare, nel 2005, un considerevole incremento dei ricavi, trainati soprattutto dai servizi legati all'intrattenimento. A questo proposito ricordiamo l'avvio, nel 2005, di servizi di terza generazione (3G), su terminali mobili dedicati, prima da parte di Verizon Wireless (servizio VCAST) e, successivamente nell'ottobre 2005, da parte di Sprint Nextel (Power Vision). In entrambi i casi, i lanci seguono i servizi 3G su *data card* già disponibili e rivolti soprattutto alla clientela aziendale. Gli operatori che utilizzano standard CDMA/EV-DO (Verizon e Sprint/Nextel) si trovano dunque in vantaggio rispetto agli operatori che utilizzano gli standard GSM/UMTS/HSDPA (Cingular e T-Mobile) per quanto riguarda la fornitura di servizi 3G. Tuttavia, proprio alla fine del 2005, Cingular ha annunciato il lancio di propri servizi di terza generazione, che, seguendo il percorso intrapreso dagli altri operatori, ha inizialmente riguardato le *data card* per computer portatili. A questi servizi si sono aggiunti, nel corso del primo trimestre di quest'anno, i terminali 3G dedicati. Per quanto riguarda i contenuti offerti, tutti i gestori mobili impegnati nel 3G hanno puntato su notizie, *trailer*, sport e serie televisive.

Sempre con riferimento all'offerta di servizi convergenti, Verizon Wireless ha recentemente dichiarato che il prossimo anno lancerà servizi di televisione in mobilità, complementari ai servizi di terza generazione e forniti mediante la rete MediaFLO di Qualcomm. MediaFLO è una tecnologia utilizzata per la fornitura di servizi televisivi sul cellulare, alternativa al DVB-H, specificamente creata per la ricezione di contenuti in modalità *multicast* sui terminali mobili e che prevede l'utilizzo della rete cellulare per il canale di ritorno. Il servizio sarà disponibile su cellulari EV-DO che supportano la tecnologia MediaFLO. Qualcomm intende sviluppare una rete nazionale MediaFLO nella banda 700 MHz investendo 800 milioni di dollari per la sua realizzazione e la successiva gestione. La copertura nazionale è assicurata dallo spettro radio che Qualcomm ha acquisito in occasione di una gara svoltasi due anni fa: successivamente ha continuato ad acquistare spettro addizionale per arrivare a una copertura nazionale del servizio. Verizon sarà il primo operatore mobile statunitense a sviluppare servizi basati sulla tecnologia MediaFLO. Per quanto riguarda invece lo *standard* alternativo DVB-H, diffuso soprattutto in Europa, la società Crown Castle sta effettuando alcune sperimentazioni in Pennsylvania; tuttavia a oggi non sono stati annunciati piani di sviluppo commerciale del servizio.

Se il segmento residenziale (con lo sviluppo dei servizi 3G e di televisione in mobilità) continua a essere quello maggiormente raggiunto dai VAS su rete mobile, vi sono ampie prospettive di sviluppo (non soltanto in termini di numero di abbonati, ma anche e soprattutto in termini di ricavi) con riferimento alla clientela aziendale. Al pari di quanto accade nel mercato europeo, l'utilizzo dei servizi a valore aggiunto su rete mobile da parte dei clienti *business* è ancora limitato dalla presenza di ostacoli legati alla complessità di implementazione, all'interno dell'azienda, di soluzioni a valore aggiunto per la mobilità. Per questo motivo, Cingular e Sprint Nextel hanno creato apposite divisioni per servire questo segmento di clientela.

Gli ampi margini di crescita del mercato mobile trovano una conferma nelle previsioni sugli utenti: a fine 2005, nel mercato statunitense, erano 203,9 milioni gli abbonati ai servizi mobili, cifra che dovrebbe raggiungere i 240 milioni a fine 2007. Calcolata sul totale della popolazione statunitense, la penetrazione del servizio dovrebbe dunque crescere dall'attuale 71%, all'82% nel prossimo anno e i tassi di crescita maggiori sono previsti con riferimento al segmento della clientela aziendale.

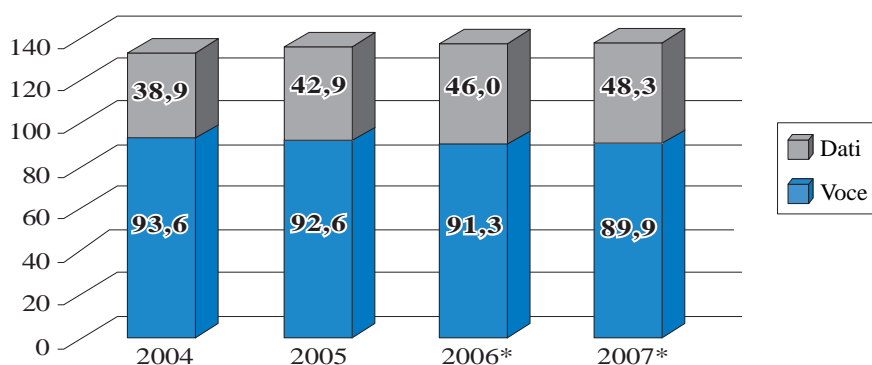
Con riguardo infine all'assetto societario dei gestori mobili, come si è evidenziato in precedenza, anche il mercato mobile è stato oggetto di un profondo processo di ristrutturazione. Lo scorso anno è stata completata la fusione tra Sprint e Nextel, a seguito della quale il mercato appare oggi caratterizzato dalla presenza di tre grandi operatori mobili nazionali infrastrutturati: Cingular, Verizon Wireless e Sprint/Nextel. Per quanto riguarda i gestori di minori dimensioni, sempre nel 2005, Alltel, operatore regionale (con la sesta quota di mercato), ha proceduto ad acquisire Western Wireless, gestore che si trova al dodicesimo posto in termini di abbonati. Il quadro competitivo è completato, come detto, dalla presenza di operatori mobili virtuali.

Europa, i servizi su rete fissa

Il mercato europeo dei servizi su rete fissa (figura 1.8.) ha raggiunto un valore pari a 136 miliardi di euro, con un incremento del 2,2% rispetto al 2004, risultato della contrazione (-1,1%) dei servizi voce e del contestuale incremento (+10,3%) dei servizi dati.

Come nel caso degli altri contesti regionali, la riduzione del valore del segmento della voce su rete fissa è ormai una tendenza consolidata alla quale contribuiscono la parziale sostituzione della rete fissa con quella mobile (che determina uno spostamento dei flussi di traffico verso le direttrici fisso-mobile e mobile-mobile e la dismissione, in alcuni casi, della linea fissa), la migrazione dai servizi *dial-up* ai servizi di accesso a Internet a banda larga e la concorrenza derivante, tra l'altro, dai servizi VoIP e voce su ADSL.

Figura 1.8. Europa: mercato dei servizi di rete fissa, ripartizione tra voce e dati (ricavi, miliardi di euro)



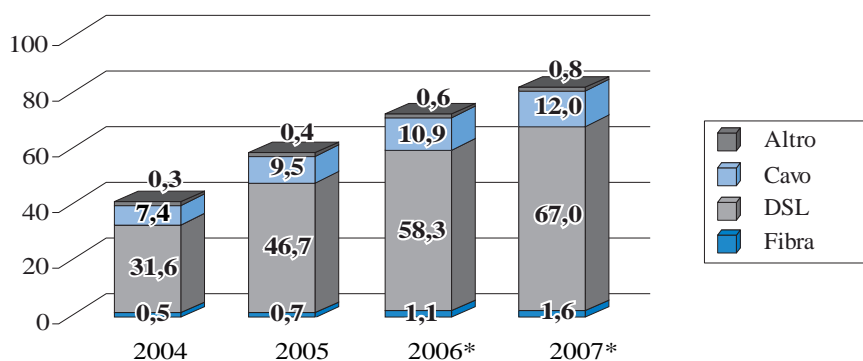
Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

A quest'ultimo riguardo, le linee con servizi voce su IP e ADSL sono passate, nei Paesi dell'Europa occidentale, dai 2,5 milioni di fine 2004 ai 6 milioni di un anno dopo, con un incremento del 140%. La crescita è attribuibile soprattutto alle offerte degli operatori alternativi che utilizzano le linee a banda larga per fornire agli utenti una linea voce, consentendo spesso a questi ultimi di rescindere i rapporti contrattuali con l'operatore *incumbent*. In questo contesto competitivo, anche diversi *incumbent* hanno lanciato offerte di servizi vocali su ADSL che permettono all'utente di ottenere rilevanti risparmi sulle chiamate.

La conseguenza del processo concorrenziale in atto è stata quindi la riduzione dei prezzi e l'ampliamento della gamma dei servizi telefonici su rete fissa.

Quanto alle connessioni a banda larga, la crescita è stata particolarmente pronunciata nell'area europea. Per quanto riguarda, in particolare, i Paesi dell'Europa occidentale (figura 1.9.), il numero totale delle linee *broadband* ha raggiunto, a fine 2005, i 57,4 milioni (+44,2% nell'ultimo anno).

Figura 1.9. Europa occidentale: connessioni a banda larga, ripartizione per tecnologia di accesso (linee, milioni)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Anche in questo caso, la crescita è stata favorita, come detto, dall'abbassamento del prezzo medio delle connessioni per effetto della concorrenza sul mercato.

Allo scopo di controbilanciare la riduzione costante dei ricavi medi derivanti dal traffico voce e dai servizi a banda larga, gli operatori stanno investendo sulla fornitura agli utenti di servizi a valore aggiunto. Tali servizi (integrazione fisso-mobile e IPTV) richiedono tuttavia investimenti nella rete, volti a garantire una buona qualità del servizio. Dal punto di vista degli operatori *incumbent*, proprietari di reti locali capillarmente diffuse su tutto il territorio nazionale, la possibilità di fornire agli utenti servizi innovativi e la necessità di ottimizzare i costi di gestione e di manutenzione delle proprie infrastrutture sono i principali fattori alla base della decisione di effettuare una transizione verso reti di nuova generazione basate sull'utilizzo del protocollo Internet. Per quanto riguarda i *carrier* alternativi (OLO - *Other Licensed Operator*), l'evoluzione dello scenario competitivo richiede la realizzazione di investimenti infrastrutturali (per lo più in *unbundling* e/o in reti in fibra ottica), poiché si passa da una concorrenza basata sulla mera rivendita di servizi *wholesale* dell'*incumbent*, a una in cui è l'OLO a diventare il fornitore unico di servizi di comunicazione e a intrattenere il rapporto contrattuale con l'utente finale.

Gli investimenti nelle reti di nuova generazione hanno quindi reso possibile la fornitura in Europa di servizi integrati fisso-mobile da parte degli operatori di rete fissa. Il primo operatore, peraltro non integrato, ad aver offerto un prodotto che consente questa tipologia di convergenza è British Telecom che ha lanciato, a metà 2005, il servizio denominato BT Fusion. Esso utilizza un cellulare appositamente fornito da BT in grado di connettersi, tramite tecnologia *Bluetooth*, entro le mura domestiche, a un *hub* collegato a una linea a banda larga fornita dal *carrier*. In questo modo le chiamate verso numeri di rete fissa che vengono effettuate dal cellulare sotto copertura dell'*hub* vengono fatte transitare sulla linea *broadband* di BT. Le chiamate verso numeri di rete mobile effettuate dentro casa e fuori casa vengono invece fatte transitare

sulla rete mobile di Vodafone (il gestore mobile con il quale BT ha concluso un accordo di accesso): il passaggio da una modalità all'altra avviene in modalità *seamless* (la comunicazione non cade) grazie alla tecnologia UMA incorporata nel telefono dell'utente. Entro l'anno sarà possibile utilizzare dei telefonini che supporteranno il collegamento all'*hub* tramite *wi-fi*: gli utenti potranno fruire di condizioni economiche vantaggiose per le chiamate effettuate sotto copertura, non soltanto dell'*hub* domestico, ma anche di tutti gli *hot spot* di BT presenti sul territorio nazionale (rete Openzone).

Quanto agli operatori integrati, diversi hanno dichiarato di avere piani per lo sviluppo di servizi integrati fisso-mobile; è il caso, ad esempio, di Telecom Italia, France Télécom e di Deutsche Telekom. Non tutti gli operatori hanno tuttavia scelto la tecnologia *Unlicensed Mobile Access* (UMA) per i propri servizi convergenti; ad esempio, France Télécom e Deutsche Telekom hanno deciso di affidarsi al protocollo *Session Initiation Protocol* (SIP), che, combinato con l'*Internet Multimedia Subsystem* (IMS), consente una maggiore versatilità per quanto concerne la convergenza fisso-mobile e l'accesso multi apparato (pc, cellulare, ecc.).

La seconda tipologia di prodotti convergenti riguarda, come detto, l'integrazione di servizi di telecomunicazione (in questo caso su rete fissa) con contenuti audiovisivi (la più volte citata IP TV). In questo ambito, alle offerte già esistenti si aggiungeranno, nel corso dell'anno, quelle di British Telecom e di Deutsche Telekom. Il *carrier* tedesco (che alcuni anni fa aveva lanciato un portale di contenuti *broadband* accessibile anche tramite televisore) avvierà il servizio non appena sarà ultimata la nuova rete a banda larga che utilizza la tecnologia *fiber to the curb* e VDSL2 (quest'ultima viene utilizzata per coprire l'ultimo miglio) e che consentirà di raggiungere velocità sino a 50 Mbps. Entro il primo semestre dell'anno, la copertura della rete dovrebbe raggiungere circa 10 città ed estendersi a 50 nell'anno successivo. L'investimento complessivo stanziato dal *carrier* è pari a 3 miliardi di euro.

British Telecom ha invece appena iniziato le sperimentazioni del servizio di televisione su Internet; il lancio commerciale è previsto per l'autunno di quest'anno. Tra le ragioni che hanno spinto la società a entrare in questo mercato vi è la necessità di contrastare le offerte dell'operatore via cavo (NTL) e di quello satellitare (BSkyB); quest'ultimo, dopo aver acquisito, nel 2005, l'ISP Easynet e aver installato (in modalità *unbundling*) le proprie infrastrutture nelle centrali di British Telecom, si appresta a lanciare un'offerta di contenuti audiovisivi a pagamento su rete *broadband*. British Telecom ha quindi dichiarato che la sua offerta di IP TV sarà indirizzata principalmente a quelle famiglie che non hanno ancora sottoscritto un abbonamento per usufruire di servizi di televisione a pagamento. Gli utenti avranno accesso, oltre che ai servizi video forniti dal *carrier* (compreso il *video on demand*), anche alle trasmissioni digitali terrestri, che verranno decodificate direttamente dal *set top box*.

La fornitura di questi servizi ha, inoltre, alimentato un dibattito circa la necessità di investire nelle infrastrutture di accesso e di trasporto, in particolare, quelle in fibra ottica. Ad esempio, all'inizio del 2006 il Sindaco di Parigi ha dichiarato l'intenzione di lanciare una gara nei prossimi mesi per la realizzazione di una rete in fibra ottica che copra tutta la città di Parigi tramite la tecnologia *Fiber To The Home* (FTTH). La decisione segue l'iniziativa

lanciata ad Amsterdam che prevede la realizzazione di una rete municipale in fibra ottica che raggiunge case e imprese.

In questo contesto, France Télécom ha dichiarato di voler lanciare nei prossimi mesi una sperimentazione della tecnologia FTTH che riguarderà alcune migliaia di abitazioni a Parigi e sei Città nell'area di Hauts de Seine al fine di soddisfare la domanda prevista in crescita nei prossimi anni. Anche altri operatori francesi stanno realizzando progetti relativi allo sviluppo della rete in fibra ottica; tra questi la *start-up* CiteFibre e l'operatore via cavo Noos.

Anche Telefonica ha dichiarato di ritenere insufficiente la tecnologia ADSL2+ ai fini della fornitura dei servizi avanzati; la necessità di trasmettere i contenuti in alta definizione e la compresenza di diversi servizi che utilizzeranno contemporaneamente la linea a banda larga dovrebbero, infatti, richiedere connessioni più performanti.

Sebbene la transizione verso le reti di nuova generazione rappresenti un tema sull'agenda di tutti gli operatori *incumbent* europei, decisamente inferiore è l'enfasi posta sull'argomento da parte degli operatori attivi nei Paesi dell'est. Ciò è dovuto al differente contesto di mercato nel quale essi si trovano a operare caratterizzato da una minore capacità di investimento (per via della minore disponibilità di spesa degli utenti e della minore penetrazione delle comunicazioni su rete fissa), da una quota delle entrate da servizi vocali ancora molto elevata rispetto a quella dei servizi più innovativi e da un limitato numero di società concorrenti (e dunque minori incentivi ad attuare investimenti in aree nuove). Questi fattori incidono anche sulle offerte di servizi integrati. Allo stato attuale soltanto due operatori presentano offerte al pubblico di tipo *triple play*: l'operatore sloveno Slovenije ed il *carrier* estone Elion.

Un altro fronte nell'ambito del quale si stanno introducendo numerose innovazioni di prodotto è quello delle connessioni in rete all'interno di un ambiente delimitato (quale casa o ufficio). Diversi sono gli operatori che stanno proponendo ai propri utenti prodotti che funzionano da *router* e *modem*, consentendo di connettere alla linea *broadband* tutta una serie di terminali: dai computer ai telefoni, fino agli apparecchi per l'elettronica di consumo. Lo scopo è quello di permettere alla clientela, residenziale e aziendale, di usufruire di uno spettro sempre più ampio di servizi aggiuntivi tramite le connessioni a banda larga al fine di aumentare l'interesse nei confronti di tali connessioni.

Un ultimo tema in materia di banda larga che ha concentrato l'interesse degli operatori e delle Autorità di settore riguarda la diffusione della tecnologia *wi-max*; tale tecnologia trasmissiva consente di raggiungere, in modalità *wireless*, velocità medie di connessione intorno a 8-20 Mbps (fino a un massimo teorico di 75 Mbps) su un'area che si estende fino a circa 50 km. Numerose le sperimentazioni attualmente in corso nei Paesi europei: in alcuni Stati, inoltre, sono già state concesse (o avverrà entro breve periodo) licenze per fornire servizi utilizzando tale tecnologia trasmissiva.

Nel Regno Unito, l'Autorità di settore, Ofcom, ha assegnato due licenze nazionali *wi-max* a Pipex e PCCW che si propongono di utilizzarla nei principali centri urbani del Paese, mentre BT sta sperimentando la tecnologia in bande "non licenziate" e quindi non protette da interferenze.

In Francia, l'Arcep ha avviato la procedura per la gara che assegnerà due licenze nella banda 3,4-3,6 GHz in ognuna delle 22 regioni della Francia metropolitana: 45 sono le candidature presentate, tra queste quelle di France Télécom, Bolloré Telecom e SFR in consorzio con Neuf Cegetel e Canal Plus, nonché quelle di consorzi che coinvolgono AdP (Aeroporti Parigi), RATP (trasporto pubblico), Autoruotes Paris-Rhone e i Consigli Regionali di diverse regioni (Borgogna, Aquitania, Normandia, e Bretagna). Le licenze verranno assegnate attraverso una gara (*beauty contest*) avente come parametri la copertura geografica della rete, la capacità di creare concorrenza e il valore finanziario del progetto. La pubblicazione dei risultati della gara è prevista per l'inizio di luglio di quest'anno. Offerte di *wi-max* potrebbero, tuttavia, essere lanciate prima di questa data dall'operatore alternativo Free (gruppo Iliad) che è in possesso di una licenza nazionale, ottenuta in seguito all'acquisizione, nel 2005, di Altitude Telecom.

In Germania, l'operatore DBD (Deutsche Breitband Dienste) e il gestore mobile O2 hanno lanciato, a inizio anno, un'offerta commerciale convergente *wi-max/mobile*: l'offerta, denominata SmartDuo, combina l'accesso a Internet a banda larga del *wi-max* con il servizio di telefonia mobile. A fronte del pagamento di un corrispettivo mensile, l'utente può ottenere un accesso *wireless broadband* che consente l'uso del cellulare a tariffe simili a quelle della rete fissa.

Servizi commerciali sono, inoltre, stati lanciati in Spagna, Austria e Olanda. In Italia, il servizio è invece ancora in fase di sperimentazione (cfr. paragrafo n. 1.2.1.).

Infine, si evidenzia che l'attenzione degli operatori di telecomunicazione è posta sulla fornitura di servizi voce, quali *hosted voice* (che consentono alle aziende di risparmiare sull'acquisto di centralini in quanto il servizio è gestito interamente dall'operatore *incumbent*) e applicazioni quali *unified messaging* e servizi che consentono all'utente di essere autonomo rispetto dall'apparecchio di accesso e di utilizzare i servizi che gli interessano tramite la modalità ritenuta da lui più consona in uno specifico momento).

Le potenzialità derivanti dall'utilizzo delle reti di nuova generazione, per fini diversi dalla semplice trasmissione dati e connettività Internet, crea, da parte delle aziende, una domanda di soluzioni di *information technology* (IT) e di telecomunicazioni sempre più integrate. Le imprese ricercano negli operatori di telecomunicazione non soltanto fornitori di prodotti e servizi di telecomunicazione ma di vere e proprie soluzioni integrate che consentano loro di ottimizzare l'utilizzo delle proprie infrastrutture e allo stesso tempo ridurre i costi. Per rispondere a queste esigenze gli operatori di telecomunicazione hanno ampliato notevolmente la gamma dei servizi IT offerti. In particolare, un numero sempre maggiore di operatori si sta attrezzando per fornire, ai propri clienti, i cosiddetti *managed services* nell'ambito dei quali le componenti legate alla rete (tradizionalmente il *core business* degli operatori di telecomunicazione) rappresentano soltanto il primo livello dei servizi forniti e a esse si aggiunge l'erogazione di servizi aggiuntivi di vario tipo.

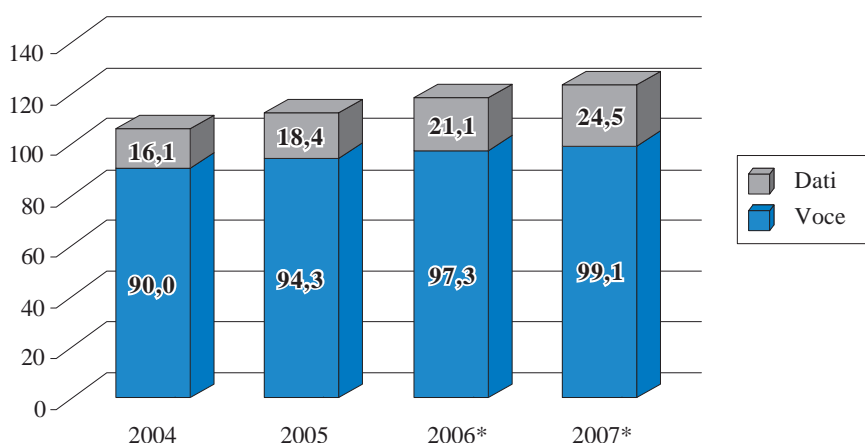
La convergenza sta dunque determinando una diversificazione delle attività degli operatori di telecomunicazione e la considerazione di strategie

commerciali volte al lancio di offerte di servizi con contenuto multimediale e di soluzioni di IT rivolte soprattutto alla clientela aziendale.

Europa, i servizi su rete mobile

Il mercato dei servizi su rete mobile in Europa (figura 1.10.) ha raggiunto nel 2005 i 113 miliardi di euro (+ 6,2% rispetto al 2004), risultato di una crescita della componente dati pari al 14,3%, e di un aumento, più contenuto pari al 4,7%, del segmento voce. Il peso della componente dati è dunque aumentato, passando dal 15,2% al 16,3% del totale, ed è destinato a raggiungere, nel 2007, la percentuale del 20%.

Figura 1.10. Europa: mercato dei servizi di rete mobile, ripartizione tra voce e dati (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Un primo aspetto del mutato contesto di mercato, riguarda la predisposizione di offerte dei gestori mobili volte a incentivare il fenomeno dello spostamento dei consumi degli utenti finali dalla fonia fissa a quella mobile. In Germania, ad esempio, O2 offre un servizio, denominato Genion, che consente agli utenti di effettuare, all'interno della propria casa, chiamate verso numeri di rete fissa a prezzi molto convenienti. Il servizio Vodafone At Home Mobile permette, a fronte del pagamento di un canone mensile, di usufruire di un pacchetto di minuti di chiamate verso numeri di rete fissa nazionali, effettuate nel raggio di due chilometri dall'abitazione dell'utente. Le chiamate dirette al di fuori di tale area vengono invece valorizzate in base al normale piano telefonico dell'utente. Vi è, infine, la possibilità per i clienti di ottenere un numero di rete fissa al quale è possibile essere raggiunti, che consente, a chi chiama, di beneficiare di tariffe più convenienti rispetto a quelle applicate alle chiamate verso rete mobile. In questo caso, gli utenti, grazie alla portabilità del numero, possono dismettere la propria linea fissa e mantenere il numero fisso per essere raggiunti sul cellulare mobile. All'inizio

dell'anno, T-Mobile ha lanciato un servizio denominato Mobile@home assai simile a quello proposto da Vodafone: alla fine del primo trimestre erano già oltre 500.000 gli utenti che avevano sottoscritto il servizio.

In modo analogo a quanto sta succedendo nelle telecomunicazioni fisse, a fronte di una diminuzione dei ricavi medi derivanti dalla voce - dovuta al vivace processo concorrenziale che ha condotto a una riduzione dei prezzi dei servizi vocali e quindi a un ulteriore incremento della diffusione del servizio (nella sola Europa occidentale il numero totale di linee mobili ha superato i 338 milioni, valore decisamente superiore a quello degli Stati Uniti) - i gestori mobili stanno introducendo rilevanti innovazioni che riguardano la componente dati, che presenta margini assai elevati.

Al riguardo devono essere segnalati gli importanti risultati raggiunti dalla diffusione in Europa del servizio mobile di terza generazione in tecnologia UMTS: alla fine dell'anno erano circa 21 milioni le linee UMTS attivate nei Paesi dell'Europa occidentale.

La transizione alle reti di terza generazione ha migliorato l'esperienza degli utenti per quanto riguarda la fruizione dei servizi a valore aggiunto mobili: a oggi tuttavia non sono emerse vere e proprie *killer application* legate all'utilizzo di questa tecnologia.

Tra i servizi forniti tramite le reti 3G che hanno riscosso la maggiore attenzione da parte degli utenti vanno segnalati la possibilità di scaricare sul cellulare interi brani musicali e di fruire di servizi video e televisivi. A questo scopo gli operatori hanno stretto alleanze con i fornitori di contenuti, incluse le case discografiche e le emittenti televisive. A titolo di esempio si menziona l'accordo recentemente sottoscritto nel Regno Unito da Vodafone e BSkyB che consente agli utenti UMTS del gestore mobile di vedere circa 20 canali dell'operatore satellitare di televisione a pagamento.

L'utilizzo della rete di terza generazione, al fine della fornitura di servizi video, è tuttavia piuttosto dispendioso per l'operatore (in termini di occupazione di banda) e risulta inefficiente e inadatto, dal punto di vista dell'architettura di rete, a fornire il servizio a un ampio numero di utenti. Per questo motivo, i gestori mobili stanno investendo sulla sperimentazione di altre tecnologie per la fornitura del servizio.

Nei Paesi europei lo *standard* oggetto di maggiore sperimentazione è il DVB-H. La prima sperimentazione, già conclusa, è stata condotta in Finlandia, dove ha coinvolto gestori mobili, produttori di apparecchiature, emittenti televisive (Digita, Elisa, MTV, Nelonen, Nokia, TeliaSonera e YLE) e 500 utenti della città di Helsinki. Digita si è assicurata la prima licenza assegnata dal Ministero dei trasporti e delle comunicazioni per l'avvio commerciale dei servizi di televisione in mobilità su standard DVB-H.

In Spagna si sono concluse due sperimentazioni (condotte sempre sulla tecnologia DVB-H) che hanno riguardato le aree di Madrid, Barcellona e Siviglia e hanno visto coinvolte numerose società di comunicazione (Abertis Telecom, Nokia, Telefónica Móviles, Antena 3, Sogecable, Tele 5, RTVE, Telemadrid, TV de Catalunya, Vodafone España, Net TV, RTVA, RTVV e Veo TV).

Nel Regno Unito, O2, Arqiva, Nokia, BBC, ITV, Channel 4, Five TV, Turner Broadcasting, Shorts International, Discovery, Eurosport, MTV, e BSkyB hanno avviato una sperimentazione a Oxford i cui risultati definitivi saranno resi noti nel corso del 2006.

In Francia il Consiglio superiore dell'audiovisivo ha autorizzato quattro sperimentazioni nell'area di Parigi: tre dei quattro consorzi autorizzati utilizzeranno lo standard DVB-H, mentre uno lo standard coreano *Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting* (T-DMB).

Sperimentazioni di servizi televisivi e radiofonici basate sullo standard DVB-H sono infine in corso in Olanda, dove vedono coinvolti gli operatori KPN, Digitenne, Nozema Services e TNO.

Un'altra tecnologia, che è stata recentemente testata per la fornitura di servizi televisivi agli utenti mobili è il *Digital Audio Broadcasting Internet Protocol* (DAB-IP). British Telecom e Virgin Mobile hanno sperimentato questo *standard* nel corso del 2005 su circa 1.000 utenti ai quali è stato proposto un pacchetto di canali televisivi e radiofonici.

Qualcomm e l'operatore di televisione satellitare a pagamento BSkyB hanno, inoltre, firmato una lettera di intenti per la realizzazione, in Gran Bretagna, di sperimentazioni della tecnologia Media FLO, utilizzata, come visto, negli Stati Uniti. L'avvio è previsto per l'estate di quest'anno e coinvolgerà una selezione di canali di BSkyB che saranno resi disponibili su alcuni terminali forniti da Qualcomm.

Sempre dal lato della fornitura di servizi a valore aggiunto su terminale mobile, i portali hanno rappresentato lo strumento principale attraverso il quale i gestori hanno veicolato tali servizi. Grazie al portale l'operatore mobile non si limita a fornire soltanto l'infrastruttura tramite la quale i contenuti arrivano agli utenti finali, ma realizza dei veri e propri ambienti nell'ambito dei quali l'utente trova una ricca selezione di contenuti audiovisivi e servizi di qualità ottimizzati per la fruizione sul terminale.

La maggior parte dei portali dei gestori è finora rientrata nella categoria dei cosiddetti *walled garden*, terminologia con la quale si indica il controllo esercitato dal gestore nella fruizione dei contenuti e servizi mobili a valore aggiunto da parte degli utenti. I gestori che utilizzano portali *walled garden* attuano politiche tese a disincentivare la libera fruizione di contenuti al di fuori del proprio portale mobile, applicando, ad esempio, tariffe maggiorate per la navigazione su siti non inclusi nel proprio portale oppure rendendo complicato, da parte degli utenti, raggiungere siti al di fuori dello stesso.

Tuttavia sta emergendo, con sempre maggior forza, un modello aperto di navigazione Internet su cellulare, che riscuote il successo dei consumatori finali e appare essere più rispettoso delle norme a tutela della concorrenza. A titolo di esempio è possibile citare l'iniziativa del gestore tedesco T-Mobile denominata "web 'n walk": grazie a un apposito telefonino, oppure scaricando gratuitamente sul proprio terminale un applicativo fornito dall'operatore, l'utente fruisce di un accesso a Internet che gli consente di visualizzare i contenuti delle pagine in modo assai simile a quanto avviene tramite il *browser* sullo schermo di un *personal computer*. La pagina iniziale del servizio è la *homepa-*

ge di Google, operatore con il quale T-Mobile ha stretto un'alleanza. La decisione di rendere disponibile ai propri utenti un servizio che in parte ripropone, sin dalla pagina iniziale, esperienze ben note all'utente che naviga tramite pc sembra indice della volontà, da parte del gestore, di superare l'approccio *walled garden*. Anche Vodafone ha indicato l'intenzione di voler rendere più facile l'accesso ai contenuti all'esterno del proprio portale.

L'adozione di un approccio aperto appare essere stata influenzata da considerazioni legate sia alla maggiore disponibilità di contenuti accessibili in mobilità da parte dell'utente, sia dalla presenza di reti (UMTS e in prospettiva HSDPA) che consentono una fruizione migliore dei contenuti audiovisivi in rete.

Per quanto riguarda il segmento aziendale, l'innovazione si è concentrata sulla fornitura di servizi a valore aggiunto sulle reti mobili, ivi compreso l'accesso in mobilità alle applicazioni aziendali. Un servizio a valore aggiunto sul quale i gestori mobili sembrano voler concentrare la propria attenzione è l'accesso in mobilità alla posta. Alla soluzione *Blackberry*, che inizialmente ha dominato il mercato delle soluzioni di *push-mail* (che consentono all'utente di ricevere automaticamente messaggi sul proprio terminale mobile senza necessità di sollecitare la fornitura del servizio di volta in volta), si sono aggiunte altre soluzioni nel portafoglio di offerta dei gestori mobili.

In questo quadro di competizione sui prezzi dei servizi tradizionali e sull'offerta di nuovi prodotti e servizi, l'assetto concorrenziale del mercato mobile europeo è stato modificato dal realizzarsi di numerose operazioni di concentrazione. Tra queste vale ricordare:

- l'acquisizione dell'operatore mobile O2 – attivo nel Regno Unito, Irlanda e Germania – da parte del *carrier* spagnolo Telefonica; l'operazione ha ottenuto il via libera dalla Commissione europea, che tuttavia ha imposto a Telefonica di abbandonare l'alleanza Freemove;
- l'acquisto, da parte dell'operatore tedesco T-Mobile, del gestore mobile austriaco Tele.ring;
- l'operazione con cui il *carrier* norvegese Telenor ha comprato il gestore mobile svedese Vodafone Sweden;
- l'acquisizione dell'80% di Amena, gestore mobile spagnolo, da parte dell'*incumbent* francese France Télécom, che era già presente in Spagna con un'offerta fissa voce e *broadband*;
- l'acquisto di Meteor, gestore mobile irlandese, da parte dell'operatore *incumbent* Eircom, che consente a quest'ultimo di fornire, unico operatore in Irlanda, servizi integrati fisso-mobile.

Il quadro concorrenziale del mercato mobile europeo è infine completato dalla presenza dei gestori mobili virtuali (MVNO, *Mobile Virtual Network Operators*), operatori privi di una rete propria che forniscono servizi di comunicazione mobile appoggiandosi alle reti degli operatori infrastrutturati. All'inizio dell'anno, alla lista di Paesi europei nei quali è già presente il modello MVNO si è aggiunta la Spagna. L'Autorità regolamentare (CMT) ha infatti deciso di imporre ai gestori mobili del Paese (Telefonica Moviles, Vodafone e Amena) l'obbligo di consentire l'accesso alle proprie reti da parte di tali operatori. La decisione segue

l'esame del mercato nazionale effettuato dalla CMT, che ha rilevato la presenza sul mercato spagnolo di prezzi al dettaglio al di sopra della media europea e di una dominanza collettiva da parte dei tre gestori mobili.

Due sono le principali categorie di MVNO attualmente attive in Europa: operatori di rete fissa che utilizzano il modello MVNO per aggiungere la telefonia mobile alla propria offerta di servizi telefonici (quali Tele2 e BT), oppure società attive in altri settori dotate di marchi affermati presso il pubblico (quali Bertelsmann, Virgin, Vivendi Universal, Ryan Air, Wal-Mart, Ikea, Carphone Warehouse) che si specializzano nell'offerta di servizi mobili a determinati segmenti di clientela. Il totale degli operatori virtuali attivi in Europa è superiore al centinaio.

Con riguardo all'offerta di servizi mobili da parte degli operatori virtuali, è interessante soffermarsi sul caso francese. In Francia l'avvio di tali servizi è avvenuto nel 2004 con l'MVNO Debitel. Più recentemente, nel mese di aprile di quest'anno, ha fatto il suo ingresso un nuovo operatore virtuale, Neuf Cegetel, che si appoggia alla rete dell'operatore mobile di SFR. Grazie a tale accordo e alla presenza sui mercati fissi e *broadband*, l'operatore è oggi in grado di offrire alla propria clientela una offerta *quadruple play* (fonia fissa e mobile, Internet *broadband* e televisione).

L'offerta segue in ordine di tempo il lancio di un altro MVNO, frutto di una *joint venture* tra Virgin e Carphone Warehouse. Virgin Mobile France, che utilizza la rete di Orange, propone un'offerta che si concentra su un specifico *target* di utenti: i ragazzi con età inferiore ai 25 anni. L'offerta è incentrata sulla possibilità, per coloro che si abbonano per un anno all'operatore, di inviare SMS illimitati agli utenti di tutti gli operatori.

Il modello MVNO non è tuttavia l'unico esempio di collaborazione tra un marchio affermato e un operatore mobile. Vale menzionare a questo proposito l'accordo di licenza concluso, sempre in Francia, tra Bouygues Telecom (*carrier* integrato di telecomunicazioni) e l'emittente televisiva TF1, entrambe filiali del gruppo Bouygues. Il servizio TF1 Mobile utilizzerà, da un lato, l'infrastruttura e i servizi tecnici dell'operatore mobile e dall'altro i contenuti e il marchio di TF1. Il servizio si pone in concorrenza con M6 Mobile di Orange, nato da un'alleanza tra l'operatore mobile Orange e il gruppo televisivo M6-RTL. TF1 metterà a disposizione dei suoi utenti un portale multimediale, iMode, che raggrupperà una selezione di contenuti per il cellulare (da alcune trasmissioni televisive dell'emittente, a contenuti per la personalizzazione del terminale).

In conclusione, si può affermare che la nascita degli operatori virtuali sembrerebbe produrre alcuni benefici per i consumatori finali – in termini sia di soddisfazione delle esigenze di alcune specifiche nicchie di utenza mobile, sia di rafforzamento della pressione concorrenziale sui prezzi dei servizi tradizionali (voce e messaggistica) – arricchendo in tal modo il contesto competitivo.

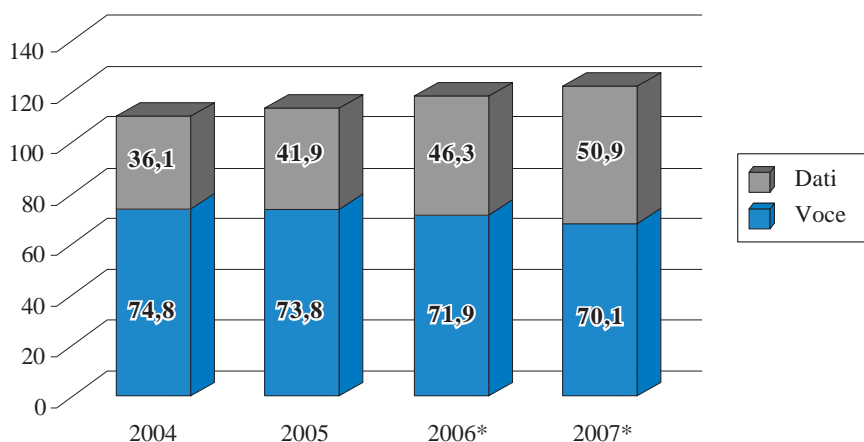
Questo è, ad esempio, l'effetto che si è avuto nei Paesi Bassi, dove il gestore di telecomunicazioni KPN, per competere con le offerte degli MVNO, ha introdotto un servizio a basso costo con il marchio Simyo. Il servizio propone tariffe scontate per le chiamate vocali e per gli SMS. Le SIM Simyo possono

essere acquistate soltanto *online*: il servizio intende rivolgersi agli utenti giovani, che presentano una limitata spesa media nei servizi mobili.

Asia/Pacifico, i servizi su rete fissa

Il mercato dei servizi di telecomunicazione su rete fissa nell'area Asia/Pacifico (figura 1.11.) ha raggiunto il valore di 116 miliardi di euro, con una crescita del 4,4% rispetto all'anno precedente.

Figura 1.11. Asia/Pacifico: mercato dei servizi di rete fissa, ripartizione tra voce e dati (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Analogamente a quanto avvenuto negli altri contesti regionali, anche in quest'area il segmento voce su rete fissa ha registrato una contrazione, a causa del parziale spostamento delle chiamate dalla rete mobile a quella fissa e della crescita delle entrate derivanti dai servizi VoIP. La Repubblica Popolare Cinese si conferma in particolare il paese *leader* in termini di entrate da servizi VoIP, con la maggior parte dei ricavi derivanti dalle chiamate effettuate sulla lunga distanza.

La contrazione dei ricavi da servizi voce tradizionali è stata particolarmente evidente nel mercato giapponese. In questo Paese il contesto competitivo si è modificato a seguito di una serie di operazioni di concentrazione, tra cui vale ricordare l'acquisto, da parte di Softbank, dell'intero capitale sociale di Japan Telecom, e la fusione tra KDDI e PoweredCom. A seguito di queste operazioni, il mercato nazionale giapponese dei servizi su rete fissa appare dominato dalla presenza di tre grandi gruppi: NTT, Softbank e KDDI.

Nel segmento della trasmissione dati si continua a registrare la contrazione dei ricavi dai servizi dati tradizionali, ai quali si contrappone la crescita dei segmenti più innovativi (trasmissione su reti IP). Nel suo complesso il segmento è cresciuto di oltre il 16% in un anno.

In particolare, i servizi di accesso a Internet a banda larga sono cresciuti a ritmi assai elevati: in Giappone la crescita delle connessioni *broad-*

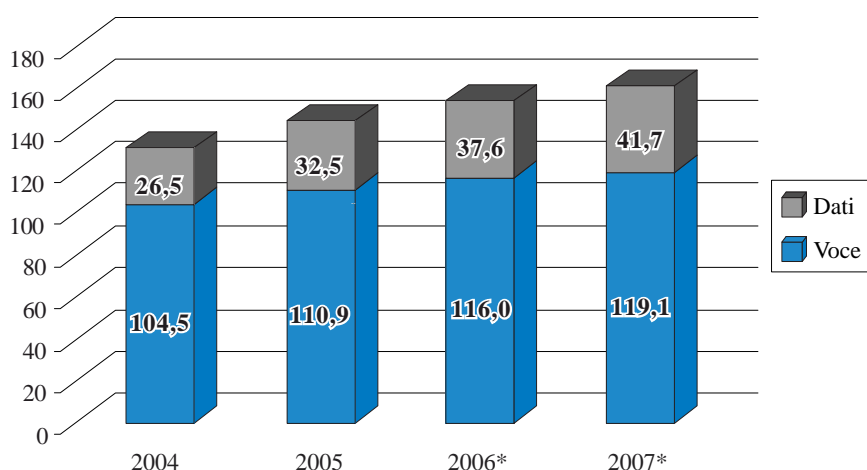
band è stata pari al 21%, per un totale di connessioni, a fine anno, pari a 23 milioni. I servizi basati sulla tecnologia *fiber to the home* hanno registrato una crescita molto elevata; allo stato tali connessioni rappresentano circa il 20% del totale degli accessi a banda larga, percentuale che è destinata ad aumentare sensibilmente nei prossimi anni. L'xDSL rappresenta comunque di gran lunga la principale tecnologia di accesso, con una quota pari al 65% del totale delle linee *broadband*.

Per quanto riguarda gli altri Paesi dell'area, i mercati nazionali che hanno registrato i maggiori tassi di crescita sono stati quelli indiano e thailandese. A rappresentare il mercato più ampio, a livello assoluto, è la Cina, con 32 milioni di connessioni *broadband* (in crescita del 34% in un anno). Tale dimensione apre importanti prospettive per lo sviluppo dei servizi a valore aggiunto, quale l'IP TV. A questo proposito, occorre sottolineare il lancio commerciale da parte del gruppo SMG del primo servizio di televisione su protocollo Internet, avvenuto a Shanghai alla fine del 2005. L'operatore televisivo non possiede una rete di distribuzione IP; pertanto il gruppo si è appoggiato a due *carrier*, China Telecom e China Netcom, per la fornitura del servizio: SMG mette a disposizione la licenza ottenuta dall'Autorità di regolamentazione e i propri contenuti audiovisivi, mentre i due operatori di telecomunicazione forniscono i servizi di connettività a banda larga e di fatturazione agli utenti finali.

Asia/Pacifico, i servizi su rete mobile

Sempre con riferimento all'area Asia/Pacifico, il mercato dei servizi su rete mobile (figura 1.12.) ha registrato, nell'ultimo anno, una crescita significativa (+9,4%), raggiungendo il valore complessivo di 143 miliardi di euro. Tale andamento è la conseguenza dell'incremento del segmento voce (6,1%), e della forte espansione dei ricavi da servizi dati (22,6%).

Figura 1.12. Asia/Pacifico: mercato dei servizi di rete mobile, ripartizione tra voce e dati (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Diversi sono i Paesi dell'area nei quali sono stati lanciati i servizi di terza generazione: tra questi i principali, accanto al Giappone, sono Hong Kong, Corea del Sud, Australia, Singapore e Malesia. Per quanto riguarda la Cina, dopo una serie di rinvii da parte delle Autorità regolamentari, è prevista, entro la fine dell'anno, l'assegnazione di almeno una licenza per la fornitura di servizi 3G. Questi ultimi dovrebbero essere lanciati entro il 2008, anno nel quale avranno luogo le Olimpiadi in Cina.

La disponibilità di servizi 3G non ha, tuttavia, ancora avuto un significativo impatto sui ricavi derivanti dai servizi dati, che sono cresciuti in conseguenza della diffusione dei servizi legati allo scaricamento di brani musicali e di filmati. La bassa diffusione dei servizi di terza generazione trova una spiegazione nella ridotta capacità di spesa degli utenti (sono infatti assai diffusi solo nei paesi, come il Giappone, che hanno raggiunto un elevato livello di reddito pro capite), nonché nel fatto che l'attenzione degli operatori è stata posta soprattutto sui risparmi delle chiamate vocali piuttosto che sull'introduzione di servizi a valore aggiunto.

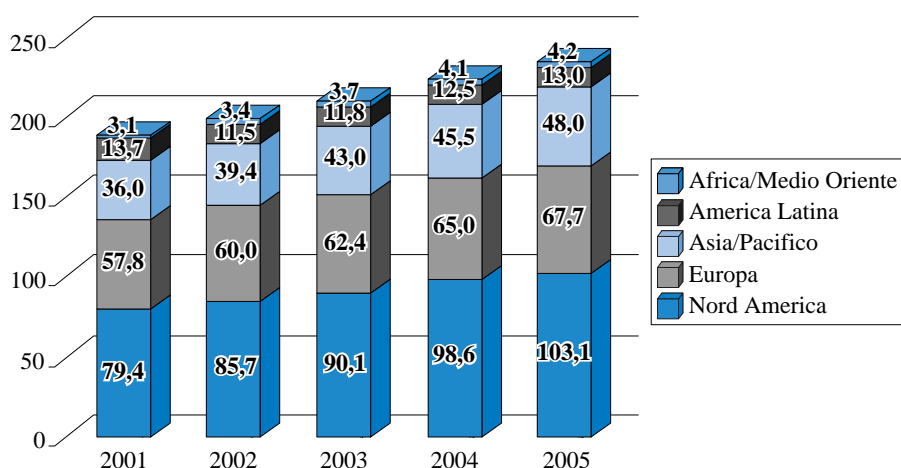
Rappresenta un'eccezione, in questo panorama, la Corea del Sud. Il Paese si distingue, infatti, per l'utilizzo di contenuti multimediali: nel corso del 2005, è stato introdotto, dal gestore mobile SK Telecom e da TU Media, un servizio di televisione in mobilità che utilizza la versione satellitare della tecnologia DMB (*Digital Multimedia Broadcasting*), tecnologia basata sullo standard europeo Eureka 147 *Digital Audio Broadcast* (DAB).

1.1.2. L'audiovisivo

Il settore mondiale dei servizi televisivi

Alla fine del 2005, il settore mondiale dei servizi televisivi (figura 1.13.) ha raggiunto il valore complessivo di circa 235 miliardi di euro, in crescita del 4,6% rispetto all'anno precedente.

Figura 1.13. Il settore mondiale dei servizi televisivi (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDATE

Per quanto riguarda le aree geografiche, non si registrano sostanziali cambiamenti: l'area nordamericana conferma la propria posizione preminente con circa il 44% delle risorse, seguita dall'Europa che vede la sua quota (28,8%) contrarsi marginalmente.

La pubblicità rappresenta ancora la principale fonte di finanziamento, ma la crescita maggiore in termini percentuali si registra con riferimento ai ricavi dai servizi di televisione a pagamento. Il cambiamento nella ripartizione delle fonti di finanziamento riflette un mutamento strutturale del settore.

La digitalizzazione delle reti abilita infatti la distribuzione di una molteplicità di contenuti su un ampio spettro di piattaforme: terrestre (fisso e in mobilità), satellitare, cavo (e fibra ottica), rete telefonica (rame e tecnologie xDSL). Questo processo di affermazione di piattaforme multicanale sta alterando, oramai da alcuni anni, gli equilibri competitivi del settore, determinando una maggior frammentazione dell'audience televisiva, con effetti, in particolare, sui mercati nazionali della raccolta pubblicitaria televisiva.

La digitalizzazione è innanzitutto presente nelle tradizionali reti della televisione a pagamento: quella satellitare e quella via cavo, in cui gli operatori stanno procedendo con rinnovato vigore nella transizione al digitale delle proprie infrastrutture. Inizia, inoltre, ad affermarsi nella televisione terrestre, con il processo di transizione dall'analogico, in concomitanza del lancio sul mercato di offerte di televisione su Internet (IP TV) da parte degli operatori di telecomunicazioni fisse (cfr. paragrafo n. 1.1.1.).

La moltiplicazione delle piattaforme tecnologiche per la diffusione dei servizi televisivi è anche connessa alla maggiore disponibilità di contenuti sul mercato. In particolare, i fornitori di contenuti, che un tempo guardavano con una certa diffidenza alle nuove piattaforme distributive (si pensi ad esempio alle case discografiche, ma anche alle *major* cinematografiche che hanno sempre temuto che la disponibilità in rete dei propri contenuti comportasse molti rischi in termini di pirateria), cominciano a considerarle come un'opportunità per le proprie attività.

Inoltre, il lancio dei servizi di PVR (*Personal Video Recording*) e di VoD (*video on demand*) consentono agli utenti di fruire, su richiesta, di contenuti personalizzati, svincolati dalle logiche di palinsesto tipiche della televisione generalista.

In definitiva, la digitalizzazione delle reti, con la conseguente loro moltiplicazione, l'aumento dei canali, la frammentazione dell'audience e le nuove modalità di fruizione dei contenuti televisivi da parte dei telespettatori, tendono a comprimere i ricavi derivanti dalla televisione generalista, producendo i rilevati effetti sulla ripartizione delle fonti di finanziamento del settore.

Il mercato televisivo negli Stati Uniti

Negli Stati Uniti le piattaforme satellitare e via cavo rappresentano i mezzi trasmissivi d'elezione per veicolare i servizi televisivi, in particolare, quelli a pagamento. Si consideri che, a fine 2005, vi erano circa 96 milioni di abbonati ai servizi via cavo e satellite; di questi il 72% era rappresentato dagli

utenti via cavo. Quanto agli abbonati digitali, 56 milioni (con un incremento del 12% rispetto all'anno precedente) si distribuiscono in modo pressoché equivalente tra le due piattaforme.

Relativamente all'assetto competitivo, la piattaforma cavo è dominata dall'operatore Comcast, seguito, a diversi punti di distanza, da Time Warner Cable; sono, inoltre, presenti altri operatori quali Cox e Advance/Newhouse. Il digitale satellitare è invece quasi equamente controllato da due società: DIRECTTV e Echostar, con una lieve prevalenza della prima sulla seconda.

Operatori via cavo e satellitari hanno definito strategie concorrenziali differenti, focalizzandosi sulle caratteristiche delle proprie reti. Per quanto riguarda i primi, questi hanno puntato sulle offerte di servizi integrati di comunicazione (telefonia, accesso ad Internet broadband e televisione). L'ampliamento della gamma sta riguardando anche i servizi mobili (offerte quadruple play): si ricorda al riguardo la citata joint venture (cfr. paragrafo n. 1.1.1.) conclusa tra Comcast, Cox, Time Warner e Advance/Newhouse e il gestore mobile Sprint Nextel finalizzata allo sviluppo e alla vendita di servizi convergenti agli utenti. Le strategie di mercato hanno, inoltre, riguardato il passaggio degli utenti analogici, che rappresentano ancora ben il 60% del totale degli abbonati alla televisione via cavo, alla piattaforma digitale. A tale scopo gli operatori hanno sviluppato servizi a valore aggiunto quali il *digital video recorder* (DVR) e il *video on demand* (VoD) nelle sue varie articolazioni (in abbonamento o con pagamento a contenuto richiesto).

Gli operatori satellitari si sono invece focalizzati su offerte che sfruttano la quasi completa digitalizzazione del proprio parco abbonati: la differenziazione del prodotto televisivo si è, quindi, incentrata sulla qualità digitale del segnale o su servizi di DVR. Sono stati, inoltre, abbassati i prezzi delle offerte dei pacchetti ai servizi di *pay tv* satellitare, anche per ovviare all'attuale difficoltà, per limiti tecnologici, di offrire servizi di *video on demand*. Al riguardo sarebbero allo studio offerte di VoD che utilizzerebbero *set top box* ibridi collegati alle reti a banda larga degli operatori di telecomunicazioni.

Per quanto riguarda i nuovi mezzi, si segnala il lancio dei servizi di IPTV che rappresentano a oggi una quota marginale del totale degli abbonati ai servizi di televisione a pagamento: circa 180.000 utenti a fine 2005, totalmente attribuibili al recente avvio dell'offerta di Verizon, alla quale seguirà quella di At&T (progetto Lightspeed, cfr. paragrafo n. 1.1.1.). Nonostante gli ingenti investimenti finanziari degli operatori di telecomunicazione, è stato previsto che gli abbonati ai servizi di IPTV rappresenteranno ancora nel 2009 una componente minore del totale degli abbonati alla televisione digitale: il 6%, con circa 5 milioni di utenti.

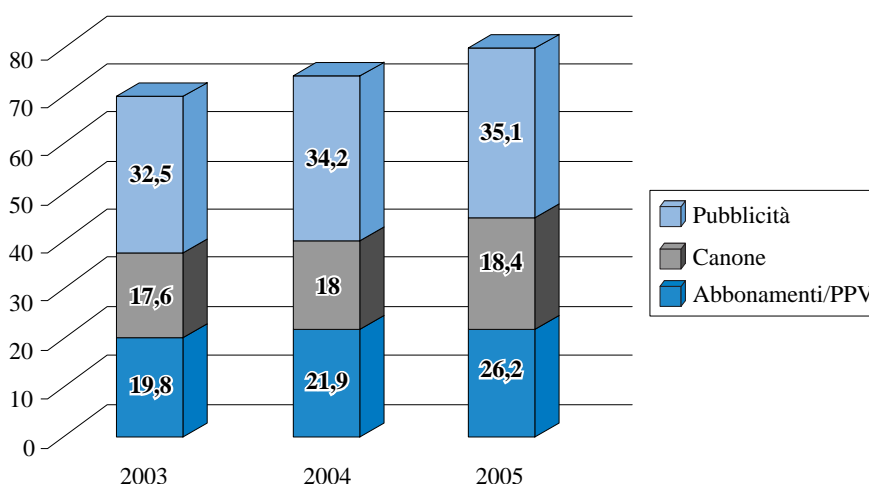
Infine, sul fronte regolamentare va segnalata la decisione della *Federal Communications Commission* (FCC) di non appellarsi contro la sentenza della *Court of Appeals for the Third Circuit* di Philadelphia, che, nel 2004, si era espressa negativamente sulle nuove norme introdotte dalla stessa FCC in tema di proprietà dei mezzi di comunicazione di massa. Tali norme avrebbero allentato i limiti vigenti in materia di proprietà di televisioni, radio e

giornali eliminando il divieto, per una stessa società, di possedere sullo stesso mercato geografico una testata quotidiana, radio ed emittenti televisive.

Il settore televisivo nell'Europa occidentale

Lo scorso anno il settore televisivo europeo (figura 1.14.) ha raggiunto un valore complessivo pari a circa 80 miliardi di euro, con una crescita sostenuta del 7,6%, superiore a quella registrata nel 2004 (6%).

Figura 1.14. Europa: il settore televisivo (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: Italmedia Consulting

L'analisi della distribuzione delle risorse evidenzia in modo netto il citato cambiamento in atto nel settore: da un lato, si riduce il peso della pubblicità (dal 46,5% del 2003 al 44,1% del 2005), che, tuttavia, rimane saldamente la principale fonte di ricavi e quello (23,1%) dei finanziamenti statali (canone); dall'altro, aumenta considerevolmente (+20% in un anno) la quota (32,8%) del fatturato da servizi di televisione a pagamento (in tutte le sue articolazioni: abbonamento, *pay per view* (PPV) e *video on demand*), che rappresenta la componente trainante della crescita del settore.

Il mercato europeo della televisione a pagamento è in rapida crescita, con un valore complessivo del fatturato che ha superato i 26 miliardi di euro. La ripartizione dei ricavi mostra una netta prevalenza delle vendite di abbonamenti (il 60,5%, di cui il 40% per i pacchetti di base ed il rimanente 20,5% per quelli *premium*) e una quota significativa, in crescita, delle vendite di prodotti in *pay per view* (32%); ancora piuttosto marginale rimane la percentuale dei ricavi da servizi di *video on demand* (7,5%).

Stante la forte dipendenza degli investimenti pubblicitari dal ciclo economico, l'andamento del mercato pubblicitario, pur in continua crescita (+2,6% contro il +5,2% registrato nel 2004), ha risentito della debolezza che ancora caratterizza le economie europee. Sono inoltre mancati grandi eventi (quali quelli sportivi) in grado di trainare gli investimenti pubblicitari.

Il rallentamento della crescita del mercato pubblicitario è stato avvertito in tutti i principali Paesi europei, a eccezione della Spagna, che ha registrato un incremento dei ricavi pubblicitari di circa il 10%.

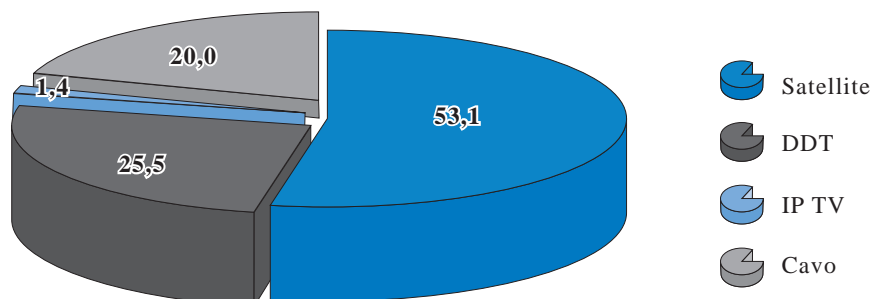
La struttura dei mercati nazionali della raccolta pubblicitaria televisiva rimane ancora caratterizzata da un rilevante livello di concentrazione, con la quota di mercato dell'operatore principale vicina al 50% (43% in Germania, 47% nel Regno Unito, 54,% in Francia e 36% in Spagna). Tuttavia, appare essere in atto un cambiamento strutturale del mercato che si traduce inevitabilmente in un processo di deconcentrazione dei mercati pubblicitari.

La disponibilità di una pluralità di piattaforme digitali per la distribuzione dei contenuti e di un numero crescente di canali tematici che spesso riescono ad attirare nicchie importanti di utenza (in particolare dal punto di vista della capacità di spesa) sta, infatti, determinando una frammentazione dell'*audience* televisiva, con ripercussioni negative sugli ascolti delle emittenti generaliste dei principali gruppi televisivi. L'*audience share* delle piattaforme digitali sta crescendo in misura significativa in tutti i Paesi europei: ad esempio, negli ultimi cinque anni, nel Regno Unito gli ascolti della televisione multicanale sono cresciuti di dieci punti percentuali (dal 19,6% al 29,6%), e in Francia l'incremento, seppur più moderato, è stato ugualmente assai significativo, dall'8,5% del 2001 al 12,1% del 2005.

Lo sviluppo delle piattaforme alternative alla televisione analogica trova ulteriore riscontro nei dati relativi alla penetrazione della televisione digitale tra le famiglie europee. Alla fine del 2005, erano 55,6 milioni i nuclei familiari dotati di televisione digitale nei paesi dell'Europa occidentale, pari al 33% del totale, a fronte di un valore del 27,6% dell'anno precedente.

Per quanto riguarda le singole piattaforme distributive, come emerge dalla figura 1.15, il satellite rappresenta ancora il mezzo digitale predominante, ma il suo peso percentuale tende a diminuire (dal 58% del 2004 al 53% del 2005), a favore della piattaforma digitale terrestre (la seconda piattaforma con quasi il 26%) e del cavo (20%). La televisione su protocollo Internet rappresenta ancora soltanto l'1,4% del totale, percentuale che tuttavia appare destinata ad aumentare nei prossimi anni.

Figura 1.15. Europa occidentale: suddivisione dei nuclei familiari dotati di televisione digitale suddivisi per piattaforma (%)



Fonte: Italmedia Consulting

In maggior dettaglio, si nota che l'ultimo anno ha visto un notevole incremento della penetrazione della televisione digitale terrestre, che ha superato i 14 milioni di utenti, a fronte dei 9 milioni del 2004. Le emittenti che forniscono contenuti in modalità digitale terrestre hanno arricchito le proprie offerte anche con contenuti a pagamento (in particolare eventi sportivi e film), determinando un aumento della domanda, da parte degli utenti, di contenuti trasmessi mediante l'utilizzo di tale tecnologia.

Gli operatori cavo, a seguito della ristrutturazione avvenuta nel corso degli ultimi tre anni e del processo di consolidamento (particolarmente evidente in Spagna, Germania, Francia e Regno Unito) che ha portato alla costituzione di pochi grandi operatori, hanno investito sulla transizione dei propri utenti dalla tecnologia analogica a quella digitale, anche grazie all'offerta di servizi innovativi quali il *video on demand*.

La televisione satellitare ha continuato a conquistare abbonati grazie all'estrema varietà della gamma di canali offerti al pubblico, in grado di attirare anche quelle nicchie di utenza che non trovano offerte sufficientemente mirate nell'ambito delle piattaforme televisive tradizionali. Le offerte sono state generalmente arricchite con il lancio, anche in Europa, del servizio *personal video recording* che contribuisce a rendere più flessibile la fruizione dei contenuti televisivi.

Infine, l'avvio di numerose offerte di IPTV da parte degli operatori di telecomunicazione, sia *incumbent*, sia alternativi (OLO), congiuntamente all'arricchimento delle proposte esistenti, ha determinato un'apprezzabile crescita del numero degli utenti dei servizi televisivi su Internet, il cui valore complessivo si avvicina, a fine 2005, a un milione; questi risultano particolarmente concentrati in Italia, Francia e Spagna.

La concorrenza tra gli operatori per la fornitura di servizi televisivi si è fatta dunque più accesa, e, oltre a determinare un processo di consolidamento del settore per quanto riguarda le piattaforme satellitare e cavo, ha spinto le emittenti, specialmente quelle che operano sui mezzi tradizionali di distribuzione, alla ricerca di nuove opportunità di sfruttamento dei contenuti.

A questo proposito vale menzionare le sperimentazioni avviate dall'emittente televisiva britannica BBC. Nel mese di febbraio di quest'anno è terminata la sperimentazione del sistema IMP (*Interactive Media Player*) che consente agli utenti di ricercare contenuti, trasmissioni televisive e radiofoniche fino a sette giorni dopo la loro messa in onda, tramite un motore di ricerca, e di scaricarli sul proprio *computer*. Il servizio è protetto da un sistema di *digital rights management* che impedisce la copia e la masterizzazione dei contenuti e che assicura che, trascorsi sette giorni, il *file* scaricato non sia più visibile dagli utenti. In questo modo l'emittente televisiva ha iniziato a sperimentare la fornitura *on demand* dei propri contenuti; a regime, l'intenzione è quella di proporre il servizio in una versione a pagamento.

Sempre in tema di distribuzione dei contenuti sulle varie piattaforme trasmissive, occorre osservare come le Autorità comunitarie e nazionali stiano intervenendo per disciplinarne le modalità. In particolare, l'obiettivo è quello di evitare che singoli operatori possano avere la disponibilità, in esclusiva e su tutte le piattaforme distributive, di contenuti particolarmente attrattivi (in particolare, calcio e film di prima visione), impedendo in tal modo lo sviluppo del processo competitivo in atto tra i mezzi.

A questo riguardo, significativo è il caso della vendita dei diritti della *Premier League* per il periodo 2007-2010. La Commissione europea è intervenuta imponendo alla lega della prima divisione inglese di vendere i diritti delle partite suddividendoli in sei pacchetti, vietando in tal modo che un singolo fornitore possa acquisire l'esclusiva su tutte le partite. L'intervento è finalizzato ad aumentare la disponibilità dei diritti e di conseguenza a favorire la concorrenza tra le diverse piattaforme tecnologiche. Al termine dell'asta, i diritti sono stati vinti in parte da BSkyB (per un totale di 92 partite) e in parte dalla *pay tv* irlandese Setanta. BSkyB, che sin dal 1992 si aggiudicava i diritti esclusivi per la *Premier League*, ha quindi dovuto concludere un accordo con l'operatore irlandese per consentire ai propri utenti commerciali e residenziali l'accesso a tutte le partite. Setanta intende inoltre mettere a disposizione le partite in modalità *pay per view* sulle piattaforme Freeview (digitale terrestre) e NTL (cavo).

Occorre infine ricordare il processo di revisione in atto della direttiva "TV senza frontiere" da parte della Commissione europea (cfr. paragrafo n. 3.1.). Lo scopo è quello di creare un contesto normativo armonizzato che contempli anche le modalità più innovative di distribuzione dei contenuti, attualmente disciplinate da altre direttive comunitarie, e che tenga conto anche delle nuove forme di pubblicità che stanno affermandosi. La direttiva dovrà creare un contesto regolamentare che favorisca l'innovazione e la concorrenza nell'offerta di contenuti televisivi, preservando il principio della neutralità tecnologica tra le piattaforme trasmissive.

Le piattaforme tecnologiche e le dinamiche competitive

La televisione via cavo

La concorrenza tra la piattaforma via cavo e quella satellitare è un fenomeno che, oltre a quello statunitense, contraddistingue anche il settore televisivo europeo.

Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da un processo di ristrutturazione del settore, a seguito delle difficoltà finanziarie nelle quali erano incorsi alcuni attori del mercato. In particolare, nel 2004, gli operatori avevano proceduto a realizzare numerose operazioni di concentrazione; esse avevano interessato il mercato tedesco e quello francese, Paesi nei quali l'elevata frammentazione geografica delle offerte via cavo

aveva impedito a tale tecnologia di rappresentare un'alternativa su scala nazionale alle altre piattaforme (in particolare quella satellitare).

Il processo di consolidamento è continuato anche nel 2005. Tra gli eventi più importanti occorre menzionare la fusione tra i due operatori britannici NTL e Telewest. L'operazione ha dato origine a un unico operatore cavo con un portafoglio di circa 5 milioni di clienti, dei quali, 2,5 milioni abbonati a servizi televisivi digitali. Allo scopo di allargare ulteriormente il proprio pacchetto di servizi di comunicazione l'operatore ha, inoltre, investito nell'acquisizione dell'operatore mobile virtuale Virgin Mobile.

In Spagna il consolidamento ha interessato gli operatori Auna e Ono: grazie all'acquisto di Auna, Ono ha potuto allargare la propria copertura territoriale arrivando a quasi il 40% dell'intero territorio nazionale. L'operatore potrà contare su un numero totale di circa 2,2 milioni di clienti residenziali, dei quali circa 800.000 sottoscrivono anche un'offerta televisiva. A seguito dell'acquisizione Ono è diventato il principale operatore cavo del paese ed il principale concorrente di Telefonica nel mercato spagnolo dell'accesso a banda larga.

In Germania si è formato un gruppo di operatori via cavo, Unity Media, a cui fanno capo le società Arena, iesy, ish e TeleColumbus.

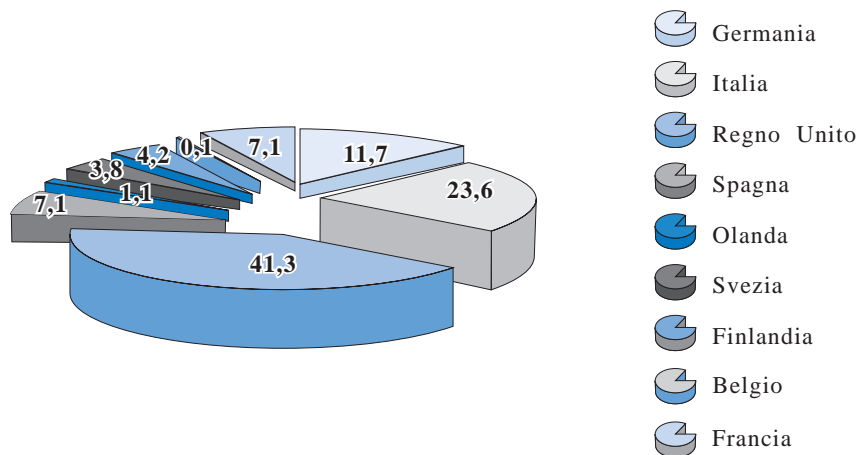
Per quanto riguarda i servizi offerti, gli operatori cavo hanno attuato una serie di iniziative di arricchimento del proprio portafoglio di contenuti (e dei relativi servizi di distribuzione). In Spagna, Ono ha lanciato il servizio di *video on demand* denominato OJO TV che è disponibile in diverse Regioni e Città nelle quali è presente la società, e sarà, nel corso del prossimo anno, esteso alle zone coperte dalla rete di Auna. Inoltre, un accordo appena concluso consentirà all'operatore via cavo di distribuire, sulla propria piattaforma in modalità *pay per view*, alcune delle serie televisive più famose della emittente commerciale Tele 5. Gli abbonati al servizio OJO TV accederanno a tali contenuti una settimana prima della loro messa in onda sulla televisione in chiaro.

In Germania, Arena, società del gruppo Unity Media, ha acquisito i diritti per la trasmissione dal vivo delle partite della *Bundesliga*, prima detenuti dall'operatore satellitare Premiere.

La televisione digitale terrestre

Il rapido incremento degli utenti della televisione digitale terrestre (DTT) rappresenta, come sopra riportato, uno degli eventi più significativi fra quelli che hanno caratterizzato la recente evoluzione del settore televisivo europeo. A tale fenomeno hanno contribuito, da un lato, la crescita della penetrazione della piattaforma nei Paesi nei quali essa è già presente (Regno Unito e Italia, in particolare) e, dall'altro, il lancio del servizio in Francia e in Spagna.

Figura 1.16. Europa occidentale: ripartizione delle famiglie dotate di apparecchi di DTT (%)



Fonte: Italmedia Consulting

La Commissione europea ha indicato nel 2012 la data entro la quale lo *switch off* delle trasmissioni analogiche terrestri (e la transizione a quelle digitali) dovrebbe essere completato.

La Germania dovrebbe essere il primo Paese europeo a completare tale transizione: sette Regioni su 8 *lander* già trasmettono regolarmente programmi in modalità digitale terrestre. Il compimento dello *switch off* nel Paese (previsto per il 2006/2007) è anche favorito dalla scarsa penetrazione della piattaforma terrestre (circa 9%, a fronte del 50% del cavo e del 41% del satellite).

Per quanto riguarda gli altri Paesi europei, la maggior parte di essi ha indicato nel periodo 2010-2012 la data dello *switch off*. In Italia la data è normativamente prevista per la fine del 2008 (cfr. paragrafo n. 1.2.6.).

Con riferimento all'attuale diffusione del DTT nei singoli Paesi europei (figura 1.16.), la crescita è stata particolarmente accentuata in Italia, dove, a fine 2005, gli utenti del servizio avevano superato i 4 milioni, dato che posiziona l'Italia al secondo posto, in termini assoluti, dopo il Regno Unito e al terzo per quanto riguarda la penetrazione relativamente ai nuclei familiari. A favorire lo sviluppo della diffusione del DTT hanno contribuito la disponibilità di contributi statali per l'acquisto di *set top box* MHP e il lancio dei servizi in modalità *pay per view* (in particolare la possibilità di acquistare singole partite del campionato italiano di calcio di serie A) da parte delle emittenti nazionali Mediaset e La7 (cfr. paragrafo n.1.2.2.).

La Gran Bretagna è il Paese europeo che vanta il più alto numero di utenti di servizi di DTT e che si attesta al secondo posto, dopo la Finlandia, in termini di penetrazione del servizio. Secondo Ofcom, a fine 2005, erano

circa 6,5 milioni le famiglie che utilizzavano *Freeview* come unica piattaforma digitale. La crescita del digitale terrestre ha rappresentato la principale componente che ha contribuito all'aumento della diffusione della televisione digitale nel Paese: alla fine dell'anno, 17,5 milioni di famiglie (circa il 70% di tutti i nuclei familiari dotati di televisione) aveva accesso a servizi di televisione digitale. Per quanto riguarda i servizi offerti sul DTT, va ricordato il lancio, da parte di Top Up TV (operatore che nel mese di marzo 2004 aveva avviato un servizio di canali a pagamento sulla piattaforma *Freeview*), di un servizio *pay per view* in *partnership* con Setanta. L'offerta di Top Up Tv comprende 11 canali e la possibilità di acquistare, in modalità *pay per view*, le partite della *Premier League* Scozzese delle quali Setanta si è assicurata i diritti.

Al riguardo, Ofcom ha preso la decisione di eliminare le norme, imposte nel 2002, che limitavano la fornitura di servizi televisivi a pagamento sulla piattaforma *Freeview*. A seguito della decisione di Ofcom tali servizi potranno essere forniti anche sui restanti *multiplex* predisposti per la televisione digitale terrestre. Le emittenti ITV, BBC, Channel 4 e Channel Five hanno, inoltre, avviato una sperimentazione, della durata di sei mesi, della fornitura di programmi in alta definizione sulla piattaforma digitale terrestre. La data dello *switch off* è prevista per il 2012.

In Spagna, dopo il periodo successivo al fallimento della piattaforma a pagamento Quiero TV, il Governo ha predisposto un nuovo piano per lo sviluppo della televisione digitale terrestre. Il servizio è stato avviato nuovamente a partire dal mese di novembre dello scorso anno. Attualmente sono circa una ventina i canali disponibili in modalità gratuita e oltre un milione i *set top box* DTT installati. A questi si devono aggiungere altri 1,3 milioni di nuclei familiari che ricevono le trasmissioni televisive in tecnica digitale terrestre attraverso gli operatori cavo locali e circa 200.000 che le vedono tramite il servizio di IP TV di Telefonica. La Catalogna è la prima regione nella quale avverrà lo *switch off* (nel 2009), previsto, per l'intero territorio nazionale, per il 2010.

In Svezia, l'operatore di televisione a pagamento su digitale terrestre Boxer conta, alla fine del mese di marzo di quest'anno, 57.000 abbonati. Il Paese si appresta a passare celermente alle trasmissioni in DTT: lo *switch off* è, infatti, previsto per il 2008. Al riguardo, occorre considerare che alcune zone (Northern Smaland, Gästrikland e Gotland) sono già completamente digitalizzate.

In Francia, l'offerta DTT è partita dal mese di marzo dello scorso anno; successivamente, in autunno, all'offerta gratuita si sono aggiunti alcuni canali a pagamento forniti dall'operatore Canal+, che ha lanciato due pacchetti (un pacchetto base e uno *premium*). Attualmente sono circa 1,7 milioni le abitazioni dotate dell'apparecchiatura necessaria per la ricezione del segnale in tecnica digitale terrestre. Ai *set top box* DTT acquistati si aggiungono quelli degli utenti dei servizi IP TV che consentono anche la ricezione dei programmi digitali terrestri.

È interessante notare che l'ente regolamentare francese CSA ha recentemente deciso di lanciare un bando di gara per la sperimentazione della televisione in alta definizione sul digitale terrestre. I programmi oggetto di sperimentazione saranno quelli attualmente disponibili sulla piattaforma (sia gratuiti che a pagamento). A tale scopo il CSA ha messo a disposizione una frequenza per ciascuna delle zone interessate dalla sperimentazione (Parigi, Lione e Marsiglia).

All'inizio di aprile di quest'anno, è stata avviata l'offerta di televisione digitale terrestre in Danimarca, che comprende canali gratuiti e alcuni canali a pagamento. Alla luce delle caratteristiche strutturali e topografiche del Paese è previsto che il ritardo con il quale è stata avviata l'offerta verrà presto colmato e che la transizione avverrà in tempi brevi.

In Irlanda il Ministro delle comunicazioni sta sviluppando un piano per il digitale terrestre. Le sperimentazioni dovrebbero iniziare verso la metà del mese di agosto.

Infine, in Finlandia il Ministero delle comunicazioni ha annunciato, alla fine del mese di marzo di quest'anno, l'intenzione di assegnare nuove licenze per la DTT. Una delle reti è stata riservata alla televisione su cellulare in modalità DVB-H (per la quale l'operatore Digita ha già ottenuto una licenza).

La televisione satellitare

Nel corso dell'ultimo anno, il panorama competitivo dell'offerta satellitare si è ulteriormente consolidato. Occorre infatti ricordare che, negli ultimi anni, numerose erano state le operazioni di concentrazione poste al vaglio delle Autorità antitrust comunitarie e nazionali; esse avevano interessato, in particolar modo, i mercati tedesco, italiano e spagnolo. Nel 2005, è avvenuta la fusione tra le due piattaforme satellitari francesi Canal+/TPS, a seguito della quale anche questo mercato sarà caratterizzato dalla presenza di un unico fornitore satellitare. A questo proposito è importante notare che tra i principali Paesi europei (Regno Unito, Francia, Spagna, Germania ed Italia) la Francia era l'unico nel quale operassero ancora due operatori indipendenti. A causa della presenza di un unico fornitore satellitare, su tali mercati la maggiore pressione competitiva viene generalmente esercitata dalle offerte degli operatori via cavo, e, in prospettiva, dalle proposte televisive su Internet e in tecnica digitale terrestre.

Gli operatori attivi sulla piattaforma satellitare, analogamente a quanto fatto dalle società che forniscono servizi via cavo, hanno proceduto ad arricchire il proprio pacchetto di servizi offerti al pubblico. La differenziazione e l'ampliamento della gamma del prodotto non hanno seguito soltanto il canale tradizionale della televisione satellitare, ossia l'offerta contemporanea di contenuti *premium* e di canali tematici, ma si sono anche tradotti in nuove strategie concorrenziali.

Alcuni operatori hanno, ad esempio, puntato sulla telefonia mobile come strumento per la valorizzazione dei propri marchi e la fidelizzazione

degli utenti. Rientra in questa strategia il lancio, da parte di BSkyB, di “Sky by mobile”, il servizio per gli abbonati Sky Digital che consente loro, grazie a un apposito applicativo scaricato sul cellulare, di accedere gratuitamente a video, *news* e di effettuare scommesse. BSkyB offre, inoltre, in collaborazione con il gestore mobile Vodafone, un pacchetto, denominato “Sky Mobile TV”, che permette agli utenti UMTS di quest’ultimo di accedere a circa 20 canali a pagamento di BSkyB.

Gli operatori della televisione satellitare hanno, inoltre, deciso di sfruttare le opportunità derivanti dalla banda larga, la cui penetrazione, come visto, continua a crescere a ritmi considerevoli (cfr. paragrafo n. 1.1.1.). L’utilizzo della banda larga, in combinazione con le infrastrutture satellitari, consente all’operatore di aggiungere ai propri servizi televisivi elementi di interattività che costituiscono un punto di forza dell’offerta televisiva via cavo e delle offerte di IP TV, consentendogli di competere con i contenuti trasmessi sulle altre piattaforme.

A questo proposito è interessante citare l’operatore britannico BSkyB, che, dopo aver acquistato nel corso del 2005 l’*Internet Service Provider* (ISP) Easynet (che copre in *unbundling* circa il 20% del territorio nazionale), ha confermato l’intenzione di volerne utilizzare la rete per offrire, entro la fine dell’anno, servizi telefonici e di *video on demand* agli utenti finali. In attesa di lanciare il servizio, BSkyB ha, inoltre, proposto l’offerta “Sky By Broadband”, che consente agli utenti, tramite un apposito applicativo che si scarica sul computer, di vedere film, *news* e video sportivi. Il servizio, disponibile gratuitamente agli abbonati del *bouquet* Sky Digital, utilizza la tecnologia *peer-to-peer* (P2P) di Kontiki per la distribuzione dei contenuti su Internet: un sistema di *digital rights management* che protegge i contenuti e assicura che questi ultimi non siano più disponibili una volta terminata la licenza (dopo 30 giorni).

Inoltre News Corp., la società che controlla BSkyB, ha proceduto a effettuare altre acquisizioni nel settore Internet; la società ha, infatti, comprato il sito Myspace.com e alcuni piccoli operatori Internet specializzati nello sviluppo di applicazioni che consentono agli utenti di reperire in rete, creare e condividere contenuti digitali.

Anche l’operatore satellitare tedesco Premiere sta valutando le opportunità offerte dalla banda larga: entro la fine dell’estate, lancerà una piattaforma che consentirà agli utenti di fruire di servizi interattivi avanzati. Tale servizio sfrutta le tecnologie a banda larga satellitare ed IP tramite l’uso di un *set top box* ibrido. Inoltre, Premiere ha avviato un servizio di VoD su rete satellitare (denominato *Premiere Direct Plus*) che prevede la possibilità, per gli utenti, di accedere fino a 30 film per settimana che vengono preventivamente scaricati dall’operatore sull’*hard disk* del PVR (con una capacità totale 160 GB, dei quali la metà riservata al servizio di VoD e il resto a disposizione dell’utente per le proprie registrazioni).

Tutti gli operatori che gestiscono le piattaforme satellitari sono, inoltre, impegnati sul fronte dell’offerta di contenuti in alta definizione (*High Definition*, HD). L’alta definizione rappresenta una tecnologia di riprodu-

zione dei contenuti televisivi che può essere utilizzata in tutte le piattaforme digitali. Tuttavia, in virtù delle caratteristiche tecniche della piattaforma e della disponibilità di tecnologie di diffusione che consentono di ottimizzare l'utilizzo della banda di trasmissione, l'alta definizione rappresenta l'attuale punto di forza del mezzo satellitare. Diversi operatori satellitari europei hanno già cominciato a trasmettere contenuti in alta definizione nel 2005. Il servizio subirà un'ulteriore accelerazione nel corso dell'anno 2006 in occasione dei campionati mondiali di calcio che si disputano in Germania (evento che sarà trasmesso in qualità 16:9).

In particolare, Premiere offre un pacchetto completo in alta definizione, denominato "Premiere HD", che comprende, tra l'altro, film, eventi sportivi e documentari. In Italia, Sky ha lanciato, nel mese di maggio, un servizio in alta definizione in occasione della finale della *Champions League* europea e realizzerà trasmissioni in alta definizione per i campionati mondiali di calcio, utilizzando la tecnologia DVB S2 e lo standard di compressione MPEG4. A regime, l'operatore fornirà canali in alta definizione dedicati ai film, allo sport e all'intrattenimento in generale. Anche gli operatori satellitari francesi sono molto attivi sul fronte dell'alta definizione: TPS ha cominciato a fornire appositi *set top box* ad alcuni dei suoi abbonati e offre già alcuni canali nel nuovo formato.

La televisione su protocollo Internet (IP TV)

Lo scorso anno è stato molto importante anche per la diffusione, tra le famiglie europee, dei servizi di televisione su protocollo Internet (IP TV). Nell'ambito dei servizi già esistenti è stata ampliata la gamma dei contenuti resi disponibili agli utenti, soprattutto a seguito di accordi sottoscritti tra gli operatori di telecomunicazione e le *major* cinematografiche in tema di offerta dei film in modalità *video on demand*. Diversi sono, inoltre, i nuovi servizi lanciati nel corso dell'anno.

Alla fine del 2005, nell'Europa occidentale si stima che sono circa un milione le abitazioni che avevano accesso a un'offerta di IP TV.

Per quanto riguarda l'Italia, all'offerta di Fastweb (circa 160.000 utenti a fine 2005), si è aggiunta quella di Telecom Italia, che dovrebbe essere seguita, nel corso dell'anno, da quelle di Tiscali e di Wind (cfr. paragrafo n. 1.1.1.).

Il mercato francese si conferma uno dei più attivi in Europa: circa 500.000 utenti hanno già sottoscritto servizi televisivi su Internet. Attualmente sono quattro le offerte di IP TV: tre fornite da operatori alternativi (Free, Neuf Telecom e Alice), e una (denominata *Maligne TV*) dall'*incumbent* France Télécom (FT). Il servizio di FT è attualmente il principale con circa 200.000 abbonati (contro i 69.000 dell'anno precedente); inoltre, a partire dal mese di giugno, France Télécom proporrà un'offerta di programmi in alta definizione, così come Free ha predisposto un nuovo *set top box* che supporta le trasmissioni in alta definizione e la ricezione dei canali digitali terrestri.

In Spagna, l'offerta principale di IP TV è quella di Telefonica che conta circa 250.000 abbonati, che fruiscono di 50 canali televisivi, 15 radiofonici e un servizio di VoD. Il servizio copre il 28% delle famiglie spagnole, percentuale che dovrebbe salire al 50% nel corso del 2008. All'offerta dell'*incumbent*, si sono poi aggiunte quelle degli operatori concorrenti Grupalia Internet (sotto il marchio *Superbanda.net*), Jazztel (denominata *Jazztelia TV*), e France Télécom Espana che, alla fine del mese di maggio, ha lanciato in alcune città (Madrid, Valencia e Zaragoza) il servizio *Wanadoo TV*. Quest'ultimo comprende oltre 40 canali e un servizio di *video on demand*; il *set top box* fornito dall'operatore consente, inoltre, di ricevere i canali digitali terrestri.

Nel Regno Unito, British Telecom lancerà, il prossimo autunno, un'offerta di televisione su Internet, denominata *BT Vision*, che comprenderà anche servizi di VoD e la possibilità di ricevere i canali digitali terrestri. Il servizio segue di diversi anni il lancio di HomeChoice da parte dell'operatore alternativo Video Networks, la cui offerta conta ancora solo 37.500 abbonati. L'altro operatore britannico di IP TV, Kingston Communications, ha invece cessato di fornire il servizio. L'offerta non era mai riuscita a raggiungere più di 10.000 abbonati e recentemente tale numero si è ridotto a poche migliaia.

In Germania, Deutsche Telekom avvierà il servizio di IP TV nella seconda metà dell'anno. Questo segue, in ordine di tempo, il recente lancio di "Alice Home TV", offerto dall'operatore alternativo Hansenet (gruppo Telecom Italia) a Lubecca e ad Amburgo, che comprende 100 canali televisivi, un'offerta *premium* e un servizio di VoD.

Per quanto riguarda l'Olanda, un servizio di IP TV è stato lanciato nel corso di quest'anno da KPN con il marchio *Mine*: il servizio include circa 50 canali televisivi, canali radiofonici e un servizio di VoD. L'operatore propone un PVR che consente di immagazzinare sino a 100 ore di programmazione.

Sono, infine, presenti servizi di IP TV in Belgio (offerto da Belgacom con circa 20.000 abbonati), Finlandia (Alcom con 1.000 abbonati), Svezia (TeliaSonera e Bredbandsbolaget per un totale di circa 10.000 abbonati complessivi), mentre in Portogallo sono in corso delle sperimentazioni (Novis).

La televisione in mobilità (DVB-H e altre tecnologie)

Accanto alla televisione su protocollo Internet, molta attenzione sta riscuotendo anche la possibilità di distribuire contenuti televisivi tramite il cellulare. In Europa lo standard oggetto di maggiore sperimentazione è il DVB-H. Per una descrizione particolareggiata delle sperimentazioni in corso in Europa e in Italia e dello stato di commercializzazione dei servizi si rimanda a quanto esposto nell'ambito dei paragrafi n. 1.1.1., (per le offerte nel mondo) e n. 1.2.1., (per il servizio in Italia).

1.2. IN ITALIA

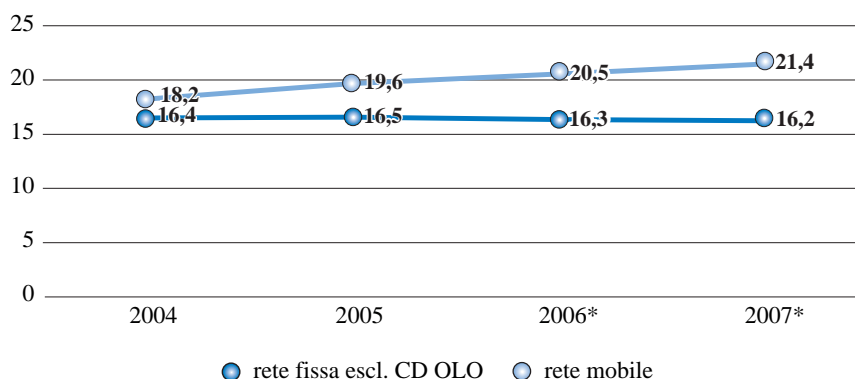
1.2.1. Le telecomunicazioni

Nel 2005 i servizi di telecomunicazione (figura 1.17.) hanno registrato una crescita pari al 4,3%, un valore doppio rispetto all'incremento del Prodotto Interno Lordo (pari al 2%); ancora una volta si conferma il dinamismo del settore, nonostante la congiuntura economica non sia stata favorevole.

Il valore complessivo del mercato è pari a 36,1 miliardi di euro, destinati a raggiungere, secondo le previsioni, i 36,8 miliardi nel 2006 (con un incremento del 2%).

L'analisi delle due componenti del settore – i servizi su rete fissa (inclusi i servizi Internet)¹ da un lato e quelli su rete mobile dall'altro – conferma il divario che caratterizza l'andamento dei due segmenti: a una sostanziale stabilità del primo (+0,4%) si contrappone infatti una sostenuta crescita del secondo (+7,8%). Si accentua dunque il sorpasso, avvenuto nel 2003, dei servizi su rete fissa da parte dei servizi di telefonia mobile. Il divario è destinato ad accentuarsi nel futuro.

Figura 1.17. Le dinamiche dei mercati italiani di rete fissa e mobile (ricavi, miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

I principali fattori che hanno caratterizzato il settore nel 2005 sono riassunti di seguito:

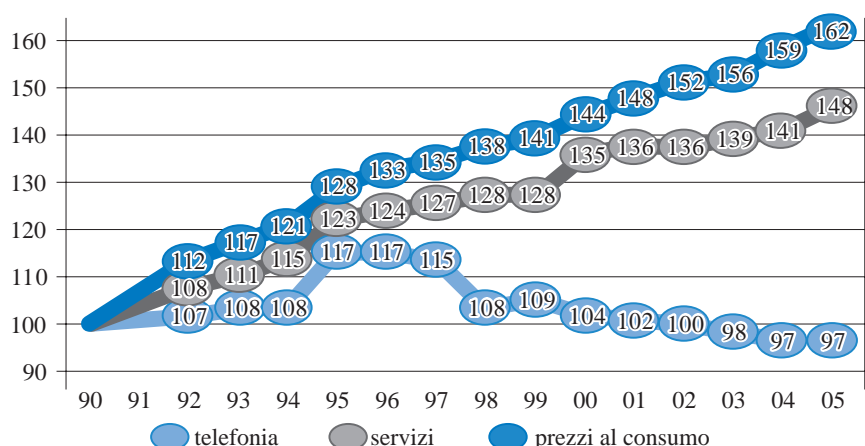
- aumentano le offerte combinate Internet a banda larga e voce (sia su rete PSTN, sia VoIP) proposte dagli operatori;
- la convergenza dei servizi e delle reti determina una crescente attenzione, da parte degli operatori, al tema delle offerte integrate fisso-mobile;

(1) Il dato dei ricavi su rete fissa non comprende il segmento dei circuiti dedicati (CD) rivenduti dagli operatori alternativi (OLO).

- cresce l'enfasi sull'offerta di contenuti audiovisivi tramite le reti *broadband* fisse (IP TV) e mobili (DVB-H);
- si sviluppa la pressione competitiva in tutti i mercati del settore (fisso, mobile ed Internet), con ricadute positive sui consumatori in termini di riduzione dei prezzi dei servizi finali ed introduzione di innovazioni di prodotto;
- nel mercato su rete fissa, la diminuzione dei ricavi dalla voce si accentua rispetto all'anno precedente a causa della maggiore contrazione dei ricavi da traffico legata al vivace processo concorrenziale in atto;
- il mercato dei servizi su rete mobile è cresciuto grazie in particolare ai ricavi dai servizi a valore aggiunto (VAS), sia tradizionali (SMS e MMS) che soprattutto innovativi (accesso a Internet, *downloading*, *streaming*), mentre la crescita dei ricavi dei servizi voce ha risentito della concorrenza sui prezzi;
- crescono in modo considerevole gli utenti dei servizi mobili UMTS, tanto che l'Italia rappresenta il primo paese al mondo per diffusione del servizio;
- il mercato Internet è caratterizzato dalla crescita, al di sopra delle previsioni, delle connessioni a banda larga dovuta alla decisa contrazione dei prezzi di accesso *broadband*.

Continua quindi la diminuzione dei prezzi dei servizi di telecomunicazione; essa è particolarmente accentuata se si considera un confronto con l'andamento dell'indice generale dei prezzi al consumo e quello delle tariffe di un paniere di servizi di pubblica utilità² (figura 1.18.).

Figura 1.18. Andamento dei prezzi al consumo e tariffe dei servizi pubblici (1990=100)



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

(2) Il paniere tiene conto delle tariffe praticate nei seguenti settori: elettricità, gas, telefonia, poste, radiotelevisione, ferrovie, acqua, trasporti urbani.

L'ultimo anno ha visto un ulteriore decremento dei prezzi della telefonia (-0,6%), a fronte di un significativo aumento dei prezzi al consumo (+1,9%) e in particolare di quelli dei servizi di pubblica utilità (+4,8%). Più in generale, in oltre quindici anni (periodo 1990-2005), l'indice dei prezzi al consumo è cresciuto complessivamente più del 60%, mentre quello dei servizi telefonici è diminuito del 3,2%.

Se poi, si suddivide l'arco di tempo in due intervalli, 1990-1998 e 1999-2005, emerge come è il secondo periodo considerato, quello in cui ha operato l'Autorità, che fornisce il maggior contributo al contenimento dell'inflazione, con una riduzione media annua dei prezzi dei servizi di telefonia del 2,2%, a fronte di una crescita dell'indice generale dell'inflazione del 2,3% (tabella 1.1.).

Tabella 1.1. Crescita media annua delle tariffe di pubblica utilità e dei prezzi al consumo (%)

	1990-1998	1999-2005
Elettricità	-0,2	1,2
Telefonia	1,5	-2,2
Servizi postali	3,4	1,5
Canone RAI/TV	3,7	2,1
Ferrovie	4,1	1,5
Acqua potabile	8,6	4,0
Gas	2,2	2,9
Trasporti urbani	8,7	3,2
Media servizi pubblica utilità	3,1	2,1
Prezzi al consumo	4,1	2,3

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

Quanto all'evoluzione degli investimenti del settore (tabella 1.2.), il non favorevole quadro macroeconomico ne ha influenzato l'andamento, determinando una diminuzione media del 2,8%.

Tabella 1.2. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)

	2004	2005	Var % 05/04
Investimenti rete fissa	3.354	3.585	6,9
- di cui OLO	957	1.247	30,2
% OLO	28,5	34,8	
Investimenti rete mobile	3.730	3.303	-11,5
Investimenti complessivi	7.084	6.887	-2,8
% rete fissa	47,3	52,0	
% rete mobile	52,7	48,0	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali.

Tuttavia un'analisi più attenta del dato evidenzia aspetti di notevole interesse. In primo luogo, la diminuzione media si è ridotta in modo rile-

vante rispetto a quella dello scorso anno (-9,3%). Il dato degli investimenti degli operatori alternativi (OLO) è, in secondo luogo, in controtendenza, con un andamento positivo (oltre il 30%) degli investimenti nelle reti fisse. In particolare, quest'ultimo dato mostra in tutta la sua evidenza il passaggio a un modello di concorrenza basato sugli investimenti in infrastrutture; come sarà in seguito ampiamente illustrato, gli operatori alternativi stanno investendo nelle reti di accesso (facendo soprattutto ricorso allo strumento dell'*unbundling*) al fine di presentarsi come fornitori unici di prodotti integrati di comunicazione.

Gli andamenti precedentemente rilevati sono il risultato di tendenze tecnologiche e di mercato già evidenziate nelle passate edizioni della Relazione annuale, così come di nuovi scenari emersi nel corso dell'ultimo anno.

L'incremento del traffico voce sulla rete mobile rappresenta un dato ormai strutturale del mercato: l'utilizzo del cellulare come strumento di comunicazione sempre più pervasivo riflette anche le politiche di *marketing* perseguite dai gestori mobili che propongono pacchetti molto convenienti, soprattutto per le chiamate originate e terminate sulla propria rete (chiamate *on-net*).

Lo spostamento del traffico verso la rete mobile costituisce altresì una delle cause della diminuzione, superiore alle attese ed a quella registrata lo scorso anno, dei ricavi dal traffico voce su rete fissa (5,4% contro il 4,8% del 2004). A tale diminuzione hanno contribuito in modo determinante la riduzione dei costi delle chiamate verso cellulare - a seguito degli interventi regolamentari imposti dall'Autorità sulle tariffe di terminazione mobile - nonché il processo concorrenziale in atto con la crescente tendenza, da parte degli operatori di telefonia fissa, a proporre sul mercato formule voce *flat* o *semi-flat*, sia su rete PSTN, sia tramite VoIP.

Spesso tali offerte sono state lanciate in combinazione con l'accesso ad Internet in modalità *broadband*: la crescente tendenza, da parte degli operatori alternativi, a proporsi agli utenti finali come gestori unici (fornitori di servizi voce ed Internet) in sostituzione dell'*incumbent* Telecom Italia è stata resa possibile da investimenti nella rete (*unbundling*, in modalità *full* e *shared access*). La decisione, da parte dei principali operatori concorrenti dell'*incumbent*, di adottare un modello di concorrenza basato sull'utilizzo di proprie infrastrutture deriva dai margini ridotti derivanti da servizi tradizionali quali il traffico voce su rete fissa e dalla semplice rivendita di connettività acquisita dall'operatore *incumbent*.

La strategia regolamentare dell'Autorità, volta a ridurre il prezzo dell'accesso disaggregato alla rete locale di Telecom Italia (vale ricordare che tale costo è attualmente il più basso in Europa), ha contribuito a risvegliare l'interesse degli operatori alternativi nei confronti di tale servizio ed a indirizzare il mercato verso un tipo di confronto concorrenziale basato sulle infrastrutture di rete e non più sulla mera rivendita dei servizi *wholesale* di Telecom Italia.

La riduzione dei ricavi medi dalla vendita delle connessioni a banda larga ha tuttavia reso più urgente la ricerca, anche da parte degli

operatori nazionali di telecomunicazione, di servizi aggiuntivi in grado di compensare questa diminuzione. Rientrano in questi sforzi l'arricchimento dei contenuti sui portali *broadband* dei principali operatori e il lancio dei servizi di televisione su protocollo Internet. Sta quindi finalmente emergendo con forza la convergenza tra il mondo delle telecomunicazioni e quello dell'audiovisivo.

Sempre in tema di convergenza, un'attenzione particolare deve essere dedicata allo sviluppo delle offerte integrate fisso-mobile, questione che è stata, nel corso dell'ultimo anno, al centro dell'attenzione anche per effetto dell'incorporazione di Telecom Italia Mobile in Telecom Italia. Si tratta di un processo che determinerà profondi cambiamenti, alcuni dei quali già evidenti, non soltanto nella fornitura dei servizi da parte degli operatori, ma anche nel futuro assetto competitivo del settore. L'Autorità, conscia dell'importanza del fenomeno, ha quindi deciso di avviare un'indagine conoscitiva sullo sviluppo delle offerte convergenti fisso-mobile al fine di valutare eventuali distorsioni a un corretto funzionamento dei meccanismi di mercato e valutare l'adequatezza dell'attuale impianto regolamentare in materia.

In via preliminare giova rilevare che la convergenza tra servizi di telecomunicazione fissi e mobili riflette la transizione delle infrastrutture degli operatori alle reti di nuova generazione (*New Generation Network*, NGN), basate sul protocollo Internet (IP, *Internet Protocol*). Con il termine NGN si indica, in particolare, una infrastruttura in grado di trasportare voce e dati sulla medesima rete fisica attraverso l'utilizzo della tecnologia di rete IP: in questa architettura di rete la voce viene elaborata come un insieme di pacchetti dati. Si tratta di un modello radicalmente diverso da quello "storico" delle infrastrutture degli operatori di telecomunicazione fissi, caratterizzate da una molteplicità di reti fisiche differenti (ATM, PSTN e IP), sulle quali insistono tecnologie di rete differenti. A questa molteplicità di reti fisiche e di tecnologie si accompagna inoltre una pluralità di applicazioni specifiche per ciascun servizio.

Il passaggio alle NGN semplifica notevolmente questo scenario, consentendo agli operatori di ottenere una riduzione dei costi operativi e di gestione delle infrastrutture, nonché risparmi relativi agli apparati di accesso (quali le centrali telefoniche). La semplificazione riguarda non soltanto la struttura fisica (determinando ad esempio un numero più limitato di nodi di rete) ma anche la struttura "logica" della rete. Quest'ultima viene infatti suddivisa in poche sezioni funzionali: l'accesso, la sezione *core* (nella quale risiede la cosiddetta intelligenza della rete), un livello di controllo e una sezione nella quale risiedono le applicazioni. Queste ultime si baseranno perlopiù su una piattaforma denominata IMS (*IP Multimedia Subsystem*) costruita su tecnologie aperte che facilitano la realizzazione, sulla rete stessa, di applicazioni basate sullo standard IP, sia da parte degli operatori di telecomunicazioni, sia da parte di società terze.

L'adozione di reti di nuova generazione comporta, come detto, la possibilità di fornire servizi e applicazioni a valore aggiunto in un'ottica convergente, sfumando la distinzione storica tra servizi di telecomunicazioni fisse e mobili. Il termine convergenza fisso-mobile viene attualmente utiliz-

zato per definire diversi livelli di integrazione tra servizi fissi e mobili forniti da un operatore di telecomunicazione. Partendo dal limite minimo di integrazione dei servizi, vi è la possibilità, per l'utente, di ricevere un'unica bolletta per servizi di telefonia fissa e mobile. Un grado maggiore di convergenza è invece costituito dalla possibilità, per il consumatore, di godere di taluni servizi integrati (quale ad esempio la possibilità accedere ad un'unica casella vocale, per le chiamate ricevute su fisso e su telefono mobile); in questo caso l'utente continua tuttavia a utilizzare due strumenti di accesso diversi, l'apparecchio fisso da una parte e il cellulare dall'altra. La convergenza sulla quale si è invece focalizzata l'attenzione nel corso dell'ultimo anno riguarda un livello superiore di integrazione, che coinvolge l'infrastruttura di rete e che consente agli utenti finali di utilizzare un unico terminale (dedicato) sul quale l'utente riceve chiamate che, a seconda della sua posizione, vengono instradate su rete fissa (tramite una rete a banda larga e un *router* installato in casa o in ufficio con il quale il cellulare comunica in modalità *wireless*, tramite tecnologie *Bluetooth* o *wi-fi*), ovvero su rete mobile (quando l'utente si trova fuori dal raggio di copertura del *router*). Grazie all'intelligenza della rete la chiamata non cade ma transita senza soluzione di continuità da una rete all'altra; non solo, ma il sistema applica differenti condizioni tariffarie in funzione della tipologia di rete sulla quale transita la chiamata.

Questa tipologia di convergenza viene attuata dagli operatori presenti sia su rete fissa che su rete mobile (principalmente società integrate e operatori fissi che stipulano accordi con gestori mobili). Quanto ai gestori attivi soltanto nel mercato mobile, questi stanno adottando strategie finalizzate a limitare la convenienza delle proposte convergenti degli operatori fissi. Esse consistono nell'offerta al cliente finale di soluzioni tariffarie che prevedono risparmi per le chiamate effettuate da cellulare verso numeri di rete fissa, all'interno di un determinato ambito geografico (le mura domestiche o l'ufficio). La possibilità di usufruire di chiamate mobile-fisso a condizioni più vantaggiose o comunque competitive con quelle effettuate da postazione fissa può rappresentare per alcune tipologie di utenti (ad esempio alcune fasce di utenti residenziali) un motivo per decidere di rescindere il contratto per la rete fissa (al fine di risparmiare sul canone mensile, che rappresenta una quota non trascurabile della bolletta di un consumatore). Affinché questo avvenga gli operatori mobili devono tuttavia agire per superare un'altra barriera che spesso induce gli utenti a non rinunciare al telefono fisso, ossia la possibilità di usufruire dell'accesso ad Internet a banda larga. Attualmente le offerte dei gestori mobili non sono sempre in grado di competere, soprattutto in termini di prezzo (costo per Mbps) con quelle degli operatori fissi.

Da quanto detto sinora emerge dunque come il settore delle telecomunicazioni sia attraversato da profondi cambiamenti tecnologici che sono suscettibili di apportare significative modifiche all'assetto competitivo di tutti i mercati nazionali interessati.

I servizi di rete fissa

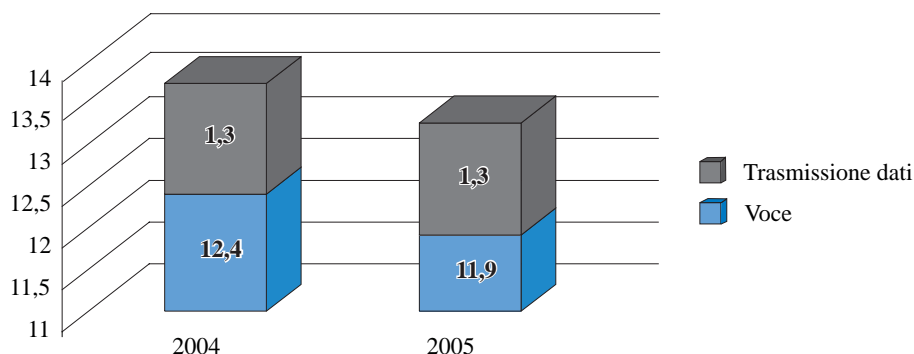
Nel 2005, il valore del mercato italiano dei servizi di telecomunicazione di rete fissa (esclusi i servizi Internet) è stato pari a 13,3 miliardi di

euro (figura 1.19.), con una diminuzione di oltre tre punti percentuali rispetto all'anno precedente. Al pari di quanto avvenuto nel 2004, la crescita dei servizi di trasmissione dati (1,4%) non è stata sufficiente a compensare il calo dei servizi voce (3,9%). In particolare, la spesa per servizi di telefonia vocale è stata pari a 11,9 miliardi di euro, di cui 5,1 miliardi relativi al segmento affari e i restanti 6,8 miliardi a quello residenziale.

La riduzione della spesa per i servizi vocali sulla rete fissa rappresenta, come detto, un dato ormai strutturale, determinato dalla pressione competitiva che caratterizza il mercato e dallo spostamento di traffico verso la direttrice mobile. La diffusione dei servizi voce su protocollo Internet (VoIP) non ha ancora contribuito a tale processo.

Più nel dettaglio, l'andamento dei singoli segmenti dei servizi voce è stato il seguente. In primo luogo, si è verificata, rispetto all'anno precedente, una riduzione, pari all'1,2%, dei ricavi da canoni di attivazione e abbonamento; ciò a causa della dismissione di linee soprattutto nel segmento business, con la sostituzione di linee ISDN con connessioni ADSL. Vi è stata, in secondo luogo, una significativa diminuzione, pari al 5,4%, dei ricavi da traffico, dovuta ai citati elementi di contesto (pressione competitiva sui prezzi e spostamento di traffico verso la direttrice mobile).

Figura 1.19. Mercato nazionale dei servizi di rete fissa, voce e dati *
(miliardi di euro)



Fonte: IDC, 2006 | * Esclusi i servizi di accesso *dial up* a Internet che sono invece compresi nell'area "Servizi Internet"

L'andamento dei ricavi da traffico voce risente inoltre della significativa riduzione dei prezzi unitari della direttrice fisso-mobile per effetto degli interventi regolamentari adottati dall'Autorità (nell'ambito della valutazione del mercato n. 16 fra quelli individuati nella raccomandazione della Commissione europea del 2003; cfr. paragrafo n. 2.1.) nel corso dell'anno in materia di riduzione delle tariffe massime di terminazione delle chiamate vocali sulle reti dei gestori mobili. L'Autorità ha, in particolare, stimato, per la direttrice fisso-mobile, un beneficio per i consumatori finali pari ad una riduzione della spesa di circa 1.835 milioni di euro nel periodo che va dal 1° settembre 2005 al 1° luglio 2008. Come emerge dalla tabella relativa all'andamento dei minuti di traffico riportata di seguito (tabella 1.3.), nel corso del 2005 l'aumento dei

volumi del traffico verso la direttrice mobile non è stato sufficiente a controbilanciare la riduzione dei prezzi unitari. Infatti, la ridotta crescita di questa direttrice, combinata alla pressione sui prezzi unitari, si è tradotta in una diminuzione dei ricavi pari a circa il 7%.

Sempre con riferimento al segmento voce, lo scorso anno è stato caratterizzato anche dall'introduzione di una serie di innovazioni di prodotto. In primo luogo, si è assistito ad un sensibile incremento del numero degli operatori e delle offerte VoIP, con l'affermazione di tali servizi a partire dall'ultimo quadrimestre del 2005: il numero degli operatori che offrono servizi voce su protocollo Internet è aumentato e le tariffe hanno subito numerose revisioni al ribasso. La maggior parte degli operatori VoIP propone sia offerte totalmente a consumo, sia offerte che prevedono il pagamento di un canone mensile a fronte della possibilità di effettuare chiamate illimitate verso i numeri di rete fissa nazionale. Proprio al fine di incentivare la diffusione del servizio in un contesto che salvaguardi gli interessi dei consumatori, l'Autorità è intervenuta attraverso una regolamentazione di tipo leggero che ha definito diritti ed obblighi dei fornitori dei servizi VoIP e ha previsto novità in termini di modifica del piano di numerazione e uso dei numeri per il VoIP, portabilità del numero e servizi di emergenza (cfr. paragrafo n. 2.2.).

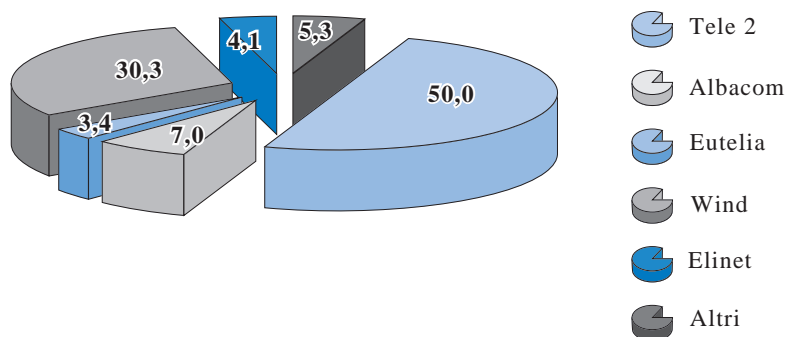
In secondo luogo, sono aumentate le offerte integrate voce e accesso a banda larga (c.d. offerte *double play*). In particolare, per gli operatori alternativi questi pacchetti rappresentano un'opportunità importante per sostituirsi completamente all'operatore *incumbent*: attraverso l'*unbundling* la voce può infatti essere fornita o tramite VoIP (dunque sulla connessione *broadband* fornita dall'operatore alternativo) oppure tramite normale rete PSTN; in entrambi i casi senza necessità di pagare più il canone a Telecom Italia. Nel primo caso, la tipologia di *unbundling* utilizzata è quella dello *shared access*, nell'ambito del quale l'operatore alternativo gestisce in completa autonomia dall'operatore *incumbent* la linea dati, sulla quale fa poi transitare il servizio vocale VoIP. Nel secondo caso, invece l'operatore alternativo effettua l'*unbundling* completo (*full unbundling*) arrivando a gestire autonomamente l'intero doppino telefonico (sia per la parte dati, sia per la componente voce). Un'ulteriore modalità di fornitura di offerte integrate voce e accesso a larga banda, consiste nella possibilità di attivare linee ADSL solo dati – acquistate in modalità *wholesale* dall'operatore *incumbent* – anche in assenza di una linea voce (PSTN) attiva. Questa modalità è stata recentemente regolamentata dall'Autorità nell'ambito dell'analisi del mercato dei servizi all'ingrosso a larga banda (mercato n. 12 fra quelli individuati nella raccomandazione della Commissione europea del 2003; cfr. paragrafo n. 2.1.). Attraverso questo sistema, l'operatore alternativo, che non raggiunge l'utente finale tramite una propria rete, è comunque in grado di fornire ai consumatori un servizio VoIP che transita sulla linea dati senza dover pagare più il canone telefonico all'operatore *incumbent*.

In questo contesto di cambiamento del quadro competitivo nazionale, emerge con forza il ruolo che l'*unbundling* sta assumendo in chiave concorrenziale: la possibilità, per gli operatori alternativi, di proporsi agli utenti finali come fornitori unici di servizi di comunicazione (voce, Internet e servizi a valore aggiunto) si sta rivelando un elemento chiave per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti.

La diffusione dell'*unbundling* trova un riscontro nei dati. A fine 2005, il numero totale delle linee in *unbundling* era pari a 1,5 milioni contro le 900.000 di fine 2004; l'Italia è il secondo paese in Europa, dopo la Germania che è partita con due anni di anticipo, per linee attivate in modalità *full unbundling*. Vale al riguardo ribadire che il rinnovato interesse dell'accesso disaggregato alla rete locale di Telecom Italia da parte degli operatori alternativi è stato determinato dalla strategia regolamentare dell'Autorità (recentemente confermata nell'ambito della valutazione del mercato n. 11 fra quelli indicati nella raccomandazione della Commissione europea del 2003; cfr. paragrafo n. 2.1.), che ha fissato il prezzo del servizio al livello più basso in Europa.

Questi numeri – cui bisogna aggiungere le connessioni in fibra ottica (circa 200.000 a fine 2005) – confermano la maggiore maturità del mercato italiano che assiste finalmente all'affermazione di un modello di concorrenza basato non soltanto sui servizi, ma anche e soprattutto sulle infrastrutture alternative a quelle dell'*incumbent*. L'andamento delle linee in *carrier pre selection* (CPS) rappresenta un'ulteriore conferma della scelta, da parte degli operatori alternativi, di ricorrere maggiormente ad infrastrutture di accesso per acquisire nuovi clienti: la crescita del numero delle linee in CPS si è infatti arrestata stabilizzandosi ad un valore, costante rispetto al 2004, pari a circa 4 milioni. In termini di distribuzione delle linee in CPS tra gli OLO (figura 1.20.), Tele2, con il 50%, si conferma l'operatore che fa più ricorso a questa modalità di prestazione dei servizi telefonici.

Figura 1.20. Distribuzione linee in *carrier pre selection* tra gli OLO (marzo 2006) (%)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Il passaggio a un equilibrio competitivo che si poggia sulla concorrenza infrastrutturale costituisce uno snodo fondamentale nella crescita del mercato italiano: rappresenta, infatti, una preconditione per lo sviluppo dei servizi innovativi a valore aggiunto, quali ad esempio la televisione su protocollo Internet (IP TV). L'*unbundling* consente infatti agli operatori di controllare la qualità della connessione fornita e quindi di fornire servizi a valore aggiunto (quali ad esempio i servizi voce o video) garantendo un determinato livello di qualità del servizio.

In questo quadro agli operatori Wind e Fastweb che si confermano, anche nel 2005, le imprese che investono di più nell'*unbundling* in Italia, si

sono aggiunti, nel corso dell'anno, Tiscali e Tele2. Questi ultimi hanno infatti rivisto le proprie strategie, considerando troppo limitati i margini derivanti dalla rivendita di traffico e dalla vendita delle connessioni acquistate in modalità *wholesale* da Telecom Italia; si sono quindi maggiormente impegnati in investimenti infrastrutturali.

Per quanto concerne i volumi di traffico voce (tabella 1.3.), questi hanno subito, nel 2005, una riduzione complessiva del 2,7% come risultante delle seguenti principali componenti:

- diminuzione, rispettivamente del 2,8% e del 4,5%, delle chiamate locali e nazionali, dovuta alla pressione competitiva, all'adozione di formule tariffarie *flat* e *semi-flat* e alla migrazione verso la rete mobile;
- riduzione, pari all'1%, per le chiamate internazionali, anche per effetto dell'adozione di soluzioni VoIP che consentono all'utente finale significativi risparmi sulle chiamate verso i principali paesi esteri;
- lieve incremento della direttrice fisso-mobile (0,5%), assai inferiore a quella registrata nel corso del 2004 (4,5%), per effetto soprattutto del maggiore utilizzo del cellulare come mezzo di comunicazione principale verso la direttrice mobile;
- crescita della componente "Altro" (1,7%), che comprende un insieme di servizi, tra i quali:
 - i servizi "intelligenti", ossia caratterizzati da una tariffazione speciale che si basa sulla rete intelligente di ogni operatore; ne fanno parte i servizi *premium*, i servizi ad addebito ripartito, i numeri verdi ed i numeri unici;
 - i servizi informativi (come quello relativo alla consultazione dell'elenco abbonati o al reperimento di altre informazioni) ed i cosiddetti STS (*Supplementary Telephony Services*, quali Memotel e numeri personali).

Tabella 1.3. Traffico dei servizi voce di rete fissa per direttrice (milioni/minuti)

Direttrice	2004	2005
Locale *	53.790	52.281
Var. %	-3,7	-2,8
Lunga distanza nazionale	42.060	40.167
Var. %	-4,5	-4,5
Fisso-Mobile	20.041	20.142
Var. %	4,5	0,5
Internazionale	3.633	3.596
Var. %	-0,7	-1,0
Altro **	3.244	3.299
Var. %	1,3	1,7
Totale	122.768	119.484
Var. %	-2,5	-2,7

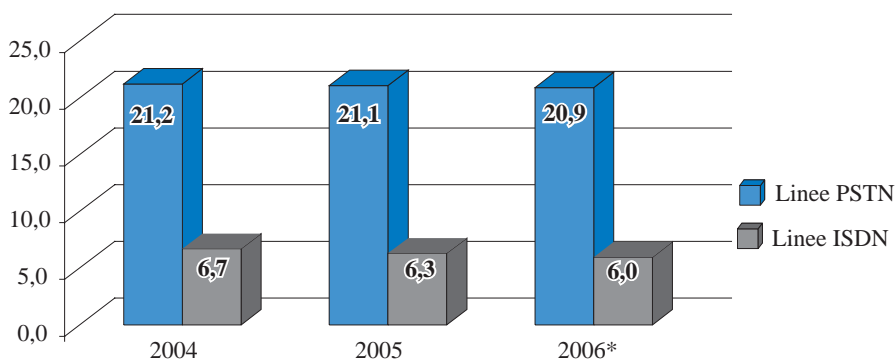
Fonte: IDC, 2006 | * Escluso l'accesso *dial up* a Internet ** Include servizi intelligenti, servizi informativi e STS

Occorre ricordare a questo proposito che, nel 2005, si è assistito al lancio dei servizi di informazione abbonati da parte di numerosi operatori, a seguito dell'apertura del mercato alla concorrenza. La liberalizzazione del servizio, decisa a livello comunitario e prevista dal Codice delle comunicazioni elettroniche, è stata accompagnata dall'ingresso di un notevole numero di operatori e dal lancio di massicce campagne pubblicitarie. L'Autorità è intervenuta nell'ambito della liberalizzazione del servizio informazioni non solo con l'apertura alla fornitura del servizio da parte di una pluralità di soggetti economici, ma anche attraverso la definizione di regole ed il continuo monitoraggio sull'efficacia delle stesse nel condurre il mercato verso un esito effettivamente concorrenziale: questa attività ha portato ad interventi quali la riduzione dei prezzi massimi delle chiamate per i servizi informazione elenco abbonati da rete fissa e l'introduzione di norme restrittive per il completamento di chiamata (cfr. paragrafo n. 2.2.).

Riguardo alle linee telefoniche installate, si può stimare che nel 2005 fossero presenti in Italia circa 27,4 milioni di linee (PSTN /ISDN). Al pari di quanto verificatosi nel 2004, anche nello scorso anno è stato rilevante il calo del numero delle linee ISDN (-6%, pari a circa 400.000 linee), il cui uso è stato sostituito dall'adozione di accessi a banda larga, in particolare in tecnologia ADSL. Le linee PSTN (figura 1.21.) sono poi diminuite in modo marginale (-0,7%).

Dai dati discussi sino ad ora emerge un mercato nazionale delle telecomunicazioni fisse che vede la sua componente tradizionale (traffico voce) in strutturale calo. La necessità di far fronte a questo processo nonché di venire incontro alle esigenze dei consumatori ha determinato, come ampiamente discusso nel precedente paragrafo, l'introduzione di offerte integrate fisso-mobile.

Figura 1.21. Mercato nazionale dei servizi di rete fissa, linee installate (milioni)



Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Attualmente Telecom Italia ha intrapreso alcune iniziative convergenti tramite il lancio di piani tariffari combinati (rispettivamente per chiamate da fisso a mobile e da mobile a fisso) sia per l'utenza residenziale, sia per l'utenza affari.

A queste promozioni tariffarie, sulla scorta di quello che sta avvenendo all'estero, potrebbero seguire, in futuro, delle vere e proprie offerte integrate da parte degli operatori fissi che prevedono l'utilizzo di un telefonino fornito di tecnologia UMA (*Unlicensed Mobile Access*); standard quest'ultimo sviluppato nell'ambito dell'omonimo gruppo, costituito da una serie di operatori di telecomunicazione e di venditori di apparati (tra i quali British Telecom, Alcatel, Motorola, Siemens) allo scopo di sviluppare servizi convergenti utilizzando bande radio di frequenza non licenziate (quali *Bluetooth* e *wi-fi*).

Sempre con riferimento all'integrazione fisso-mobile, occorre menzionare le strategie degli operatori attivi nel mercato mobile. Va infatti ricordato il lancio, da parte di Vodafone Italia, di un'offerta che prevede tariffe più convenienti per le chiamate effettuate dal cellulare verso numeri di rete fissa (fino ad un determinato numero di minuti di conversazione) all'interno di una determinata area scelta dall'utente (quali le mura domestiche e l'ufficio). L'applicazione di piani tariffari differenziati (tariffe preferenziali per le chiamate verso rete fissa effettuate nell'area scelta dall'utente e normale piano tariffario per le chiamate effettuate fuori area) avviene grazie alla capacità della rete mobile di localizzare la posizione dell'utente.

Venendo all'area dei servizi di trasmissione dati (comprensiva dei *Managed Data Network Services* – MDNS – che includono ATM, *Frame Relay*, X.25 e IP VPN) e dei circuiti dedicati per gli utenti affari, si stima che nel 2005 il mercato (ancora figura 1.19.) abbia superato nel suo complesso 1,3 miliardi di euro, con un incremento dell'1,4% rispetto all'anno precedente. La crescita è stata inferiore alle previsioni in quanto il perdurare di un contesto economico non favorevole ha indotto le aziende a rimandare i propri investimenti nella modernizzazione delle reti di trasmissione.

Quanto ai singoli segmenti che compongono i servizi di trasmissione dati, questi hanno fatto registrare i seguenti andamenti:

- i servizi MDNS (*Managed Data Network Services*) sono cresciuti del 5,6%, grazie principalmente alle IP VPN – reti private virtuali su protocollo Internet – che sono cresciute in un anno del 18% (arrivando ad un fatturato di 408 milioni di euro). La diffusione delle IP VPN è riconducibile alla loro flessibilità ed efficienza ed alle caratteristiche di qualità del servizio e di sicurezza, che ultimamente hanno fatto registrare miglioramenti considerevoli. In particolare, la presenza, complementare alle IP VPN, di offerte VoIP consente alle aziende di far confluire su una sola infrastruttura IP l'insieme complessivo dei servizi di telecomunicazione ottenendo una maggiore razionalizzazione e ottimizzazione delle proprie infrastrutture e la riduzione dei costi gestionali. I trend di crescita dei ricavi di IP VPN sono tuttavia stati rivisti verso il basso alla luce della sostituzione, più lenta del previsto, delle soluzioni tradizionali di connettività dati (in particolare ATM/*Frame Relay*) da parte delle IP VPN. Le soluzioni ATM/*Frame Relay* infatti continuano a rappresentare una soluzione che offre prestazioni molto affidabili per le aziende;

- il segmento dei circuiti dedicati è stato caratterizzato, nel complesso, da una diminuzione del 6%; la riduzione è tuttavia inferiore alle attese ed attribuibile perlopiù ad un calo dei prezzi.

Per quanto concerne il quadro competitivo, il 2005 è stato un anno di ripresa delle attività di *merger&acquisition*. Tra le altre operazioni, sono da menzionare la fusione Telecom Italia-TIM, l'acquisizione dell'intero capitale sociale di Albacom da parte di British Telecom, l'operazione con la quale BT Albacom ha successivamente rilevato il 100% di Atlanet, e l'acquisizione del 62,75% di Wind da parte del fondo Weather Investments. Con riferimento alla suddivisione degli operatori in termini di specializzazione dell'offerta di servizi di telecomunicazione non si sono registrati significativi cambiamenti: accanto ad un nucleo di operatori focalizzati interamente o prevalentemente sui servizi alle imprese (Colt, BT Albacom, Elitel), vi sono operatori che agiscono prevalentemente nel contesto del mercato residenziale (Tele2 e Tiscali) ed operatori che si rivolgono ad entrambe le tipologie di clientela (Eutelia, Fastweb, Telecom Italia e Wind).

Tabella 1.4. Quote di mercato nella fonia vocale * (%)

	Totale ricavi (Accesso, Fonia)		Totale Fonia		Locale		Nazionale		Internazion.		Fisso-Mobile	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Telecom Italia	78,9	78,0	69,3	67,4	74,9	71,3	72,9	73,2	52,9	46,8	65,1	65,4
Wind	6,8	6,0	10,8	9,6	10,3	11,7	8,4	9,8	8,5	8,2	14,1	11,1
Tele2	4,7	4,8	7,4	7,8	8,6	9,8	6,6	6,8	7,2	7,4	8,9	9,3
BT Albacom	3,1	3,9	4,9	6,4	2,2	1,8	8,6	6,3	10,0	15,7	5,1	6,4
Fastweb	2,4	2,9	1,2	1,8	0,4	0,6	0,8	0,7	7,3	9,2	1,9	2,7
Altri	4,1	4,4	6,4	7,0	3,6	4,8	2,7	3,2	14,1	12,7	4,9	5,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali | * Le quote di mercato relative al 2004, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono perfettamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento

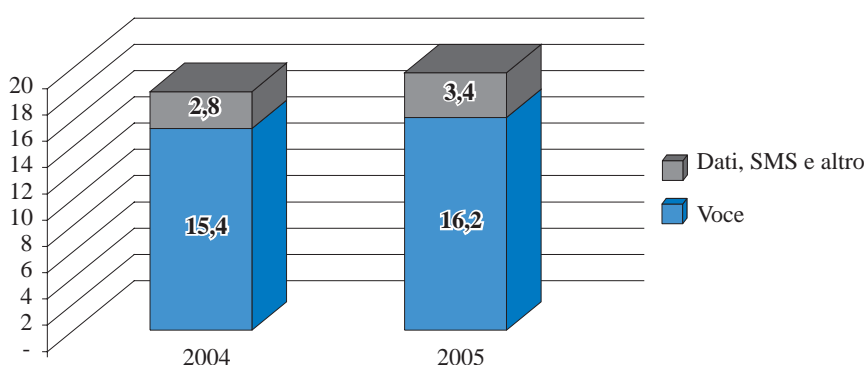
In questo quadro, la struttura delle quote di mercato non è ancora sostanzialmente mutata (tabella 1.4.), anche se si attendono in futuro cambiamenti dovuti all'effetto, ad esempio sui ricavi dell'accesso, delle citate strategie infrastrutturali degli operatori alternativi. In particolare, si registra una riduzione, anche se modesta, della quota di mercato di Telecom Italia sia in termini di fatturato complessivo (comprensivo dell'accesso), sia soprattutto in termini di ricavi da servizi di fonia. Considerando poi le singole direttrici di traffico, si segnala il leggero recupero di Telecom Italia per il traffico nazionale, la sostanziale tenuta nel fisso-mobile, la perdita nel locale e, soprattutto, nell'internazionale, dove la quota è scesa per la prima volta al di sotto del 50%.

I servizi mobili

I dati relativi al mercato dei servizi mobili in Italia confermano il notevole dinamismo che ha contraddistinto questo ambito di attività

nel 2005. La crescita annuale del mercato è stata pari al 7,8%, per un valore complessivo del mercato pari a 19,6 miliardi di euro (figura 1.22.). I ricavi del segmento voce sono cresciuti del 5,3%; il dato, inferiore a quello dello scorso anno, è attribuibile alla forte pressione concorrenziale sui prezzi e al citato intervento regolamentare dell'Autorità in materia di riduzione delle tariffe massime di terminazione delle chiamate verso le reti dei gestori mobili. Il segmento dei servizi a valore aggiunto ha fatto registrare un marcato incremento, pari al 21,8%, raggiungendo a fine anno un fatturato complessivo di 3,4 miliardi di euro. Si tratta di un dato molto significativo, che ha ormai superato diversi segmenti del mercato della fonia fissa (quale la trasmissione dati). La componente più tradizionale (messaggistica SMS e MMS *peer-to-peer*) si conferma come quella principale dei servizi a valore aggiunto (VAS): tuttavia la percentuale dei VAS innovativi è cresciuta, arrivando a circa il 32,5% del totale dei ricavi da VAS mobili (dal 23% del 2004).

Figura 1.22. Mercato nazionale dei servizi di rete mobile (miliardi di euro)

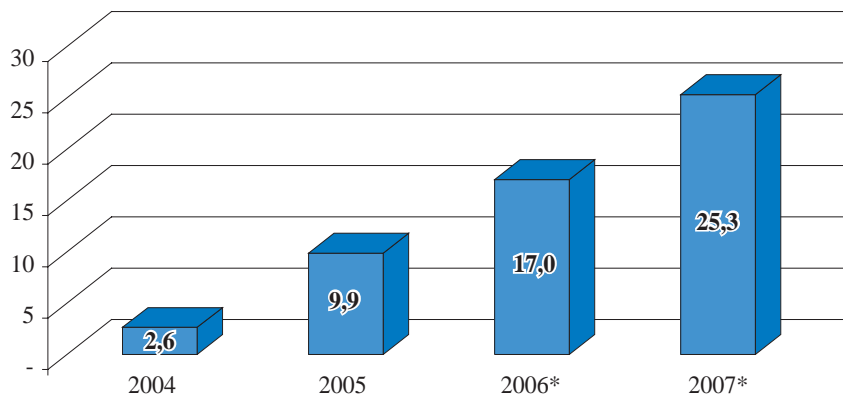


Fonte: IDC, 2006

Per quanto concerne il numero totale di SIM, quest'ultimo si è attestato intorno ai 71,5 milioni rispetto ai 63 milioni circa della fine del 2004, un dato molto alto, superiore alla crescita registrata dell'anno precedente, che conferma la presenza sul mercato di doppie e triple SIM. La crescita dovrebbe rallentare nei prossimi anni: alla fine del 2007, il numero totale di SIM dovrebbe attestarsi intorno a 79,6 milioni di unità.

Ma il dato più significativo è senz'altro riconducibile alla crescita, decisamente superiore alle attese, delle connessioni UMTS (da 2,6 milioni di utenti a fine 2004 a circa 10 milioni a fine 2005; figura 1.23.): l'incremento è da attribuirsi alle politiche di lancio particolarmente convenienti dei gestori mobili. La diffusione della tecnologia mobile di terza generazione pone l'Italia in una posizione d'avanguardia nel mondo, superando non solo gli altri Paesi europei ma anche nazioni quali gli Stati Uniti ed il Giappone. Le previsioni indicano una crescita ancora sostenuta nei prossimi anni della tecnologia UMTS: nel 2007, sono previste oltre 25 milioni di linee mobili di terza generazione.

Figura 1.23. Utenti UMTS (milioni)



Fonte: IDC, 2006 | *Previsioni

A questo proposito, è necessario soffermarsi brevemente sulle prospettive tecnologiche del servizio. Gli operatori mobili hanno infatti dichiarato il proprio impegno sul fronte dello sviluppo di una nuova tecnologia: l'HSDPA (*High Speed Download Packet Access*), un aggiornamento dell'UMTS che consente maggiori velocità di *download* dei dati (teoricamente fino a circa 14 Mbps, in condizioni reali circa 900Kbps). Uno dei vantaggi dell'HSDPA consiste nel fatto che l'aggiornamento viene effettuato tramite un intervento abbastanza semplice sul *software* e, in misura inferiore, sull'*hardware*. I primi servizi HSDPA, lanciati a Roma all'inizio del mese di marzo, consentono una velocità pari a 1,8 Mbps ed utilizzano una *data card* per il traffico dati. Entro la fine dell'anno almeno tre gestori mobili dovrebbero lanciare i servizi HSDPA su base commerciale. Infine, entro il 2008 dovrebbe essere introdotta sul mercato la tecnologia HSUPA (*High Speed Upload Packet Access*), che supporta elevate velocità anche in fase di *upload* (fino a 6 Mbps).

Con riguardo alla struttura del mercato (tabella 1.5.), si evidenzia un processo di graduale e continua deconcentrazione, sia in termini di valore (ricavi) che di volumi (linee). In particolare, continua a diminuire la quota di mercato dell'operatore *leader*, Telecom Italia Mobile, mentre si è significativamente accresciuto il peso dei nuovi gestori: in particolare, H3G in soli tre anni ha raggiunto il 6,7% del totale dei ricavi ed il 7,8% del numero complessivo di linee. Ciò conferma la presenza di un vivace processo concorrenziale.

In questo quadro di mercato, i risultati sul fronte dei ricavi voce hanno quindi risentito della pressione competitiva sui prezzi e, conseguentemente, delle strategie attuate dai gestori mobili finalizzate a sottrarre clienti ai concorrenti. In particolare numerosi sforzi sono stati compiuti allo scopo di acquisire nuovi clienti tramite lo strumento della portabilità (MNP, *mobile number portability*), meccanismo attraverso il quale un operatore si sostituisce completamente al precedente gestore dell'utente, non limitandosi, come

Tabella 1.5. Quote di mercato nelle reti mobili* (%)

	Ricavi		Linee attive	
	2004	2005	2004	2005
TIM	45,7	42,4	41,8	40,0
VODAFONE	37,1	35,7	35,3	33,1
WIND	14,3	15,2	18,5	19,1
H3G	2,9	6,7	4,5	7,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali | * Le quote di mercato relative al 2004, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono perfettamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento

in passato, ad aggiungersi a questo come fornitore di servizi su una seconda SIM. A questo riguardo, occorre evidenziare che, grazie anche ai continui interventi dell'Autorità volti prima ad introdurre poi a migliorare l'efficienza del servizio di portabilità (cfr. paragrafo n. 2.3.), l'Italia è il secondo paese in Europa per diffusione della MNP, con oltre 8 milioni di numeri portati da un gestore all'altro (dato aggiornato ad aprile 2006). Il funzionamento della portabilità del numero ha contribuito, in un contesto in cui la penetrazione del servizio di telefonia mobile sta per raggiungere livelli di saturazione, a ridurre le barriere all'entrata e al cambiamento (c.d. *switching costs*), stimolando il processo concorrenziale a tutto vantaggio del benessere dei consumatori. Nel corso dell'anno gli operatori hanno lanciato offerte che propongono cellulari a prezzi molto vantaggiosi e tariffe convenienti in cambio dell'impegno, da parte dell'utente, di non cambiare gestore per un periodo di tempo limitato; anche in questo caso è intervenuta l'Autorità al fine di tutelare gli utenti finali, disciplinando la pratica del *SIM lock* (cfr. paragrafo n. 2.3.).

La competizione dei gestori mobili non si è soltanto sviluppata sui prezzi, ma si è anche concentrata sull'introduzione di innovazioni di prodotto. Oltre alla ragguardevole crescita dei servizi di terza generazione, il 2005 ha registrato il lancio sul mercato di soluzioni basate sulla tecnologia *push-to-talk*, che consente all'utente, tramite la pressione di un pulsante, di effettuare comunicazioni vocali di tipo *one-to-one* (un unico destinatario) e *one-to-many* (ossia verso una comunità di utenti). Si tratta di un servizio che si indirizza soprattutto a coloro che si trovano nella necessità di effettuare brevi comunicazioni verso un numero elevato di utenti (tassisti, operatori del settore delle emergenze, altri). Nel contesto italiano questi servizi sono stati proposti sia agli utenti aziendali, sia a quelli residenziali (in particolare alle comunità di giovani). Il lancio di questo servizio costituisce un esempio della transizione in atto verso reti all'IP: il servizio *push-to-talk* utilizza infatti la piattaforma IMS (*IP Multimedia SubSystem*) citata in precedenza.

Per quanto riguarda il segmento dei servizi mobili a valore aggiunto, numerose sono state le iniziative lanciate dai gestori per incentivare l'utilizzo di servizi convergenti: offerte speciali che consentono di guardare tutti i programmi televisivi presenti sul portale dell'operatore ad un costo fisso, libera navigazione all'interno del portale del gestore e promozioni sulle *data card* per la navigazione in rete tramite *personal computer* porta-

tile, offerte che includono videochiamate gratuite insieme con la possibilità di scaricare un determinato numero di brani musicali. Nell'ambito del proprio portafoglio di offerta i gestori mobili hanno concentrato molte energie sull'arricchimento dei cataloghi di brani musicali da scaricare direttamente sul cellulare.

Inoltre, tra i servizi innovativi lanciati nel corso dell'anno ricordiamo, nella sfera della convergenza tra telecomunicazioni ed audiovisivo:

- i servizi di *videosharing* che consentono, sulla rete UMTS, di videochiamare e contemporaneamente, in tempo reale, associare alla telefonata un flusso di dati quali ad esempio un'immagine, un testo o un brano musicale, in altri termini di condividere contenuti con l'utente che si chiama;
- i servizi di accesso sull'apparecchio mobile ai film, grazie ad un sistema avanzato di *streaming* che consente all'utente di visionare l'opera anche a spezzoni, interrompendo e riprendendo la visione del filmato a proprio piacimento.

La convergenza tra telecomunicazioni mobili e audiovisivo ha fatto un passo decisivo con l'introduzione della tecnologia DVB-H (*Digital Video Broadcasting over Handheld*). Entro la fine dell'anno tre gestori mobili dovrebbero aver lanciato la propria offerta commerciale, situazione che porrà il mercato italiano all'avanguardia per quanto riguarda la fornitura di questo servizio in ambito europeo. La tecnologia DVB-H rappresenta un adattamento dello standard utilizzato per la televisione digitale terrestre fissa (DVB-T) pensato per la fruizione dei contenuti su apparati portatili (e dunque con modifiche che tengono conto di caratteristiche quali lo schermo limitato e la durata delle batterie). Il vantaggio di questa tecnologia, rispetto alle reti cellulari UMTS già utilizzate per la fornitura di servizi televisivi al pubblico, è rappresentato dal fatto che esse supportano la diffusione punto-multipunto (al contrario dei servizi UMTS che sono di tipo punto-punto). Pertanto esse rappresentano una soluzione più efficiente, rispetto alla rete mobile UMTS, per fornire servizi televisivi contemporaneamente ad un ampio numero di utenti.

Il lancio dei servizi DVB-H ha alimentato un vivo dibattito merito alla regolamentazione del servizio di televisione su cellulare (cfr. paragrafo n. 1.1.1.). Il Commissario Europeo alla società dell'informazione e ai media Viviane Reding ha recentemente sottolineato che i servizi di televisione in mobilità potrebbero diventare la prossima *killer application* per i sistemi di comunicazione mobile. L'Autorità ha quindi deciso di stimolare l'innovazione di prodotto definendo una disciplina regolamentare "leggera" (*light regulation*), che accompagnerà l'evoluzione di mercato e che sarà al contempo coerente con il disegno regolamentare europeo e con i propri obiettivi istituzionali (legati in particolare al rispetto del pluralismo e della concorrenza). La regolamentazione si pone quindi l'obiettivo di stimolare la diffusione del servizio, guidandola verso un'evoluzione che sia ottimale per il benessere della collettività nazionale (cfr. paragrafo n. 2.6.).

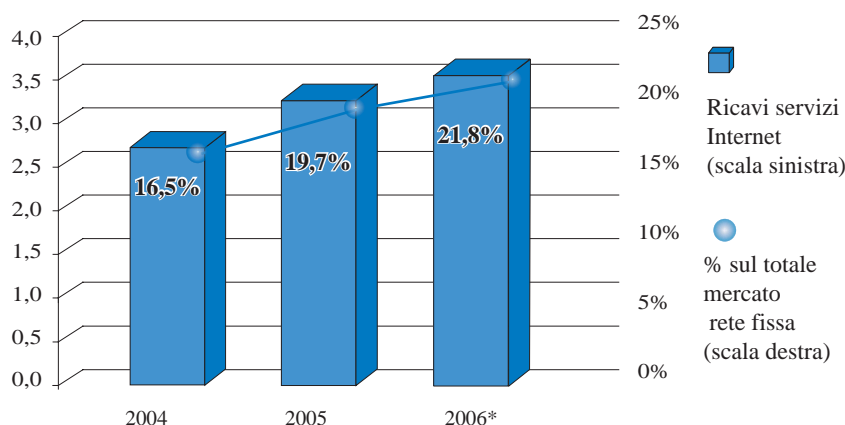
In Italia, unico paese in Europa, quasi tutti gli operatori mobili stanno per intraprendere iniziative commerciali nel campo del DVB-H. Diverse tuttavia le strategie attuate: l'operatore mobile H3G, ad esempio, ha scelto di dotarsi di una propria rete per la trasmissione dei contenuti in modalità DVB-H e a questo scopo ha acquistato nel mese di novembre 2005 Canale 7, un'emittente televisiva in possesso di una licenza per la trasmissione in modalità digitale terrestre sul territorio nazionale. Grazie a questa ed altre acquisizioni minori H3G ha lanciato servizi di televisione in mobilità su parte del territorio nazionale. Altri gestori (Vodafone e TIM in particolare) hanno invece deciso di affittare parte della banda trasmissiva della rete DVB-H che Mediaset sta realizzando a seguito all'acquisizione delle frequenze analogiche terrestri di Europa TV. In ogni caso, anche gli altri gestori mobili saranno presto pronti a offrire servizi di televisione in mobilità ai propri utenti.

Il mercato Internet

Il numero di utenti di Internet in Italia è stimato oltre i 28 milioni di unità; di questi, la maggior parte, 23 milioni, afferisce al segmento residenziale, che ha fatto registrare, nel corso dell'anno, l'incremento più elevato, pari al 14,5%. Nel segmento affari e nella categoria "scuola e pubblica istruzione", gli aumenti sono stati rispettivamente del 10,5% e dell'8%.

I ricavi dai servizi Internet - servizi di accesso e servizi di *web housing* e *web hosting* - hanno raggiunto i 3,3 miliardi di euro (figura 1.24.) e rappresentano il 19,7% del comparto dei servizi su rete fissa.

Figura 1.24. Evoluzione dei ricavi da servizi Internet in Italia (miliardi di euro)

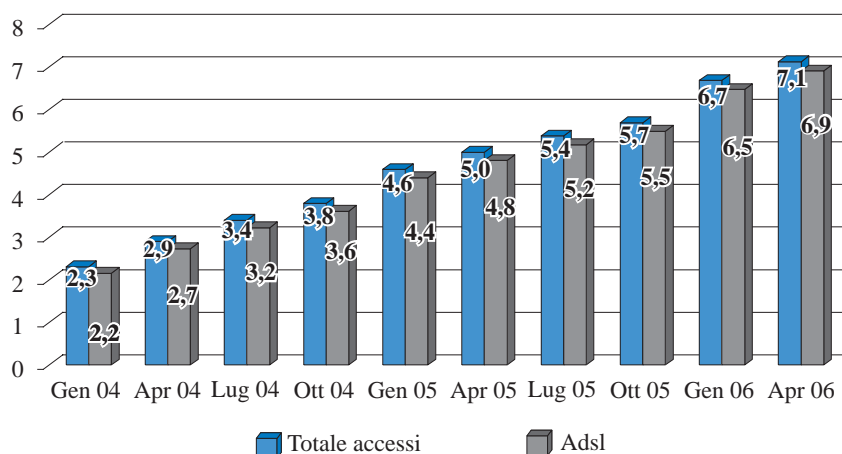


Fonte: IDC, 2006 | * Previsioni

Il fenomeno più rilevante registrato sul mercato Internet nazionale è costituito senz'altro dalla crescita del numero degli accessi a banda larga: a marzo 2006 (figura 1.25.) si contavano in Italia 7,1 milioni di connessioni

broadband, delle quali 6,9 milioni utilizzavano la tecnologia ADSL (97% contro il 93% del 2004), che si conferma dunque la piattaforma in assoluto dominante sul mercato.

Figura 1.25. Linee a banda larga in Italia (milioni)



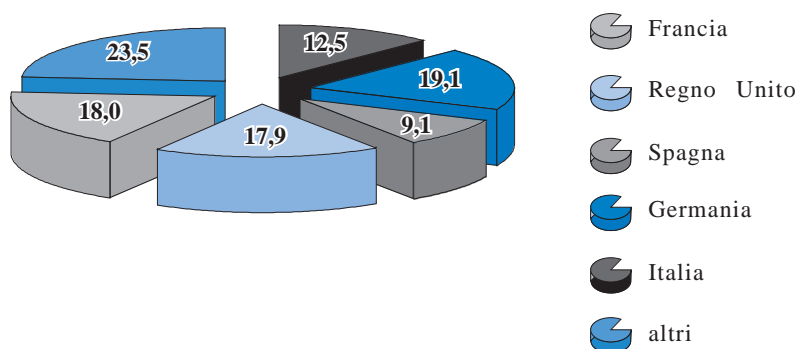
Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Come evidenzia la figura 1.26., l'Italia rappresenta oramai il quarto mercato in Europa per diffusione della banda larga, con un tasso di incremento, nell'ultimo biennio, di ben il 187% delle linee *broadband*; tale tasso di crescita risulta superiore a quello degli altri Paesi europei di grandi dimensioni: si consideri che, nello stesso periodo di riferimento, l'incremento medio delle linee *broadband* nei Paesi "Euro-15" è stato decisamente inferiore e pari al 144%. In definitiva, dai dati emerge una decisa inversione di tendenza, con un significativo recupero dell'Italia, che si pone sia in valore assoluto che in termini di crescita, come uno dei mercati più dinamici del continente europeo.

La notevole crescita registrata nel corso dell'anno è attribuibile alla forte spinta commerciale esercitata dagli operatori di telecomunicazione. Un ruolo importante in questo contesto è stato svolto dal lancio sul mercato di connessioni ADSL illimitate con un prezzo mensile inferiore ai 20 euro/mese. L'introduzione di tali offerte ha contribuito ad abbassare notevolmente il costo medio delle connessioni nel mercato italiano e ha riscosso interesse presso le fasce di utenza più sensibili al prezzo delle connessioni piuttosto che alle prestazioni delle stesse in termini di larghezza di banda.

Quanto alla struttura di mercato, nell'ultimo anno si è assistito ad una sensibile diminuzione della quota di Telecom Italia (superiore al 3%), sia in termini di ricavi che di linee, che è scesa stabilmente al di sotto del 70%. Al contempo, si è rafforzata la posizione dei principali operatori concorrenti, con Fastweb e Wind che detengono in particolare quote rispettivamente superiori al 10% e al 5%.

Figura 1.26. Quote del settore della banda larga in Europa, dicembre 2005 (%)



Fonte: COCOM

Tabella 1.6. Quote di mercato nella banda larga (%)

	Ricavi		Linee	
	2004	2005	aprile 2005	aprile 2006
TELECOM ITALIA	65,5	62,8	73,2	69,6
PRINCIPALI 4 OLO *	30,5	32,2	23,5	27,2
ALTRI	4,0	5,0	3,3	3,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0 (a)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali | * Colt, Fastweb, Tiscali e Wind nei ricavi; Fastweb Tele2, Tiscali e Wind nelle linee

Nel corso dell'anno si è inoltre assistito ad una notevole diversificazione dell'offerta, in termini di larghezza di banda delle connessioni da parte degli operatori. In particolare sono state rese disponibili sul mercato connessioni con banda superiore a quelle presenti nel listino *wholesale* di Telecom Italia. Questo processo è stato favorito dall'introduzione, in Italia, dello *shared access*, tipologia di *unbundling* che prevede costi di affitto inferiori a quelli del *full unbundling* e che consente all'operatore alternativo (contrariamente a quanto avviene nel modello *wholesale*) di gestire completamente i servizi di connettività Internet ad alta velocità, lasciando all'operatore *incumbent* la fornitura dei servizi vocali. Lo *shared access*, come già ricordato in precedenza, ha inoltre favorito l'offerta di soluzioni VoIP nel mercato italiano. Sulle connessioni ADSL attivate dai fornitori in modalità *shared access* l'operatore alternativo può attivare linee VoIP che offrono una qualità di voce decisamente migliore rispetto a quella delle linee VoIP attivate sulle connessioni *wholesale* acquistate dall'*incumbent*.

Il passaggio ad un modello di concorrenza basato sull'utilizzo di infrastrutture alternative a quelle dell'operatore *incumbent* (non solo *shared access* ma soprattutto *full unbundling*) rappresenta, come detto, un segnale di maturità del mercato italiano: infatti costituisce, tra l'altro, una precondizione

per lo sviluppo di servizi innovativi, quali ad esempio l'IP TV. La possibilità – consentita dall'*unbundling* – di controllare la connessione che abilita la fruizione dei servizi IP TV viene percepita dagli operatori di telecomunicazione come un elemento chiave per il successo delle proprie offerte.

A questo proposito va ricordato che a fine del 2005 Telecom Italia ha lanciato la propria offerta di televisione su protocollo Internet, che comprende, oltre ad una sezione di contenuti gratuiti (compresi nell'abbonamento base), contenuti a pagamento disponibili in modalità *pay tv* (i pacchetti di Sky Italia) e in modalità *pay per view* e *video on demand*. Il servizio si aggiunge a quello di Fastweb, il primo operatore *triple play* italiano, e dovrebbe essere seguito, entro la fine del 2006, dal lancio di analoghi servizi da parte di Wind e Tiscali.

Importanti novità si sono registrate infine sul fronte della connettività a banda larga tramite tecnologia *wi-fi* (*Wireless Fidelity*) e *wi-max* (*Worldwide Interoperability for Microwave Access*). All'inizio del mese di ottobre dello scorso anno, sono state apportate significative modifiche al Decreto ministeriale sul *wi-fi* del maggio 2003. Il principale cambiamento riguarda l'eliminazione del limite di operatività del *wi-fi* ai locali aperti al pubblico e alle aree confinate a frequentazione pubblica. Questa modifica permette agli operatori autorizzati di fornire i servizi *wi-fi* su tutto il territorio nazionale, consentendo di interconnettere i punti di accesso della propria rete senza limitazioni geografiche. Una delle applicazioni più interessanti di questa tecnologia è costituita dalla possibilità di fornire connettività a banda larga nelle zone non raggiunte dall'ADSL. A questo proposito vale la pena ricordare come numerosi siano stati, nel corso dell'anno, i bandi pubblicati da province italiane per la realizzazione di infrastrutture a banda larga tramite tecnologia *wi-fi* che consentano di raggiungere i comuni più impervi.

Nel mese di luglio del 2005 sono inoltre state avviate, su frequenze liberate dal Ministero della difesa, le sperimentazioni sulla tecnologia *wi-max* (standard di trasmissione che consente una connettività ad alta velocità sulle reti *wireless* con una portata teorica massima di 50 km in aree rurali e velocità reali comprese tra 8 e 20 Mbps). Le sperimentazioni avrebbero dovuto concludersi a fine anno; tuttavia a seguito di una proroga, il termine è stato fissato per la fine di giugno di quest'anno. Al termine è previsto l'avvio di una consultazione pubblica tra gli operatori per valutare la disponibilità ad investire nella tecnologia. Terminata la consultazione verranno definite le modalità di assegnazione delle licenze. Molteplici sono le possibili applicazioni di questa tecnologia; il *wi-max* (nella versione standard *wi-max* 802.16-2004) potrà, infatti, essere usato come: a) un accesso *wireless* a banda larga in modalità fissa o nomadica (ossia consentendo una limitata mobilità), in alternativa ad altre tecnologie (fibra, DSL, ecc.); b) un *hot-spot* (con qualità del servizio e velocità/copertura superiore al *wi-fi*); c) un *backhaul* per reti fisse e mobili. Inoltre questa tecnologia presenta possibili applicazioni anche in ambito mobile; tuttavia lo standard *wi-max* 802.16e, che estende la modalità di accesso fisso-nomadica a quella mobile, è ancora in corso di definizione. Esso è stato ratificato a fine 2005 dalla IEEE e i test di certificazione degli apparati non avranno luogo prima della fine del 2006. Poiché le due tecnologie (*wi-max* "fisso" – versione

802.16-2004 – e *wi-max* “mobile” – versione 802.16e) non sono tra loro interoperabili gli operatori si troveranno nella situazione di decidere se lanciare il *wi-max* “fisso” o attendere l’avvento del *wi-max* “mobile”.

1.2.2. La televisione

Le acquisizioni nel mercato televisivo

Il 2005 è stato caratterizzato da un elevato numero di acquisizioni che hanno interessato il settore della televisione digitale terrestre. L’obiettivo prevalente di queste operazioni è stato lo sviluppo della rete di trasmissione digitale.

Si ricorda in merito che, con riferimento alle reti terrestri, il regime vigente (c.d. *switch-over*) è caratterizzato dal mantenimento contemporaneo delle due infrastrutture di rete analogica e digitale. La convivenza delle due reti ha l’obiettivo di consentire, da una parte, l’adeguamento tecnico degli impianti di trasmissione degli operatori di rete esistenti e, dall’altra, di dare tempo agli utenti di dotarsi del necessario *set-top box* per ricevere le trasmissioni con il nuovo *standard*. La legge 20 marzo 2001, n. 66 fissava entro il 2006 la data di cessazione della diffusione televisiva terrestre in tecnica analogica; il decreto legge n. 273 del 22 dicembre 2005 ha modificato tale termine, indicando la data di spegnimento delle trasmissioni analogiche (c.d. *switch off*) entro l’anno 2008 (cfr. paragrafo n. 1.2.6.). Durante la fase di transizione, lo sviluppo delle reti digitali terrestri, può avvenire sia attraverso l’acquisizione di impianti e frequenze da soggetti terzi, sia mediante la conversione in tecnica digitale di impianti e frequenze già nella dotazione dell’emittente. Dunque, i principali operatori, nel corso del 2005, hanno dato luogo a una politica di acquisizioni finalizzata all’ampliamento della propria rete di trasmissione. Parallelamente si è assistito all’ingresso nel mercato di nuovi soggetti, è questo il caso del Gruppo Editoriale l’Espresso che ha acquisito l’emittente Rete A.

La crescita delle offerte televisive a pagamento

Nel 2005 il mercato televisivo italiano ha visto la progressiva affermazione delle offerte televisive veicolate da piattaforme diverse dalla rete analogica terrestre che offrono contenuti agli utenti finali in modalità digitale attraverso la rete terrestre, il satellite e il cavo.

Sul piano dei contenuti, la principale novità per gli utenti finali è stata il lancio, attraverso la piattaforma digitale terrestre, di offerte in modalità *pay per view* attraverso lo standard DVB-T (*Digital Video Broadcasting - Terrestrial*). Il servizio consiste in un’offerta commerciale che permette, tramite l’acquisto di una tessera prepagata, di usufruire della visione di diversi contenuti, previo pagamento del singolo evento. Gli operatori, presenti ad oggi sul mercato, con questa tipologia di offerta sono Mediaset e Telecom Italia Media che commercializzano i propri prodotti rispettivamente con i marchi “Mediaset Premium” e “La 7 Cartapiù”. Sul piano qualitativo i contenuti trasmessi a pagamento rientrano nella categoria c.d. diritti *premium* che constano dell’offerta film ed eventi sportivi.

Come mostra la tabella seguente, l'offerta complessiva, attraverso le reti digitali terrestri, presenta comunque un'ampia gamma di programmi trasmessi in modalità *free-to-air*. L'insieme dei programmi può essere articolato in tre categorie: programmi trasmessi sulle reti analogiche e replicati sulle reti digitali (*simulcast*), nuovi programmi trasmessi sulle reti digitali e offerte a pagamento. Naturalmente, l'offerta sulle reti digitali terrestri determina un aumento del numero complessivo dei programmi rispetto al caso in cui si considera esclusivamente l'offerta presente nelle reti analogiche. Si evidenzia, infatti, che a differenza di quanto accade sulle reti analogiche dove una frequenza può trasportare un solo programma; nelle reti digitali, grazie alla compressione dei segnali, ciascuna frequenza è in grado di trasportare da quattro a sei programmi utilizzando la codifica MPEG-2.

Tabella 1.7. Elenco programmi nazionali trasmessi su reti digitali terrestri

Mux	Simulcast analogico	Programmi in digitale	Servizi Pay
RAI MUX A	Rai Uno	Rai Utile	
	Rai Due		
	Rai Tre		
RAI MUX B		Rai Sport	
		Rai News 24	
		Rai Edu	
		Rai Doc-Futura	
		Sat 2000	
RTI MUX 1		CCTV9	
		24ore TV	Mediaset Premium
		Class News	
		Coming Soon	
		BBC Word	
RTI MUX 2	Canale 5	Boing	
		Media Shopping	
		24ore TV	
		Class News	
		Coming Soon	
DFREE	Rete 4	BBC Word	
	Italia 1	SI Live 24	
	Sport Italia	SI Solo Calcio	
TI MEDIA BROADCASTING		La Chaine Info	
	La 7	La 7 Sport	La 7 Cartapiù
	MTV		
	Telemarket		
GRUPPO L'ESPRESSO	Rete Capri		
	All Music		

Fonte: DGTVi, aggiornamento maggio 2006

In sintesi, alcuni operatori del mercato della televisione digitale terrestre stanno adottando un modello di offerta particolare in cui la nuova piattaforma fornisce un *mix* di prodotti in chiaro e a pagamento. Comunque

anche in questo modello di *business* i prodotti *premium* rivestono, come nel caso delle piattaforme che funzionano esclusivamente ad accesso condizionato, il ruolo di *killer application*. Ne deriva che, indipendentemente dal modello di *business* con cui ci si presenta agli utenti, la risorsa scarsa sul mercato televisivo resta la disponibilità di contenuti a più alto valore aggiunto.

Ulteriore fattore di rilievo del 2005 è stato il consolidamento della piattaforma satellitare gestita da Sky Italia, che ha raggiunto nel mese di marzo 2006 i 3,9 milioni di abbonati. La crescita della piattaforma satellitare era stata del resto già segnalata come elemento di rilievo da parte dell'Autorità nelle precedenti relazioni al Parlamento. Nel successivo paragrafo, grazie all'analisi delle quote di mercato detenute dai singoli operatori, si potrà meglio apprezzare il valore economico che attualmente ricoprono le offerte via satellite.

La dimensione del mercato televisivo nel 2005

Nell'anno 2005 il totale delle risorse raccolte sul mercato televisivo (come mostra la tabella seguente) cresce del 7,8%, con una leggera flessione rispetto al risultato del 2004 (+10%). Sulla crescita 2004 ha pesato il buon andamento della raccolta pubblicitaria, che invece nel 2005 cresce in misura modesta, facendo registrare un aumento del 3,7%. Gli introiti raccolti con il canone dalla RAI, il cui valore unitario non è mutato rispetto al 2004, mostrano un contenuto aumento dello 0,6%. Le offerte televisive a pagamento registrano il maggior tasso d'incremento nel 2005, sia in valore assoluto (+344 milioni di euro), sia in termini percentuali (+31%), laddove la stessa voce era cresciuta nel 2004 del 20%. Nell'ambito delle offerte a pagamento va ulteriormente segnalata la crescita dei ricavi dovuti ai servizi in *pay per view* (PPV) che registrano nel 2005 un aumento del 65%; questi servizi hanno beneficiato della diffusione delle offerte sulla piattaforma digitale terrestre, che, nel 2005, si attestano a un valore di 45 milioni di euro.

Tabella 1.8. Risorse mercato televisivo (milioni di euro)

	2004	2005	Var. %
Pubblicità	3.746	3.885	3,7
Canone	1.474	1.483	0,6
Offerte Pay	1.093	1.437	31,5
di cui abbonamenti	949	1.199	26,4
di cui PPV	144	238	65,0
Convenzioni e Provvidenze	46	46	0,5
Totale	6.359	6.851	7,7

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Nel 2005 i ricavi da raccolta pubblicitaria si confermano essere la principale risorsa del mercato, contribuendo per il 56,7% (tabella 1.9.) al complesso del valore delle risorse, sebbene il peso di questa voce sia inferiore-

re rispetto all'anno precedente. Il canone RAI, che in qualità di trasferimento pubblico risulta non correlato all'andamento del ciclo economico, continua a ridurre la sua incidenza sul totale delle risorse³. In termini di andamenti, il dato forse maggiormente significativo è la sostanziale equivalenza fra il valore del canone RAI e il valore delle offerte a pagamento; queste ultime si attestano, infatti, al 21% sul complesso delle risorse, appena 0,6 punti percentuali al di sotto del canone.

Tabella 1.9. Ripartizione delle risorse del settore televisivo (%)

	2004	2005
Pubblicità	58,9	56,7
Canone	23,2	21,6
Offerte Pay	17,2	21,0
Convenzioni e Provvidenze	0,7	0,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Con riguardo ai risultati delle singole imprese (tabella 1.10.), RAI e RTI, hanno registrato tassi di crescita rispettivamente dell'1 e 5%, mentre Sky e Telecom Italia Media, hanno mostrato, grazie alla crescente diffusione delle offerte *pay*, un aumento dei ricavi del 29% e del 21%.

La concessionaria per il servizio pubblico si conferma nel 2005 il principale operatore del mercato in termini di ricavi complessivi. Pur tuttavia, dopo aver registrato nel corso dell'esercizio 2004 un importante incremento del fatturato pubblicitario (pari al 10,5%), nel corso del 2005 i ricavi da raccolta pubblicitaria sono cresciuti appena del 1,5% con una *performance* inferiore alla media del mercato. Nel biennio 2004- 2005 i ricavi da canone si sono mantenuti stabili così come quelli derivanti dalle convenzioni, che costituiscono una quota di ricavi marginali della concessionaria per il servizio pubblico. La RAI, diversamente dai suoi concorrenti, non offre prodotti a pagamento sulla piattaforma digitale terrestre.

RTI, nel complesso, cresce in misura superiore rispetto alla RAI grazie ad una più dinamica crescita della raccolta pubblicitaria, e all'apporto seppure di entità ancora contenuta (36 milioni nel 2005), dei ricavi da servizi in modalità *pay per view* sulla rete digitale terrestre.

Per quanto riguarda le offerte a pagamento, Sky Italia ha chiuso al 30 giugno 2005 il primo esercizio a regime⁴ dopo la fusione con Telepiù. L'andamento dei ricavi conferma che la piattaforma unica, rappresentata da Sky Italia, registra i maggiori tassi di crescita, sia in termini percentuali (+29%), sia in valore assoluto (+326 milioni di euro). Nel dettaglio il valore complessivo degli abbonamenti aumenta del 28% rispetto al dato 2004, mentre i ricavi da raccolta pubblicitaria crescono del 44% attestandosi a 84 milioni

(3) Nel 1998 il valore del canone RAI era pari al 27,7% delle risorse del settore televisivo.

(4) Sky Italia s.r.l. chiude l'esercizio sociale al 30 giugno di ciascun anno secondo la prassi dell'azionista di riferimento The NewsCorp Ltc che segue il regime del *fiscal year* inglese. I dati che la società comunica per la relazione sono – per omogeneità con gli altri operatori – allineati all'anno solare.

di euro, anche se, dato il modello di *business* della piattaforma a pagamento, tale voce rimane marginale rispetto al complesso dei ricavi.

Il gruppo La 7, controllato da Telecom Italia, cresce del 21% nel 2005, migliorando così la propria *performance* rispetto al 2004, anno in cui aveva avuto una crescita del 17%. Il risultato, come nel caso di RTI, beneficia del lancio dei servizi a pagamento su piattaforma digitale terrestre che permettono di conseguire, al 31 dicembre 2005, ricavi pari a 9 milioni di euro.

Tabella 1.10. Emittenti televisive, ricavi da attività tipica (milioni di euro), variazione (%) e quote di mercato 2005 (%)

	Ricavi		Var. 05/04	Quote di mercato 2005
	2004	2005		
RAI - TOTALE	2.545	2.570	1,0	37,5
Pubblicità	1.040	1.056	1,5	
Canone	1.474	1.483	0,6	
Convenzioni	31	31	-	
RTI - TOTALE	2.157	2.264	5,0	33,0
Pubblicità	2.157	2.228	3,3	
Offerte Pay	-	36	n.s.	
SKY ITALIA - TOTALE	1.125	1.450	28,9	21,2
Pubblicità	58	84	44,4	
Offerte Pay	1.067	1.366	28,0	
T. I. MEDIA (LA 7/MTV) - TOTALE	113	137	21,2	2,0
Pubblicità	113	128	12,9	
Offerte Pay	-		9	n.s.
FASTWEB - TOTALE	27	27	0,0	0,4
Offerte Pay	27	27	0,0	
ALTRE EMITTENTI - TOTALE	392	403	3,0	5,9
Pubblicità	377	388	3,0	
Convenzioni e Provvidenze	15	15	-	
Totale	6.359	6.851	7,7	100,00

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Con riferimento all'andamento delle quote di mercato la RAI rimane il primo operatore con una quota del 37% sul complesso delle risorse. Tuttavia, in termini di *trend*, la concessionaria del servizio pubblico evidenzia un andamento negativo, infatti nel 2005 perde il 2,5% di quota di mercato; se poi si considerano le analisi nell'ambito di un orizzonte temporale maggiore, si rileva che dal 1998 al 2005 la RAI ha perso il 12% di quota di mercato sul complesso delle risorse, con una perdita media del 1,5% su base annua. Allo stato attuale, in assenza di modifiche al modello di *business* della concessionaria pubblica, appare difficile che essa possa invertire, nel breve periodo, il *trend* negativo evidenziato.

RTI detiene, nel 2005, una quota di mercato pari al 30%, con una perdita rispetto all'anno precedente, dello 0,9%. Si ricorda, in merito, che RTI nel 1998 possedeva una quota di mercato del 35,4%; dunque, nel periodo compreso tra il 1998 e il 2005, ha registrato una diminuzione di 5,4 punti percentuali, da imputarsi alla crescita del peso delle offerte a pagamento sul totale delle risorse del mercato televisivo.

Sky Italia registra la maggiore crescita in termini di quota di mercato per l'anno 2005 raccogliendo il 21% delle risorse del settore. L'incremento (pari al 3,5%) è sostanzialmente doppio rispetto a quello fatto registrare nel 2004 (pari all'1,7%), anno di transizione per la piattaforma unica a causa della fusione con il gruppo Telepiù. Appaiono stabili le quote di Telecom Italia Media e Fastweb.

La tabella seguente mostra la percentuale delle quote di mercato delle emittenti televisive sui ricavi da attività tipica per gli anni 2004 e 2005.

Tabella 1.11. Emittenti televisive, quote di mercato su ricavi da attività tipica (%)

	2004	2005
RAI	40,0	37,5
RTI	33,9	33,0
SKY ITALIA	17,7	21,2
TELECOM ITALIA MEDIA (GRUPPO LA 7)	1,8	2,0
FASTWEB	0,4	0,4
ALTRE EMITTENTI	6,2	5,9
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

1.2.3. La radio

Nel corso del 2005, rispetto all'anno precedente e con riferimento all'ascolto delle radio, pubbliche e private (in termini di frequenza generica e, più in dettaglio, nell'arco di sette giorni) si è registrata una sostanziale tenuta degli ascolti dei programmi trasmessi dalle emittenti nazionali.

L'ascolto radiofonico è misurato attraverso l'indagine Audiradio, condotta nell'arco dell'anno su un campione di 72.000 interviste rappresentativo della popolazione italiana di età superiore agli 11 anni e ha, come oggetto, l'ascolto delle emittenti radiofoniche pubbliche e delle principali emittenti private, nazionali e locali.

L'indagine consente di stimare il numero, la composizione dell'ascolto e il profilo degli ascoltatori a livello nazionale, sia per area geografica, sia in riferimento alle singole Regioni. L'esecuzione dell'indagine è affidata agli Istituti Unicab di Roma e Doxa di Milano.

Per quanto riguarda le reti RAI, la lieve diminuzione degli ascolti di RADIOUNO e RADIOTRE è compensata dal buon risultato di RADIODUE, determinato dalla presenza di alcune trasmissioni di particolare successo.

Per quanto attiene alle emittenti nazionali private rilevate dall'indagine Audiradio, la crescita media degli ascolti, nel 2005, riferita ai sette giorni è pari a circa il 10%.

Tabella 1.12. Ascolto principali emittenti nazionali - nei sette giorni (migliaia)

Radio Pubblica	2005	2004	2003
Rai Radiouno	12.288	12.473	10.580
Rai Radiodue	9.707	9.298	7.888
Rai Radiotre	4.653	4.718	3.732
Isoradio	4.367	3.871	2.916
Notturmo Italiano (solo fascia ore 0-6)	713	769	749
Emittenti private nazionali rilevate	2005	2004	2003
RMC Radio Montecarlo	6.931	6.406	5.287
Radio Capital	6.279	5.605	4.097
Radio DeeJay	13.143	12.701	11.220
Radio Kiss Kiss Network	5.639	5.090	4.140
Radio Maria	4.477	4.108	3.435
Radio Radicale - Organo della lista Marco Pannella	1.733	1.761	1.536
Radio 105 Network	10.350	9.196	7.881
RDS Radio Dimensione Suono			
100% Grandi Successi	12.831	11.889	10.713
Radio Italia Solo Musica Italiana	11.677	10.341	9.354
RTL 102.5 Hit Radio	12.075	10.661	9.281
Radio 24 - Il Sole 24 Ore	4.114	3.683	3.072
Radio m2o	2.761	2.233	1.088

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiradio

Il settore radiofonico ha raggiunto, nel 2005, i 37 milioni di ascoltatori nel giorno medio, ciò si traduce in un livello di penetrazione della popolazione, con età superiore agli undici anni, dell'ordine del 72%.

L'ascolto della radio nel giorno medio è definito, per convenzione come quello antecedente l'intervista, comprensivo delle 24 ore tra le 6.00 della mattina precedente e le 6.00 della mattina del giorno della rilevazione.

L'unità di misura utilizzata per questo tipo di indagine è il quarto d'ora; è ascoltatore nel quarto d'ora, colui che dichiara di aver ascoltato una radio per almeno 5 minuti in un dato quarto d'ora.

La durata dell'ascolto viene approssimata al quarto d'ora più vicino.

Nel dettaglio, nel corso del 2005, i dati relativi all'ascolto medio evidenziano un calo degli ascolti per la RAI, mentre, l'emittenza privata nazionale consolida le posizioni acquisite nel 2004.

Tabella 1.13. Ascolto principali emittenti nazionali - nel giorno medio (migliaia)

Radio Pubblica	2005	2004	2003
Rai Radiouno	6.399	7.212	7.114
Rai Radiodue	4.213	4.502	4.796
Rai Radiotre	1.858	2.125	1.997
Isoradio	1.086	1.212	1.412
Notturmo Italiano (solo fascia ore 0-6)	141	158	178
Emittenti private nazionali rilevate	2005	2004	2003
RMC Radio Montecarlo	2.075	2.083	2.185
Radio Capital	1.980	1.941	1.642
Radio DeeJay	5.587	5.576	5.250
Radio Kiss Kiss Network	1.355	1.283	1.153
Radio Maria	1.829	1.787	1.573
Radio Radicale - Organo della lista Marco Pannella	449	492	463
Radio 105 Network	3.547	3.378	3.257
RDS Radio Dimensione Suono			
100% Grandi Successi	4.505	4.420	4.220
Radio Italia Solo Musica Italiana	3.260	3.416	3.933
RTL 102.5 Hit Radio	4.125	4.105	4.248
Radio 24 - Il Sole 24 Ore	1.572	1.575	1.566
Radio m2o	1.007	907	493

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiradio

Nel complesso, l'analisi dei dati di ascolto conferma che il mezzo radiofonico ha un ampio riscontro positivo presso gli utenti e ciò rende la radio un comparto appetibile per i grandi gruppi editoriali.

I soggetti e le risorse del sistema radiofonico

Nel corso del 2005, il gruppo Mondadori, mediante l'acquisizione dell'emittente radiofonica nazionale "One o One", realizzata attraverso la società controllata Monradio s.r.l., si è aggiunto ai grandi gruppi editoriali già presenti nel settore radiofonico privato nazionale quali RCS, Gruppo L'Espresso e il Sole 24 Ore.

La presenza nel comparto radiofonico dei grandi gruppi editoriali ha determinato, nel tempo, l'ampliamento del mercato pubblicitario, sia in valore assoluto, sia in relazione ai vari settori merceologici.

Si evidenzia, inoltre, che la grande capacità di fidelizzazione della radio, la quale consente di individuare con precisione i destinatari dei messaggi pubblicitari, mette al riparo il mercato radiofonico da possibili forti contrazioni degli investimenti pubblicitari.

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

Nel 2004 gli investimenti pubblicitari nel sistema radiofonico hanno raggiunto i 400 milioni di euro, con una crescita sul 2003 pari al 21,7%⁵. La

(5) Tale valore potrebbe non essere omogeneo con quanto indicato dalla delibera n. 341/06/CONS.

tabella seguente illustra i ricavi, conseguiti dalle principali società esercenti l'emittenza radiofonica nazionale, derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari.

Tabella 1.14. Ricavi per vendita di spazi pubblicitari delle principali società esercenti l'emittenza radiofonica nazionale (migliaia)

	2002	2003	2004
Rai	65.788	63.804	67.768
Elemedia	45.914	53.945	64.912
Radio Dimensione Suono	23.875	24.603	32.380
RTL 102,500 Hit Radio	22.718	28.774	31.656
Radio Studio 105	12.829	14.023	15.727
Radio Italia	13.762	13.364	14.982
Nuova Radio	13.637	13.401	13.716
Radio Kiss Kiss	4.317	5.495	6.034
RCS Broadcast	4.003	5.229	5.198

Fonte: elaborazioni Autorità su dati relativi all'Informativa Economica di Sistema

Gli scenari futuri

La legge 3 maggio 2004, n. 112 sull'assetto del sistema radiotelevisivo ha dettato una disciplina specifica per le trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale, poi confluita nel Testo unico della radiotelevisione.

L'Autorità con delibera n. 149/05/CONS del 9 marzo 2005 ha emanato il regolamento finalizzato a disciplinare la fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale con la previsione di procedure volte al rilascio delle licenze e delle autorizzazioni ai soggetti già operanti nel sistema radiofonico analogico, secondo criteri di semplificazione.

Lo sviluppo della radiofonia digitale rappresenta la naturale evoluzione del sistema analogico. La transizione alla tecnologia digitale è una grande opportunità per la radio soprattutto se vista in relazione alla competitività con gli altri media.

La transizione al digitale comporterà la necessità, per le imprese radiofoniche, di assumersi l'onere di ingenti investimenti volti allo sviluppo della nuova tecnologia, investimenti che, fino ad ora, sono stati principalmente focalizzati sullo sviluppo delle reti analogiche e sull'innalzamento del livello qualitativo del palinsesto.

1.2.4. L'editoria

I quotidiani

L'analisi sullo stato dell'editoria quotidiana è condotta, come di consueto, partendo dai dati di diffusione delle singole testate, elaborati sulla base delle dichiarazioni trasmesse annualmente dalle imprese ai sensi della legge 23 dicembre 1996, n. 650.

L'esame del dato complessivo relativo alla diffusione, effettuato su 140 testate quotidiane, evidenzia, con riferimento al 2004, ultimo anno per cui sono disponibili i dati dell'Informativa economica di sistema, un leggero arretramento delle copie vendute rispetto all'anno precedente: il valore complessivo è pari a 2080 milioni di copie.

La vendita media giornaliera è di 5,92 milioni di copie; il valore medio delle uscite annue risulta essere pari a 324 numeri.

Tabella 1.15. Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie annue)

Tabella 1.15. Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie)

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

Fonte: Informativa Economica di Sistema

La tabella che segue illustra, per gli anni 2003 e 2004, il dato relativo alla vendita media giornaliera, espressa in migliaia di copie, elaborato per le tipologie di quotidiani ivi indicate.

Tabella 1.16. Diffusione media dei quotidiani per principali tipologie (migliaia di copie)

	2004	2003	Var. %
Economici	453	471	-3,82
Primi dieci quotidiani di informazione	2.685	2.737	-1,90
Sportivi	783	818	-4,28

Fonte: Informativa Economica di Sistema

Il dato di diffusione media giornaliera dei quotidiani diffusi gratuitamente, risulta, come illustra la tabella che segue, pari, nel 2004, a 1,59 milioni di copie.

Tabella 1.17. Diffusione media delle principali testate quotidiane gratuite (migliaia di copie)

	2004	2003	Var. %
Leggo	622	625	-0,48
City	515	482	6,85
Metro	311	324	-4,01

Fonte: Informativa Economica di Sistema

Per quel che concerne i dati rappresentativi della distribuzione del prodotto editoriale a pagamento va messa in evidenza la crescita delle copie vendute attraverso canali diversi dalle edicole, dagli abbonamenti ovvero dagli esercizi commerciali. Nel 2004 i quotidiani venduti attraverso canali di vendita alternativi sono risultati 84 milioni, passando dal 2% al 4% del totale delle copie vendute.

Il canale di vendita principale rimane, comunque, l'edicola con una percentuale sulle vendite totali pari all' 86,26%. Le vendite in abbonamento rappresentano l'8,46% del totale delle copie vendute in Italia.

Infine, il totale delle copie vendute rappresenta, in media, il 61% delle copie tirate al netto degli scarti di tipografia. La percentuale sale in rapporto alla crescita delle copie vendute: sull'insieme delle prime 10 testate per diffusione il rapporto medio è pari al 74%.

Dal punto di vista del risultato economico, il dato relativo alle imprese editrici di quotidiani va analizzato sia con riferimento ai ricavi da vendita di copie sia con riferimento alla vendita di spazi pubblicitari.

Nonostante il leggero arretramento delle copie vendute, i ricavi complessivi per diffusione, comprensivi dei prodotti collaterali, salgono, nel 2004, a 1.740 milioni di euro.

L'ulteriore crescita della vendita dei prodotti venduti opzionalmente insieme al quotidiano, conferma il trend positivo registrato negli anni 2004 e 2005.

I ricavi derivati dalla vendita di prodotti collaterali, rappresentano nel 2004 il 29,8% del valore complessivo riferito alla vendita del prodotto editoriale.

Per le due principali testate quotidiane nazionali a carattere informativo, "Corriere della sera" e "La Repubblica" i ricavi per la vendita dei prodotti collaterali rappresentano ormai una quota pari a quella che deriva dal prezzo di vendita del quotidiano.

Dai dati forniti dalle imprese è rilevabile, nell'esercizio 2005, una sensibile contrazione dei ricavi per vendita dei prodotti collaterali di tipo librario determinata, probabilmente, dalla saturazione di talune tipologie di offerta del prodotto collezione mentre cresce il valore del fatturato per vendita di prodotti video abbinati al quotidiano.

Nel 2004, invertendo la tendenza degli ultimi anni, salgono anche i ricavi per vendita di spazi pubblicitari con un incremento valutabile intorno al 3%. Il trend positivo prosegue nel 2005 con un ulteriore crescita del 2,7%.

Prosegue il buon andamento dei ricavi per vendita di spazi pubblicitari dei free press. Per questa categoria di quotidiani, i dati economici evidenziano un ulteriore incremento della vendita di spazi pubblicitari anche nell'ultimo biennio.

I ricavi complessivi derivati dalla diffusione delle principali testate gratuite, "Leggo", "Metro" e "City" rappresentano il 3,58% per il 2004 ed il 4,40% per il 2005, del fatturato complessivo stimato per vendita di spazi pubblicitari nel settore dei quotidiani.

Per quanto attiene le strategie di miglioramento della redditività dei business riferite alla diffusione dei quotidiani, i principali gruppi stanno destinando forti investimenti al rinnovamento dei prodotti.

Il biennio 2004-2005 ha visto l'introduzione del full color per le due principali testate quotidiane nazionali a carattere informativo, con l'aumento del numero massimo di pagine, e il conseguente aumento della foliazione a colori anche per l'utenza pubblicitaria.

Gli investimenti sono destinati, inoltre, al miglioramento dei periodici a supporto dei quotidiani nonché all'ulteriore sviluppo della vendita dei "collaterali" grazie a intese infragruppo, ad accordi con società editrici di prodotti collezionabili ed ad iniziative congiunte tra media dei diversi settori: libri e quotidiani, quotidiani periodici e broadcast.

Il rafforzamento dell'efficacia di vendita della pubblicità, ha come obiettivo anche la crescita dei tassi di raccolta degli spazi su base locale.

Sotto quest'ultimo profilo emerge chiaramente la strategia dei principali gruppi editoriali italiani di prevedere edizioni nazionali o super-regionali con edizioni locali radicate in territori ristretti, andando oltre la classica pagina locale, nel tentativo di caratterizzare sempre più il quotidiano come un mezzo forte e competitivo in grado di assicurare una buona penetrazione nel tessuto socio-economico del territorio in cui è diffuso. I percorsi attivati in tale direzione sono diversi.

Molto interessante è quello intrapreso, di recente, dalla Poligrafici editoriale, che consiste nel gestire importanti quotidiani fortemente radicati in alcune Regioni come "Il Giorno" di Milano, "Il Resto del Carlino" di Bologna e la "La Nazione" di Firenze, abbinando una redazione nazionale con un marchio denominato "Quotidiano Nazionale".

Da tempo il Gruppo Editoriale l'Espresso pubblica all'interno de "La Repubblica" un supplemento quotidiano, in un unico corpo, avendo come riferimento territoriale i capoluoghi di provincia e gestisce, attraverso Finegil una serie di quotidiani locali con nome proprio, alcuni con tirature limitate, in un elevato numero di zone, con un'unica redazione nazionale e tante redazioni locali.

Più recentemente "Il Corriere della Sera" ha costituito giornali con redazioni e temi regionali (quali, ad esempio, il "Corriere del Mezzogiorno" e il "Corriere del Veneto").

Assistiamo, infine, alla stipula di accordi per realizzare i cosiddetti "giornali-panino": un giornale locale fortemente radicato in un territorio si vende in abbinamento obbligatorio con un giornale nazionale non particolarmente diffuso in zona perché, pur essendo nazionale, è distribuito per la quasi totalità nella regione di pubblicazione. È la strada percorsa da "La Stampa", da "Il Giornale" e da "Il Messaggero".

Come si è già avuto occasione di ricordare nelle precedenti relazioni, le società editrici dei due più importanti quotidiani gratuiti in Italia, "Leggo" e "City", fanno capo l'una al gruppo Caltagirone, editore anche delle testate quotidiane "Il Messaggero" e "Il Mattino", l'altra al gruppo RCS, editore delle testate quotidiane "Il Corriere della Sera" e "La Gazzetta dello Sport".

La diffusione delle testate gratuite risulta essere strategica, per questi gruppi, per intercettare aree di utenza non coperte dalla diffusione dei quotidiani tradizionali.

La *free press* sta dando vita a nuovi lettori di giornali quotidiani, in quanto, un'altissima percentuale di questi non leggono altri quotidiani: non sono, cioè, lettori sottratti ai quotidiani a pagamento.

Secondo molti osservatori i quotidiani gratuiti introdurrebbero una forma di fruizione diversa e distinta dalla lettura di un quotidiano tradizionale, simile strutturalmente alla navigazione in rete, attraverso un formato editoriale in cui la maggiore essenzialità delle notizie, avvicina queste testate alle agenzie di stampa ed al giornalismo on line.

I fruitori di questo prodotto sarebbero per lo più giovani. Il formato editoriale appare fortemente orientato a tale categoria di consumatori.

Si può affermare che, data la notevole diffusione dei quotidiani gratuiti nei centri urbani, la crescita degli investimenti indirizzati a tale tipologia di prodotto editoriale è destinata a continuare nel tempo. L'ampia diffusione dei quotidiani gratuiti è anche da ascrivere alle modalità di distribuzione adottate che (a volte simili al volantaggio) permettono di raggiungere diverse fasce di utenza in modo semplice e immediato.

Per quanto attiene, infine, al rapporto tra editoria quotidiana ed Internet è facile osservare come i principali gruppi editoriali abbiano ormai tutti allargato il proprio interesse al settore della multimedialità, puntando sempre più all'integrazione tra il modello dell'informazione tradizionale e quello delle nuove vie di comunicazione offerte dai nuovi media digitali.

I siti dei quotidiani rappresentano la versione *on line* delle edizioni cartacee e si avvalgono di tutti i plus che Internet offre rispetto all'editoria tradizionale quali l'aggiornamento in tempo reale, l'archivio giornalistico di articoli e notizie, i link di approfondimento dei vari argomenti trattati.

Anche nelle pubblicazioni on line particolare attenzione viene riservata alle notizie locali, molto apprezzate dai navigatori.

Sotto il profilo economico i ricavi per vendita di spazi pubblicitari delle testate quotidiane on line risultano, tuttavia, ancora poco apprezzabili in valore assoluto anche se l'incremento percentuale tra il 2004 e il 2005 appare consistente.

In chiusura di paragrafo si riportano, nelle tabelle seguenti, le testate editate dai principali gruppi editoriali e i prospetti relativi alla tiratura dei quotidiani su base nazionale ed interregionale riferita all'esercizio 2005.

Tabella 1.18. Gruppo Caltagirone

Testate	Tirature Nette	Italia	Nord			
			Ovest	Est	Centro	Sud
Il Mattino	41.956.265	1,20%				11,34%
Il Messaggero	112.151.045	3,21%			10,65%	
Leggo	145.863.274	4,17%			13,85%	
Nuovo Quotidiano di Puglia	9.036.123	0,26%				2,44%
Quotidiano di Lecce, Brindisi, Taranto	700	0,00%				0,00%
Tuttomercato	2.347.665	0,07%				0,63%
Totale	311.355.072	8,90%				

Fonte: Informativa Economica di Sistema

Tabella 1.19. Gruppo Editoriale L'Espresso

Testate	Tirature Nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
Gazzetta di Mantova	14.563.716	0,42%	0,86%			
Gazzetta di Reggio	6.567.598	0,19%		1,76%		
Il Centro	10.560.585	0,30%			1,00%	
Il Lunedì de La Repubblica	37.297.022	1,07%			3,54%	
Il Mattino di Padova	13.727.584	0,39%		3,67%		
Il Piccolo	15.978.870	0,46%		4,28%		
Il Piccolo del Lunedì	2.410.300	0,07%		0,65%		
Il Tirreno	37.541.569	1,07%			3,56%	
La Nuova di Venezia e Mestre	5.869.992	0,17%		1,57%		
La Nuova Ferrara	5.443.028	0,16%		1,46%		
La Nuova Sardegna	25.624.808	0,73%				6,92%
La Provincia Pavese	8.472.430	0,24%	0,50%			
La Repubblica	241.493.289	6,91%			22,92%	
La Tribuna di Treviso	8.545.413	0,24%		2,29%		
Messaggero del Lunedì	2.766.462	0,08%		0,74%		
Messaggero Veneto	19.115.465	0,55%		5,12%		
Nuova Gazzetta di Modena	5.576.818	0,16%		1,49%		
Totale	461.554.949	13,20%				

Fonte: Informativa Economica di Sistema

Tabella 1.20. Gruppo Monti (Poligrafici Editoriale)

Testate	Tirature Nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
Il Giorno	42.251.906	1,21%	2,48%			
Il Resto del Carlino	75.376.103	2,16%		20,17%		
La Nazione	63.917.869	1,83%			6,07%	
QS Quotidiano Sportivo	41.832.568	1,20%	2,46%			
Totale	223.378.446	6,39%				

Fonte: Informativa Economica di Sistema

Tabella 1.21. Gruppo RCS

Testate	Tirature Nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
City Bari	5.535.400	0,16%	0,33%			
City Bologna	6.692.800	0,19%	0,39%			
City Firenze	6.698.000	0,19%	0,39%			
City Genova	3.411.000	0,10%	0,20%			
City Milano	37.323.800	1,07%	2,19%			

Segue: **Tabella 1.21. Gruppo RCS**

Testate	Tirature Nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
City Napoli	10.598.000	0,30%	0,62%			
City Roma	40.104.400	1,15%	2,36%			
City Torino	9.046.000	0,26%	0,53%			
City Verona	2.587.500	0,07%	0,15%			
Corriere del Mezzogiorno	10.626.257	0,30%				2,87%
Corriere del Mezzogiorno Bari e Puglia	10.472.607	0,30%				2,83%
Corriere del Veneto	17.359.790	0,50%		4,65%		
Corriere della Sera	298.347.657	8,53%	17,55%			
Corriere Economia - Corriere del Mezzogiorno	1.596.623	0,05%				0,43%
La Gazzetta dello Sport	192.274.272	5,50%	11,31%			
Totale	652.674.106	18,66%				

Fonte: Informativa Economica di Sistema

**Tabella 1.22. Rappresentativa della percentuale delle principali testate
quotidiane calcolata sulla tiratura netta nazionale al netto
delle tirature dei quotidiani diffusi gratuitamente**

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	su tiratura netta nazionale
Corriere Della Sera	R.C.S. Editori s.p.a.	314.463.492	298.347.657	9,61%
La Repubblica	Gruppo Editoriale L'Espresso s.p.a.	256.108.673	241.493.289	7,78%
La Gazzetta dello Sport	R.C.S. Editori s.p.a.	203.989.829	192.274.272	6,20%
Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore s.p.a.	164.046.118	149.961.113	4,83%
La Stampa	Editrice La Stampa s.p.a.	160.933.588	149.497.255	4,82%
Corriere dello Sport Stadio	Corriere dello Sport s.r.l.	151.193.542	142.132.978	4,58%
Il Messaggero	Il Messaggero s.p.a.	118.068.218	112.151.045	3,61%
Il Giornale	Società Europea di Edizioni s.p.a.	116.600.601	108.959.928	3,51%
Il Resto Del Carlino	Poligrafici Editoriale s.p.a.	87.123.738	75.376.103	2,43%
Tuttosport	Nuova Editoriale Sportiva s.r.l.	72.366.047	67.927.409	2,19%

Fonte: Informativa Economica di Sistema

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

PROSPETTO 1

TESTATE QUOTIDIANE: TIRATURA NAZIONALE - ANNO 2005

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura netta nazionale
Abruzzo Oggi	Editoriale Abruzzo soc. coop.	785.099	697.864	0,02
Alto Adige/Corriere delle Alpi/Trentino	S.e.t.a. Società Editrice Tipografica Atesina - Società per Azioni, in Sigla S.e.t.a. s.p.a.	16.759.231	16.079.352	0,46
Artigianato e Piccola-Media Imprese dell'Emilia Romagna	Editoriale Artigianato e Piccola Impresa Emilia Romagna s.r.l.	1.299.510	1.227.245	0,04
Avvenire	Avvenire Nuova Editoriale Italiana s.p.a.	50.028.340	46.661.211	1,33
Bresciaoggi	Edizioni Brescia s.p.a.	6.816.685	5.764.000	0,16
City Bari	City Italia s.p.a.	5.932.623	5.535.400	0,16
City Bologna	City Italia s.p.a.	7.437.607	6.692.800	0,19
City Firenze	City Italia s.p.a.	7.510.323	6.698.000	0,19
City Genova	City Italia s.p.a.	3.958.567	3.411.000	0,10
City Milano	City Milano s.p.a.	38.494.779	37.323.800	1,07
City Napoli	City Italia s.p.a.	11.237.114	10.598.000	0,30
City Roma	City Italia s.p.a.	41.739.496	40.104.400	1,15
City Torino	City Italia s.p.a.	9.614.152	9.046.000	0,26
City Verona	City Italia s.p.a.	2.862.550	2.587.500	0,07
Conquiste del Lavoro	Conquiste del Lavoro s.r.l.	19.475.891	19.475.891	0,56
Corriere	Cooperativa Editoriale Giornali Associati a r.l.	17.601.376	15.262.876	0,44
Corriere	Editoriale Quotidiani s.r.l.	6.383.800	6.383.800	0,18
Corriere Adriatico	Società Editoriale Adriatica s.p.a.	10.357.054	9.385.633	0,27
Corriere del Giorno di Puglia e Lucania	Cooperativa	3.661.282	3.563.220	0,10
Corriere del Mezzogiorno	Editoriale Vesuvio s.r.l.	11.470.579	10.626.257	0,30
Corriere del Mezzogiorno - Bari e Puglia	Editoriale Vesuvio s.r.l.	11.278.348	10.472.607	0,30

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
Corriere del Trentino	Editoriale Trentino Alto Adige s.r.l.	3.304.924	2.823.935	0,08
Corriere del Veneto	Editoriale Veneto s.r.l.	19.782.425	17.359.790	0,50
Corriere della Sera	RCS Editori s.p.a.	314.463.492	298.347.657	8,53
Corriere dell'Alto Adige	Editoriale Trentino Alto Adige s.r.l.	2.404.697	1.846.501	0,05
Corriere dell'Irpinia	Edizioni Proposta Sud	964.180	597.367	0,02
Corriere dello Sport Stadio	Corriere dello Sport s.r.l.	151.193.542	142.132.978	4,06
Corriere di Caserta	Libra Editrice Piccola soc. coop. a r.l.	5.153.291	4.639.624	0,13
Corriere di Como	Editoriale s.r.l.	6.245.037	5.292.404	0,15
Corriere Economia -				
Corriere del Mezzogiorno	Editoriale Vesuvio s.r.l.	1.692.824	1.596.623	0,05
Corriere Mercantile	Giornalisti e Poligrafici coop. r.l.	5.611.102	4.317.605	0,12
Cronaca	Editoriale Argo Società Cooperativa	16.666.465	16.153.504	0,46
Cronache di Napoli	Libra Editrice Piccola soc. coop. a r.l.	6.752.672	6.035.044	0,17
Democrazia Cristiana	Balena Bianca Piccola s.c.a.r.l.	941.000	941.000	0,03
Die Neue Suedtiroler Tageszeitung	Die Neue Suedtiroler Tageszeitung s.r.l. "G.m.b.h"	2.908.540	2.770.040	0,08
Dolomiten	Athesia Druck s.r.l.	17.947.558	16.932.342	0,48
Dossier News di Caserta Il Giornale	Dossier soc.coop. d'inf. Serv. e Pub.relaz.	909.500	909.500	0,03
Editoriale Oggi	Nuova Editoriale Oggi s.r.l.	7.790.101	7.790.101	0,22
Europa	Edizioni Dlm Europa	14.888.656	13.151.516	0,38
Finanza & Mercati	Edizioni Vittoriane s.r.l.	11.310.863	11.310.863	0,32
Gazeta Shqiptare	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	1.668.036	1.668.036	0,05
Gazzetta Aste e Appalti Pubblici	Editrice S.i.f.i.c. Società Italiana Finanziaria Immobiliare e Commerciale s.r.l.	1.121.833	1.089.333	0,03
Gazzetta del Lunedì	Giornalisti e Poligrafici coop. r.l.	1.498.800	1.226.760	0,04
Gazzetta del Sud	Società Editrice Siciliana	28.853.452	26.202.098	0,75
Gazzetta di Mantova	Finegil Editoriale s.p.a.	15.215.912	14.563.716	0,42
Gazzetta di Reggio	Finegil Editoriale s.p.a.	6.903.267	6.567.598	0,19

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
Giornale di Brescia	Editoriale Bresciana s.p.a.	22.173.347	22.173.347	0,63
Giornale di Sicilia	Giornale di Sicilia Editoriale Poligrafica s.p.a.	33.421.884	29.984.801	0,86
Guida Normativa il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore s.p.a.	4.679.150	4.302.240	0,12
Il Campanile Nuovo	Società Cooperativa Editrice			
Il Campanile Nuovo a r.l.		918	669	0,00
Il Centro	Finegil Editoriale s.p.a.	11.314.731	10.560.585	0,30
Il Cittadino	Editoriale Laudense s.r.l.	4.371.400	3.497.120	0,10
Il Cittadino Oggi	Editrice Grafic coop. Società Cooperativa Di Giornalisti a r.l.	336.100	336.100	0,01
Il Corriere	Editoriale 2000 s.r.l.	6.581.575	5.621.949	0,16
Il Crotonese	Editoriale Crotonese s.r.l.	620.119	549.828	0,02
Il Denaro	Edizioni del Mediterraneo S. C. Giornalistica a r.l.	2.933.151	2.706.521	0,08
Il Domani	T. & P. Editori s.r.l.	2.527.900	2.527.900	0,07
Il Domani di Bologna	Editoriale Bologna s.r.l.	1.485.700	1.485.700	0,04
Il Foglio Quotidiano	Il Foglio Quotidiano s.c.a.r.l.	25.235.595	22.093.173	0,63
Il Gazzettino	Società Editrice Padana s.p.a.	51.291.595	48.405.097	1,38
Il Giornale	Società Europea di Edizioni s.p.a.	116.600.601	108.959.928	3,12
Il Giornale dell'Umbria	Gruppo Editoriale Umbria 1819 s.r.l.	1.825.000	1.825.000	0,05
Il Giornale di Calabria	Editoriale '91 S.c.r.l.	283.090	269.500	0,01
Il Giornale di Vicenza	Società Athesis s.p.a.	19.880.900	18.618.200	0,53
Il Giornale Nuovo della Toscana	Società Toscana di Edizioni s.p.a.	5.500.800	5.500.800	0,16
Il Giorno	Poligrafici Editoriale s.p.a.	47.953.700	42.251.906	1,21
Il Lunedì De La Repubblica	Gruppo Editoriale L'espresso s.p.a.	39.578.526	37.297.022	1,07
Il Manifesto Quotidiano Comunista	Il Manifesto Cooperativa Editrice s.c.r.l.	29.624.371	28.284.008	0,81
Il Mattino	Edi.me. Edizioni Meridionali s.p.a.	44.164.006	41.956.265	1,20
Il Mattino di Padova	Finegil Editoriale s.p.a.	14.425.109	13.727.584	0,39
Il Messaggero	Il Messaggero s.p.a.	118.068.218	112.151.045	3,21
Il Nuovo Giornale di Bergamo	Bergamo Iniziative Editoriali s.r.l.	2.114.959	1.762.466	0,05
Il Nuovo Riformista	Edizioni Riformiste Pic. soc. coop a r.l.	9.361.508	9.361.508	0,27

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
Il Piccolo	Editoriale Fvg s.p.a.	16.782.970	15.978.870	0,46
Il Piccolo del Lunedì	Editoriale Fvg s.p.a.	2.521.250	2.410.300	0,07
Il Quotidiano	Finanziaria Editoriale s.r.l.	8.739.761	8.015.476	0,23
Il Quotidiano del Golfo	soc. coop. a r.l. Giornalisti Stampa Locale Ischia	121.600	115.300	0,00
Il Resto del Carlino	Poligrafici Editoriale s.p.a.	87.123.738	75.376.103	2,16
Il Romanista	I Romanisti s.r.l.	5.520.715	4.502.712	0,13
Il Salernitano	Arcadio Società Cooperativa	1.423.260	582.778	0,02
Il Sannio Quotidiano	Pagine Sannite s.c.r.l.	3.683.254	2.928.079	0,08
Il Sardegna	Quotidiani Sardi s.r.l.	19.598.511	17.909.642	0,51
Il Secolo XIX	Società Edizioni e Pubblicazioni s.p.a.	51.252.370	46.860.797	1,34
Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore s.p.a.	164.046.118	149.961.113	4,29
Il Tempo	Società Editrice Il Tempo s.p.a.	31.151.936	27.853.644	0,80
Il Tirreno	Finegil Editoriale s.p.a.	41.477.775	37.541.569	1,07
Impresa Artigiana	Editart s.r.l.	22.055	22.055	0,00
In Città Trieste e Dintorni	Imprese Tipografiche Venete s.p.a.	5.084.522	4.090.610	0,12
Incittà e Dintorni	Nuova Editoriale s.r.l.	3.469.515	2.864.800	0,08
Incittà Verona	Nuova Editoriale s.r.l.	3.575.160	3.091.900	0,09
Italia Sera	Giornalisti & Poligrafici Associati s.c.r.l.	1.323.349	1.106.704	0,03
Italiaoggi	Italia Oggi Editori Erinne s.r.l.	35.862.055	35.862.055	1,03
La Città - Quotidiano di Salerno e Provincia Editoriale La Città s.p.a.		4.124.911	3.632.482	0,10
La Cronaca	Cooperativa Nuova Informazione a r.l.	3.809.200	3.809.200	0,11
La Discussione - Quotidiano dell'UDC	Editrice Europa Oggi s.r.l.	2.938.500	2.584.400	0,07
La Gazzetta del Mezzogiorno	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	24.841.897	23.661.990	0,68
La Gazzetta del Norbarese	Edisud S.p.a	1.687.384	1.579.593	0,05
La Gazzetta dello Sport	RCS Editori s.p.a.	203.989.829	192.274.272	5,50
La Gazzetta di Bari	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	11.062.743	10.667.948	0,31
La Gazzetta di Basilicata	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	2.174.000	1.968.231	0,06

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
La Gazzetta di Brindisi	Società P.A. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	1.777.090	1.667.841	0,05
La Gazzetta di Capitanata	Società P.A. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	3.120.560	2.988.648	0,09
La Gazzetta di Lecce	Società P.A. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	3.186.630	3.070.192	0,09
La Gazzetta di Taranto	Società P.A. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	1.833.490	1.719.537	0,05
La Nazione	Poligrafici Editoriale s.p.a.	74.050.732	63.917.869	1,83
La Nuova Basilicata	Alice Multimediale s.r.l.	1.174.955	1.174.955	0,03
La Nuova di Venezia e Mestre	Finegil Editoriale s.p.a.	6.750.140	5.869.992	0,17
La Nuova Ferrara	Finegil Editoriale s.p.a.	5.759.626	5.443.028	0,16
La Nuova Sardegna	Editoriale La Nuova Sardegna s.p.a.	27.201.746	25.624.808	0,73
La Padania - La Voce del Nord	Editoriale Nord soc. coop. a r.l.	19.914.215	18.920.972	0,54
La Prealpina	La Prealpina s.r.l.	11.113.294	9.383.334	0,27
La Provincia	La Provincia di Como Editoriale s.p.a.	20.119.894	18.617.923	0,53
La Provincia	S.e.C. Società Editoriale Cremonese s.p.a.	10.149.290	10.149.290	0,29
La Provincia Pavese	E.A.G. S.p.a	8.910.385	8.472.430	0,24
La Provincia Quotidiano	Effe Cooperativa Editoriale a r.l.	3.294.503	3.294.503	0,09
La Repubblica	Gruppo Editoriale L'espresso s.p.a.	256.108.673	241.493.289	6,90
La Sicilia	Domenico Sanfilippo Editore s.p.a.	28.404.439	26.445.629	0,76
La Stampa	Editrice La Stampa s.p.a.	160.933.588	149.497.255	4,27
La Tribuna di Treviso	Finegil Editoriale s.p.a.	9.066.131	8.545.413	0,24
La Verità Editoriale La Verità soc.coop.giornalistica a r.l.		2.370.320	1.945.839	0,06
La Voce della Città Taranto Le News Della Sera L'editoriale s.r.l.		1.383.238	1.207.790	0,03
La Voce di Cerveteri	Impegno Sociale Piccola soc. coop giorn. a r.l.	709.286	562.625	0,02
La Voce di Mantova	Vidiemme s.c.a.r.l.	2.051.800	2.051.800	0,06
La Voce di Romagna	Editrice La Voce s.r.l.	6.949.659	5.149.659	0,15
La Voce Nuova	Cooperativa Editoriale Informazione Stampa - C.E.I.S. soc. coop. a r.l.	2.000.090	1.091.551	0,03

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
La Voce Repubblicana	Nuove Politiche Editoriali Picc. soc. Coop giorn. a r.l.	600.521	376.180	0,01
L'Adige	S.I.E. s.p.a. Società Iniziative Editoriali	11.476.656	11.151.320	0,32
L'Agenzia di Viaggi	Liberi Editori s.r.l.	650.923	650.923	0,02
L'Altro Fax	Edigiornalisti - Società Cooperativa Giornalistica a r.l.	121.300	121.300	0,00
L'Arena	Società Athesis s.p.a.	22.733.345	21.451.850	0,61
L'Avanti!	International Press s.c.r.l.	4.349.134	3.582.211	0,10
L'Avvisatore Marittimo	L'avvisatore Marittimo s.r.l.	443.250	352.546	0,01
L'Aco di Bergamo	Sasaab D.p.a.	24.053.684	23.207.349	0,66
Leggo	Sigma Editoriale s.p.a.	154.175.708	145.863.274	4,17
Liberazione Giornale Comunista	M.r.c. s.r.l.	19.234.300	18.370.870	0,53
Libertà, Libertà Lunedì' Settimo				
Numero di Libertà	Stabilimento Tipografico Piacentino Sapa	13.667.770	12.848.965	0,37
L'Indipendente	Edizioni del Mezzogiorno s.r.l.	5.520.229	4.603.085	0,13
L'Informatore Sportivo	L'unione Sarda s.p.a.	19.598.761	19.035.821	0,54
L'Informazione	Editoriale Tricolore s.r.l.	2.845.754	2.081.957	0,06
L'Irpinia	Associazione L'irpinia	5.500	1.100	0,00
Lo Sportsman Cavalli & Corse	Coedip s.c.r.l.	9.291.110	7.699.061	0,22
L'Opinione delle Libertà	Amici De L'opinione soc.coop.giorn. a r.l.	1.459.643	1.112.642	0,03
Lucania Quotidiano di Vita Regionale	Ditiesse S.C. a r.l.	274.907	266.900	0,01
L'Umanità	Edizioni Riformiste s.c.r.l.	378.981	314.939	0,01
L'Unione Sarda	L'unione Sarda s.p.a.	27.611.250	26.194.839	0,75
L'Unità	Nuova Iniziativa Editoriale s.p.a.	50.070.300	44.415.520	1,27
Messaggero del Lunedì'	Editoriale Fvg s.p.a.	3.064.763	2.766.462	0,08
Messaggero Veneto	Editoriale Fvg s.p.a.	21.247.144	19.115.465	0,55
Metro	Edizioni Metro s.r.l.	111.342.294	109.159.112	3,12
Metropoli Day (Già Metropoli)	Sette Mari Piccola s.c.a.r.l.	1.168.700	1.168.700	0,03
Mf Milano Finanza	Milano Finanza Editori s.p.a.	22.165.128	22.165.128	0,63
Metropolis	Stampa Democratica 95 s.c.r.l.	2.463.377	2.463.377	0,07

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
Mf Milano Finanza	Milano Finanza Editori s.p.a.	22.165.128	22.165.128	0,63
Notizie Verdi (Agenzia Quotidiana Di Informazione Dei Verdi Italiani)	Undicidue s.r.l.	14.873.800	14.873.800	0,43
Nuova Gazzetta di Caserta	Edizioni Giornali Quotidiani Piccola soc. coop. a r.l.	1.144.875	1.144.875	0,03
Nuova Gazzetta di Modena	Finegil Editoriale s.p.a.	6.034.730	5.576.818	0,16
Nuovo Corriere Barisera	Editoriale Giornalisti Associati s.c.r.l.	981.139	686.797	0,02
Nuovo Oggi	Editoriale Ciociaria Oggi s.r.l.	4.231.444	4.231.444	0,12
Nuovo Quotidiano di Puglia	Alfa Editoriale s.r.l.	9.735.918	9.036.123	0,26
Opinione Nuove Libero Quotidiano	C.e.l. Cooperativa Editoriale Libero Piccola s.c.r.l.	58.764.155	50.632.311	1,45
Ore 12	Centro Stampa Regionale soc.coop a r.l.	455.711	378.881	0,01
Ottopagine	L'approdo s.r.l.	1.766.710	1.766.710	0,05
Primorski Dnevnik	Prae Promozione Attività Editoriale s.r.l.	3.379.890	3.217.600	0,09
Puglia Press (Già Martina Sera)	Promoset s.r.l.	1.752.000	1.752.000	0,05
Puglia Quotidiano di Vita Regionale	Essepi s.c. a r.l.	1.154.777	1.121.143	0,03
Qs - Quotidiano Sociale di Angeli	Angeli Editori Picc. soc. coop. giorn. a r.l.	731.700	613.200	0,02
Qs Quotidiano Sportivo	Poligrafici Ed.le S.p.a	46.018.551	41.832.568	1,20
Quotidiano di Foggia e Bari	Editoriale Nuova Comunicazione s.r.l.	7.800.000	6.800.000	0,19
Quotidiano di Lecce, Brindisi, Taranto	Alfa Editoriale s.r.l.	1.170	700	0,00
Quotidiano di Sicilia	Ediservice s.r.l.	3.733.140	3.506.658	0,10
Rinascita	Rinascita soc. coop. ed a r.l.	5.136.563	4.727.063	0,14
Roma	Edizioni del Roma soc. coop. a r.l.	7.223.418	6.684.792	0,19
Scuola e Insegnanti	Editoriale Bm Italiana s.r.l.	369.500	369.500	0,01
Scuola S.n.a.l.s.	Editoriale Bm Italiana s.r.l.	9.067.400	9.067.400	0,26
Secolo d'Italia	Secolo d'Italia	6.890.257	6.076.684	0,17
Sicurezza Sociale	Impegno Sociale Piccola soc. coop. giorn. a r.l.	169.247	140.104	0,00
Staffetta Quotidiana	Rip Rivista Italiana Petrolio s.r.l.	473.000	437.040	0,01
Tuttomercato	Alfa Editoriale s.r.l.	2.460.840	2.347.665	0,07
Tuttosport	Nuova Editoriale Sportiva s.r.l.	72.366.047	67.927.409	1,94
Ultime Notizie Reggio	Giornale di Reggio s.r.l.	2.516.349	2.510.784	0,07
Vivere	Domenico Sanfilippo Editore s.p.a.	4.205.243	3.915.593	0,11
		3.755.659.587	3.497.548.406	100,00

PROSPETTO 2

TESTATE QUOTIDIANE: TIRATURA INTERREGIONALE NORD OVEST - ANNO 2005 PIEMONTE, VALLE D'AOSTA, LOMBARDIA, LIGURIA

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
Avvenire	Avvenire Nuova Editoriale Italiana s.p.a.	50.028.340	46.661.211	2,74
Bresciaoggi	Edizioni Brescia s.p.a.	6.816.685	5.764.000	0,34
City Bari	City Italia s.p.a.	5.932.623	5.535.400	0,33
City Bologna	City Italia s.p.a.	7.437.607	6.692.800	0,39
City Firenze	City Italia s.p.a.	7.510.323	6.698.000	0,39
City Genova	City Italia s.p.a.	3.958.567	3.411.000	0,20
City Milano	City Milano s.p.a.	38.494.779	37.323.800	2,19
City Napoli	City Italia s.p.a.	11.237.114	10.598.000	0,62
City Roma	City Italia s.p.a.	41.739.496	40.104.400	2,36
City Torino	City Italia s.p.a.	9.614.152	9.046.000	0,53
City Verona	City Italia s.p.a.	2.862.550	2.587.500	0,15
Corriere della Sera	R.c.s. Editori s.p.a.	314.463.492	298.347.657	17,55
Corriere di Como	Editoriale s.r.l.	6.245.037	5.292.404	0,31
Corriere Mercantile	Giornalisti e Poligrafici coop. r.l.	5.611.102	4.317.605	0,25
Cronaca	Editoriale Argo Società Cooperativa	16.666.465	16.153.504	0,95
Finanza & Mercati	Edizioni Vittoriane s.r.l.	11.310.863	11.310.863	0,67
Gazzetta di Mantova	Finegil Editoriale s.p.a.	15.215.912	14.563.716	0,86
Giornale di Brescia	Editoriale Bresciana s.p.a.	22.173.347	22.173.347	1,30
Il Cittadino	Editoriale Laudense s.r.l.	4.371.400	3.497.120	0,21
Il Foglio Quotidiano	Il Foglio Quotidiano s.c. a r.l.	25.235.595	22.093.173	1,30
Il Giornale	Società Europea di Edizioni s.p.a.	116.600.601	108.959.928	6,41
Il Giornale	Poligrafici Editoriale s.p.a.	47.953.700	42.251.906	2,48

Denominazione Testata	Denominazione Soggetto	Tiratura Lorda	Tiratura Netta	% Su Tiratura Netta Nazionale
Il Nuovo Giornale di Bergamo	Bergamo Iniziative Editoriali s.r.l.	2.114.959	1.762.466	0,10
Il Secolo XIX	Società Edizioni e Pubblicazioni s.p.a.	51.252.370	46.860.797	2,76
Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore s.p.a.	164.046.118	149.961.113	8,82
Italiaoggi	Italia Oggi Editori Erinne s.r.l.	35.862.055	35.862.055	2,11
La Cronaca	Cooperativa Nuova Informazione a.r.l.	3.809.200	3.809.200	0,22
La Gazzetta dello Sport	R.c.s. Editori s.p.a.	203.989.829	192.274.272	11,31
La Padania - La Voce del Nord	Editoriale Nord soc. Coop. a.r.l.	19.914.215	18.920.972	1,11
La Prealpina	La Prealpina s.r.l.	11.113.294	9.383.334	0,55
La Provincia	La Provincia di Como Editoriale s.p.a.	20.119.894	18.617.923	1,09
La Provincia	S.e.c. Società Editoriale Cremonese s.p.a.	10.149.290	10.149.290	0,60
La Provincia Pavese	E.a.g. s.p.a.	8.910.385	8.472.430	0,50
La Stampa	Editrice La Stampa s.p.a.	160.933.588	149.497.255	8,79
La Voce di Mantova	Vidiemme S.c.a.r.l.	2.051.800	2.051.800	0,12
L'avvisatore Marittimo	L'avvisatore Marittimo s.r.l.	443.250	352.546	0,02
L'eco di Bergamo	Sasaab s.p.a.	24.053.684	23.207.349	1,36
Lo Sportsman Cavalli & Corse	Coedip s.c.r.l.	9.291.110	7.699.061	0,45
Metro	Edizioni Metro s.r.l.	111.342.294	109.159.112	6,42
Mf Milano Finanza	Milano Finanza Editori s.p.a.	22.165.128	22.165.128	1,30
Opinione Nuove Libero Quotidiano	C.e.l. Cooperativa Editoriale Libero Piccola s.c.r.l.	58.764.155	50.632.311	2,98
Qs Quotidiano Sportivo	Poligrafici Ed.le s.p.a	46.018.551	41.832.568	2,46
Tuttosport	Nuova Editoriale Sportiva s.r.l.	72.366.047	67.927.409	3,99
Ultime Notizie Reggio	Giornale di Reggio s.r.l.	2.516.349	2.510.784	0,15
Vivere	Domenico Sanfilippo Editore s.p.a.	4.205.243	3.915.593	0,23
		1.816.912.558	1.700.408.102	100,00

PROSPETTO 3

TESTATE QUOTIDIANE: TIRATURA INTERREGIONALE NORD EST - ANNO 2005 TRENTINO ALTO ADIGE, VENETO, FRIULI VENEZIA GIULIA, EMILIA ROMAGNA

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
Alto Adige/Corriere delle Alpi/Trentino	S.e.t.a. Società Editrice Tipografica Atesina - Società per Azioni, in Sigla S.e.t.a. s.p.a.	16.759.231	16.079.352	4,30
Artigianato e Piccola-Media Impresa dell'Emilia Romagna	Editoriale Artigianato e Piccola Impresa Emilia Romagna s.r.l.	1.299.510	1.227.245	0,33
Corriere	Cooperativa Editoriale Giornali Associati a.r.l.	17.601.376	15.262.876	4,09
Corriere del Trentino	Editoriale Trentino Alto Adige s.r.l.	3.304.924	2.823.935	0,76
Corriere del Veneto	Editoriale Veneto s.r.l.	19.782.425	17.359.790	4,65
Corriere dell'Alto Adige	Editoriale Trentino Alto Adige s.r.l.	2.404.697	1.846.501	0,49
Die Neue Suedtiroler Tageszeitung	Die Neue Suedtiroler Tageszeitung s.r.l. "G.m.b.h"	2.908.540	2.770.040	0,74
Dolomiten	Athesia Druck s.r.l.	17.947.558	16.932.342	4,53
Gazzetta del Lunedì	Giornalisti e Poligrafici coop. r.l.	1.498.800	1.226.760	0,33
Gazzetta di Reggio	Finegil Editoriale s.p.a.	6.903.267	6.567.598	1,76
Il Domani di Bologna	Editoriale Bologna s.r.l.	1.485.700	1.485.700	0,40
Il Gazzettino	Società Editrice Padana s.p.a.	51.291.595	48.405.097	12,96
Il Giornale di Vicenza	Società Athesis s.p.a.	19.880.900	18.618.200	4,98
Il Mattino di Padova	Finegil Editoriale s.p.a.	14.425.109	13.727.584	3,67
Il Piccolo	Editoriale Fvg s.p.a.	16.782.970	15.978.870	4,28
Il Piccolo del Lunedì	Editoriale Fvg s.p.a.	2.521.250	2.410.300	0,65
Il Resto del Carlino	Poligrafici Editoriale s.p.a.	87.123.738	75.376.103	20,17
In Città Trieste e Dintorni	Imprese Tipografiche Venete s.p.a.	5.084.522	4.090.610	1,09
In Città e Dintorni	Nuova Editoriale s.r.l.	3.469.515	2.864.800	0,77
In Città Verona	Nuova Editoriale s.r.l.	3.575.160	3.091.900	0,83
La Nuova di Venezia e Mestre	Finegil Editoriale s.p.a.	6.750.140	5.869.992	1,57
La Nuova Ferrara	Finegil Editoriale s.p.a.	5.759.626	5.443.028	1,46

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
La Tribuna di Treviso	Finegil Editoriale s.p.a.	9.066.131	8.545.413	2,29
La Voce di Romagna	Editrice La Voce s.r.l.	6.949.659	5.149.659	1,38
La Voce Nuova	Cooperativa Editoriale Informazione Stampa - C.e.i.s. soc. coop. a.r.l.	2.000.090	1.091.551	0,29
L'Adige	S.i.e. s.p.a. Società Iniziative Editoriali	11.476.656	11.151.320	2,98
L'Arena	Società Athesis s.p.a	22.733.345	21.451.850	5,74
Libertà, Libertà Lunedì*				
Settimo Numero di Libertà	Stabilimento Tipografico Piacentino Sapa	13.667.770	12.848.965	3,44
L'informazione	Editoriale Tricolore s.r.l.	2.845.754	2.081.957	0,56
Messaggero del Lunedì*	Editoriale Fvg s.p.a.	3.064.763	2.766.462	0,74
Messaggero Veneto	Editoriale Fvg s.p.a.	21.247.144	19.115.465	5,12
Metropoli Day (Già Metropoli)	Sette Mari Piccola s.c.a.r.l.	1.168.700	1.168.700	0,31
Nuova Gazzetta di Modena	Finegil Editoriale s.p.a	6.034.730	5.576.818	1,49
Primorski Dnevnik	Prae Promozione Attività Editoriale s.r.l.	3.379.890	3.217.600	0,86
		412.195.185	373.624.383	100,00

PROSPETTO 4

TESTATE QUOTIDIANE: TIRATURA AREA INTERREGIONALE CENTRO - ANNO 2005 TOSCANA, MARCHE, UMBRIA, LAZIO, ABRUZZO

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
Abruzzo Oggi	Editoriale Abruzzo soc. coop.	785.099	697.864	0,07
Conquiste del Lavoro	Conquiste del Lavoro s.r.l.	19.475.891	19.475.891	1,85

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
ECorriere	Editoriale Quotidiani s.r.l.	6.383.800	6.383.800	0,61
Corriere Adriatico	Società Editoriale Adriatica s.p.a.	10.357.054	9.385.633	0,89
Corriere Dello Sport Stadio	Corriere Dello Sport s.r.l.	151.193.542	142.132.978	13,49
Editoriale Oggi	Nuova Editoriale Oggi s.r.l.	7.790.101	7.790.101	0,74
Europa	Edizioni DLM Europa	14.888.656	13.151.516	1,25
Gazzetta Aste e Appalti Pubblici	Editrice S.I.F.I.C. Società Italiana Finanziaria Immobiliare e Commerciale s.r.l.	1.121.833	1.089.333	0,10
Guida Normativa Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore s.p.a.	4.679.150	4.302.240	0,41
Il Campanile Nuovo	Società Cooperativa Editrice il Campanile Nuovo a r.l.	918	669	0,00
Il Centro	Finegil Editoriale S.p.a	11.314.731	10.560.585	1,00
Il Cittadino Oggi	Editrice Grafic Coop. Società Cooperativa di Giornalisti a r.l.	336.100	336.100	0,03
Il Corriere	Editoriale 2000 s.r.l.	6.581.575	5.621.949	0,53
Il Giornale dell'umbria	Gruppo Editoriale Umbria 1819 s.r.l.	1.825.000	1.825.000	0,17
Il Giornale Nuovo della Toscana	Società Toscana di Edizioni s.p.a.	5.500.800	5.500.800	0,52
Il Lunedì de La Repubblica	Gruppo Editoriale L'espresso s.p.a.	39.578.526	37.297.022	3,54
Il Manifesto Quotidiano Comunista	Il Manifesto Cooperativa Editrice s.c.r.l.	29.624.371	28.284.008	2,68
Il Messaggero	Il Messaggero S.p.a	118.068.218	112.151.045	10,65
Il Nuovo Riformista	Edizioni Riformiste Pic. soc. coop a r.l.	9.361.508	9.361.508	0,89
Il Romanista	I Romanisti s.r.l.	5.520.715	4.502.712	0,43
Il Tempo	Società Editrice il Tempo. s.p.a.	31.151.936	27.853.644	2,64
Il Tirreno	Finegil Editoriale s.p.a.	41.477.775	37.541.569	3,56
Impresa Artigiana	Editart s.r.l.	22.055	22.055	0,00
Italia Sera	Giornalisti & Poligrafici Associati s.c.r.l.	1.323.349	1.106.704	0,11
La Discussione - Quotidiano dell'UDC	Editrice Europa Oggi s.r.l.	2.938.500	2.584.400	0,25

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
La Nazione	Poligrafici Editoriale s.p.a.	74.050.732	63.917.869	6,07
La Provincia Quotidiano	Effe Cooperativa Editoriale a r.l.	3.294.503	3.294.503	0,31
La Repubblica	Gruppo Editoriale L'espresso s.p.a.	256.108.673	241.493.289	22,92
La Voce di Cerveteri	Impegno Sociale Piccola soc. coop giorn. a r.l.	709.286	562.625	0,05
L'agenzia di Viaggi	Liberi Editori s.r.l.	650.923	650.923	0,06
L'Avanti!	International Press s.c.r.l.	4.349.134	3.582.211	0,34
Leggo	Sigma Editoriale s.p.a.	154.175.708	145.863.274	13,85
Liberazione Giornale Comunista	M.r.c. s.r.l.	19.234.300	18.370.870	1,74
L'Opinione delle Libertà	Amici De L'opinione soc.coop.giorn. a r.l.	1.459.643	1.112.642	0,11
L'Umanità	Edizioni Riformiste s.c.r.l.	378.981	314.939	0,03
L'Unità	Nuova Iniziativa Editoriale s.p.a.	50.070.300	44.415.520	4,22
Notizie Verdi (Agenzia Quotidiana di Informazione Dei Verdi Italiani)	Undicidue s.r.l	14.873.800	14.873.800	1,41
Nuovo Oggi	Editoriale Ciociaria Oggi s.r.l.	4.231.444	4.231.444	0,40
Ore 12	Centro Stampa Regionale soc.coop a r.l.	455.711	378.881	0,04
Qs - Quotidiano Sociale di Angeli	Angeli Editori Picc. soc. coop. giorn. a r.l.	731.700	613.200	0,06
Rinascita	Rinascita soc. coop. edit. a r.l.	5.136.563	4.727.063	0,45
Scuola e Insegnanti	Editoriale Bm Italiana s.r.l.	369.500	369.500	0,04
Scuola S.n.a.l.s.	Editoriale Bm Italiana s.r.l.	9.067.400	9.067.400	0,86
Secolo d'Italia	Secolo d'Italia	6.890.257	6.076.684	0,58
Sicurezza Sociale	Impegno Sociale Piccola soc. coop giorn. a r.l.	169.247	140.104	0,01
Staffetta Quotidiana	Rip Rivista Italiana Petrolio s.r.l.	473.000	437.040	0,04
		1.128.182.008	1.053.452.907	100,00

PROSPETTO 5

TESTATE QUOTIDIANE: TIRATURA AREA INTERREGIONALE SUD - ANNO 2005 MOLISE, CAMPANIA, PUGLIA, BASILICATA, CALABRIA, SICILIA, SARDEGNA

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
Corriere del Giorno di Puglia e Lucania	Cooperativa	3.661.282	3.563.220	0,96
Corriere del Mezzogiorno	Editoriale Vesuvio s.r.l.	11.470.579	10.626.257	2,87
Corriere del Mezzogiorno - Bari e Puglia	Editoriale Vesuvio s.r.l.	11.278.348	10.472.607	2,83
Corriere dell'Irpinia	Edizioni Proposta Sud	964.180	597.367	0,16
Corriere di Caserta	Libra Editrice Piccola soc. coop. a r.l.	5.153.291	4.639.624	1,25
Corriere Economia - Corriere del Mezzogiorno	Editoriale Vesuvio s.r.l.	1.692.824	1.596.623	0,43
Cronache di Napoli	Libra Editrice Piccola soc. coop. a r.l.	6.752.672	6.035.044	1,63
Democrazia Cristiana	Balena Bianca Piccola s.c.a.r.l.	941.000	941.000	0,25
Dossier News di Caserta Il Giornale	Dossier soc.coop. d'inf. Serv. e Pub.relaz.	909.500	909.500	0,25
Gazeta Shqiptare	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	1.668.036	1.668.036	0,45
Gazzetta del Sud	Società Editrice Siciliana	28.853.452	26.202.098	7,08
Giornale di Sicilia	Giornale di Sicilia Editoriale Poligrafica s.p.a.	33.421.884	29.984.801	8,10
Il Crotonese	Editoriale Crotonese s.r.l.	620.119	549.828	0,15
Il Denaro	Edizioni del Mediterraneo S. C. Giornalistica a r.l.	2.933.151	2.706.521	0,73
Il Domani	T. & P. Editori s.r.l.	2.527.900	2.527.900	0,68
Il Giornale di Calabria	Editoriale '91 Srl	283.090	269.500	0,07
Il Mattino	Edi.me. Edizioni Meridionali s.p.a.	44.164.006	41.956.265	11,34
Il Quotidiano	Finanziaria Editoriale s.r.l.	8.739.761	8.015.476	2,17
Il Quotidiano del Golfo	soc. Coop. a r.l. Giornalisti Stampa Locale Ischia	121.600	115.300	0,03
Il Salernitano	Arcadio Società Cooperativa	1.423.260	582.778	0,16
Il Sannio Quotidiano	Pagine Sannite s.c.r.l.	3.683.254	2.928.079	0,79

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
Il Sardegna	Quotidiani Sardi s.r.l.	19.598.511	17.909.642	4,84
La Città- quotidiano di Salerno e Provincia	Editoriale La Città s.p.a.	4.124.911	3.632.482	0,98
La Gazzetta del Mezzogiorno	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	24.841.897	23.661.990	6,39
La Gazzetta del Norbarese	Edisud S.p.a	1.687.384	1.579.593	0,43
La Gazzetta di Bari	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	11.062.743	10.667.948	2,88
La Gazzetta di Basilicata	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	2.174.000	1.968.231	0,53
La Gazzetta di Brindisi	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	1.777.090	1.667.841	0,45
La Gazzetta di Capitanata	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	3.120.560	2.988.648	0,81
La Gazzetta di Lecce	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	3.186.630	3.070.192	0,83
La Gazzetta di Taranto	Società P.a. Editrice del Sud - Edisud s.p.a.	1.833.490	1.719.537	0,46
La Nuova Basilicata	Alice Multimediale s.r.l.	1.174.955	1.174.955	0,32
La Nuova Sardegna	Editoriale La Nuova Sardegna s.p.a.	27.201.746	25.624.808	6,92
La Sicilia	Domenico Sanfilippo Editore s.p.a.	28.404.439	26.445.629	7,15
La Verità	Editoriale La Verità soc.coop.giornalistica a r.l.	2.370.320	1.945.839	0,53
La Voce della Città Taranto				
Le News della Sera	L'editoriale s.r.l.	1.383.238	1.207.790	0,33
La Voce Repubblicana	Nuove Politiche Editoriali Picc. soc. Coop Giorn. Arl	600.521	376.180	0,10
L'Altro Fax	Edigiornalisti - Società Cooperativa Giornalistica a r.l.	121.300	121.300	0,03
L'Indipendente	Edizioni del Mezzogiorno s.r.l.	5.520.229	4.603.085	1,24
L'Informatore Sportivo	L'Unione Sarda s.p.a.	19.598.761	19.035.821	5,14
L'Irpinia	Associazione L'Irpinia	5.500	1.100	0,00
Lucania Quotidiano di Vita Regionale	Ditiesse s.c. a r.l.	274.907	266.900	0,07
L'Unione Sarda	L'unione Sarda s.p.a.	27.611.250	26.194.839	7,08
Metropolis	Stampa Democratica 95 S.c.r.l.	2.463.377	2.463.377	0,67

Denominazione testata	Denominazione soggetto	Tiratura lorda	Tiratura netta	% su tiratura nell'area
Nuova Gazzetta di Caserta	Edizioni Giornali Quotidiani Piccola soc. coop. a r.l.	1.144.875	1.144.875	0,31
Nuovo Corriere Barisera	Editoriale Giornalisti Associati Srl	981.139	686.797	0,19
Nuovo Quotidiano di Puglia	Alfa Editoriale s.r.l.	9.735.918	9.036.123	2,44
Ottopagine	L'approdo s.r.l.	1.766.710	1.766.710	0,48
Puglia Press (Già Martina Sera)	Promoset s.r.l.	1.752.000	1.752.000	0,47
Puglia Quotidiano di Vita Regionale	Essepi s.c. a r.l.	1.154.777	1.121.143	0,30
Quotidiano di Foggia e Bari	Editoriale Nuova Comunicazione s.r.l.	7.800.000	6.800.000	1,84
Quotidiano di Lecce, Brindisi, Taranto	Alfa Editoriale s.r.l.	1.170	700	0,00
Quotidiano di Sicilia	Ediservice s.r.l.	3.733.140	3.506.658	0,95
Roma	Edizioni del Roma soc. coop a r.l.	7.223.418	6.684.792	1,81
Tuttomercato	Alfa Editoriale s.r.l.	2.460.840	2.347.665	0,63
		399.154.935	370.063.014	100,00

I Periodici

L'analisi dei dati, condotta nel settore dei settimanali, evidenzia nel 2004, con riferimento alle prime testate per diffusione, un arretramento medio nelle copie vendute rispetto all'anno precedente di circa il 2%.

Per quanto riguarda le testate con periodicità mensile, il campione estrapolato dalla Informativa economica di sistema trasmessa annualmente dagli operatori, evidenzia, nel 2004, una sostanziale tenuta delle vendite rispetto al 2003.

Nel 2005, l'analisi dei ricavi da vendita di copie al netto dei prodotti collaterali, indica un decremento, rispetto all'esercizio precedente, pari all'1,5%.

Come per i quotidiani l'apporto fornito dalla vendita dei prodotti collaterali risulta essere rilevante. Il valore complessivo è infatti pari a circa il 29,75% dei ricavi da diffusione.

A differenza dei quotidiani, raffrontando i due ultimi esercizi finanziari, il dato concernente i ricavi per prodotti opzionali appare sensibilmente in crescita (+8,79%). Questo si spiega con la maggiore integrazione del prodotto editoriale collaterale nella rivista periodica, soprattutto se specializzata.

Anche nei periodici la quota maggiore di ricavi per vendita di prodotti collaterali è quella che deriva dal settore librario (50,51% nel 2005). Da segnalare, nel 2005, il buon incremento, rispetto al 2004, del prodotto video digitale (+20%).

I ricavi da vendita di spazi pubblicitari, crescono mediamente, nel 2005, di circa l'1%. La percentuale di crescita, inferiore alle attese, è determinata dal risultato non brillante di alcune tra le più importanti società editrici di periodici come Arnoldo Mondadori Editore, RCS Periodici, Hachette Rusconi che, nel 2005, vedono diminuire i ricavi conseguiti per la vendita di spazi pubblicitari sulle testate da loro edite.

1.2.5. La pubblicità

Il contesto internazionale ed europeo

Nel 2005 gli investimenti pubblicitari mondiali, con una crescita del 4,9%, hanno superato i 300 miliardi di euro (tabella 1.23.). L'andamento è stato, dunque, positivo, anche se nel 2004 si era registrata una crescita superiore, pari al 7,4%.

Con riferimento alle singole aree geografiche, Nord America ed Europa, i mercati largamente più rilevanti, che assieme raccolgono circa il 70% degli investimenti mondiali, mostrano tassi di crescita rispettivamente pari al 3% e al 3,7%, di poco inferiori alla media, che beneficia del maggior dinamismo delle aree (America Latina +16%, Africa e Medio Oriente +17%) caratterizzate da situazioni assai meno sviluppate in termini di mercato pubblicitario. In valore, il Nord America registra comunque il maggior incremento con una crescita di 4 miliardi di euro.

Tabella 1.23. Investimenti pubblicitari per area geografica (miliardi di euro)

	2003	2004	2005
Nord America	126,9	134,6	138,6
Europa	78,7	83,7	86,8
Asia\Oceania	59,2	63,0	66,5
America Latina	11,0	12,4	14,4
Africa e Medio Oriente	11,4	14,5	17,0
Totale	287,0	308,3	323,3

Fonte: elaborazioni su dati Zenith Optimedia

La ripartizione degli investimenti per area geografica (tabella 1.24.) evidenzia una certa stabilità nel periodo oggetto di analisi, nel 2005 il Nord America che conferma la *leadership* negli investimenti con una quota del 42,9%. In leggera flessione il peso degli investimenti in Europa mentre risulta stabile la quota destinata all'area asiatica. Viceversa, aumenta leggermente la quota delle aree meno sviluppate (America Latina, Africa e Medio Oriente) che nel 2005 totalizzano quasi il 10% degli investimenti complessivi.

Tabella 1.24. Ripartizione investimenti per area geografica (%)

	2003	2004	2005
Nord America	44,2	43,7	42,9
Europa	27,4	27,1	26,8
Asia\Oceania	20,6	20,5	20,6
America Latina	3,8	4,0	4,5
Africa e Medio Oriente	4,0	4,7	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Zenith Optimedia

Il dettaglio degli investimenti sui singoli mezzi riferito al Continente europeo (tabella 1.25.) evidenzia, che la stampa – nel suo complesso - rimane il mezzo principale nella raccolta di investimenti, toccando nel 2005 il valore di 43 miliardi di euro. Tuttavia, se si considera separatamente la raccolta sui quotidiani da quella sui periodici, si nota che, a partire dal 2003, la televisione ha superato la stampa quotidiana per volume di investimenti. Il tasso di crescita complessivo degli investimenti è stato del 3,7% nel 2005, con una flessione rispetto al risultato del 2004 (6,4%). Tra i mezzi classici il più dinamico è stato quello radiofonico con una crescita del 5,2%, mentre Internet cresce con tassi largamente superiori agli altri mezzi attestandosi, nel periodo oggetto di analisi, su una crescita media del 38,6%.

Tabella 1.25. Investimenti pubblicitari Europa (miliardi di euro)

	2003	2004	2005
Televisione	26,1	28,2	29,1
Stampa	40,7	42,4	43,3
di cui quotidiani	25,4	26,5	27,2
di cui periodici	15,3	15,9	16,2
Pubblicità esterna	5,3	5,5	5,7
Radio	4,4	4,8	5,1
Internet	1,5	2,0	2,8
Cinema	0,7	0,7	0,8
Totale	78,7	83,7	86,8

Fonte: elaborazioni dati Zenith Optimedia

L'analisi della composizione percentuale delle quote di investimenti (tabella 1.26.) mostra una certa stabilità nelle preferenze degli investitori; in particolare, si registra una tenuta della televisione, una leggera flessione della stampa e un incremento di Internet che accresce sensibilmente la propria quota di mercato pur rimanendo, come peso complessivo, marginale rispetto ai mezzi classici. Rispetto ai valori del 2003 e del 2004 la pubblicità esterna, la radio e il cinema non mutano la propria posizione nel periodo oggetto di analisi.

Tabella 1.26. Investimenti pubblicitari Europa (%)

	2003	2004	2005
Televisione	33,2	33,7	33,5
Quotidiani	32,3	31,7	31,3
Periodici	19,5	19,0	18,6
Pubblicità esterna	6,7	6,6	6,6
Radio	5,6	5,7	5,8
Internet	1,9	2,4	3,2
Cinema	0,9	0,9	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni dati Zenith Optimedia

Gli investimenti nel mercato italiano

Gli investimenti nel mercato italiano (tabella 1.27.)¹ hanno raggiunto gli 8,6 miliardi di euro nel 2005, e nel periodo oggetto di analisi rappresentano circa il 10% del valore complessivo degli investimenti pubblicitari in ambito europeo. La crescita complessiva degli investimenti sfiora il 3%. La televisione spicca come il mezzo che catalizza maggiormente le scelte degli investitori con 4,7 milioni di euro nel 2005. La stampa, come in ambito europeo, vede il prevalere dei quotidiani che, tuttavia, nel 2005 crescono del 2,4% contro il 4,4% dei periodici. Il dato sulla pubblicità esterna appare stabile nel periodo. La radio, dopo aver registrato importanti tassi di crescita nel biennio 2003-2004, manifesta delle difficoltà nel 2005, anno in cui gli investimenti rimangono in sostanza stabili. Stabile anche la pubblicità attraverso i canali cinematografici. Internet, sia pure partendo da valori bassi, presenta dei tassi di crescita esponenziali (+4% nel 2003, +7% nel 2004, +17% nel 2005).

(1) Le ricerche che si occupano di censire gli investimenti sul mercato italiano possono presentare, anche in relazione a differenti approcci metodologici, differenze in termini di valore degli investimenti non marginali. Tuttavia, per l'analisi del mercato italiano si è ritenuto corretto utilizzare, in prima istanza, la stessa fonte riportata per la valutazione del contesto mondiale ed europeo al fine di poter effettuare dei confronti internazionali su base omogenea.

Tabella 1.27. Investimenti pubblicitari Italia (milioni di euro)

	2003	2004	2005
Televisione	4.224	4.647	4.770
Stampa	2.681	2.711	2.803
di cui quotidiani	1.581	1.606	1.649
di cui periodici	1.100	1.105	1.154
Pubblicità esterna	306	312	322
Radio	440	529	530
Internet	103	111	129
Cinema	70	76	70
Totale	7.824	8.386	8.624

Fonte: elaborazioni dati Zenith Optimedia

Se si analizza il differenziale fra i tassi di crescita italiani e quelli europei (tabella 1.28.) si osserva che, nel 2005, mediamente gli investimenti in Italia sono cresciuti con tassi inferiori rispetto a quelli dell'area europea. Tale tendenza si è realizzata anche per investimenti che nel mercato italiano hanno registrato una buona *performance*, come quelli su Internet, i quali, tuttavia, rispetto al contesto europeo scontano una crescita strutturalmente più lenta (-34% nel 2003, -30% nel 2004, -22,% nel 2005). Viceversa, stampa e televisione presentano un andamento medio in linea con gli altri Paesi europei. Gli investimenti sulla radio e sul cinema, anche considerando la flessione avuta nel 2005, crescono mediamente con tassi superiori rispetto al contesto europeo.

Tabella 1.28. Differenziale nei tassi di crescita fra Italia ed Europa

	2003	2004	2005
Televisione	2,1	2,0	-0,4
Quotidiani	0,6	-2,9	0,0
Periodici	1,9	-3,0	2,5
Pubblicità esterna	1,4	-2,6	-1,1
Radio	7,3	10,5	-5,0
Internet	-34,6	-30,9	-22,6
Cinema	12,0	7,6	-11,2
Totale	2,2	0,8	-0,9

Fonte: elaborazioni dati Zenith Optimedia

La ripartizione degli investimenti (tabella 1.29.)² indica che la televisione raccoglie più del 50% degli investimenti complessivi, diversamente dal contesto europeo dove tale valore si attesta al 33%, con un differenziale di ben 20 punti percentuali rispetto alla stampa che costituisce il secondo canale di investimento. Specularmente la stampa, che in Europa raccoglie circa il 50% delle risorse destinate alla pubblicità, in Italia si attesta su valori di poco superiori al 30%. La pubblicità esterna e la radio

(2) Poiché si osservano alcuni scostamenti nelle quote di mercato dei differenti mezzi in funzione della ricerca utilizzata, per elaborare tale dato è stato calcolato un valore medio derivante dalle ricerche Zenith Optimedia e UPA.

raccolgono quote di investimenti intorno al 6%, dato in linea con la media europea. Internet con una quota di 1,4% è largamente al di sotto della media europea laddove gli investimenti pubblicitari sulla rete coprono il 3,4% del valore complessivo.

Tabella 1.29. Investimenti pubblicitari Italia (%)

	2003	2004	2005
Televisione	52,3	53,6	53,6
Stampa	33,9	32,1	32,2
Pubblicità esterna	6,1	6,0	5,9
Radio	5,6	6,1	6,0
Internet	1,2	1,2	1,4
Cinema	0,9	0,9	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Zenith Optimedia e UPA

Se si valutano gli investimenti per categoria merceologica (tabelle 1.30 e 1.31.), si nota in primo luogo una certa stabilità nel portafoglio clienti dei differenti mezzi di comunicazione. I prodotti alimentari costituiscono la maggior fonte di reddito, contribuendo quasi per il 15% al totale degli investimenti, seguono le automobili con il 12% e i servizi di telecomunicazione con una quota del 8%. Analizzando la composizione del portafoglio dei singoli mezzi, si nota che gli alimentari investono gran parte delle loro risorse sul mezzo televisivo (87%) e pesano circa il 22% sul totale degli investimenti raccolti da questo mezzo. Altri investitori, come quelli del settore dell'abbigliamento sono, invece, maggiormente orientati verso i periodici e la pubblicità esterna.

Tabella 1.30. Ripartizione percentuale degli investimenti per categorie merceologiche (categorie merceologiche/mezzi) 2004

	Totale	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema
Alimentari	14,7	21,7	6,5	1,8	5,9	7,1	15,3
Automobili	12,1	11,7	23,5	14,7	6,1	10,7	22,0
Telecomunicazioni	8,0	9,9	6,3	5,9	3,1	11,1	8,6
Bevande/Alcolici	6,9	9,6	5,0	1,8	2,2	9,1	9,1
Media/Editoria	6,6	7,4	18,0	4,4	2,3	6,3	6,0
Abbigliamento	5,5	2,7	2,3	3,0	18,8	14,8	6,5
Toiletries	4,3	6,3	1,5	0,4	3,0	0,8	3,3
Cura Persona	4,1	3,5	1,8	0,8	11,5	1,4	3,0
Gestione Casa	3,8	5,8	0,7	0,3	1,9	0,6	0,2
Finanza/ Assicurazioni	3,6	3,0	5,0	6,6	2,1	3,6	4,8
Altre	30,4	18,4	29,4	60,4	43,0	34,5	21,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Nielsen

Tabella 1.31. Ripartizione percentuale degli investimenti per categorie merceologiche (mezzi/categorie merceologiche) 2004

	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Totale
Alimentari	87,1	2,3	2,1	6,1	1,2	1,2	100,0
Automobili	56,9	10,1	21,0	7,7	2,2	2,1	100,0
Telecomunicazioni	72,7	4,1	12,7	5,8	3,4	1,3	100,0
Bevande/Alcolici	82,1	3,7	4,5	4,8	3,3	1,6	100,0
Media/Editoria	65,8	14,1	11,4	5,3	2,4	1,1	100,0
Abbigliamento	28,5	2,2	9,5	51,8	6,7	1,4	100,0
Toiletries	84,8	1,8	1,6	10,5	0,5	0,9	100,0
Cura Persona	50,2	2,3	3,3	42,4	0,8	0,9	100,0
Gestione Casa	89,7	0,9	1,2	7,6	0,4	0,1	100,0
Finanza/ Assicurazioni	48,8	7,1	31,2	8,9	2,5	1,5	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Nielsen

La ripartizione degli investimenti rilevata nel 2005 (tabelle 1.32. e 1.33.) mostra che le prime dieci categorie merceologiche sono rimaste invariate rispetto al 2004. Il peso relativo delle singole categorie è anch'esso sostanzialmente invariato; infatti, si registra semplicemente una crescita degli investimenti da parte del settore finanza e assicurazioni che passa dal decimo al settimo posto. Sul piano qualitativo le analisi *Nielsen* relative al 2005, evidenziano che gli investimenti su Internet, anche se registrano elevati tassi di crescita, rimangono marginali nelle scelte della gran parte degli investitori. Un'indicazione diversa arriva dagli operatori della comunicazione e della finanza, ossia da quei soggetti che offrono prodotti ad alto contenuto tecnologico e comunque orientati ad un *target* di giovani, i quali hanno cominciato, nel corso del 2005, ad aumentare la quota di risorse pubblicitarie destinata al settore Internet.

Tabella 1.32. Ripartizione percentuale degli investimenti per categorie merceologiche (categorie merceologiche/mezzi) 2005

	Totale	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	13,9	20,7	6,0	1,8	6,5	5,8	17,9	1,5
Automobili	11,9	11,5	21,8	15,5	5,6	12,5	28,3	4,9
Tlc *	8,7	11,0	6,9	5,3	3,8	12,1	5,4	12,1
Media/Editoria	6,7	7,4	17,9	4,8	2,5	5,0	2,8	10,9
Bevande/ Alcolici	6,1	8,7	5,1	1,7	2,0	4,2	7,4	1,3
Abbigliamento	5,5	2,2	2,1	3,7	19,7	17,7	5,6	1,0
Finanza/ Assicurazioni	4,8	3,9	8,2	7,5	3,1	3,0	6,1	11,3
Toiletries	4,0	5,9	1,5	0,3	2,8	0,7	2,6	0,8
Cura Persona	4,0	3,8	1,9	0,7	10,3	0,7	2,5	0,9
Gestione Casa	3,6	5,6	1,3	0,3	1,5	0,3	0,7	0,2
Altre	30,9	19,3	27,3	58,4	42,0	38,0	20,7	55,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Nielsen | * Telecomunicazioni

Tabella 1.33. Ripartizione % degli investimenti per categorie merceologiche (mezzi/categorie merceologiche) 2005

	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Internet	Totale
Alimentari	86,1	2,1	2,2	7,1	1,0	1,3	0,2	100,0
Automobili	55,8	9,1	22,2	7,2	2,6	2,4	0,7	100,0
Telecomunicazioni	72,8	3,9	10,4	6,6	3,4	0,6	2,3	100,0
Media/Editoria	63,8	13,3	12,1	5,7	1,8	0,4	2,8	100,0
Bevande/Alcoolici	82,8	4,1	4,8	4,9	1,7	1,3	0,4	100,0
Abbigliamento	23,3	1,9	11,5	54,1	7,9	1,0	0,3	100,0
Finanza/ Assicurazioni	47,9	8,6	26,7	9,9	1,6	1,3	4,0	100,0
Toiletries	84,9	1,8	1,2	10,6	0,4	0,7	0,4	100,0
Cura Persona	54,3	2,3	3,1	38,9	0,4	0,6	0,4	100,0
Gestione Casa	89,8	1,8	1,3	6,6	0,2	0,2	0,1	100,0

Fonte: elaborazioni su dati Nielsen

1.2.6. L'evoluzione del quadro normativo

Audiovisivo

Nel periodo di riferimento il principale intervento legislativo nel settore audiovisivo si è avuto con l'approvazione del decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005, recante "Testo unico in materia di radiotelevisione", emanato nell'esercizio della delega conferita al Governo in base all'art. 16 della legge 3 maggio 2004, n. 112, recante "Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI".

Il Testo unico contiene un'organica ricostruzione della disciplina vigente in materia di radiodiffusione ed è ispirato ai principi di coordinamento, semplificazione, armonizzazione ed efficacia che presiedono alla compilazione dei testi unici. Il provvedimento in esame completa l'intervento di riordino della materia della comunicazione (a eccezione della stampa, dello spettacolo e della propaganda elettorale) avviata dal Governo nel 2003 con l'emanazione del Codice delle comunicazioni elettroniche (decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259).

Composto di dieci Titoli, suddivisi in Capi e Articoli, il Testo unico definisce, al titolo I, i principi della materia, tratti dalla Costituzione e dalla legislazione primaria. Il titolo II indica i soggetti che costituiscono gli Organi di governo della materia della radiodiffusione (Ministero delle comunicazioni, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, Garante per la protezione dei dati personali, Autorità garante della concorrenza e del mercato, Regioni e Comitati regionali delle comunicazioni). Particolare attenzione è stata dedicata alle competenze dell'Autorità, aggiornate sulla base della normativa succedutasi dal 1997 nel settore radiotelevisivo. Esse si affiancano alle competenze in materia di comunicazioni elettroniche, notificate alla Commissione europea in virtù di quanto disposto dal Codice delle comunicazioni elettroniche. Il titolo III contiene la

disciplina delle attività di operatore di rete radiotelevisiva, di fornitore di contenuti televisivi su frequenze terrestri, via satellite e via cavo e radiofonici su frequenze terrestri, in ambito nazionale e locale, nonché di fornitore di servizi. Il titolo IV reca le norme a tutela dell'utente: diritto di rettifica, tutela dei minori nella programmazione televisiva, trasmissioni transfrontaliere, pubblicità. Il titolo V è dedicato alla disciplina dello spettro ed alla pianificazione delle frequenze. Alla disciplina a tutela della concorrenza e del mercato, anche per gli aspetti che riguardano il pluralismo dell'informazione, è dedicato il titolo VI, mentre il successivo titolo VII contiene le norme riguardanti la promozione della distribuzione e della produzione di opere europee. Il titolo VIII reca la disciplina organica della RAI radiotelevisione italiana s.p.a., concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo. Il titolo IX concerne i poteri della Commissione parlamentare di vigilanza, mentre il titolo X contiene, oltre alle norme sulle abrogazioni e finali, quelle sulle sanzioni.

In materia audiovisiva è stata altresì adottata la legge n. 6 febbraio 2006, n. 37 (Gazzetta Ufficiale n. 38 del 15-2-2006) recante "Modifiche all'articolo 10 della legge 3 maggio 2004, n. 112 in materia di tutela dei minori nella programmazione televisiva" che ha abrogato il divieto, introdotto dalla c.d. legge Gasparri, di utilizzazione dei minori di quattordici anni nei messaggi pubblicitari radiotelevisivi.

Sempre nel settore audiovisivo si segnala, infine, la proroga, a opera dell'articolo 19 del decreto legge 30 dicembre 2005, n. 273, convertito con la legge 23 febbraio 2006 n. 51, della data di scadenza per lo *switch off* delle trasmissioni analogiche dal 31 dicembre 2006, come inizialmente previsto dall'articolo 2-bis, comma 5, del decreto-legge 23 gennaio 2001, n. 5 convertito, con modificazioni, dalla legge 20 marzo 2001, n. 66, al 31 dicembre 2008.

Servizi a sovrapprezzo

Con decreto del Ministero delle comunicazioni n. 145 del 2 marzo 2006 (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 84 del 10 aprile 2006, in vigore dal 25 aprile 2006) è stato introdotto il nuovo "regolamento recante la disciplina dei servizi a sovrapprezzo".

Gli aspetti centrali della nuova disciplina sono i seguenti: a) l'introduzione di un tetto di spesa massimo per chiamata pari a 12,50 euro (IVA esclusa), senza, tuttavia, limitazioni al numero massimo di chiamate; b) la previsione della regola del "consenso espresso" dell'interessato per la fornitura dei servizi a sovrapprezzo (fatta eccezione per il caso dei servizi di carattere sociale-informativo); c) la fissazione, su richiesta, di un tetto massimo mensile per i servizi a sovrapprezzo, con la scelta tra le due soglie massime di 50,00 o 100,00 euro; e) l'introduzione del divieto di interruzioni pubblicitarie delle informazioni fornite nel corso di servizi tariffati in base alla durata; f) il rafforzamento della tutela dei minori mediante il divieto di fornire informazioni e prestazioni aventi contenuti che possano essere una minaccia per la salute dei minori, per la loro sicurezza e la loro crescita o che facciano leva sui loro bisogni di affetto e di protezione.

Tutela dei consumatori

Nel periodo di riferimento è stato adottato il decreto legislativo n. 206 del 6 settembre 2005, recante il “Codice del consumo”, che riunisce in un unico testo le disposizioni di 21 provvedimenti (4 leggi statali, 2 decreti del Presidente della Repubblica, 14 decreti legislativi e 1 regolamento di attuazione), sintetizzando in 146 articoli il contenuto di 558 norme in materia di tutela del consumo.

Il provvedimento è finalizzato a riordinare e semplificare la normativa sulla tutela dei consumatori, in coordinamento con i principi e gli indirizzi affermati in sede comunitaria. I settori disciplinati dal Codice sono molteplici: etichettatura, sicurezza generale dei prodotti, pubblicità ingannevole e clausole abusive, vendite a domicilio, vendite a distanza (ivi inclusi i contratti stipulati nel settore delle comunicazioni elettroniche) contratti turistici e multiproprietà, le garanzie dei beni di consumo e le azioni inibitorie.

Legge Finanziaria 2006

La legge 23 dicembre 2005, n. 266, c.d. legge finanziaria 2006, all'articolo 1, comma 65, prevede che le spese di funzionamento della Commissione nazionale per le società e la borsa (CONSOB), dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici, della Commissione di vigilanza sui fondi pensione nonché dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni “*siano finanziate dal mercato di competenza, per la parte non coperta da finanziamento a carico del bilancio dello Stato, secondo modalità previste dalla normativa vigente ed entità di contribuzione determinate con propria deliberazione da ciascuna Autorità, nel rispetto dei limiti massimi previsti per legge, versate direttamente alle medesime Autorità.*” Tale previsione, nella parte in cui individua la fonte di finanziamento dell'Autorità nel “*mercato di competenza*”, suscita seri dubbi di conformità della stessa ai principi sanciti dal legislatore comunitario all'articolo 3 e soprattutto al considerando n. 11 della direttiva n. 2002/21/CE, laddove si prevede l'obbligo, in capo agli Stati membri, di assicurare alle autorità nazionali di regolamentazione le risorse necessarie, non solo sul piano del personale e delle competenze, ma anche dei mezzi finanziari per l'assolvimento dei compiti loro assegnati.

Il citato articolo 1 della c.d. legge finanziaria 2006, al successivo comma 66 stabilisce, inoltre, che: “*in sede di prima applicazione, per l'anno 2006, l'entità della contribuzione a carico dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni di cui all'articolo 2, comma 38, lettera b), della legge 14 novembre 1995, n. 481, è fissata in misura pari all'1,5 per mille dei ricavi risultanti dall'ultimo bilancio approvato prima della data di entrata in vigore della presente legge.*”

2. GLI INTERVENTI DELL'AUTORITÀ

2.1. LE ANALISI DEI MERCATI DI COMUNICAZIONE ELETTRONICA

Introduzione

L'Autorità, nel corso dell'ultimo anno, ha proseguito l'analisi dei mercati rilevanti individuati a livello comunitario dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003 e la definizione del nuovo pacchetto di obblighi regolamentari (i cosiddetti "rimedi") conseguenti all'individuazione di imprese in posizione di significativo potere di mercato.

In particolare, l'Autorità ha adottato le delibere che hanno concluso il processo regolamentare per 15 mercati dei 18 individuati dalla Commissione europea. Inoltre, l'Autorità ha assunto gli schemi di provvedimento relativi ai restanti 3 mercati, che sono stati immediatamente trasmessi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato – ai sensi dell'art. 19 del codice delle comunicazioni e dell'Accordo di collaborazione stipulato con la suddetta Autorità – e notificati alla Commissione europea e alle Autorità dei Paesi membri – ai sensi dell'art. 12, comma 3, del Codice delle comunicazioni – al fine di acquisire il relativo parere.

Peraltro, negli ultimi dodici mesi, l'Autorità ha pubblicato 4 documenti in cui sono state sottoposte a consultazione pubblica le risultanze istruttorie in merito all'identificazione e all'analisi di 5 mercati, alla valutazione e sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e agli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere.

Le attività dell'Autorità, in relazione alle analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche, sono completate dalla costituzione di 3 tavoli tecnici riguardanti le procedure di migrazione dei clienti in *unbundling*, le procedure di fornitura del servizio di *wholesale line rental* e del servizio *bitstream*.

Di seguito si illustrano, in dettaglio, le attività svolte dall'Autorità in merito ai mercati dell'accesso, delle chiamate nella rete telefonica pubblica in postazione fissa, delle linee affittate, della telefonia mobile e delle infrastrutture radio-televisive. Per quanto riguarda i mercati previsti dal nuovo quadro regolamentare e non ancora approvati, l'Autorità è in procinto di adottare i provvedimenti finali.

Entro l'estate, l'Autorità avrà completato il processo regolamentare, in corso di svolgimento in tutta Europa, al termine del quale il quadro regolamentare in materia di telecomunicazioni risulterà sostanzialmente modificato in coerenza con gli obiettivi della nuova disciplina comunitaria volti a promuovere un mercato aperto e competitivo per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, a sviluppare il mercato interno e a tutelare gli interessi dei cittadini europei.

I mercati dell'accesso

Accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali (mercato n. 1) e per clienti non residenziali (mercato n. 2).

Il 19 gennaio 2006, l'Autorità ha adottato la delibera n. 33/06/CONS con la quale vengono regolamentati i mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa, quello destinato ai clienti resi-

denziali e quello per la clientela non residenziale (mercati n. 1 e n. 2 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003). Ciascun mercato è composto dai servizi di accesso forniti con le linee analogiche (PSTN) e digitali (ISDN).

Telecom Italia è identificata quale operatore dominante nei mercati in esame.

L'Autorità ha confermato nella delibera quanto previsto nello schema di provvedimento notificato, nell'ottobre 2005, alla Commissione europea e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e sul quale le suddette Istituzioni hanno espresso parere favorevole.

Nel provvedimento adottato, l'Autorità, al fine di tutelare gli utenti finali, ha confermato le modalità di applicazione del meccanismo di controllo pluriennale dei prezzi (cosiddetto *price cap*), determinando, al più, l'invarianza dei prezzi per i servizi di accesso destinati ai clienti residenziali e il recupero dell'inflazione per i servizi di accesso destinati ai clienti non residenziali. L'Autorità ha, altresì, imposto a Telecom Italia gli obblighi di non privilegiare ingiustamente determinati utenti finali e di non accorpare in modo indebito i servizi offerti. Il provvedimento, inoltre, grazie all'introduzione nel mercato del servizio di rivendita del canone all'ingrosso (*Wholesale Line Rental – WLR*), permetterà agli operatori di telecomunicazione di fatturare agli utenti, in un'unica bolletta, tutti i servizi forniti (incluso il canone). In particolare, l'Autorità ha imposto a Telecom Italia l'obbligo di fornire il WLR presso gli stadi di linea attualmente non aperti ai servizi di accesso disaggregato (*full unbundling* e *shared access*). Tale servizio verrà offerto agli operatori concorrenti a condizioni tras.p.a.renti, non discriminatorie e il prezzo sarà determinato con la metodologia *retail minus*. Il *minus* è fissato nella misura del 12%.

Nel declinare l'obbligo di fornitura del servizio WLR, l'Autorità ha perseguito, sia l'obiettivo di assicurare ai consumatori finali l'esistenza di un'ampia gamma di operatori tra cui scegliere il fornitore dei servizi di accesso, sia l'obiettivo di lungo periodo costituito dallo sviluppo della concorrenza tra operatori infrastrutturati.

L'imposizione, all'impresa notificata, della fornitura del servizio di rivendita del canone all'ingrosso nelle aree in cui l'*unbundling* non è sviluppato viene considerata dall'Autorità come il fattore necessario affinché i concorrenti possano procedere lungo la cosiddetta scala delle dotazioni infrastrutturali e giungere a livelli di infrastrutturazione sempre maggiori. La modulazione dell'obbligo, in ragione del grado di sviluppo del servizio di accesso disaggregato alla rete locale, assicura che il servizio di rivendita del canone all'ingrosso non risulti in contrapposizione all'*unbundling*, nel senso che non ne ostacoli lo sviluppo, scoraggiando gli investimenti da parte degli operatori alternativi.

Peraltro, l'Autorità, tenuto conto del carattere innovativo del servizio WLR, ha previsto – all'art. 21 della suddetta delibera – l'istituzione di un tavolo tecnico con gli operatori, con la finalità di chiarire e precisare tutti gli aspetti tecnici, economici e contabili propedeutici all'implementazione del servizio in questione. Il tavolo tecnico, al quale partecipano 16 imprese,

è stato costituito con la determina dell'Autorità n. 11/06/SG e ha iniziato i lavori nel marzo 2006.

Il mercato dell'accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche (mercato n. 11)

Il 12 gennaio 2006 l'Autorità ha approvato, con la delibera n. 4/06/CONS, il provvedimento finale relativo all'analisi del mercato dell'accesso disaggregato all'ingrosso (ivi compreso l'accesso condiviso) alle reti e sottoreti metalliche, ai fini della fornitura di servizi a banda larga e vocali (mercato n. 11 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003).

Il provvedimento segue la delibera di consultazione pubblica n. 415/04/CONS, riprendendone l'analisi di mercato e meglio specificandone gli obblighi individuati.

La delibera n. 4/06/CONS conferma la definizione di mercato individuata nella consultazione pubblica, che fissa il perimetro alle sole reti metalliche, e la notifica di Telecom Italia quale operatore con significativo potere di mercato in virtù della sua posizione di sostanziale monopolio nel mercato dell'accesso in rame.

Relativamente agli obblighi imposti in capo all'operatore avente significativo potere di mercato, il provvedimento, in linea con quanto previsto dalla regolamentazione previgente e dalla proposta sottoposta a consultazione pubblica, conferma gli obblighi di trasparenza, non discriminazione e di pubblicazione annuale di un'offerta di riferimento inclusiva dei servizi accessori alla fornitura dell'accesso disaggregato. La delibera ribadisce, altresì, gli obblighi di separazione contabile e amministrativa e di contabilità dei costi, nonché l'obbligo di controllo dei prezzi.

Con specifico riferimento a tale ultimo aspetto, la delibera n. 4/06/CONS, nel modificare l'indirizzo proposto in consultazione pubblica, definisce un meccanismo di controllo pluriennale dei prezzi con vincolo di riduzione IPC -4,75% per gli anni 2006 e 2007. Il meccanismo suddivide, inoltre, i servizi in 4 panieri in base alla necessità di evitare sussidi incrociati a detrimento dei servizi in forte crescita ma con minori volumi.

Ciascun paniere include anche i contributi di attivazione e le quote *una tantum* relative alla gestione del servizio stesso, ai quali è imposto il medesimo vincolo di variazione dei prezzi. La delibera n. 4/06/CONS, integrando la proposta di provvedimento, fissa articolati obblighi di offerta non solo sui servizi di accesso disaggregato ma anche sui relativi servizi accessori, impone la stipula di un contratto sul livello del servizio (*Service Level Agreement-SLA*), penali di fornitura e di ripristino e definisce condizioni di offerta per il servizio di co-locazione; quest'ultimo non più legato soltanto all'accesso disaggregato, ma accessorio a tutti i servizi intermedi che Telecom Italia è obbligata a offrire.

Tra le principali integrazioni proposte dalla delibera n. 4/06/CONS spicca la definizione di modalità di migrazione tra operatori per i servizi di accesso disaggregato. La delibera summenzionata reca infatti, all'art. 18,

nuove e più complete modalità di passaggio degli utenti tra i diversi servizi di accesso disaggregato, tali da consentire la migrazione tra due operatori alternativi con minima interruzione di servizio e con il mantenimento del numero assegnato. Un'ulteriore integrazione prevede la possibilità, per gli utenti degli operatori alternativi, di poter lasciare l'operatore di *unbundling* e ritornare a rivolgersi a Telecom Italia comunicando direttamente a quest'ultima la propria volontà.

Tali disposizioni sono riproposte trasversalmente anche nei mercati dei servizi a banda larga e dei servizi di accesso in WLR (mercati n. 12, n. 1 e n. 2 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003) al fine di mettere a punto modalità di migrazione omogenee tra tutti i servizi di accesso che salvaguardino la volontà dell'utente finale di scegliere liberamente tra le diverse offerte, indipendentemente dai servizi di accesso intermedi impiegati da ciascun operatore.

Per tali procedure, che richiedono la stipula di accordi tra tutti gli operatori, inclusa Telecom Italia, per aspetti quali, ad esempio, la portabilità del numero, le causali di rifiuto e l'instradamento delle chiamate, l'Autorità ha disposto che esse entrino in vigore solo previo accordo tra le parti riservandosi di intervenire con decisione vincolante sui punti controversi. Al fine di vigilare sul processo di implementazione, l'Autorità, con la determina n. 11/06/SG, ha istituito un apposito tavolo tecnico al fine di coinvolgere tutti gli operatori e realizzare il confronto con le Associazioni di consumatori.

*Il mercato dei servizi dell'accesso a banda larga
all'ingrosso (mercato n. 12)*

Con la pubblicazione della delibera n. 34/06/CONS sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 44 del 22 febbraio 2006, l'Autorità ha concluso l'analisi del mercato dei servizi dell'accesso a banda larga all'ingrosso (mercato n. 12 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003) avviata nel marzo 2005 con la delibera n. 117/05/CONS con la quale si sottoponevano a consultazione pubblica nazionale gli orientamenti dell'Autorità circa il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso. Successivamente allo svolgimento della consultazione pubblica, l'Autorità aveva adottato, in data 29 settembre 2005 una proposta di provvedimento che era stata trasmessa all'Autorità garante della concorrenza e del mercato – ai sensi dell'art. 19 del Codice e dell'Accordo di collaborazione stipulato con la suddetta Autorità – e notificata alla Commissione europea e alle Autorità dei Paesi membri, ai sensi dell'art. 12, comma 3 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Nel proprio provvedimento finale l'Autorità, in virtù dei pareri sostanzialmente adesivi dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e della Commissione europea, nel confermare la definizione precedentemente data, ha individuato un mercato di dimensione nazionale comprendente i servizi di connettività all'ingrosso offerti attraverso diverse piattaforme tecnologiche, quali quella xDSL, in fibra ottica e satellitare. Allo stesso modo, l'Autorità ha confermato la designazione di Telecom Italia quale impresa avente un significativo potere di mercato e l'imposizione

degli obblighi regolamentari (precedentemente individuati) di accesso alla rete, di trasparenza, di non discriminazione, di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi.

L'Autorità ha però ritenuto opportuno specificare, nell'ambito del provvedimento, che nel periodo intercorrente fra l'entrata in vigore dello stesso e l'approvazione dell'offerta di riferimento per i servizi *bitstream*, permane in capo a Telecom Italia l'obbligo di comunicazione delle condizioni tecniche (inclusi gli SLA) ed economiche che caratterizzano ciascuna nuova offerta al dettaglio e all'ingrosso di servizi a banda larga, con almeno 90 giorni di anticipo rispetto all'avvio della commercializzazione delle stesse (30 giorni nel caso in cui la nuova offerta differisca dalle precedenti solo nelle condizioni economiche). Tale obbligo, funzionale alla verifica della correttezza del *minus*, applicato per le offerte all'ingrosso, scoraggerebbe l'adozione, da parte di Telecom Italia, di politiche escludenti durante la fase di transizione dal meccanismo di recupero dei costi basato sul *retail minus* a quello basato sull'orientamento al costo previsto dal provvedimento.

L'Autorità, in applicazione dell'art. 14 della delibera n. 34/06/CONS, ha dato avvio, in data 3 aprile 2006, con la determina n. 11/06/SG, ai lavori del tavolo tecnico per l'implementazione del servizio *bitstream* istituito al fine di chiarire e di precisare tutti gli aspetti tecnici, economici e contabili propedeutici all'implementazione del servizio.

*I mercati delle chiamate nella rete telefonica pubblica
in postazione fissa*

*I mercati dei servizi telefonici locali e/o nazionali disponibili
al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non
residenziali (mercati n. 3 e n. 5)*

L'Autorità ha avviato il 3 gennaio 2005, con la delibera n. 410/04/CONS, la consultazione pubblica sulla proposta di provvedimento in merito all'identificazione e all'analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per i clienti residenziali e non residenziali, alla valutazione e sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e agli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercati n. 3 e n. 5 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea dell'11 febbraio 2003). La consultazione pubblica è stata finalizzata ad acquisire osservazioni, elementi di informazione e di documentazione da soggetti portatori di interessi nei mercati in esame.

In risposta alla consultazione pubblica gli operatori Albacom, l'Associazione italiana Internet *Provider* (AIIP), Colt Telecom, Eutelia, Fastweb, H3G, MCI, Telecom Italia, Tele 2, Tiscali, Vodafone, Welcome Italia, Wind hanno presentato le loro osservazioni. I documenti di risposta sono stati illustrati nell'ambito di audizioni che hanno avuto luogo in data 3 febbraio 2005, per le società Albacom, Colt Telecom, Eutelia, Fastweb, Tiscali e Wind Tele-

comunicazioni in audizione congiunta, per la società Telecom Italia e per la società Vodafone.

Nel provvedimento di consultazione l'Autorità ha valutato, in base alle caratteristiche della domanda e dell'offerta, l'esistenza di un mercato residenziale e non residenziale per le chiamate in postazione fissa differenziate per direttrice. Una volta definito il mercato rilevante per direttrici e per categorie di clientela, si è proceduto alla definizione dello stesso dal punto di vista geografico. L'Autorità ha quindi identificato, a livello nazionale, i seguenti mercati:

- a) mercato dei servizi telefonici locali forniti in postazione fissa per clienti residenziali;
- b) mercato dei servizi telefonici locali forniti in postazione fissa per clienti non residenziali;
- c) mercato dei servizi telefonici nazionali forniti in postazione fissa per clienti residenziali;
- d) mercato dei servizi telefonici nazionali forniti in postazione fissa per clienti non residenziali;
- e) mercato dei servizi telefonici fisso-mobile forniti in postazione fissa per clienti residenziali;
- f) mercato dei servizi telefonici fisso-mobile forniti in postazione fissa per clienti non residenziali.

In considerazione della posizione di dominanza di Telecom Italia su tutte le direttrici dei mercati dei servizi telefonici residenziali e non residenziali, l'Autorità ha espresso l'orientamento, nel documento sottoposto a consultazione pubblica, volto a confermare le misure regolamentari in essere sui mercati dei servizi di telefonia al dettaglio, mantenendo *inter alia* un controllo sui prezzi massimi attraverso il meccanismo del *price cap* e sui prezzi minimi attraverso i test di prezzo.

Tuttavia, al fine di acquisire ulteriori elementi per la valutazione del significativo potere di mercato, l'Autorità, nel novembre 2005, ha ritenuto opportuno richiedere un aggiornamento dei dati di traffico per i servizi telefonici al dettaglio distinti per segmento di clientela e per direttrice locale, nazionale e fisso-mobile per gli anni 2003-2005.

Inoltre, in considerazione dei recenti sviluppi dei servizi *Voice over Internet Protocol* (VoIP), l'Autorità ha richiesto agli operatori, nel febbraio 2006, di fornire i dati di traffico per tali servizi con lo scopo di acquisire informazioni circa lo sviluppo dei servizi a traffico offerti tramite tecnologie VoIP da decade "0".

Infine, a seguito delle osservazioni ricevute dagli operatori nell'ambito della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 410/04/CONS, l'Autorità ha ritenuto di dover approfondire alcune posizioni espresse nel documento di consultazione, relative alle misure per il controllo sui prezzi dei servizi al dettaglio, alle procedure per la presentazione e valutazione delle offerte, nonché alle misure proposte per la valutazione di offerte in *bundling* da parte di Telecom Italia. A tal fine, in data 17 marzo 2006, l'Au-

torità ha avviato, con delibera n. 87/06/CONS, una consultazione pubblica a integrazione di quanto proposto nella delibera n. 410/04/CONS, allo scopo di acquisire le osservazioni degli operatori circa gli orientamenti proposti. Hanno risposto all'integrazione di consultazione gli operatori Albacom, Colt, Eutelia, Fastweb, Tele 2, Tiscali e Wind, che hanno presentato un documento congiunto, e l'operatore Telecom Italia. Gli operatori hanno illustrato i propri documenti nel corso di due audizioni tenutesi in data 18 aprile 2006.

L'Autorità, alla luce dell'analisi e delle valutazioni svolte, delle osservazioni raccolte nel corso della consultazione pubblica indetta con delibera n. 410/04/CONS e dell'integrazione alla consultazione pubblica avviata con delibera n. 87/06/CONS, nonché degli ulteriori dati acquisiti circa l'andamento dei mercati in esame, definirà il provvedimento finale relativo all'analisi dei mercati n. 3 e n. 5.

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

L'Autorità, nello schema di provvedimento relativo all'analisi dei mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 4 e n. 6 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003), inviato nel maggio 2006 all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e alla Commissione europea secondo quanto previsto dal quadro regolamentare europeo e dal Codice delle comunicazioni elettroniche, ha confermato l'orientamento espresso nel documento di consultazione pubblica (delibera n. 414/04/CONS) ovvero che la società Telecom Italia è in posizione di dominanza nei mercati rilevanti oggetto dell'istruttoria.

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

Per quanto riguarda l'evoluzione dei mercati in esame, il traffico internazionale, misurato in termini di minuti, è progressivamente cresciuto fino al 2002. Tale incremento si è mostrato sostenuto nel periodo 2000-2001, con una crescita pari a circa il 13%. Nell'anno successivo, si è assistito a un rallentamento di tale incremento e poi all'avvio di un *trend* decrescente, soprattutto nel mercato residenziale.

La direttrice internazionale presenta, in termini di ricavi, invece, nel periodo 2000-2005, un *trend* decrescente, sia nel mercato residenziale, sia in quello non residenziale. Tale decremento è dovuto soprattutto alla progressiva riduzione dei prezzi delle chiamate. Infatti, a fronte di un decremento del traffico internazionale intorno al 4%, si è avuta una riduzione complessiva dei ricavi di circa il 40%.

Pertanto, sulla base della notifica della società Telecom Italia quale operatore con significativo potere di mercato nei mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali, l'Autorità ha definito le nuove misure regolamentari che intende imporre all'operatore dominante e, in particolare, ha previsto:

1. la conferma della decisione, assunta con la delibera n. 289/03/CONS, di escludere le chiamate internazionali residenziali e non residenziali di Telecom Italia dal controllo tramite il meccanismo di *price cap*;
2. la revoca dell'obbligo, previsto dalla delibera n. 152/02/CONS, di sottoporre i prezzi delle chiamate internazionali residenziali e non residenziali al controllo anche tramite il test di prezzo;
3. il mantenimento degli altri obblighi, previsti sempre dalla delibera n. 152/02/CONS, concernenti le modalità e le tempistiche di comunicazione delle condizioni economiche dei servizi offerti alla clientela residenziale e non residenziale;
4. relativamente agli obblighi di trasparenza in merito alle offerte commerciali proposte dall'operatore dominante, l'imposizione dell'obbligo della pubblicazione, sul proprio sito *web*, delle informazioni relative alle condizioni economiche, alle condizioni di fornitura e ai termini di tutte le offerte commerciali, nella stessa giornata di avvio sul mercato di una nuova offerta, ovvero nel giorno di decorrenza di variazioni di offerte già presenti sul mercato. I prezzi, le condizioni ed i termini di fornitura dovranno essere quelli per i quali si sia concluso l'*iter* di verifica *ex ante* e dovranno essere pubblicati riportando la data in cui sono entrate in vigore. Rimane, infine, fermo l'obbligo previsto dall'art. 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche posto a tutela degli utenti finali, di informare gli abbonati, a qualunque titolo, con adeguato preavviso, non inferiore a un mese rispetto alla data della loro attuazione, della modifica delle condizioni contrattuali per essi in vigore, compresa, quindi, la modifica degli schemi di prezzo.

*I mercati all'ingrosso dell'interconnessione di rete fissa
(mercati n. 8, n. 9 e n. 10)*

In data 20 aprile 2006 l'Autorità ha approvato la proposta di provvedimento relativa all'analisi dei mercati all'ingrosso della raccolta, terminazione e transito (mercati n. 8, n. 9 e n. 10 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003) per il successivo inoltrare all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, alla Commissione europea e alle Autorità di regolamentazione degli altri Stati membri.

La proposta ribadisce, sostanzialmente, tutti i principali aspetti sottoposti a consultazione pubblica con la delibera n. 30/05/CONS, inerenti la

definizione dei mercati in oggetto, l'individuazione degli operatori dotati di significativo potere di mercato e i relativi obblighi regolamentari.

Relativamente alla definizione dei mercati, la proposta di provvedimento, nel confermare le definizioni sottoposte a consultazione, evidenzia, con maggiore chiarezza, l'appartenenza ai mercati individuati dei servizi di telefonia su rete a commutazione di pacchetto di Telecom Italia, in quanto sostituibili con i servizi in tecnologia tradizionale.

Con riferimento all'individuazione degli operatori con significativo potere di mercato, la proposta di provvedimento, anche sulla base di dati aggiornati al 2005, conferma l'identificazione di Telecom Italia quale operatore dominante nei mercati della raccolta, terminazione e transito e di ciascun operatore, dotato di rete di accesso, nel mercato individuale della terminazione sulla propria rete. La proposta ribadisce, inoltre, la necessità di rimuovere le notifiche in capo a Telecom Italia e a Wind nel mercato della terminazione Internet *dial-up*, in quanto ritenuto concorrenziale, e in capo a Telecom Italia per la terminazione delle chiamate verso direttrici estere, poiché non risulta necessario introdurre misure di regolamentazione *ex ante*.

In merito agli obblighi imposti a Telecom Italia, nel ribadire quanto già sottoposto a consultazione pubblica, la proposta meglio specifica gli obblighi in materia di trasparenza, non discriminazione, accesso a determinate risorse di rete, di pubblicazione dell'offerta di riferimento, separazione contabile e amministrativa, nonché di contabilità dei costi e controllo dei prezzi.

Con particolare riferimento a quest'ultimo aspetto, sulla base di ulteriori dati contabili, la proposta modifica le tempistiche di applicazione del *network cap*, (da applicarsi per le offerte di riferimento relative al periodo 2007-2009 e non più a quello 2006-2008), i vincoli di variazione dei panieri della raccolta e terminazione (IPC-13,2% al 2007 e IPC-9,9% per il 2008 e il 2009, in luogo del valore in precedenza proposto pari ad IPC-11,3%) e i vincoli di riduzione per i panieri del transito e dei servizi accessori (IPC-13,2% al 2007 e IPC-9,9% per il 2008 ed il 2009 in luogo del valore IPC-IPC). La proposta prevede, inoltre, l'introduzione di due separati panieri di servizi, relativi alla fatturazione e all'accesso da telefonia pubblica, per i quali si propone un vincolo di variazione pari ad IPC-IPC.

Tra gli obblighi in capo a Telecom Italia, risultanti dall'esito degli approfondimenti della consultazione pubblica, rientrano nella proposta di provvedimento:

- le misure sul reinstradamento delle chiamate in caso di portabilità del numero "successiva" tra operatori terzi, al fine di consentire un'efficiente portabilità dei numeri di rete fissa tra operatori alternativi;
- le integrazioni alle misure in materia di carrier preselection, le cui modalità di attivazione e disattivazione sono state riviste per tener conto della normativa sui contratti a distanza, introducendo, a valle del contratto tra operatore e utente, l'obbligo di richiedere la firma di un modulo d'ordine che permetta di limitare l'incidenza delle attivazioni non richieste;

- gli obblighi di interconnessione ai nodi della rete broadband di Telecom Italia per l'accesso ai servizi vocali di raccolta, di terminazione e transito;
- l'introduzione di un servizio all'ingrosso di accesso ai sistemi di fatturazione da telefonia pubblica con carte a tariffazione specifica;

Relativamente agli obblighi imposti agli operatori di terminazione diversi da Telecom Italia, il provvedimento, oltre a fissare quelli di trasparenza e non discriminazione per l'offerta del servizio di terminazione vocale, definisce un limite di prezzo massimo pari a 1,54 centesimi di euro al minuto. Tale valore è, tuttavia, derogabile in casi concreti; la proposta, infatti, prevede che gli operatori possano fare istanza all'Autorità documentando i propri costi e fornendo, su richiesta dell'Autorità, la certificazione dei sistemi di contabilità in modo da consentire alla stessa di esprimersi in merito al prezzo del servizio di terminazione.

I mercati delle linee affittate

I mercati delle linee affittate all'ingrosso (mercati n. 13 e n. 14)

Nel mese di gennaio del 2006 (delibera n. 45/06/CONS) l'Autorità ha concluso le attività istruttorie relative all'analisi dei mercati dei segmenti terminali (*terminating*) e circuiti interurbani (*trunk*) di linee affittate (mercati n. 13 e n. 14 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003). In tale ambito, l'Autorità ha provveduto a definire puntualmente i confini geografici e di prodotto dei mercati rilevanti, a identificare le imprese detentrici di significativo potere di mercato e a imporre i relativi obblighi regolamentari.

Nel corso del procedimento istruttorio, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica le proprie proposte di provvedimento e ha richiesto, all'esito di tale consultazione, un parere, sul provvedimento finale, all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e alla Commissione europea, ricevendo riscontri positivi sull'intero impianto dell'analisi di mercato.

L'Autorità ha, quindi, confermato con la delibera n. 45/06/CONS le proposte di provvedimento poste a consultazione pubblica (delibera n. 153/05/CONS) riguardanti la definizione geografica e di prodotto dei mercati rilevanti n. 13 e n. 14, l'identificazione di Telecom Italia quale unico operatore detentore di significativo potere di mercato e l'imposizione di obblighi in materia di uso delle risorse, di trasparenza, non discriminazione, nonché di separazione contabile, contabilità dei costi e di controllo dei prezzi.

In particolare, l'offerta di linee affittate all'ingrosso dovrà essere distinta in segmenti terminali e circuiti interurbani di lunga distanza in funzione dei bacini regionali trasmissivi (circa 20) che saranno definiti sulla base della topologia di rete effettiva di Telecom Italia. A differenza di quanto previsto dal vecchio quadro regolamentare, entrambi i servizi potranno essere utilizzati dagli operatori alternativi di rete fissa e mobile a prescindere dalle finalità d'uso. I servizi in questione potranno essere domandati dagli ope-

ratori alternativi attraverso l'interconnessione a un nodo appartenente alla rete regionale di riferimento di Telecom Italia, oppure attraverso i raccordi interni di centrale nel caso di co-locazione presso la centrale. Nel caso in cui un operatore alternativo intenda raggiungere ambiti regionali all'interno dei quali non dispone di un punto di presenza, potrà richiedere, a Telecom Italia, i circuiti interurbani (segmenti *trunk*) che rappresentano un servizio di trasporto di lunga distanza per collegare due o più bacini regionali trasmissivi.

Il provvedimento dell'Autorità disciplina anche la fornitura dei flussi di interconnessione e dei raccordi interni di centrale, in quanto elementi accessori necessari per la fruizione di tutti i servizi all'ingrosso regolamentati, tra cui anche i segmenti terminali e i circuiti interurbani di linee affittate. Analogamente a questi ultimi, anche i flussi di interconnessione e i raccordi interni di centrale sono soggetti a obblighi di orientamento al costo, secondo le modalità previste dal meccanismo di *network cap*.

In merito alla disciplina delle condizioni economiche, cui sono soggetti i servizi inclusi nei mercati n. 13 e n. 14, la principale novità riguarda il passaggio da un meccanismo di *retail minus* a un sistema di controllo pluriennale dei prezzi massimi (cosiddetto *network cap*) che impone obblighi di orientamento al costo anche in relazione ai segmenti terminali. In particolare, il sistema di *network cap* prevede una riduzione annuale del 9,6% (al lordo dell'inflazione) nel caso dei prezzi dei segmenti terminali e il mero recupero dell'inflazione, nel caso dei prezzi dei circuiti interurbani di lunga distanza.

Con tale provvedimento, l'Autorità ha, quindi, regolamentato in modo differenziato le condizioni economiche praticabili da Telecom Italia nella fornitura dei segmenti *terminating* e *trunk*, al fine di promuovere la concorrenza tra operatori che hanno già effettuato o realizzeranno investimenti in infrastrutture di rete proprie per il trasporto di breve e lunga distanza.

Mercato delle linee affittate al dettaglio (mercato n. 7)

Per quanto riguarda il mercato al dettaglio delle linee affittate (mercato n. 7 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003), nel mese di novembre 2005, l'Autorità ha notificato alla Commissione europea la proposta di provvedimento finale, che integra quella sottoposta a consultazione pubblica (delibera n. 411/04/CONS) con le osservazioni pervenute da parte degli operatori e con le valutazioni dell'Autorità.

L'Autorità, a seguito delle osservazioni pervenute dalla Commissione europea circa la non piena efficacia delle argomentazioni addotte in relazione all'esistenza di un unico mercato rilevante per le basse e medie velocità (fino a 2 Megabits, inclusi) e le alte velocità (oltre i 2 Megabits e fino ai 155 Megabits), ha ritirato la propria proposta di decisione e ne ha predisposto una nuova, notificata alla Commissione europea nel mese di aprile 2006, nella quale, anche alla luce delle risultanze delle analisi dei corrispondenti mercati all'ingrosso, ha individuato come mercato rilevante delle linee affittate al dettaglio, il mercato dei circuiti analogici e digitali di capacità fino

ai 2 Megabits inclusi (coincidente con l'insieme minimo definito dalla raccomandazione della Commissione europea). Relativamente a tale mercato, l'Autorità ha proposto la notifica della società Telecom Italia come detentrica di significativo potere di mercato e l'imposizione degli obblighi di trasparenza, di non discriminazione, di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi.

In particolare, per quanto riguarda l'obbligo di controllo dei prezzi, l'Autorità ha proposto di applicare ai circuiti diretti facenti parte dell'insieme minimo un meccanismo di programmazione dei prezzi su base pluriennale (c.d. *price cap*), con uno specifico vincolo per i circuiti numerici di velocità pari a 2 Mbit/s. Infine, l'Autorità ha proposto di rimuovere gli obblighi regolamentari vigenti a livello *retail* per tutti i circuiti di capacità superiore a 2 Mbit/s.

I mercati della telefonia mobile

Mercati dell'accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (mercati n. 15 e n. 15 bis)

In data 4 agosto 2005, l'Autorità ha pubblicato la propria analisi (allegato b alla delibera n. 306/05/CONS) relativa al mercato dell'accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 15 tra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003). Successivamente, nel mese di settembre, ai sensi dell'art. 3 della delibera n. 453/03/CONS, l'Autorità ha convocato in audizione le imprese che hanno presentato apposita istanza al fine di illustrare le proprie osservazioni in merito al documento sottoposto a consultazione pubblica.

All'esito della consultazione pubblica, tenuto conto delle osservazioni pervenute dagli operatori, l'Autorità ha predisposto la proposta di provvedimento che è stata notificata, nel mese di ottobre, alla Commissione europea e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato. La Commissione europea ha espresso parere favorevole, mentre l'Autorità garante della concorrenza e del mercato si è riservata di formulare una valutazione conclusiva solo al termine del proprio procedimento istruttorio sulla materia, ancora in corso al momento della formulazione del parere.

Nel febbraio 2006, l'Autorità ha approvato la delibera n. 46/06/CONS conclusiva dell'analisi del mercato dell'accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili. In tale delibera è stato individuato un unico mercato nazionale per la fornitura congiunta dei servizi di accesso e raccolta forniti dagli operatori di rete mobile a operatori sprovvisti di risorse radio, al fine di consentire, a questi ultimi, la possibilità di offrire agli utenti finali servizi sia vocali sia dati (ad esempio, gli SMS). L'Autorità ha concluso che nel mercato dell'accesso e raccolta delle chiamate sulle reti telefoniche pubbliche mobili non si riscontrano posizioni di dominanza singola e/o congiunta o alterazioni sostanziali della concorrenza e ha, pertanto, ritenuto di non imporre alcun obbligo regolamentare in capo agli operatori di rete mobile e di confermare la situazione regolamentare vigente. A tal riguardo si evidenzia che, con riferimento all'apertura delle reti agli operatori sprovvisti

di risorse radio, allo stato non sussiste per gli operatori mobili alcun obbligo a contrarre, tuttavia, ciò non esclude la possibilità di negoziazione volontaria tra le parti, su base commerciale, nel rispetto dei principi di trasparenza e non discriminazione.

Nell'ambito della stessa delibera, inoltre, l'Autorità ha avviato un'attività di monitoraggio finalizzata a seguire l'evoluzione del mercato dei servizi di accesso e raccolta, ponendo particolare attenzione alle relazioni tra gli operatori infrastrutturati e quelli sprovvisti di rete (operatori virtuali), il cui ingresso – anche sul mercato italiano – potrebbe produrre benefici in termini di riduzione dei prezzi finali.

Infine, l'Autorità ha ritenuto opportuno rimandare a un'apposita analisi di mercato le considerazioni relative al servizio di fornitura all'ingrosso del servizio di originazione per consentire agli utenti mobili l'accesso a servizi erogati su numerazioni non geografiche. L'Autorità, infatti, ritiene che tali servizi rappresentino uno specifico mercato (convenzionalmente denominato mercato n. 15 *bis*) caratterizzato da condizioni di domanda e di offerta, nonché da dinamiche concorrenziali specifiche.

Nel mese di aprile 2006 l'Autorità, con la delibera n. 162/06/CONS, ha aperto un procedimento specifico volto all'analisi di tale mercato. A seguito dell'apertura del procedimento, l'Autorità ha inviato le lettere di richiesta dei dati agli operatori al fine di predisporre il documento di analisi da sottoporre a consultazione pubblica.

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

Misure urgenti in materia di fissazione dei prezzi massimi di terminazione delle chiamate vocali su singole reti mobili

Nel luglio del 2005, l'Autorità ha approvato (delibera n. 286/05/CONS) l'introduzione di misure urgenti in materia di fissazione dei prezzi massimi di terminazione delle chiamate vocali su singole reti mobili, secondo quanto disposto dall'art. 12, comma 6, del Codice delle comunicazioni elettroniche. L'Autorità ha rilevato, infatti, la sussistenza di condizioni di straordinarietà e di urgenza tali da esigere l'adozione di un provvedimento temporaneo cautelare nel mercato nazionale della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili.

Al fine di valutare l'eccezionalità e la gravità della situazione in essere l'Autorità ha mostrato come tali tariffe risultino, in particolare per i due operatori TIM e Vodafone superiori ai costi derivanti dalla loro contabilità regolatoria già a partire da quella relativa all'anno 2001. La tariffa di terminazione di WIND mostra livelli anche maggiori se si considera che tale valore, prima dell'intervento regolamentare di cui alla delibera n. 286/05/CONS, risultava essere superiore a 18 centesimi di euro al minuto, a fronte dei 14,95 centesimi di euro praticati da TIM e Vodafone.

L'Autorità ha ritenuto che tali circostanze, in un contesto in cui i costi tendono dinamicamente a decrescere, si traducano in un incremento, nel tempo, della forbice tra prezzi e costi del servizio di terminazione su rete mobile in evidente contrasto con la tutela dei consumatori e con la salvaguardia della concorrenza.

Quanto sostenuto è, peraltro, confermato dall'analisi del contesto internazionale da cui risulta che lo scostamento dei prezzi di terminazione praticati dagli operatori notificati rispetto alla media europea è sensibilmente aumentato nel corso del 2005 e risulta ulteriormente accresciuto rispetto ad un'analoga rilevazione effettuata nel 2004 dal Gruppo europeo dei regolatori indipendenti (IRG).

In merito alle motivazioni di urgenza che hanno giustificato l'adozione, da parte dell'Autorità, di un provvedimento temporaneo cautelare ai sensi dell'art. 12, comma 6, del Codice delle comunicazioni elettroniche, è stato evidenziato come la riduzione dei prezzi di terminazione delle chiamate vocali contenuta nella proposta di provvedimento di consultazione pubblica non poteva essere attuata prima della fine del 2005 date le attività necessarie per il completamento del procedimento. L'Autorità ha ravvisato, inoltre, la necessità di intervenire mostrando che la proposta di provvedimento, di cui alla delibera n. 465/04/CONS, prevedeva l'applicazione di misure di riduzione del prezzo di terminazione già a partire dal 1 giugno 2005 e ribadendo che la riduzione tariffaria disciplinata dall'Autorità nella delibera n. 47/03/CONS (nella misura del 10% annuo per gli anni 2004-2005) non era stata attuata.

In linea con le valutazioni espresse dall'Autorità nell'ambito della delibera n. 465/04/CONS e in accordo con l'orientamento della Commissione europea definito nella raccomandazione sui mercati rilevanti, l'Autorità ha individuato quattro mercati rilevanti corrispondenti alla terminazione delle chiamate vocali, siano esse originate da rete mobile o da rete fissa, sulle reti di ciascun operatore mobile operante in Italia: TIM, Vodafone, WIND e H3G e ha identificato gli operatori mobili summenzionati come individualmente dominanti nella fornitura del servizio di terminazione sulle proprie reti.

L'Autorità ha proceduto, inoltre, alla definizione dei rispettivi obblighi ritenuti necessari al fine di promuovere l'efficienza economica, la salvaguardia della concorrenza e la tutela degli interessi degli utenti.

In particolare, in merito all'obbligo di controllo del prezzo di terminazione l'Autorità ha ritenuto appropriato fissare, a far data dal 1° settembre 2005, il prezzo massimo di terminazione per gli operatori TIM e Vodafone al valore di 12,10 centesimi di euro al minuto e introdurre lo stesso obbligo in capo a WIND prevedendo per tale operatore un prezzo massimo di terminazione pari a 14,35 centesimi di euro al minuto.

Coerentemente con quanto proposto nell'ambito della delibera n. 465/04/CONS, l'Autorità ha ritenuto che l'imposizione immediata di un obbligo di controllo di prezzo sull'operatore H3G, alla luce del suo recente ingresso sul mercato, della sua ridotta base di utenti, della necessità di salvaguardare il livello degli ingenti investimenti effettuati e della sua situazione finanziaria, risulterebbe un onere eccessivo per tale operatore.

Le summenzionate considerazioni hanno giustificato, pertanto, la non imposizione delle misure di controllo di prezzo in capo a H3G, ma allo stesso tempo l'Autorità si è riservata di poter rivedere tali conclusioni alla luce degli esiti dell'analisi del mercato della terminazione mobile e, in ogni caso, entro 12 mesi dalla pubblicazione della delibera n. 286/05/CONS.

Per quanto riguarda i rimanenti obblighi regolamentari, l'Autorità, ha ribadito che gli operatori notificati sono tenuti al rispetto del regime regolamentare vigente e all'adozione di comportamenti coerenti con il rispetto della concorrenza e, pertanto, non discriminatori.

Le misure temporanee e cautelari introdotte dalla delibera n. 286/05/CONS hanno prodotto effetti sino all'entrata in vigore della delibera n. 3/06/CONS.

Il provvedimento finale

Nel gennaio del 2006 l'Autorità ha completato (delibera n. 3/06/CONS) il procedimento sull'identificazione e analisi del mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui sono soggette le imprese che dispongono di tale potere (mercato n. 16 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003).

In merito alla definizione del mercato, in linea con quanto previsto dalla raccomandazione sui mercati rilevanti e con quanto sostenuto nella proposta di provvedimento di cui alla delibera n. 465/04/CONS, l'Autorità ha confermato l'individuazione di un singolo mercato nazionale della terminazione su ogni singola rete mobile delle chiamate vocali, originate sia dalle reti fisse, sia da quelle mobili, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata (GSM o UMTS).

Relativamente alla valutazione del significativo potere di mercato l'Autorità ha ribadito quanto sostenuto nella delibera n. 465/04/CONS in merito all'assenza di condizioni di concorrenza effettiva nel mercato e, pertanto, ha identificato ciascun operatore di rete mobile (*Mobile Network Operator* – MNO) TIM, Vodafone, WIND e H3G come individualmente dominante nella fornitura del servizio di terminazione mobile vocale sulla propria rete.

Alla luce dell'analisi di mercato effettuata, tenendo conto del contesto concorrenziale emerso, l'Autorità ha proceduto alla definizione di obblighi differentemente graduati in funzione delle diverse caratteristiche di ciascun operatore al fine di promuovere l'efficienza economica, la concorrenza sostenibile e di recare massimo vantaggio ai consumatori.

In particolare, l'Autorità ha imposto a TIM, Vodafone, WIND e H3G l'obbligo di accesso e uso di determinate risorse di rete, l'obbligo di trasparenza, di non discriminazione e di predisposizione di un'offerta di riferimento.

Relativamente al controllo del prezzo di terminazione, viene confermato quanto proposto nella delibera n. 465/04/CONS ossia di mantenere

in capo agli operatori TIM e Vodafone l'obbligo di controllo dei prezzi di terminazione, di orientamento al costo e di predisposizione di un sistema di contabilità regolatoria e di introdurre tali obblighi in capo all'operatore WIND.

In particolare, in merito al controllo dei prezzi, l'Autorità ha introdotto un meccanismo programmato di riduzione dei prezzi di terminazione delle chiamate vocali sulle reti degli operatori mobili per gli anni 2006-2008. A partire dal 1° luglio 2006, il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete degli operatori TIM e Vodafone non dovrà essere superiore a 11,20 centesimi di euro al minuto nel rispetto di un vincolo annuale di riduzione pari a IPC-13%, e lo stesso prezzo non dovrà superare il valore di 12,90 centesimi di euro al minuto per l'operatore WIND con un vincolo di riduzione annuale pari a IPC-16%.

L'Autorità ha, inoltre, stabilito che le variazioni del prezzo di terminazione in rispetto del vincolo di riduzione annuale dovranno essere applicate entro e non oltre le date del 1° luglio degli anni 2007 e 2008. Tali variazioni permetteranno, a luglio 2008, di pervenire al raggiungimento di un valore obiettivo del prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali pari a 8,90 centesimi di euro al minuto per TIM e Vodafone e a 9,5 centesimi di euro al minuto per l'operatore WIND.

Nel perseguire l'obiettivo della verifica del grado di orientamento al costo del prezzo di terminazione, l'Autorità ha fissato in capo a TIM, Vodafone e WIND l'obbligo di predisposizione di un sistema di contabilità regolatoria.

Alla luce della differente posizione di mercato detenuta da H3G l'Autorità ha ritenuto di non applicare in capo a tale operatore l'obbligo di controllo dei prezzi di terminazione, di orientamento al costo e di predisposizione di un sistema di contabilità regolatoria, riservandosi di valutare la possibilità di introdurre l'imposizione di tali obblighi entro il 31 luglio 2006.

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

Con la pubblicazione della delibera n. 78/06/CONS nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 64 del 17 marzo 2006, l'Autorità ha avviato la consultazione pubblica relativa all'analisi del mercato nazionale all'ingrosso dei servizi internazionali di *roaming* per le reti telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 17 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003).

Nella redazione dell'analisi nazionale del mercato n. 17, l'Autorità si è avvalsa dei dati raccolti e dei risultati conseguiti dal *Project team* dell'European Regulators Group (ERG) che durante i mesi precedenti aveva condotto, sotto il coordinamento dell'Autorità italiana, un'analisi congiunta delle condizioni di competitività nei servizi all'ingrosso di *roaming* internazionale in 10 Paesi europei.

L'Autorità, dopo averne valutato l'applicabilità al contesto italiano, ha fatto propria la definizione del mercato proposta dal *Project team* ERG;

tale definizione comprende nell'ambito dei servizi di *roaming* all'ingrosso, i soli servizi di *roaming inbound*, ovvero, i servizi forniti da operatori mobili italiani a operatori mobili stranieri, affinché i clienti di questi ultimi possano accedere a servizi di telefonia mobile nel territorio italiano utilizzando i propri terminali. I servizi all'ingrosso di *roaming outbound*, ovvero, i servizi resi agli operatori italiani, affinché i clienti di questi ultimi possano utilizzare i propri cellulari al di fuori del territorio italiano, sono forniti esclusivamente da operatori stranieri e, pertanto, non rientrano nell'ambito del mercato rilevante italiano.

Si è ritenuto, anche in questo caso in conformità con i risultati del *Project team* dell'ERG, che siano rilevanti i soli servizi di originazione in quanto determinano le tariffe di *roaming wholesale* per il traffico *inbound*. Infatti, quando gli utenti degli operatori mobili stranieri originano una chiamata in Italia, gli operatori mobili italiani forniscono (sostenendo i relativi costi) l'intero servizio *end-to-end*, per il quale ricevono dagli operatori mobili stranieri il pagamento della cosiddetta tariffa interoperatore (IOT). Diversamente, quando gli utenti di operatori mobili stranieri ricevono una chiamata in Italia, gli operatori italiani percepiscono la tradizionale tariffa di terminazione mobile dagli operatori di transito internazionale che si occupano del trasporto internazionale per conto degli operatori mobili stranieri.

Inoltre, dal momento che i servizi vocali e i servizi dati di tipo SMS vengono acquistati nel mercato all'ingrosso in *bundle*, si è ritenuto che debbano rientrare nel medesimo mercato all'ingrosso del *roaming inbound*. Infine, in ottemperanza al principio di neutralità tecnologica previsto dal nuovo quadro regolamentare, l'Autorità ha ritenuto che i servizi vocali forniti su reti di seconda (2G) e terza generazione (3G) debbano essere considerati parte dello stesso mercato rilevante del prodotto.

L'Autorità ha, pertanto, concluso che il mercato all'ingrosso per i servizi internazionali di *roaming* per le reti mobili è il mercato, di dimensione nazionale, dei servizi forniti a operatori di rete mobile stranieri per permettere agli utenti di questi ultimi di originare chiamate e di inviare SMS utilizzando le reti mobili di seconda e terza generazione di tutti gli operatori italiani.

Nella valutazione della dominanza singola l'Autorità ha considerato, sia le quote di mercato detenute dagli operatori attivi, sia altri indicatori di tipo qualitativo e quantitativo. In relazione alle quote di mercato, nessun operatore ha raggiunto, nell'ambito del periodo d'analisi, una quota tale da condurre all'individuazione di una posizione di dominanza.

Le barriere all'ingresso nel mercato si sono rivelate molto elevate, sia per la necessità di disporre di una licenza, sia per gli elevati investimenti connessi allo sviluppo e al lancio commerciale di una rete mobile, di seconda o terza generazione, in grado di coprire il territorio italiano.

D'altra parte, la sostanziale omogeneità dei servizi offerti dagli operatori italiani, congiuntamente alla maturità delle tecnologie di seconda e terza generazione, non sembrano conferire vantaggi o superiorità di tipo tecnologico ad alcun operatore in particolare. Inoltre, la vasta disponibilità di tecniche di direccionamento del traffico rendono possibile agli operatori acquirenti di servizi di *roaming* internazionale l'esercizio di un contropotere

d'acquisto. Queste valutazioni hanno condotto a ritenere che nessuno degli operatori attivi nel mercato nazionale all'ingrosso dei servizi internazionali di *roaming* per le reti telefoniche pubbliche mobili disponga singolarmente di un significativo potere di mercato.

Nella valutazione dell'esistenza di posizioni di dominanza collettiva sono stati utilizzati i criteri elencati nell'allegato II della direttiva quadro ritenuti adatti ad analizzare il contesto competitivo del mercato in esame. In particolare, si è valutata l'omogeneità dei prodotti, la similitudine delle strutture dei costi e delle quote di mercato, l'assenza di innovazione tecnologica e la maturità delle tecnologie.

La valutazione dei summenzionati criteri ha fornito elementi atti a ipotizzare l'esistenza di una dominanza congiunta, nella forma del coordinamento tacito. A questo punto, si è ritenuto corretto verificare se tale valutazione fosse in linea con la prassi decisionale della Commissione e la giurisprudenza della Corte. A tal fine, sono stati utilizzati i cosiddetti tre criteri "Airtours", ovvero la trasparenza del mercato, la stabilità del tacito coordinato e la contemporanea assenza di concorrenza potenziale e di contropotere d'acquisto. A tal proposito, si è valutato che l'attenuazione della trasparenza delle tariffe causata dagli sconti, da un lato, e l'assenza di meccanismi di ritorsione credibili ed efficaci, dall'altro, fanno sì che i tre criteri non risultino contemporaneamente verificati e, pertanto, si è concluso che nel mercato italiano del *roaming* internazionale all'ingrosso non è possibile riscontrare una posizione di dominanza congiunta.

Non avendo riscontrato posizioni di dominanza singola o congiunta l'Autorità non ha imposto alcun obbligo regolamentare in capo agli operatori di rete mobile confermando la situazione regolamentare vigente.

Tutte le società che hanno sottoposto le proprie osservazioni in merito al documento di consultazione hanno sostanzialmente concordato con le valutazioni realizzate dall'Autorità che, dopo aver integrato il documento di analisi con le proprie osservazioni e con quelle degli operatori, ha adottato, in data 27 aprile 2006, una proposta di provvedimento, che è stata trasmessa all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e notificata alla Commissione europea e alle Autorità dei Paesi membri, ai sensi dell'art. 12, comma 3, del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Il mercato delle infrastrutture radio-televisive

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

Il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003) è uno dei mercati ritenuto suscettibile di una regolamentazione *ex ante*. L'Autorità ha pubblicato la proposta di provvedimento relativa al mercato in esame (allegato b alla delibera 61/06/CONS) in data 9 febbraio 2006 sul proprio sito *web* e in data 22 febbraio 2006 sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Nel documento sottoposto a consultazione pubblica, l'Autorità ha individuato tre mercati rilevanti nell'ambito dei servizi di diffusione radio-televisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali:

- mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica;
- mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica digitale;
- mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su piattaforma terrestre in tecnica analogica.

Il documento sottoposto a consultazione pubblica si concentra sulla definizione dei mercati rilevanti e sulla valutazione circa l'esistenza di posizioni di dominanza singola e congiunta. L'Autorità ha preferito preliminarmente focalizzare l'attenzione sull'identificazione e l'analisi dei mercati rilevanti e delle condizioni competitive presenti senza esaminare i possibili obblighi regolamentari in capo agli operatori con significativo potere di mercato, dando la possibilità, ai soggetti interessati, di affrontare in due diverse sedi, e, quindi, meglio approfondire, gli aspetti relativi all'identificazione del mercato e ai rimedi imposti.

Per quanto riguarda la valutazione del significativo potere di mercato, l'analisi delle condizioni strutturali del mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica rileva l'esistenza di un livello di concorrenza ancora insufficiente. Il mercato suddetto è caratterizzato dalla presenza di soggetti verticalmente integrati e di un numero limitato di programmi trasportabili che ne riduce la capacità produttiva complessiva. In particolare, le valutazioni contenute nel documento di consultazione circa le quote di mercato (livello attuale e *trend*) detenute e l'analisi delle caratteristiche strutturali della domanda di mercato e dell'offerta (quali le barriere all'entrata e all'espansione, l'integrazione verticale e le condizioni di accesso alle risorse finanziarie) hanno portato l'Autorità a ritenere che la RAI e RTI usufruiscano di un netto vantaggio rispetto ai concorrenti per quanto concerne il controllo delle infrastrutture difficili da duplicare e del mercato a valle della raccolta pubblicitaria, disponendo, inoltre, di ingenti risorse finanziarie. Tale vantaggio, nell'ambito del mercato in questione che possiede peculiari caratteristiche strutturali derivanti anche dalla normativa che si è succeduta nel tempo, potrebbe, ad avviso dell'Autorità, costituire un ambiente favorevole al tacito coordinamento fra le due imprese che controllano le quote maggiori del mercato. L'Autorità ha, quindi, verificato, alla luce delle caratteristiche specificate nel paragrafo n. 96 delle linee direttrici della Commissione europea l'esistenza di una posizione dominante collettiva concludendo che la RAI e RTI si trovano in una posizione di dominanza collettiva conseguentemente alla presenza di analoghe quote di mercato detenute dalle suddette imprese, all'assenza di una concorrenza sui prezzi e alla presenza di una competizione basata interamente sulla capacità diffusiva. Si evince, inoltre, l'equivalenza dei prodotti forniti e delle quote di popolazione raggiunte, nonché l'analogia nelle strutture dei costi in un mercato caratterizzato da forti ostacoli all'accesso, da una profonda maturità tecnologica e dall'esistenza di legami informali tra i due principali gruppi

che operano in tutti gli stadi della filiera produttiva del settore televisivo detenendo posizioni significative.

Per quanto riguarda, invece, il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica digitale, l'Autorità rileva che la continua evoluzione di tale mercato unitamente alle valutazioni circa le quote possedute dalle imprese, nonché l'analisi delle caratteristiche strutturali dell'offerta e della domanda, inducono, al momento, a escludere la sussistenza di alcuna posizione di dominanza anche in virtù dell'omogeneità delle quote di mercato e della dinamicità del mercato in questione. L'Autorità evidenzia, comunque, che, date le caratteristiche del sistema radiotelevisivo italiano, potrebbe esistere, in prospettiva, l'eventualità che si possa riprodurre nel digitale la stessa configurazione di mercato presente nell'analogico.

Infine, il documento sottoposto a consultazione ha analizzato anche la situazione concorrenziale del mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su piattaforma terrestre in tecnica analogica escludendo l'esistenza di una qualsiasi forma di dominanza in detto mercato. Gli operatori radiofonici attivi, infatti, sono molteplici e detengono quote di mercato compatibili con i limiti indicati nelle Linee direttrici della Commissione europea. Il mercato è caratterizzato da un livello di concorrenza, attuale e potenziale, soddisfacente essendo possibile anche l'accesso da parte di nuovi soggetti.

L'Autorità, a fine marzo 2006, ha convocato in audizione le imprese che hanno presentato apposita istanza al fine di illustrare le proprie osservazioni in merito alla proposta di provvedimento. In totale sono pervenute 14 memorie relative alla consultazione da parte di 15 società e sono state audite 9 società. L'attività attualmente in corso prevede la redazione della sintesi delle osservazioni degli operatori al documento sottoposto a consultazione pubblica e delle valutazioni dell'Autorità a tale riguardo, e la predisposizione del relativo schema di provvedimento.

2.2. LA TELEFONIA FISSA

Durante il 2005, relativamente alle tematiche inerenti la telefonia fissa, l'Autorità ha svolto la propria attività di regolamentazione, vigilanza e sanzione nel rispetto del quadro normativo vigente e parallelamente allo svolgimento delle attività relative alle analisi dei mercati.

In particolare, nell'ambito del periodo compreso tra il mese di maggio 2005 e aprile 2006 gli interventi posti in essere dall'Autorità hanno riguardato le seguenti tematiche:

- verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e mobile notificati;
- verifica del costo netto del servizio universale di Telecom Italia;
- numerazioni per i servizi di informazione abbonati;
- analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso il listino generalizzato;
- analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia mediante pacchetti sconto e offerte specifiche;

- integrazione delle soglie di prezzo massimo previste per la fornitura di servizi associati a particolari numerazioni;
- assegnazione di risorse di numerazione al Dipartimento per le pari opportunità della Presidenza del consiglio dei ministri.

Verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e mobile notificati

Nel corso del 2005, l'Autorità ha espletato le procedure di gara, affidando gli incarichi di verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e mobile notificati, per gli esercizi contabili 2002-2004, nonché di controllo del calcolo del costo netto del servizio universale, afferenti agli anni 2003 e 2004, rispettivamente alla società Mazars&Guerard ed Europe Economics.

Nel mese di dicembre 2005, sono state, altresì, avviate le procedure per dare seguito alla verifica della contabilità dei costi, afferente al servizio di terminazione mobile degli operatori TIM e Vodafone. L'attività di revisione contabile riguarderà, per la prima volta, anche il servizio di terminazione mobile valutato a costi correnti, sulla base delle linee guida approvate dall'Autorità con la delibera n. 399/02/CONS.

Sono, dunque, in corso di revisione da parte della società Mazars&Guerard le contabilità dei costi degli operatori TIM e Vodafone relative agli esercizi contabili 2002-2004 valutate a costi correnti e a costi storici. Alla suddetta società è stato, altresì, affidato dall'Autorità l'incarico di verificare la contabilità dei costi e la separazione contabile dei servizi di rete fissa offerti da Telecom Italia negli esercizi contabili 2002-2004.

Nel mese di dicembre 2005 sono state avviate con Telecom Italia e la società Mazars&Guerard le procedure relative alle attività di verifica della contabilità regolatoria. Anche in questo caso, conformemente a quanto previsto dalle delibere n. 399/02/CONS e n. 152/02/CONS, la contabilità regolatoria riporterà le valorizzazioni degli ammortamenti e del capitale impiegato sia a costi storici, sia a costi correnti.

Verifica del costo netto del servizio universale di Telecom Italia

Nell'ambito del procedimento istruttorio concernente l'applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale e la valutazione dello stesso relativamente all'anno 2003, la società Europe Economics, quale organismo indipendente incaricato dall'Autorità ai sensi dell'art. 62 del Codice delle comunicazioni elettroniche, ha completato le attività di verifica concernenti il calcolo del costo netto presentato da Telecom Italia, operatore fornitore del servizio universale. L'Autorità sta, pertanto, avviando un processo di consultazione pubblica, al fine di acquisire le osservazioni da parte degli operatori di mercato sulle risultanze delle attività di verifica svolte dalla società Europe Economics.

L'Autorità ha avviato, al termine del 2005, il procedimento istruttorio relativo all'applicabilità del meccanismo di ripartizione e di valutazione

del costo netto sostenuto da Telecom Italia nell'anno 2004. In tale ambito, l'Autorità ha provveduto a richiedere agli operatori di mercato informazioni e dati relativi ai costi e ai ricavi previsti dall'allegato 11 del Codice delle comunicazioni elettroniche al fine di valutare, da un lato, il grado di concorrenza raggiunto nei mercati di telecomunicazione e, dall'altro, le quote di contribuzione al fondo di competenza di ciascun operatore. Sulla base dei dati pervenuti, l'Autorità, rilevato il livello competitivo nei mercati, ha determinato l'iniquità dell'onere del costo netto sostenuto da Telecom Italia e conseguentemente ha stabilito l'applicabilità del relativo meccanismo di ripartizione.

La società Europe Economics svolgerà le attività di verifica del calcolo del costo netto del servizio universale, relativo all'esercizio contabile 2004, a seguito dell'adozione, da parte dell'Autorità, del provvedimento finale concernente l'applicabilità del meccanismo di ripartizione e di valutazione del costo netto relativo all'anno 2003.

Numerazioni per i servizi di informazione abbonati

L'Autorità, ha identificato all'art. 24 del Piano nazionale di numerazione (delibera n. 9/03/CIR), la numerazione a quattro cifre "12XY" per l'espletamento dei servizi di informazione abbonati, demandando a uno specifico procedimento la definizione del calendario di attuazione, dei requisiti soggettivi per l'attribuzione dei diritti d'uso e delle relative modalità di attribuzione dei diritti d'uso delle numerazioni in questione.

La delibera n. 15/04/CIR ha dettato le modalità di attribuzione dei diritti d'uso della numerazione "12XY", il termine per l'apertura della stessa – stabilito al 1° luglio 2005, ma con la possibilità di realizzare iniziative informative nei riguardi della clientela già a partire dal 1° marzo 2005 – e le disposizioni per l'espletamento del servizio, ivi incluso, all'art. 7, comma 7, il prezzo massimo dello stesso quantificato in 0,3 euro alla risposta e 1,50 euro al minuto (più IVA).

Nel maggio del 2005 l'Autorità (delibera n. 12/05/CIR) ha ravvisato l'opportunità di modificare il calendario di apertura delle numerazioni per i servizi di informazione abbonati, prevedendo l'avvio del servizio sulle nuove numerazioni a partire dal 1° ottobre 2005, con la contestuale cessazione della numerazione "12". Il termine del servizio sulle numerazioni interne di rete, in decade "4", è stato, invece, fissato al 1° dicembre 2005.

L'Autorità ha attuato un costante monitoraggio dei comportamenti, sia degli operatori di accesso, sia dei nuovi operatori assegnatari della numerazione "12XY", al fine di garantire un rigoroso rispetto delle norme e dei principi finalizzati all'apertura di una corretta competizione, di una piena tutela dell'utenza e dell'imparzialità dell'informazione a essa resa. In tale ambito, nel luglio del 2005, l'Autorità ha emesso ordini a ottemperare, nei confronti di operatori di accesso, il cui comportamento, in particolare nei riguardi della neutralità della messaggistica utilizzata per informare l'utenza dei cambiamenti in corso nel servizio di informazione elenchi abbonati, era stato oggetto di contestazione. La delibera n. 15/04/CIR, al fine di garantire il

dispiegarsi di una corretta competizione fra tutti i soggetti, richiedeva infatti che, in attesa dell'apertura delle nuove numerazioni, il cliente che accedeva al servizio sulle numerazioni già in uso ricevesse un messaggio informativo sui cambiamenti in atto caratterizzato dalla assoluta neutralità, vale a dire che non indirizzasse verso alcuna particolare numerazione o alcun operatore specifico.

Analoga vigilanza è stata attuata sulle modalità di erogazione dei servizi della medesima natura, già offerti su altre numerazioni a sovrapprezzo (numerazioni "892XXX"), che potevano continuare a essere forniti anche in seguito all'apertura delle numerazioni "12XY".

A partire dal 1° ottobre 2005, avviato l'utilizzo delle numerazioni "12XY" per l'offerta dei servizi di informazione abbonati, l'Autorità ne ha monitorato il corretto uso, sia con riguardo all'informazione all'utenza, sia alla correttezza della tariffazione applicata, in relazione al tetto massimo dei prezzi alla risposta e minutari previsti dalla delibera n. 15/04/CIR.

Relativamente alla tematica dell'informazione all'utenza, si evidenzia che la suddetta delibera, ribadendo disposizioni già contenute nel Piano di numerazione (delibera n. 9/03/CIR) per tutte le numerazioni a sovrapprezzo, categoria alla quale la numerazione in questione deve ascriversi, prevede all'art. 3, comma 2, lettera h), tra le condizioni a cui è soggetto l'uso della stessa numerazione: *"l'informazione gratuita al chiamante del costo della chiamata alla numerazione 12xy nonché del costo del servizio di completamento della chiamata eventualmente richiesto dall'utente"*. Non sono state, pertanto, consentite dall'Autorità modalità informative sui costi attraverso il semplice rinvio a un numero verde (numerazione "800 XXXXXX") ma, in subordine a una completa informazione sui prezzi, è stata permessa l'erogazione di un messaggio limitato all'indicazione del prezzo massimo da rete fissa e del prezzo massimo da rete mobile.

A partire dal 1° dicembre 2005, l'Autorità ha fissato il termine per la cessazione dell'erogazione del servizio di informazione abbonati, offerto dagli operatori di accesso, sulla cosiddetta "numerazione interna di rete in decade 4" (gli operatori hanno utilizzato per lo più il numero "412" perché richiamante il tradizionale numero "12" sul quale il servizio era offerto in precedenza). Al fine di garantire un'adeguata informativa agli utenti, che allo stesso tempo non offrisse ingiusti vantaggi competitivi agli operatori di accesso, l'Autorità è intervenuta prontamente (delibera n. 83/05/CIR) per stabilire in dettaglio le modalità di attuazione della chiusura delle numerazioni "412", obbligando gli operatori a fornire, per almeno sei mesi sulla stessa numerazione, messaggi informativi aventi adeguate caratteristiche.

Con la suddetta delibera n. 83/05/CIR, gli operatori sono stati obbligati a comunicare i prezzi del servizio, che sono poi pubblicati sul sito dell'Autorità permettendo agli utenti di realizzare facilmente il confronto tra le varie offerte.

In linea generale, l'azione di vigilanza, finalizzata, come detto, alla tutela dell'utenza e delle condizioni concorrenziali del mercato, è stata effettuata su vari fronti connessi al rispetto delle condizioni poste a base dell'assegnazione della numerazione.

In particolare, il monitoraggio svolto dall'Autorità si è focalizzato, sia sulla necessità di garantire un'adeguata informazione all'utenza, a titolo gratuito, sui costi del servizio, sia sull'esigenza di fornire, su tutto il territorio nazionale, un servizio raggiungibile mediante tutte le reti di comunicazione, incluse quelle di telefonia mobile, nonché sulla verifica del rispetto delle carte dei servizi da parte degli operatori di comunicazione elettronica.

Su quest'ultimo aspetto, peraltro, si sottolinea che, sulla base delle delibere di riferimento (direttiva generale di cui alla delibera n.179/03/CSP e direttiva sui servizi fissi di cui alla delibera n. 254/04/CSP), sono state esaminate le carte dei servizi presentate dagli operatori.

Ogni qual volta l'attività di monitoraggio ha messo in luce che le regole vigenti, ancorché rispettate, non risultavano sufficienti, soprattutto a tutelare adeguatamente gli utenti, l'Autorità ha considerato l'opportunità di realizzare interventi volti a effettuare specifiche modifiche regolamentari. A tale proposito, avendo constatato che le dinamiche concorrenziali non si dimostravano, da sole, efficaci a realizzare la diminuzione del livello dei prezzi dei servizi di informazione abbonati, l'Autorità (delibera n. 8/06/CIR) ha ritenuto necessario introdurre alcune disposizioni volte a determinare un decremento dei tetti massimi precedentemente fissati per i prezzi, portando a 1,20 euro (al netto dell'IVA) il prezzo massimo minutario e mantenendo il prezzo massimo dello scatto alla risposta pari a 0,30 euro (al netto dell'IVA). E' stato, inoltre, previsto un prezzo massimo pari a 1,50 euro (al netto dell'IVA) per le tariffe di tipo forfetario.

Lo stesso provvedimento ha anche introdotto l'obbligo di esplicita accettazione, da parte dell'utente, del servizio di completamento della chiamata attuato attraverso la digitazione della cifra "1" sulla tastiera dell'apparecchio telefonico.

Analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso il listino generalizzato

Il controllo dei prezzi delle offerte praticate da Telecom Italia alla generalità della clientela è svolto nel rispetto dell'applicazione del meccanismo di *price cap*.

Nel corso del 2003 l'Autorità ha emanato la delibera n. 289/03/CONS recante la "Regolamentazione e controllo dei prezzi massimi dei servizi di telefonia vocale offerti da Telecom Italia" con la quale è stata innovata la preesistente disciplina di cui alla delibera n. 171/99, successivamente modificata dalle delibere n. 847/00/CONS e n. 469/01/CONS.

Il nuovo sistema di controllo dei prezzi si applica fino al 31 dicembre 2006.

I vincoli stabiliti dalla delibera n. 289/03/CONS riguardano i servizi di accesso, i servizi a traffico commutato (telefonia locale e interdistrettuale) e, a partire dal 2004, relativamente alle chiamate fisso-mobile, la variazione del ricavo minutario di Telecom Italia (*retention*) che si aggiunge al prezzo di terminazione, richiesto dagli operatori mobili, nella formazione del prezzo pagato dall'utente finale. Per quanto riguarda le chiamate internazionali da

rete fissa, in considerazione di un'offerta di servizi intermedi di terminazione del traffico internazionale ampia e articolata e tale da caratterizzare un mercato contendibile, l'Autorità ha valutato di non sottoporre tali servizi a regime di price cap, riservandosi di rivedere tale valutazione all'esito delle analisi di mercato previste dal nuovo quadro normativo europeo.

La tabella che segue riporta i vincoli imposti dal meccanismo del price cap adottato alla variazione del valore (prodotto prezzi per quantità) del *basket* dei consumi dei servizi oggetto di controllo determinati a partire dal valore dell'IPC (Indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai ed impiegati) per gli anni 2003, 2004, 2005 e 2006.

Tabella 2.1. Vincoli di price cap stabiliti dalla delibera n. 289/03/CONS (%)

Aggregati	Vincoli delibera	Vincoli anno 2003	Vincoli anno 2004	Vincoli anno 2005*	Vincoli anno 2006*
Accesso	IPC - 0	+ 2,3	+ 2,5	+ 2,2	+ 1,9
Canoni					
abbonamento residenziali	IPC - IPC	0	0	0	0
Traffico commutato	IPC - IPC	0	0	0	0
Fisso-mobile (<i>retention</i>)	IPC - 6	-	- 3,50	- 3,80	- 4,10

Fonte: Autorità | * I valori effettivi delle variazioni percentuali massime ammesse dal price cap debbono tener conto dell'eventuale riporto dall'anno precedente conseguente alla realizzazione in tale periodo di incrementi dei prezzi inferiori a quelli consentiti o riduzioni maggiori di quelle richieste; per l'anno 2005, per effetto dei riporti, i valori di +2,2% e -3,80% diventano rispettivamente + 3,46% e -3,79% mentre per l'anno 2006 i target +1,9% e -4,10% risultano rideterminati rispettivamente in +3,45 e -4,09.

Allo scopo di ottemperare agli obblighi previsti dalla delibera n. 289/03/CONS sono state realizzate da Telecom Italia, nell'arco del periodo dal mese di maggio 2005 al mese di aprile 2006, quattro manovre sui prezzi generalizzati dei servizi telefonici offerti al pubblico.

La prima, con decorrenza 1° settembre 2005, ha riguardato i prezzi del servizio fisso-mobile e ha comportato le seguenti variazioni del prezzo al pubblico:

per l'utenza residenziale una diminuzione del prezzo del *set up* e del prezzo in fascia *off peak* pari rispettivamente al 34,4% e al 16,7% e una variazione del prezzo minutarario in fascia *peak* compresa tra il -10,1% (Wind) e il + 30,4% (H3G) circa;

per l'utenza affari una riduzione del prezzo minutarario (non differenziato nelle fasce *peak* e *off peak*) compresa tra lo 0,9% (H3G) e il 31,8% (Wind) circa.

Tabella 2.2. Manovra del 1° settembre 2005 sui prezzi del traffico fisso-mobile (eurocent IVA esclusa)

		Residenziali		Affari	
		in corso	nuovi	in corso	nuovi
	<i>Set up</i>	10,00	6,56	6,56	6,56
TIM	Intera (min)	18,21	17,96	16,31	13,30
	Ridotta (min)	12,00	10,00		

Segue: **Tabella 2.2. Manovra del 1° settembre 2005 sui prezzi del traffico fisso-mobile**

		Residenziali		Affari	
		in corso	nuovi	in corso	nuovi
VODAFONE	<i>Set up</i>	10,00	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	17,80	17,43	18,02	15,00
	Ridotta (min)	12,00	10,00		
WIND	<i>Set up</i>	10,00	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	25,98	23,35	22,67	15,46
	Ridotta (min)	12,00	10,00		
H3G	<i>Set up</i>	10,00	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	24,48	31,93	19,59	19,41
	Ridotta (min)	12,00	10,00		

Fonte: Autorità

Occorre sottolineare che, sia l'entità delle variazioni, sia la loro decorrenza sono frutto dell'intervento dell'Autorità, concretizzatosi con l'adozione della delibera n. 286/05/CONS del 19 luglio 2005, che ha imposto vincoli al livello massimo di prezzo praticabile da parte degli operatori mobili TIM, Vodafone e Wind per il servizio all'ingrosso di terminazione sulle proprie reti a partire dal 1° settembre 2005.

La tabella che segue mette a confronto l'effetto della manovra con gli obiettivi di *price cap* fissati per l'anno 2005 per l'aggregato fisso-mobile evidenziando il rispetto del vincolo e il conseguimento di un credito (riduzione dei prezzi maggiore di quella richiesta) pari allo 0,01%.

Tabella 2.3. Impatto della manovra del 1° settembre 2005

Aggregato	Variazione del valore del paniere				
	Situazione		Target 2005		Credito
	(M.ni euro)	%	(M.ni euro)	%	%
Fisso-mobile (<i>retention</i>)	-19,2	- 3,80	-19,1	- 3,79	0,01

Fonte: Autorità

L'ulteriore vincolo della distribuzione della riduzione di spesa nell'anno (c.d. linearizzazione), fissato dalla delibera n. 847/00/CONS, non ha potuto essere rispettato per effetto della traslazione della manovra dal 2 luglio al 1° settembre, l'Autorità ha, quindi, stabilito di realizzare il suo recupero attraverso un'anticipazione a maggio 2006 delle variazioni dei prezzi del traffico fisso-mobile previste per il medesimo anno.

La seconda manovra, ultima nell'anno 2005, ha interessato i canoni dei servizi di accesso della clientela affari – escluso l'accesso ISDN – e ha realizzato un incremento (rispetto al riferimento rappresentato dalla valorizzazione del medesimo *basket* con i prezzi al 31/12/2004) del valore del *basket* dei consumi per tale categoria di utenza pari al 4,9% (considerando l'intero segmento dell'accesso, l'incremento è stato pari all'1,91%).

La manovra ha positivamente concluso l'applicazione del meccanismo del *price cap* per l'anno 2005, la tabella che segue illustra il risultato conseguito.

Tabella 2.4. Obiettivi di *price cap* per l'anno 2005

	Variazione del valore del paniere				
	Situazione a fine anno (M.ni euro) %*		Target 2005 (M.ni euro) %		Credito %
Servizi di accesso	+ 85,1	+ 1,91	+ 154,4	+ 3,46	1,55
Canoni residenziali (<i>sub cap</i>)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Servizi a traffico	- 0,67	- 0,02	0,00	0,00	0,02
<i>Retention</i> fisso-mobile	-19,2	- 3,80	-19,1	- 3,79	0,01

Fonte: Autorità | * Variazione percentuale rispetto al riferimento costituito dalla valorizzazione del *basket* dell'anno 2003 con i prezzi al 31/12/2004

Nel periodo fino al 30 aprile del corrente anno, è stato realizzato un ulteriore intervento sui prezzi dei canoni per tutti i servizi di accesso offerti alla clientela affari. L'applicazione dei prezzi proposti da Telecom Italia ha comportato un incremento della valorizzazione del paniere dell'accesso pari al 3,45% (circa 153,2 milioni di euro) rispetto al riferimento costituito, per l'anno 2006, dalla valorizzazione del paniere dei consumi dei servizi di accesso dell'anno 2004 con i prezzi in vigore al 31 dicembre 2005.

Di seguito si riportano le variazioni dei prezzi dei servizi di accesso per la clientela affari adottate il 31 dicembre 2005 e il 1° gennaio 2006.

Tabella 2.5. Variazioni dei prezzi dei servizi di accesso per la clientela affari ante manovra e dal 31 dicembre 2005 (euro IVA esclusa)

Canoni clientela affari	Prezzi	
	Ante manovra	Dal 31/12/05
Collegamenti Bidirezionali – Ctg.A	18,30	18,5
Collegamenti Unidirezionali Entranti – Ctg.A	18,30	18,50
Collegamenti GNR	28,30	28,50
Collegamenti GNR con SP	35,30	35,50
Collegamenti GNR – 2 Mbit/s	22,30	22,50
Collegamenti GNR – 2 Mbit/s con SP	28,30	28,50

Fonte: Autorità

Tabella 2.6. Variazioni dei prezzi dei servizi di accesso per la clientela affari adottate il 31 dicembre 2005 e il 1° gennaio 2006 (euro IVA esclusa)

Canoni clientela affari	Prezzi	
	Al 31/12/05	Dal 1/1/06
Collegamenti Bidirezionali – Ctg.A	18,50	19,20
Collegamenti Unidirezionali Entranti – Ctg.A	18,50	19,20
Collegamenti GNR	28,50	30,00
Collegamenti GNR con SP	35,50	37,00
Collegamenti GNR – 2 Mbit/s	22,50	24,00
Collegamenti GNR – 2 Mbit/s con SP	28,50	30,00

Segue: **Tabella 2.6. Variazioni dei prezzi dei servizi di accesso per la clientela affari adottate il 31 dicembre 2005 e il 1° gennaio 2006 (euro IVA esclusa)**

Canoni clientela affari	Prezzi	
	Al 31/12/05	Dal 1/1/06
ISDN Accesso base singolo	29,25	29,95
ISDN Accesso base multiplo Canali Bid./Usc.	28,25	29,75
ISDN Accesso base multiplo Canali Bid./Entr.	20,75	22,25
ISDN Accesso base multiplo Canali GNR	48,25	50,75
ISDN Accesso base multiplo Canali GNR SP	63,25	64,75
ISDN PRA Canali Bidirezionali/Uscenti	14,75	15,55
ISDN PRA Canali Entranti	11,25	12,05
ISDN PRA Canali GNR	21,75	22,55
ISDN PRA Canali GNR SP	27,75	28,55

Fonte: Autorità

L'effetto della manovra rispetto agli obiettivi di *price cap* fissati per l'anno 2006, relativamente al segmento dell'accesso, è riportato nella tabella che segue.

Tabella 2.7. Impatto della manovra del 1° gennaio 2006

Aggregato	Variazione del valore del paniere				
	Situazione a fine anno		Target 2005		Credito
	(M.ni euro)	%	(M.ni euro)	%	%
Accesso	+ 55,08	+ 1,24	+ 153,4	+ 3,45	1,55

Fonte: Autorità

Successivamente, in conformità all'orientamento, maturato nel 2005, di anticipare a maggio 2006 la manovra sul fisso-mobile al fine di recuperare il ritardo con cui allora è stata realizzata la riduzione dei prezzi, è stata approvata, con decorrenza 7 maggio, la variazione dei prezzi del traffico fisso-mobile illustrata dalla tabella che segue.

Tabella 2.8. Variazione dei prezzi del traffico fisso-mobile (eurocent IVA esclusa)

		Residenziali		Affari	
		In vigore	Proposti	In vigore	Proposti
TIM	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	17,96	17,33	13,30	13,17
	Ridotta (min)	10,00	10,00		
VODAFONE	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	17,43	17,02	15,00	14,91
	Ridotta (min)	10,00	10,00		
WIND	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	23,35	22,14	15,46	15,12
	Ridotta (min)	10,00	10,00		
H3G	Set up	6,56	6,56	6,56	6,5
	Intera (min)	31,93	33,32	19,41	19,90
	Ridotta (min)	10,00	10,00		

Fonte: Autorità

Con riferimento agli obiettivi di *price cap* per l'anno 2006, attraverso la manovra proposta si perviene alla situazione illustrata dalla seguente tabella, ovvero, viene completata la riduzione prescritta dalla delibera n. 289/03/CONS per la retention sul prezzo del traffico fisso-mobile.

Tabella 2.9. Impatto della manovra del 7 maggio 2006

Aggregato	Variazione del valore del paniere				
	Situazione a fine anno		Target 2005		Credito
	(M.ni euro)	%	(M.ni euro)	%	%
Fisso-mobile (<i>retention</i>)	-20,7	- 4,09	-20,7	-4,09	0,0

Fonte: Autorità

Analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche

Ai sensi dell'art. 66, comma 1, lettera a) del Codice delle comunicazioni elettroniche, “restano fermi gli obblighi preesistenti relativi alle tariffe al dettaglio per la fornitura di servizi di accesso e per l'uso della rete telefonica pubblica” fintantoché non sia effettuato un riesame e adottata una decisione ai sensi della procedura prevista per le analisi dei mercati al dettaglio dalla raccomandazione della Commissione europea. Pertanto, l'Autorità ha effettuato le valutazioni in merito alle condizioni di offerta al pubblico, praticate da Telecom Italia, sulla base delle delibere n.152/02/CONS e n. 47/03/CONS che definiscono i criteri volti a garantire il rispetto dei principi di trasparenza, orientamento al costo e non discriminazione.

In particolare la delibera n.152/02/CONS, con l'obiettivo di assicurare la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte di Telecom Italia, identifica specifiche modalità di valutazione delle offerte c.d. a pacchetto, per verificare, sia l'orientamento al costo dei prezzi dei servizi offerti dall'operatore notificato, sia la replicabilità di offerte analoghe da parte di un operatore concorrente efficiente, attraverso i test di prezzo. Questi prevedono che il prezzo medio proposto per ciascuna direttrice di traffico superi due livelli di soglia volti a verificare il recupero dei costi e la replicabilità dell'offerta.

La delibera n. 47/03/CONS definisce, invece, i criteri da seguire per assicurare l'applicazione del principio di invarianza della retention praticata da Telecom Italia per il traffico fisso-mobile nei confronti dei diversi operatori mobili.

Le offerte presentate da Telecom Italia e valutate dall'Autorità nel periodo dal mese di maggio 2005 al mese di aprile 2006, sono state numerose e l'analisi realizzata dall'Autorità ha prodotto, a volte, come esito la necessità di richiedere la modifica delle condizioni economiche proposte dall'operatore notificato al fine di garantire il pieno rispetto della normativa vigente. Si segnalano, in particolare, gli esiti delle attività di vigilanza effettuate sull'offerta, rivolta alla clientela affari di Telecom Italia, denominata “Teleconomy

caffè”, che prevede il pagamento di un importo aggiuntivo di 0,80 euro per linea per ogni giorno in cui il cliente effettua anche una sola comunicazione di traffico nazionale di fonia. L'intervento dell'Autorità ha comportato una modifica delle condizioni economiche di offerta inizialmente previste dall'operatore, sia per quanto riguarda la struttura tariffaria delle chiamate nazionali, sia le condizioni economiche previste per il traffico fisso-mobile al fine di garantire l'applicazione dello stesso valore di retention a tutti gli operatori mobili. A tale proposito l'Autorità ha condotto una verifica ispettiva sulle modalità di estrazione, da parte di Telecom Italia, dei dati relativi alla clientela utilizzati nella valutazione *ex ante*.

Al fine di monitorare i consumi dei clienti sottoscrittori dell'offerta ed effettuare la verifica del rispetto del test di prezzo, l'Autorità ha, inoltre, disposto per Telecom Italia la trasmissione, con cadenza bimestrale, dei dati sui consumi per il primo anno di commercializzazione dell'offerta.

L'attività di vigilanza dell'Autorità ha riguardato anche l'offerta denominata “Teleconomy no problem”, rivolta alla clientela residenziale di Telecom Italia, caratterizzata dalla presenza di un canone mensile flat che consente di effettuare chiamate nazionali illimitate e dall'applicazione del listino generalizzato alle restanti comunicazioni.

Tale offerta ha richiesto lo svolgimento di un articolato e complesso iter valutativo che ha comportato la necessità di condurre approfondimenti istruttori relativi alla replicabilità dell'offerta e valutazioni di natura regolamentare sulla struttura tariffaria proposta da Telecom Italia che prevedeva la differenziazione dei prezzi in ragione dell'operatore di terminazione. Su quest'ultimo aspetto, l'Autorità ha confermato la non ammissibilità, fino all'entrata in vigore dei provvedimenti relativi all'analisi dei pertinenti mercati, della differenziazione dei prezzi tra le chiamate originate e terminate sulla rete Telecom Italia (chiamate *on net*) e quelle originate sulla rete Telecom Italia e terminate sulla rete di un altro operatore (chiamate *off net*).

Relativamente agli aspetti di replicabilità dell'offerta “Teleconomy no problem”, a seguito dell'intervento dell'Autorità, Telecom Italia ha modificato le condizioni economiche inizialmente proposte e, successivamente alla valutazione condotta sulla nuova proposta, effettuata anche attraverso l'acquisizione di dati ed elementi di analisi forniti da alcuni operatori alternativi, è stata consentita la commercializzazione di tale offerta a condizione che la stessa venisse sottoposta a una nuova verifica di replicabilità con i dati di consumo a consuntivo relativi al primo semestre.

Tale verifica è in corso di svolgimento da parte dell'Autorità.

L'analisi dell'offerta denominata “Top business”, rivolta alla clientela affari di Telecom Italia e caratterizzata dall'applicazione di tariffe differenti in funzione delle diverse tipologie di traffico, ha evidenziato il possibile superamento della soglia di replicabilità rendendo necessario effettuare approfondimenti sulle dinamiche competitive presenti nel mercato di riferimento. Tali approfondimenti, che hanno tenuto anche conto dei contributi forniti dagli operatori alternativi, non hanno fatto emergere elementi ostativi alla commercializzazione di quanto proposto.

Un'altra offerta di Telecom Italia, che ha richiesto lo svolgimento di un lungo e complesso processo di valutazione e di un articolato iter interlocutorio con la società, è l'offerta di connessione a Internet in modalità dial-up a tariffa flat, che consente l'accesso a Internet tutti i giorni, a tutte le ore, senza alcun limite di tempo. Tale offerta è rivolta sia alla clientela residenziale, con la denominazione commerciale "Teleconomy Internet", sia alla clientela affari, con la denominazione commerciale "On-line business". L'analisi di tale offerta ha reso necessario effettuare numerosi approfondimenti, anche di natura regolamentare, sia sull'impiego della numerazione inizialmente proposta, sia sulle condizioni di replicabilità dell'offerta.

In proposito, merita evidenziare che la struttura dell'offerta alla clientela finale proposta da Telecom Italia, ai fini della replicabilità da parte degli altri operatori, fa riferimento all'offerta di raccolta forfetaria per l'accesso a Internet denominata FRIACO (*Flat Rate Internet Access Call Origination*) e presenta diverse peculiarità rispetto alle consuete modalità applicative degli algoritmi previsti dai test di prezzo.

La valutazione *ex ante*, in considerazione del fatto che non sussistono, allo stato, obblighi specifici che stabiliscano il livello della qualità resa all'utente di un servizio di accesso a Internet in modalità *dial up*, ha, tuttavia, evidenziato l'esistenza di alcune criticità in ordine al rispetto degli obblighi di trasparenza e di corretta informazione degli utenti finali.

L'Autorità ha, pertanto, consentito a Telecom Italia di commercializzare l'offerta condizionandola alla pubblicazione degli indicatori di qualità previsti dalla delibera n. 25/01/CIR, secondo le modalità ivi definite, oltre che all'esito di una successiva verifica.

L'attività di verifica effettuata con i dati di consuntivo relativi ai primi sei mesi di commercializzazione dell'offerta è in corso di svolgimento.

Si segnalano, infine, le peculiari problematiche emerse dall'analisi delle condizioni economiche previste per il traffico fisso-mobile di offerte, rivolte, sia alla clientela residenziale - "Teleconomy famiglia" -, sia alla clientela affari - "Teleconomy one office" -. Entrambe consentono, con la corresponsione di un importo mensile aggiuntivo, di coprire un certo numero di minuti di traffico effettuati verso numeri selezionati appartenenti allo stesso operatore mobile e di applicare prezzi specifici al traffico restante inteso, sia come traffico eccedente il *plafond* dei minuti previsto dall'offerta, sia come traffico diretto verso gli operatori mobili diversi da quello selezionato.

In alcuni casi l'intervento dell'Autorità ha riscontrato la pratica discriminatoria dei prezzi posta in essere da Telecom Italia nei confronti di alcuni operatori, nonché l'esistenza di criticità in merito all'applicazione di particolari sconti, relativamente alla replicabilità dei prezzi previsti per i minuti di conversazione effettuati entro determinati *plafond*.

Per tali offerte, in considerazione della specifica struttura tariffaria che non consente, in genere, di determinare con sufficiente precisione sulla base delle ipotesi effettuate *ex ante*, le quote di traffico realizzate entro e fuori *plafond*, l'Autorità ha ritenuto necessario avviare opportune attività di monitoraggio dei consumi delle offerte al fine di effettuare verifiche specifi-

che sulla base dei dati trasmessi periodicamente da Telecom Italia relativi ai consumi effettivi dei clienti sottoscrittori.

Analoghe considerazioni valgono per le verifiche eseguite sulle condizioni di sconto per il traffico internazionale, commercializzate da Telecom Italia attraverso le particolari opzioni applicabili a numerose offerte c.d. “a pacchetto”.

In termini più generali, sulla base delle recenti istruttorie di valutazione oltre che della consolidata esperienza, l'Autorità ha confermato la necessità di monitorare l'andamento effettivo dei consumi relativi alle offerte poste sul mercato da Telecom Italia, opportunità che era già emersa negli anni passati ma che ha acquistato sempre maggiore rilevanza.

Ciò, sia al fine di individuare le possibili criticità che potrebbero determinarsi a seguito di modifiche nei comportamenti dei consumatori indotte dalla particolare tipologia delle offerte, sia per la particolare struttura delle offerte proposte che comportano, con sempre maggior frequenza, la possibilità di scegliere formule articolate di pricing e sconti sui quali l'analisi *ex ante* può non risultare sufficiente.

L'Autorità, inoltre, nel corso dell'attività di vigilanza, effettua un costante monitoraggio sul rispetto, da parte di Telecom Italia, delle indicazioni dell'Autorità sulla non commercializzazione delle offerte, ovvero, sulla mancata trasmissione delle informazioni richieste.

Integrazione delle soglie di prezzo massimo previste per la fornitura di servizi associati a particolari numerazioni

Secondo quanto previsto dal Piano di numerazione nazionale, il ricorso all'utilizzazione delle numerazioni “0878” è disposto in limitati periodi temporali per consentire la partecipazione di una notevole quantità di utenti a eventi che prevedono un numero molto elevato di tentativi di chiamata concentrati in uno specifico lasso di tempo. In particolare, nell'ambito delle numerazioni per servizi di chiamate di massa, quelle definite dal codice “0878” sono dedicate al servizio di “televoto”, ossia, consentono il conteggio delle indicazioni di voto espresse dal chiamante attraverso la selezione di una specifica numerazione digitata successivamente al codice “0878” medesimo.

A fronte di segnalazioni pervenute all'Autorità, aventi a oggetto l'uso non conforme delle suddette numerazioni rispetto a quanto disciplinato dal Piano nazionale di numerazione, l'Autorità ha ritenuto necessario intervenire (delibera n. 65/05/CONS) al fine di introdurre, in via d'urgenza e nelle more della conclusione del procedimento, una soglia di prezzo per le numerazioni “0878” pari a quanto previsto per la fascia di costo 1° della tabella 2 allegata al Piano nazionale di numerazione, ossia pari a 0,0656 euro (IVA esclusa) per lo scatto alla risposta e a 0,2293 euro (IVA esclusa) per il prezzo minutario.

Nel corso del procedimento l'Autorità ha riscontrato fenomeni di uso improprio o addirittura di frode nell'utilizzo delle numerazioni “0878” (cfr. paragrafo 3.7.) e ha ritenuto, pertanto, necessario confermare (delibera

n. 84/05/CIR) la misura introdotta, in via d'urgenza, dall'art. 2, comma 1, di cui alla delibera n. 65/05/CIR considerando le soglie di prezzo stabilite adeguate alle utilizzazioni per le quali tali numerazioni sono previste.

Assegnazione di risorse di numerazione al Dipartimento per le pari opportunità della Presidenza del consiglio dei ministri

L'Autorità, facendo seguito alla richiesta avanzata dal Dipartimento per le pari opportunità della Presidenza del consiglio dei ministri, ha assegnato allo stesso (delibera n. 69/05/CIR) il codice di pubblica utilità "1522" ai fini dell'accesso, senza onere per il chiamante, a un servizio di comunicazione fornito con lo scopo di sostenere le donne vittime di violenza.

In particolare, la numerazione è stata assegnata al fine di consentire l'istituzione di un *call center* dedicato alle chiamate effettuate da donne vittime di violenza – intra ed extra familiare – e di fornire loro una prima assistenza, sia psicologica, sia giuridica, nonché un supporto specialistico di accoglienza e di indirizzo verso le strutture pubbliche e private (centri anti-violenza, forze dell'ordine, strutture sanitarie) presenti sul territorio nazionale in grado di affrontare le problematiche riscontrate.

2.3. LA TELEFONIA MOBILE

Nel corso del 2005 l'Autorità ha vigilato sul rispetto della normativa vigente da parte degli operatori che forniscono servizi di comunicazione mobile e personale e ha posto in essere atti regolamentari relativi, per lo più, a tematiche e problematiche emerse nell'ambito dei procedimenti relativi alle analisi dei mercati (cfr. paragrafo n. 2.1.). In particolare, nel periodo di riferimento, gli interventi regolamentari e di vigilanza posti in essere dall'Autorità nell'ambito della telefonia mobile hanno riguardato le seguenti tematiche:

- la pratica relativa al blocco dei terminali mobili;
- la vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile;
- la regolamentazione dei servizi televisivi in mobilità.

Blocco dei terminali mobili

L'Autorità è intervenuta per dettare disposizioni regolamentari in tema di blocco dei terminali mobili (*SIM lock*) avviando, il 9 dicembre 2005 con la delibera n. 66/05/CIR, la consultazione pubblica relativa alla pratica del blocco dei cellulari posta in essere dagli operatori di rete mobile.

Il blocco viene effettuato attraverso un'apposita configurazione *software* del terminale mobile che vincola l'utilizzo dello stesso alla presenza di specifiche carte SIM. Il blocco può essere realizzato tramite due modalità denominate *SIM lock* e *operator lock*.

Con la modalità di blocco *SIM lock*, il terminale mobile può funzionare solo con l'inserimento di una determinata carta SIM o USIM (SIM relativa ai servizi UMTS) fornita dall'operatore che offre il terminale e il servizio di comunicazione mobile. Con l'*operator lock* attivato, il terminale può funzionare solo con carte SIM/USIM dell'operatore di rete mobile che fornisce il terminale stesso.

A seguito della consultazione, il 21 febbraio 2006 l'Autorità ha approvato con la delibera n. 9/06/CIR le disposizioni regolamentari in tema di blocco dei terminali mobili. Il provvedimento si applica ai casi di vendita dei terminali mobili da parte di fornitori di servizi di comunicazione mobili e personali, indipendentemente dalla tipologia di contratto o dalla tipologia di blocco, pur rimanendo valido il diritto dell'utente di ricevere informazioni chiare e trasparenti anche nei casi di noleggio o di comodato d'uso del terminale. La delibera introduce garanzie per una maggiore trasparenza nella fornitura di informazioni al cliente e, a tale scopo, affronta anche aspetti riguardanti le modalità di sottoscrizione delle condizioni contrattuali. Vengono stabiliti, inoltre, limiti alla pratica di blocco del terminale mobile e introdotte norme a garanzia della piena operatività del terminale al compimento del periodo di blocco.

Per quanto concerne le garanzie di trasparenza nella fornitura di informazioni al cliente, sono state introdotte norme di tutela in linea con l'opinione espressa dalla Comunità europea nel 1996 e con quanto operato in altri Paesi. A tale proposito, è stato stabilito che il fornitore di servizi di comunicazione mobili e personali che offre terminali con il vincolo del blocco deve garantire la fornitura di informazioni complete tra cui quelle relative alle limitazioni dell'uso degli stessi in presenza del blocco, al valore del sussidio applicato, al prezzo del terminale mobile senza blocco, al periodo di durata del blocco e alle modalità di rimozione dello stesso al termine del suddetto periodo. Riguardo le modalità di sottoscrizione, è previsto l'utilizzo di separata e specifica informativa soggetta ad accettazione espressa da parte del cliente.

In merito ai limiti di applicabilità, l'Autorità ha stabilito che i terminali bloccati devono essere liberati, su richiesta dell'utente, dopo 9 mesi con il pagamento di un importo non superiore al 50% del valore del contributo economico fornito dall'operatore all'atto dell'acquisto e, in ogni caso, gratuitamente al termine di un periodo di 18 mesi.

Ai fini della garanzia della piena operatività del terminale al compimento del periodo di blocco, è stato stabilito che il fornitore di servizi di comunicazione che offre i terminali mobili debba garantire che gli stessi, una volta sbloccati, possano operare con tutte le reti mobili senza limitazioni in termini di funzionalità e di servizi.

Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile

La portabilità del numero mobile tra operatori di reti per i servizi di comunicazioni mobili e personali (*mobile number portability* - MNP) consente, all'utente che decide di rivolgersi a un diverso operatore per la fornitura dei servizi di telefonia mobile, voce e dati, di conservare il proprio numero telefonico.

A partire dai primi mesi del 2005 è stato rilevato un incremento delle richieste del servizio di portabilità del numero mobile. A tal fine, l'Autorità ha favorito la stipula di un accordo tra gli operatori, in base al quale, a partire dal 31 agosto 2005, ciascun operatore ha incrementato il numero massimo di richieste che possono essere evase in ogni giorno lavorativo, determinando l'incremento del numero delle operazioni di portabilità da 5.000 (operativo dal 26 aprile 2004) a 5.700 (dal 31 agosto 2005) e, in seguito, a 7.500 (dal 17 ottobre 2005).

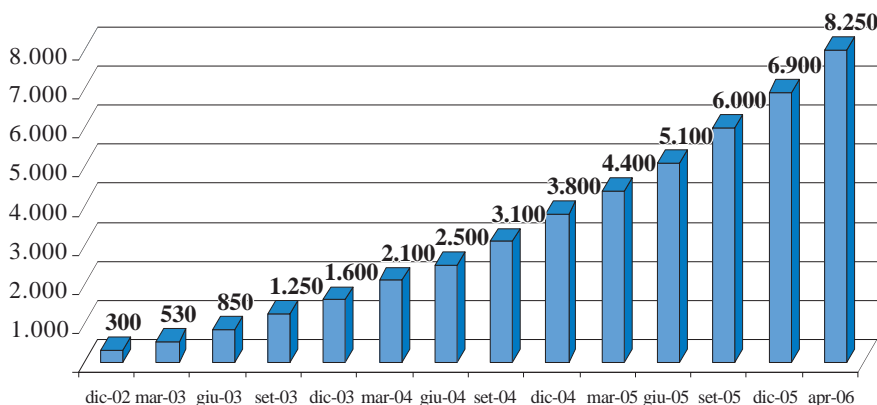
Successivamente, l'attività di monitoraggio effettuata dall'Autorità, ha evidenziato un notevole ritardo nella soddisfazione delle richieste di portabilità, in particolare da parte degli operatori Telecom Italia e Vodafone verso H3G, richieste per le quali non è risultata sufficiente la capacità di evasione messa a disposizione da tali operatori. Ciò ha comportato, pertanto, un aumento dei tempi di erogazione della prestazione stessa. Di conseguenza, è stato deciso dall'Autorità, con la delibera n. 17/06/CIR, di incrementare ulteriormente la capacità di evasione fissandola al livello di 9.000 unità giornaliere. La suddetta delibera ha previsto, inoltre, l'attivazione di iniziative volte a rendere disponibile capacità di evasione aggiuntiva al fine di eliminare le richieste di portabilità rimaste inevase dagli operatori Telecom Italia e Vodafone verso H3G.

L'Autorità è, inoltre, intervenuta al fine di garantire il corretto ordine di gestione delle richieste imponendo l'obbligo di adottare specifiche modalità di evasione.

Ad aprile 2006, il numero di utenti che hanno cambiato gestore mantenendo il proprio numero telefonico ha superato la quota di 8 milioni: circa il 45% delle migrazioni sono state effettuate nell'ultimo anno, a conferma dell'elevato interesse della clientela per il servizio di portabilità del numero mobile.

Nella figura seguente è riportato l'andamento del numero totale di operazioni di portabilità effettuate a partire dal 2002, anno di avvio del servizio in Italia. I dati sono stati raccolti dall'Autorità nell'ambito dell'attività di monitoraggio del processo di portabilità.

Figura 2.1. Mobile number portability - numeri portati (migliaia)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dalle aziende

La tabella seguente mostra la distribuzione delle portabilità sia in uscita che in entrata rispetto agli operatori mobili. Nelle portabilità verso TIM GSM sono inclusi anche i numeri provenienti da TIM TACS, quali risultano a fine aprile 2006.

Tabella 2.10. Mobile number portability, distribuzione al 30 aprile 2005 (%)

	Donante	Ricevente
H3G	5,8	22,8
TIM GSM	33,0	33,3
TIM TACS	6,1	0,0
VODAFONE	28,9	23,8
WIND	26,3	20,1
TOTALE	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dalle aziende

Servizi televisivi in mobilità

Nel corso del 2005 l'Autorità, alla luce dei recenti sviluppi tecnologici e di mercato, ha avviato un'indagine conoscitiva sulla televisione in mobilità (DVB-H, *Digital Video Broadcasting-Handheld*) finalizzata a valutare la necessità di adottare interventi regolamentari di sua competenza in materia di:

- pianificazione delle frequenze;
- procedure di assegnazione delle frequenze;
- regolamentazione dell'accesso e dei servizi;
- tutela della concorrenza e del pluralismo;
- trasparenza delle offerte e tutela dei consumatori.

Nell'ambito della suddetta indagine, l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica al fine di acquisire elementi di informazione e documentazione in merito allo sviluppo potenziale di servizi televisivi, anche interattivi, fruibili da terminali in mobilità.

Gli esiti dell'indagine conoscitiva, pubblicati sul sito dell'Autorità, hanno evidenziato un rilevante interesse del mercato in merito ai servizi di "TV mobile", sia da parte di imprese tradizionalmente operanti nel settore televisivo, sia di operatori di telefonia cellulare e, in generale, del settore delle telecomunicazioni. L'indagine suddetta ha, inoltre, evidenziato l'esistenza di diverse tecnologie ideate per la diffusione di programmi televisivi fruibili tramite terminali mobili.

Tra le principali soluzioni, standardizzate, o in corso di definizione in ambito europeo, si citano il DVB-H (*Digital Video Broadcasting-Handheld*), il T-DMB (*Terrestrial-Digital Multimedia Broadcasting*), l'MBMS (*Multimedia Broadcasting Multicast Service*), basata sull'UMTS, e soluzioni ibride terrestri-satellitari, ancora in fase di studio, quali S-DMB (*Satellitar-Digital Multimedia Broadcasting*) e DVBH+ (*Digital Video Broadcasting Handheld-Satellite*).

Oltre a ciò, l'indagine conoscitiva ha evidenziato le particolarità dei programmi televisivi fruibili su terminali mobili caratterizzati da piccoli schermi, sia in termini di caratteristiche tecniche dell'immagine, a bassa risoluzione, sia di formattazione e aggregazione dei palinsesti costituiti da programmi di breve durata.

Un altro aspetto di rilievo, è costituito dall'elevato numero di programmi che possono essere diffusi su un unico canale radio, tale numero arriva fino a 30 nel caso del DVB-H.

A seguito degli esiti dell'indagine conoscitiva, l'Autorità ha approvato lo schema di provvedimento recante "Integrazione della delibera n. 435/01/CONS. Disciplina della fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili" che propone una prima regolamentazione per l'avvio dei servizi di "TV mobile" in tecnica DVB-H, nelle bande di frequenza televisive.

Nell'aprile del 2006 lo schema approvato (delibera n. 191/06/CONS) è stato sottoposto a una consultazione pubblica, al fine di acquisire i pareri di tutti i soggetti interessati.

Nel complesso, la consultazione ha confermato l'impostazione del provvedimento predisposto dall'Autorità, ed ha portato all'emanazione della delibera n. 266/06/CONS concernente la disciplina della fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili, in accordo con i criteri e principi direttivi contenuti nel Codice delle comunicazioni elettroniche e nel Testo unico della radio-televisione. Il provvedimento in parola è volto a consentire agli operatori di avviare i servizi di "TV mobile" in tecnica DVB-H, in attesa dell'evoluzione del quadro normativo comunitario e dell'attuazione del Piano delle frequenze, nonché in relazione all'effettivo sviluppo dei programmi televisivi digitali terrestri verso terminali mobili, sia in termini tecnologici, sia di crescita della domanda da parte degli utenti, in un quadro di certezza giuridica. In particolare, nel disciplinare le autorizzazioni per la fornitura di trasmissioni televisive digitali terrestri verso terminali mobili, si prevede, alla luce del principio di neutralità tecnologica, che ad esse si applichi la stessa disciplina prevista dalla normativa legislativa e regolamentare vigente per i fornitori di contenuti televisivi in tecnica digitale terrestre, contenuta negli articoli da 2 a 11 della delibera n. 435/01/CONS, nonché l'obbligo dell'adozione della carta dei servizi di cui all'art. 12, comma 4, della stessa delibera. Il provvedimento, inoltre, pone un limite riferito alla fase di avvio del mercato, secondo il quale nessun soggetto può operare con più di un *multiplex* che veicola programmi verso terminali mobili; ciò in ossequio ai principi di pluralismo e concorrenza recati dall'art. 29 della delibera 435/01/CONS. Restano fermi i limiti *antitrust* vigenti per la fornitura dei programmi e il principio, espressamente richiamato dall'art. 4, comma 1, lett. f), della necessità della diffusione di un congruo numero di programmi in chiaro, a garanzia degli utenti.

2.4. INTERNET

Durante il 2005, relativamente a Internet, l'attività svolta dall'Autorità ha principalmente riguardato l'analisi delle offerte di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL e la regolamentazione dei nuovi servizi VoIP (*Voice over Internet Protocol*).

Analisi delle offerte di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL

Per quanto riguarda i servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL, sono state sottoposte alla verifica del rispetto della normativa vigente le offerte di servizi ADSL *retail* e *wholesale* realizzate dalla società Telecom Italia.

I principali riferimenti regolamentari per l'analisi di tali offerte sono rappresentati dalla delibera n. 6/03/CIR, recante "Offerte di servizi xDSL all'ingrosso da parte della società Telecom Italia e modifiche all'offerta per accessi singoli in modalità *flat*" e dalla delibera n. 34/06/CONS, recante "Mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso: identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari (mercato n. 12 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea)".

In particolare, la delibera n. 34/06/CONS ha stabilito che, nel periodo transitorio intercorrente tra la sua entrata in vigore e l'approvazione dell'Offerta di Riferimento di servizi *bitstream* di Telecom Italia (attualmente in fase di valutazione), il valore del *minus* per la determinazione, secondo il principio del *retail-minus*, delle condizioni economiche di offerta dei servizi ADSL *wholesale* "non possa essere fissato in misura inferiore al 30%" (art. 12, comma 3) e che "la comunicazione delle offerte al dettaglio e all'ingrosso avviene secondo tutte le modalità e i tempi previsti dagli articoli 1 e 2 della delibera n. 6/03/CIR" (art. 12, comma 4).

Tra le principali offerte di servizi in tecnologia ADSL della società Telecom Italia, analizzate dall'Autorità nel periodo in esame, si segnalano, in particolare, per la natura innovativa che le contraddistingue, l'offerta ADSL *retail* a 640 kbit/s *flat* e l'offerta ADSL *retail* a 20 Mbit/s *flat*.

Per assicurare agli operatori concorrenti la possibilità di replicare l'offerta ADSL *retail* a 640 kbit/s *flat* di Telecom Italia, commercializzata a far data dal 17 luglio 2005 a 19,95 euro al mese (IVA esclusa), sono state modificate le condizioni economiche dell'offerta ADSL *wholesale* a consumo (utilizzando l'opzione a canone come base per la verifica di replicabilità) attraverso una riduzione degli importi relativi al canone mensile e al traffico e l'introduzione di un tetto massimo di spesa mensile. Tali modifiche hanno consentito di assicurare, in corrispondenza di un'ipotesi di consumo medio mensile (elaborata sulla base delle rilevazioni di traffico relative ad altra offerta *retail* di Telecom Italia già sul mercato) un livello del *minus* pari a 30%, reputato sufficiente a garantire la replicabilità economica della nuova offerta *retail* di Telecom Italia.

A seguito dell'avvio dell'offerta, durante i primi mesi di commercializzazione, i consumi degli utenti sottoscrittori sono stati oggetto di un monitoraggio, sulla base del quale l'Autorità ha richiesto un'ulteriore modifica dell'offerta ADSL *wholesale* consistente nell'introduzione di un *pricing* di tipo *flat* al fine di assicurare un livello di *minus* del 30% costante, svincolato dalle dinamiche di consumo degli utenti.

Con riguardo all'offerta ADSL *retail* a 20 Mbit/s *flat* di Telecom Italia, le relative attività di valutazione sono state avviate a far data dal 7 novembre 2005 a seguito del ricevimento della relativa proposta di offerta formulata da Telecom Italia. L'avvio dell'offerta è stato subordinato alla predisposizione, da parte di Telecom Italia, di un servizio *wholesale* che consentisse agli operatori alternativi di replicare l'offerta, non ritenendosi a tal fine sufficienti le offerte di *Unbundling Local Loop* (ULL) e *Shared Access* (SA), in quanto utilizzabili soltanto da operatori dotati di un certo grado di infrastrutturazione.

Telecom Italia ha, conseguentemente, predisposto un'offerta di servizio intermedio di tipo *end-to-end* denominata "*managed IP*" il cui impiego consente agli operatori alternativi la fornitura al pubblico di un servizio finale con le stesse caratteristiche prestazionali di quello fornito da Telecom Italia, senza necessità di dotarsi di risorse infrastrutturali aggiuntive. L'operatore che acquisisce il servizio "*managed IP*" deve provvedere esclusivamente alla fornitura di eventuali servizi ISP (*Internet Service Provider*) aggiuntivi rispetto alla connettività e allo svolgimento delle necessarie attività di natura commerciale.

Nelle more dell'approvazione dell'offerta di riferimento di servizi *bitstream* ai sensi della delibera n. 34/06/CONS, la replicabilità della nuova offerta ADSL *retail* a 20 Mbit/s *flat* di Telecom Italia è stata valutata sulla base della citata offerta *managed IP*. Date le caratteristiche sopra evidenziate di tale servizio intermedio, di tipo *end-to-end*, il *minus* per la valutazione di replicabilità è stato definito ad un livello pari a 20%, considerato adeguato ad assicurare la copertura dei costi non pertinenti, e, allo stesso tempo, la realizzazione di un margine di profitto ragionevole su un servizio di pura rivendita. Sulla base di tali valutazioni è stato richiesto a Telecom Italia di ripubblicare l'offerta *managed IP* modificando opportunamente le relative condizioni economiche nonché ulteriori aspetti dell'offerta di natura tecnica ritenuti non adeguati, con conseguente differimento della data di avvio commerciale dell'offerta inizialmente proposta all'utenza finale.

Regolamentazione dei servizi Voice over Internet Protocol (VoIP)

Per quanto concerne i servizi VoIP (Voice over Internet Protocol), nel luglio del 2005 l'Autorità ha avviato, con la delibera n. 26/05/CIR, la consultazione pubblica concernente alcune proposte di interventi regolamentari in merito alla fornitura di tali servizi. Al termine dell'attività istruttoria l'Autorità ha adottato, tra le prime in Europa, la delibera n. 11/06/CIR recante "Disposizioni regolamentari per la fornitura di servizi VoIP (*Voice over Internet Protocol*) e integrazione del Piano nazionale di numerazione".

Tale delibera rappresenta il raggiungimento di un'importante tappa nel percorso di sviluppo dei servizi di telecomunicazione, poiché conferisce piena dignità ai servizi realizzabili in tecnologia VoIP, i quali sono distinti in:

- *servizi di comunicazione vocale nomadici* (con nomadicità consentita senza limitazioni) che consentono all'utente di effettuare e di ricevere chiamate vocali multimediali da qualunque punto

di accesso alla rete, anche “senza fili”, in ambito nazionale e internazionale. Per la fornitura di tali servizi la delibera prevede una regolamentazione cosiddetta *light* con basso impatto;

- *servizi di telefonia accessibili al pubblico (PATS) da postazione fissa* (con nomadicità consentita solo nell'ambito del distretto telefonico di origine) che permettono di replicare o di arricchire, con nuove funzionalità, i servizi telefonici tradizionali in decade “0” usando la tecnologia VoIP. Per la fornitura di tali servizi la delibera n. 11/06/CIR prevede la stessa regolamentazione oggi in vigore per i servizi telefonici tradizionali.

Ai primi, i servizi di comunicazione vocale nomadici, viene attribuita una numerazione con codice “5” appositamente introdotta con la suddetta delibera nel Piano nazionale di numerazione.

La delibera n.11/06/CIR consente di utilizzare il VoIP come architettura per replicare i servizi telefonici tradizionali o per fornire servizi multimediali, convergenti grazie al nomadismo, e servizi a funzionalità avanzate quali, ad esempio, il servizio di *presence* e l'*instant messaging*.

In virtù delle caratteristiche peculiari che contraddistinguono le tecnologie VoIP da quelle tradizionali, l'intervento dell'Autorità sancisce alcuni importanti principi, indispensabili al fine di garantire la possibilità di sviluppo di un mercato concorrenziale e di assicurare, allo stesso tempo, agli utenti finali la dovuta trasparenza in merito al servizio acquistato per quanto concerne la qualità, la funzionalità e le tariffe.

In particolare, la delibera n. 11/06/CIR prevede:

- il diritto per l'operatore, autorizzato a fornire servizi VoIP (siano essi in decade “0” o “5”) di negoziare l'interconnessione con gli altri operatori;
- il diritto per le numerazioni in decade “5” di figurare negli elenchi telefonici;
- il diritto alla portabilità del numero per le numerazioni in decade “5”;
- la piena raggiungibilità per le numerazioni in decade “5” da e verso tutte le numerazioni nazionali e internazionali;
- la presenza di cautele regolamentari per evitare che le tariffe delle chiamate verso numerazioni in decade “5” si attestino su livelli superiori a quelli del costo delle chiamate verso numeri in decade “0”;
- l'obbligo di negoziazione dell'interconnessione fra operatori nella maniera più efficiente (ad esempio IP-to-IP invece di effettuare il doppio passaggio IP-to-SS7-to-IP);
- la libera scelta del sistema per la gestione della portabilità del numero, nella fase di avvio dei servizi;
- l'obbligo di utilizzo di protocolli *standard*, cioè non proprietari e chiusi;

- l'obbligo a garantire la piena interoperabilità dei servizi offerti e cioè a consentire la realizzazione di comunicazioni multifunzione tra due utenti di operatori differenti;
- l'obbligo a consentire l'accesso alle interfacce di interconnessione e alle relative specifiche tecniche;
- la realizzazione della piena nomadicità per i servizi in decade "5".

Al fine di tutelare gli utenti finali che chiamano dalle numerazioni in decade "5" la regolamentazione introdotta dall'Autorità prevede, per l'operatore, l'obbligo di:

- consentire l'accesso ai servizi d'emergenza;
- fornire adeguata trasparenza sulle eventuali limitazioni del servizio.

In ultimo la delibera n.11/06/CIR prevede, come prossima tappa, l'avvio di un procedimento istruttorio in merito all'interoperabilità, all'interconnessione IP e alla localizzazione dell'utente che effettua le chiamate verso i numeri di emergenza.

2.5. LE SANZIONI NEI SETTORI DELLE TELECOMUNICAZIONI E INTERNET E IL CONTENZIOSO TRA GESTORI

*Violazioni, in materia di comunicazioni elettroniche,
poste in essere da parte degli operatori del settore delle
telecomunicazioni e di Internet*

Con riferimento alle violazioni delle disposizioni in materia di comunicazioni elettroniche da parte di operatori del settore delle telecomunicazioni e di Internet, nel periodo compreso tra il mese di maggio 2005 e quello di aprile 2006, l'Autorità ha avviato 57 procedimenti sanzionatori, 38 dei quali già conclusi con l'adozione di un provvedimento, mentre 19 sono ancora in corso di svolgimento.

Complessivamente, 9 procedimenti hanno avuto termine con l'emanazione di un provvedimento di ordinanza ingiunzione e, relativamente a 27 procedimenti, gli operatori si sono avvalsi del diritto al pagamento in misura ridotta previsto dall'art. 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689; sono stati, inoltre, adottati 2 provvedimenti di archiviazione nel merito.

Rispetto all'anno precedente, il numero di procedimenti aperti si è più che triplicato, in particolare, a causa delle numerose violazioni agli obblighi in materia di numerazione e di fornitura di servizi a sovrapprezzo.

Con riguardo alle fattispecie richiamate, si specifica quanto segue.

Nel periodo considerato sono stati aperti 35 procedimenti per l'inservanza delle norme contenute in delibere dell'Autorità (art. 2, comma 20, lett. c), legge n. 481/95), comportamento punibile con una sanzione amministrativa pecuniaria compresa tra un minimo di 25.823,00 euro e un massimo di 154.937.070,00 euro.

In 31 casi la violazione ha riguardato la disciplina dettata dalla delibera n. 9/03/CIR del 13 luglio 2003 recante “Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa”, nello specifico sono stati avviati: 11 procedimenti relativi all’art. 5, comma 2, per assenza dell’annuncio fonico sulla tariffa applicata nell’espletamento dei servizi su numerazioni per servizi a sovrapprezzo, numerazioni per servizi di numero unico e numerazioni per servizi di numero personale; 15 relativi all’art. 5, comma 3, ove si prevede che per le numerazioni per servizi interattivi in fonia l’addebito al cliente è effettuato solo dopo l’effettiva fornitura del servizio richiesto; 3 procedimenti aventi riferimento all’art. 10, comma 2 (numerazioni per servizi interni di rete); 1 per la violazione dell’art. 11, comma 2, lett. b (numerazioni per servizi Internet) e 1 per violazione dell’art. 23 comma 9 (numerazioni per servizi di chiamate di massa).

Quattro procedimenti, tutti conclusi con l’adozione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, hanno avuto a oggetto l’inosservanza delle disposizioni in materia di qualità e carte dei servizi da parte dei fornitori di servizi di informazione abbonati.

Nel periodo di riferimento, sono stati aperti 10 procedimenti riguardanti la mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritti, dei documenti, dei dati e delle notizie richiesti dall’Autorità (articolo 98, comma 9, Codice delle comunicazioni elettroniche), 7 dei quali terminati con il pagamento in misura ridotta, 2 con l’emanazione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, uno con l’adozione di un provvedimento di archiviazione nel merito.

L’Autorità ha avviato – ai sensi dell’articolo 98, comma 11, del Codice delle comunicazioni elettroniche – 5 procedimenti, per la mancata ottemperanza dell’ordine impartito con riferimento alle modalità con cui gli utenti dovevano essere informati sulla data di cessazione del numero “12” e delle numerazioni “412” e sulla possibilità di accedere ai servizi di informazione abbonati offerti dalle imprese, sulle numerazioni “12xy”. Tre di tali procedimenti si sono conclusi con il pagamento in misura ridotta da parte degli operatori, due con l’emanazione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione.

Nel periodo di riferimento, l’Autorità ha avviato 3 procedimenti per la violazione delle disposizioni in materia di accesso e interconnessione (art. 98, comma 13, del Codice delle comunicazioni elettroniche) nell’ambito dei quali gli operatori si sono avvalsi del pagamento in misura ridotta. Le violazioni hanno riguardato gli obblighi in materia di *carrier preselection* (articolo 3, comma 3, della delibera n.3/CIR/99 e art. 3, commi 1 e 2, della delibera 4/00/CIR) e la mancata fornitura di contratti e documenti (articolo 4, comma 7, delibera 13/00/CIR).

In merito alla violazione delle norme in materia di diritti degli utenti e servizio universale (art. 98, comma 16, del Codice delle comunicazioni elettroniche) i procedimenti avviati sono stati 3, tutti conclusi con il pagamento in misura ridotta da parte degli operatori incisi. Le fattispecie violate sono l’articolo 60, comma 2 e l’art. 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche.

La tabella seguente riassume, tra i procedimenti sanzionatori conclusi, i provvedimenti adottati dall'Autorità, nel periodo dal mese di maggio 2005 al mese di aprile 2006, per le violazioni alla normativa vigente commesse dagli operatori attivi nei settori delle telecomunicazioni e Internet.

Tabella 2.11. Fattispecie e quantità numerica dei provvedimenti adottati per violazioni delle disposizioni in materia di comunicazioni elettroniche

Fattispecie normativa	Pagamenti in misura ridotta	Ordinanze -Ingiunzioni	Archiviazioni
Art. 2, comma 2, lettera c) legge n.481/95	14	5	1
Art. 98, comma 9, decreto legislativo n. 259/03	4	2	1
Art. 98, comma 11, decreto legislativo n. 259/03	3	2	-
Art. 98, comma 13, decreto legislativo n. 259/03	3	-	-
Art. 98, comma 16, decreto legislativo n. 259/03	3	-	-
Art. 1, comma 31, legge n. 249/97	-	-	-
Totale	27	9	2

Fonte: elaborazioni Autorità

Gli interventi in materia di contenzioso tra operatori di comunicazione elettronica

Nel corso del periodo compreso tra il mese di maggio 2005 e aprile 2006, l'Autorità è stata investita della risoluzione di 17 controversie insorte tra operatori di comunicazione elettronica.

Oltre a un lieve aumento del numero di procedimenti aperti rispetto all'anno precedente, si è rilevata una maggiore complessità delle dispute sottoposte all'attenzione dell'Autorità.

Esse hanno avuto ad oggetto, infatti, tematiche di particolare rilievo quali i valori delle tariffe di terminazione sia da rete mobile, sia da rete fissa; le procedure di passaggio dei clienti in accesso disaggregato; il listino di interconnessione per l'accesso alle numerazioni "12xy"; l'applicazione delle procedure di portabilità dei numeri di telefonia mobile; le disattivazioni del servizio di *carrier pre selection*; l'accesso disaggregato ai collegamenti della rete di distribuzione in rame "*shared access*"; le tariffe del servizio di instradamento delle chiamate da rete mobile verso numerazioni geografiche.

La tabella seguente riporta la denominazione delle società coinvolte nella controversia e l'esito della stessa.

Tabella 2.12. Definizione delle controversie tra operatori di comunicazione elettronica

Parti	Esito
MULTIWIRE.NET/TELECOM ITALIA	Accordo
MULTIWIRE.NET/TELECOM ITALIA	In corso
WIND/TIM	Accordo
WIND/VODAFONE	Accordo
TISCALI/TELECOM ITALIA	In corso
DIGITEL ITALIA/EUTELIA	Accordo
TELECOM ITALIA/ WIND	In corso
TELECOM ITALIA/FASTWEB	In corso
H3G/VODAFONE	Accordo
E-VIA/FISCALI	Accordo
TELECOM ITALIA/WIND	In corso
TELECOM ITALIA/H3G	In corso
TELECOM ITALIA/VODAFONE	In corso
INFOTEL/WIND	In corso
TELEGATE ITALIA/TELECOM ITALIA	In corso
FASTWEB/TELECOM ITALIA	In corso
WELCOME ITALIA/TELECOM ITALIA	In corso

Fonte: elaborazioni Autorità

Sovente, gli operatori istanti hanno chiesto l'adozione di provvedimenti, da parte dell'Autorità, che definiscano la controversia con atti vincolanti assumendo, al tempo stesso, valore di natura regolamentare. Acquista, dunque, sempre maggiore rilevanza la tendenza di utilizzare la funzione di risoluzione delle controversie quale sede per meglio delineare gli aspetti regolatori che, in fase di applicazione e alla luce delle evoluzioni tecniche e commerciali del settore, necessitano di un'ulteriore specificazione (cosiddetta *regulation by disputation*).

Nell'ambito della trattazione dei diversi procedimenti, inoltre, si è avuta occasione di chiarire alcuni aspetti procedurali conseguenti all'applicazione dell'articolo 23 del Codice delle comunicazioni elettroniche, con particolare riferimento ai termini relativi alla definizione della controversia, alla presenza di clausole arbitrali nei contratti tra gli operatori e alla possibilità, per questi ultimi, di adire gli organi giurisdizionali. L'Autorità ha, infatti, ritenuto che la decorrenza del termine di quattro mesi, previsto dal comma 1 del suddetto articolo 23, non incida sul potere dell'Autorità di definire la controversia, ferma restando la possibilità per gli operatori di adire l'Organo giurisdizionale.

2.6. LA TELEVISIONE

Nell'ambito del settore radiotelevisivo, dal punto di vista normativo, l'anno 2005 è stato caratterizzato dall'entrata in vigore del Testo unico della radiotelevisione (cfr. paragrafo n. 1.2.6.) che, pur se avente natura sostanzialmente compilativa, ai fini del coordinamento formale della legislazione vigente in materia di attività radiotelevisiva, ha influenzato notevolmente lo

svolgimento dell'attività di regolamentazione, di vigilanza e di sanzione che l'Autorità è chiamata a svolgere.

Televisione digitale terrestre

Con riferimento all'attività posta in essere nell'ambito dello sviluppo del digitale terrestre, nel periodo di riferimento, l'Autorità ha approvato, con la delibera n. 163/06/CONS, l'atto di indirizzo che prevede la realizzazione di un programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi, nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale.

Tale programma di interventi, prevede la necessità di procedere all'aggiornamento dell'attuale regolamentazione della televisione digitale terrestre di cui al regolamento n. 435/01/CONS in base all'adozione di criteri che rendano effettiva e sostanziale la cessione del 40% della capacità trasmissiva, prevista dalla legge n. 66/01, fino alla completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze e individua alcune linee guida sintetizzabili nell'adozione di misure che sostengano la concorrenza e il pluralismo e promuovano l'innovazione e la produttività delle imprese.

Il piano di azione delineato nell'atto di indirizzo individua, in particolare, una serie di attività finalizzate alla revisione e all'attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze e alla individuazione dei percorsi ottimali da intraprendere per realizzare una razionale conversione del sistema radiotelevisivo dalla tecnica analogica a quella digitale. Per lo svolgimento di tali attività, risulta fondamentale "fotografare" la situazione esistente mediante l'adozione di strumenti che permettano di valutare e classificare gli impianti presenti sul territorio. Uno di tali strumenti, la cui creazione è prevista dal piano d'azione delineato dall'atto di indirizzo, è rappresentato dal catasto nazionale delle frequenze che sarà posto in essere in collaborazione con le competenti strutture del Ministero delle comunicazioni. L'Autorità si avvarrà, inoltre, della Polizia delle Telecomunicazioni per l'effettuazione dei controlli sul territorio.

L'istituzione del catasto delle frequenze oltre a rappresentare, per l'Autorità, un importante supporto per acquisire le conoscenze sullo stato dell'attuale sistema radiotelevisivo, attività propedeutica ai fini di un efficiente passaggio dall'analogico al digitale, apporterà un valido contributo per il funzionamento del Registro degli operatori di comunicazione permettendo una sua integrazione con i dati relativi alle infrastrutture di diffusione, ai sensi dell'art. 1, comma 6, lettera a), punto 5 della legge n. 249/97.

Il piano d'azione, specificato nell'atto di indirizzo, prevede, sia l'avvio della revisione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze, verificando, in particolare, la possibilità di ampliare, rispetto al piano attuale approvato dall'Autorità nel 2003, il numero di reti nazionali, sia la realizzazione di un piano di attuazione progressivo, coerente con il piano di assegnazione nazionale delle frequenze, che tenga conto anche della

situazione interferenziale con le trasmissioni estere, risolvendo così i casi di incompatibilità.

In particolare, per la realizzazione del programma di attuazione del piano, ma anche per la sua revisione, l'Autorità potrà avvalersi del supporto di una Commissione di esperti, già istituita e operante, che agirà in stretta connessione con le competenti strutture dell'Autorità.

Su tutte le succitate tematiche l'Autorità ha già effettuato, nel periodo di riferimento, una serie di studi e formulato alcune ipotesi di lavoro preliminari che saranno verificate anche dalla Commissione di esperti.

Nello specifico, per quanto riguarda i problemi della compatibilità elettromagnetica fra le emissioni nazionali e le emissioni estere l'atto di indirizzo ha evidenziato la necessità di effettuare un "approfondimento dei problemi derivanti dal coordinamento internazionale garantendo la necessaria assistenza al Ministero delle comunicazioni ai lavori preparatori e durante lo svolgimento delle riunioni internazionali." Come è noto, infatti, il Ministero delle comunicazioni è l'organo istituzionalmente competente per il coordinamento delle frequenze nelle zone di confine con gli altri Paesi e per la sottoscrizione dei relativi accordi internazionali su base bilaterale o multilaterale o a seguito di conferenze internazionali di pianificazione delle frequenze.

In linea con tale prescrizione dell'atto di indirizzo, l'Autorità è impegnata a fornire il proprio supporto al Ministero delle comunicazioni nella fase preparatoria della conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC06), organizzata dal Settore radiocomunicazioni (ITU-R) dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni per la revisione del piano di Stoccolma 1961 e per la pianificazione dello sviluppo della televisione digitale terrestre. Tale supporto sarà fornito anche in relazione ai lavori della conferenza che si terrà a Ginevra dal 15 maggio al 16 giugno 2006.

Infine, l'atto di indirizzo, prevede l'aggiornamento della regolamentazione della televisione digitale terrestre di cui al regolamento n. 435/01/CONS, attraverso l'individuazione di criteri di utilizzo del DVB-H e dell'Alta Definizione.

L'Autorità ha, nel periodo di riferimento, intrapreso il percorso di aggiornamento, collaborando anche con gli attori del mercato, in coerenza con lo sviluppo dell'innovazione tecnologica e della domanda dei servizi di televisione mobile (cfr. paragrafo n. 2.3.).

Tale percorso ha condotto all'emanazione della delibera n. 266/06/CONS che concerne la disciplina della fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili, in accordo con i criteri e i principi direttivi contenuti nel Codice delle comunicazioni elettroniche e nel Testo unico della radiotelevisione. Il provvedimento in parola è volto a consentire agli operatori di avviare i servizi in parola nell'ambito di un quadro di certezza giuridica in attesa che si definisca ulteriormente il quadro normativo comunitario e si dia attuazione al piano nazionale di assegnazione delle frequenze e al relativo programma di attuazione.

La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione (art. 1, comma 6, lett. b), n. 11, legge n. 249/97)

L'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 11, della legge n. 249/97 affida alla Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità il compito di vigilare sulla correttezza delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione, effettuando verifiche sulla congruità delle metodologie utilizzate e sulla veridicità dei dati pubblicati, nonché sui monitoraggi delle trasmissioni televisive e sull'operato delle imprese che svolgono indagini.

In Italia l'attuale sistema di rilevazione degli indici di ascolto televisivo si fonda sul modello organizzativo, prevalentemente utilizzato a livello europeo, basato sulla ripartizione del capitale azionario delle società che realizzano le indagini, tra impresa televisiva pubblica, imprese televisive private e investitori pubblicitari (c.d. formula del JIC-*Joint Industry Committees*).

L'Autorità, nel mese di luglio 2005, ha approvato lo svolgimento di un programma di lavoro sulle rilevazioni degli indici di ascolto, finalizzato al miglioramento del funzionamento del sistema di rilevazione nel rispetto dei criteri di correttezza, trasparenza e apertura alle nuove tecnologie.

Il programma si articola nelle seguenti fasi :

1. la stipula di una convenzione tra l'Autorità e l'Istituto nazionale di statistica (ISTAT), per la definizione degli strumenti utili a garantire la correttezza delle indagini sugli indici di ascolto e la congruità delle metodologie utilizzate;
2. la realizzazione di uno studio tecnico sullo sviluppo delle nuove piattaforme trasmissive e sulla loro incidenza sugli indici di ascolto;
3. l'effettuazione di un ciclo di audizioni con tutte le parti interessate (operatori, consumatori, società di rilevazione);
4. l'adozione di un atto di indirizzo di portata generale che individui regole di *governance* rivolte ad assicurare l'indipendenza e la neutralità delle rilevazioni.

Nel mese di settembre 2005, con la delibera n. 372/05/CONS, l'Autorità ha approvato una convenzione con l'ISTAT per lo svolgimento di uno studio metodologico sulla qualità dell'informazione statistica diffusa dall'indagine sugli ascolti televisivi.

In particolare, la suddetta convenzione prevede la produzione, da parte dell'Istituto, di tre rapporti di carattere tecnico-metodologico sui seguenti aspetti dell'indagine Auditel:

- la metodologia per il calcolo degli errori di campionamento delle stime;
- la definizione di un sistema di indicatori della qualità del processo produttivo ;
- il calcolo degli errori campionari e degli indicatori di qualità .

La convenzione contempla, inoltre, l'istituzione di un Comitato tecnico scientifico paritetico composto da sette membri (quattro per l'Autorità e

quattro per l'ISTAT, di cui uno è anche responsabile del progetto). Il compito del Comitato è quello di coordinare l'attività di ricerca, stabilire le modalità tecnico organizzative di svolgimento dei lavori e di verificarne il regolare andamento. La convenzione ha durata biennale dalla data di sottoscrizione e può essere prorogata per espressa volontà delle parti da manifestarsi entro tre mesi dalla scadenza. L'Autorità si dovrà occupare di stabilire i necessari contatti tra l'ISTAT e le società incaricate di progettare ed effettuare la rilevazione Auditel, queste forniscono all'Istituto – per il tramite dell'Autorità – i dati dell'indagine sugli indici di ascolto televisivi e tutte le informazioni necessarie a effettuare le analisi e le elaborazioni per la stesura dei rapporti tecnico metodologici.

L'Autorità, inoltre, dovrà mettere a disposizione dell'ISTAT, previo parere favorevole del Comitato tecnico scientifico, un ricercatore, o una figura professionale equivalente, con competenze statistico-informatiche, che si dedicherà allo sviluppo delle attività della convenzione.

Lo studio tecnico sullo sviluppo delle nuove piattaforme trasmissive e sulla loro incidenza sugli indici di ascolto, dopo aver affrontato la descrizione delle reti digitali terrestri, satellitari e via cavo, si è focalizzato sull'analisi della penetrazione nel mercato delle diverse piattaforme, nonché sulle modalità di funzionamento del sistema Auditel in relazione alle nuove tecnologie. Secondo tale studio, la penetrazione di contenuti su piattaforme televisive digitali nel mercato dell'offerta è stimabile, nel complesso, alla fine del 2005, in oltre il 30% delle famiglie e risulta in costante crescita.

La realizzazione della terza fase del programma di lavoro sulla rilevazione degli indici di ascolto, relativa all'effettuazione di un ciclo di audizioni con le parti interessate si è svolta nel periodo compreso tra il 14 novembre e il 22 dicembre 2005 e ha visto la partecipazione di 52 soggetti. Gli argomenti trattati sono stati suddivisi in due aree di osservazione: metodologica e area regole di *governance*. Nell'ambito della prima area, sono stati trattati argomenti relativi all'intero sistema degli indici di ascolto (nel settore televisivo, radiofonico, della stampa quotidiana e periodica, del *web*) con un taglio di carattere metodologico sui campioni statistici delle indagini e sulla rappresentatività dei risultati. In relazione alla seconda area, riguardante le regole di *governance*, sono stati trattati temi riguardanti l'organizzazione delle società di rilevazione degli indici di ascolto.

Dal complesso delle informazioni acquisite nel corso delle audizioni, è emersa l'esigenza di garantire, nell'ambito delle attività di rilevazione degli indici di ascolto, il rispetto dei principi di correttezza, indipendenza e neutralità tecnologica, nonché il miglioramento dell'attuale sistema di rilevazione in termini di adeguatezza del campionamento rispetto alla popolazione e ai mezzi interessati, anche alla luce dell'avvento delle nuove tecnologie trasmissive. Il modello di organizzazione, attualmente utilizzato dalle società di rilevazione degli indici di ascolto, seppure rispondente alla formula largamente utilizzata a livello europeo, appare, secondo quanto emerso dalle audizioni, eccessivamente influenzato dai soggetti che detengono le maggiori quote di mercato nella televisione analogica. Il possibile allargamento

della compagine societaria è stato positivamente valutato dalla gran parte dei soggetti auditati, che ritengono che tale soluzione assicurerebbe una maggiore rappresentatività dello scenario mediatico, riducendo i possibili profili di conflitti di interessi. Viceversa, quasi tutti i soggetti hanno manifestato forte diffidenza rispetto a forme di organizzazione di tipo pubblicistico, affermando che le rilevazioni degli indici di ascolto dovrebbero rimanere un'iniziativa degli editori e del mercato ed essere da questi direttamente finanziate.

Lo svolgimento dell'ultima fase del programma di lavoro ha visto l'emanazione del provvedimento recante "Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione" (delibera n. 85/06/CSP) che prevede l'adozione di specifici criteri metodologici per la ricerca dell'ascolto televisivo e radiofonico e per la rilevazione degli indici di lettura della carta stampata, al fine di migliorare la qualità della ricerca condotta. In particolare, il provvedimento dispone gli indirizzi sulla *governance* delle società di rilevazione degli indici di ascolto televisivi e radiofonici e i criteri metodologici della ricerca degli ascolti televisivi, prevedendo che la rilevazione tenga conto del processo di conversione dalla tecnica analogica a quella digitale, ferma restando la facoltà dell'Autorità di provvedere a effettuare le rilevazioni necessarie laddove tale ricerca risulti non rispondente ai criteri universalistici del campionamento, rispetto alla popolazione o ai mezzi di diffusione interessati, secondo quanto prevede l'art. 1, comma 6, lett. b), n. 11) della legge n. 249/97.

Il sistema di contabilità separata adottato dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo

L'art. 18, comma 1, della legge n. 112/04, introduce per la RAI l'obbligo di adottare un sistema di contabilità separata finalizzato alla determinazione del costo di fornitura del servizio pubblico, allo scopo di garantire il rispetto dei principi di trasparenza e responsabilità connessi all'utilizzo del finanziamento pubblico. Secondo la citata disposizione, la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo deve predisporre il bilancio d'esercizio indicando, in una contabilità separata, i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti per la fornitura del servizio pubblico. L'imputazione delle poste deve essere condotta secondo principi di contabilità coerenti e obiettivamente giustificati e definendo con chiarezza i principi di contabilità analitica in base ai quali vengono tenuti i conti separati. La separazione contabile serve a verificare che le risorse derivanti dal canone, siano utilizzate esclusivamente per l'attività di servizio pubblico e, conseguentemente, che non vi siano sussidi in favore delle attività di natura commerciale. La contabilità separata è soggetta a controllo da parte di una società di revisione nominata dalla società concessionaria e scelta dall'Autorità, tra quelle iscritte all'apposito albo tenuto presso la Commissione nazionale per le società e la borsa.

La legge n. 112/04 nel disciplinare finalità e contenuti del sistema di separazione contabile, delega la fase attuativa all'Autorità che, in contraddittorio con la concessionaria del servizio pubblico, approva lo schema di separazione contabile. L'Autorità con delibera n. 102/05/CONS, del 10

febbraio 2005, ha declinato i principi contabili enunciati dal legislatore in specifiche linee guida cui la concessionaria pubblica deve attenersi nell'implementazione del sistema di separazione contabile.

Con riferimento alla tempistica di applicazione della contabilità separata, la suddetta delibera ha disposto che il primo esercizio utile ai fini della revisione contabile è quello chiuso il 31 dicembre 2005; in prima applicazione, con riferimento all'anno 2004, sono state adottate procedure di verifica concordate.

Sulla base del percorso tracciato dal legislatore e regolamentato dall'Autorità, la RAI, nel marzo 2005, ha messo a punto uno schema di separazione contabile che ha sottoposto all'approvazione dell'Autorità.

La prima attività posta in essere dalla concessionaria per la redazione dei conti economici separati è stata la scissione delle attività di servizio pubblico dalle attività di natura commerciale. La linea di demarcazione è stata fornita dall'interpretazione del quadro normativo vigente, secondo la quale se, per un verso, l'intera attività di programmazione della concessionaria è riconducibile alla missione di servizio pubblico (secondo la definizione recata dall'art. 2, comma 1, lett. h) della legge n. 112/2004), dall'altro, all'interno della programmazione complessiva, si può distinguere tra quella predeterminata per legge e dal contratto di servizio e quella rimessa alla discrezionalità dell'azienda, nell'osservanza dei vincoli modali stabiliti dal quadro normativo di riferimento.

In particolare, l'aggregato di servizio pubblico include i costi e i ricavi relativi alle attività riconducibili al servizio pubblico specifico, disciplinato dalla legge n. 112/04 e dai contratti di servizio cui essa rinvia, oltre all'onere figurativo del vincolo della pubblicità; l'aggregato commerciale include costi e ricavi dell'attività di programmazione non specificatamente di servizio pubblico oltre al ricavo figurativo del vincolo della pubblicità, nonché costi e ricavi delle attività commerciali svolte direttamente dalla RAI inclusa l'attività di programmazione commerciale in tecnica digitale sul blocco non riservato al servizio pubblico; l'aggregato tecnico include i costi e i ricavi relativi alle attività strumentali di supporto e i ricavi relativi alla vendita di servizi agli altri aggregati. La ripartizione dei ricavi da pubblicità fra l'area di servizio pubblico e l'area commerciale, viene effettuata prevalentemente attraverso il criterio del c.d. costo contatto, che serve a ripartire il fatturato pubblicitario in funzione del valore commerciale dei programmi su cui è veicolato.

L'Autorità ha svolto un esame complessivo dello schema di contabilità separata e delle integrazioni tecniche trasmesse successivamente dalla RAI e ha ritenuto la proposta della concessionaria conforme alle previsioni della legge n. 112/04 e della delibera n. 102/05/CONS. L'Autorità, pertanto, con la delibera n. 186/05/CONS del giugno 2005, ha approvato lo schema di contabilità separata della RAI.

Successivamente, con delibera n. 393/05/CONS, del 13 ottobre 2005, l'Autorità ha approvato la proposta presentata dalla RAI di affidare l'incarico di revisione della contabilità separata alla società Deloitte & Touche s.p.a. per il biennio 2005-2006.

In fase di prima applicazione, la suddetta società ha svolto, per l'esercizio 2004, le procedure di verifica concordate (*agreed upon procedures*) previste della delibera n. 102/05/CONS. La società di revisione, sentita in audizione, nell'illustrare i risultati dei controlli effettuati, ha comunicato che non sono stati identificati errori, né nell'allocazione dei costi e dei ricavi agli aggregati regolatori, né nei conteggi aritmetici effettuati dalla RAI. Anche con riferimento alla valorizzazione delle poste non contabili, rappresentate dai valori non presenti nella contabilità tenuta a fini civilistici ma richieste espressamente dal regolatore, nell'ambito dello schema di contabilità separata, il revisore non ha riscontrato errori. In particolare, circa la determinazione del vincolo di affollamento pubblicitario, il revisore ha ritenuto che le assunzioni metodologiche della concessionaria appaiano ragionevoli e coerenti con gli obblighi regolamentari, mentre, con riferimento alla determinazione del costo del capitale, il calcolo è risultato in linea con la *best practice* in materia contabile.

Infine, la delibera n. 186/05/CONS prevede una clausola di revisione legata alla fase di prima applicazione dello schema di separazione contabile. L'Autorità in base a tale clausola, all'esito delle verifiche sull'esercizio 2004, ha la facoltà di adottare, in contraddittorio con la RAI, modifiche o integrazioni allo schema approvato con la medesima delibera n. 186/05/CONS. La *ratio* di questa previsione consiste nel fatto che la complessità dell'esercizio di separazione contabile, suggerisce di adottare un approccio prudenziale in base al quale l'efficacia del modello viene testata sul bilancio 2004. Sulla base di tale disposizione, è attualmente in corso una fase di contraddittorio con la concessionaria, per valutare se, a seguito delle procedure di verifica, sia necessario adottare modifiche o integrazioni allo schema di separazione contabile da applicare al bilancio 2005.

Le linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo

Ai sensi dell'articolo 45, comma 4, del Testo unico della radiotelevisione, con deliberazione adottata d'intesa dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e dal Ministero delle comunicazioni, prima di ciascun rinnovo triennale del contratto di servizio, sono fissate le linee guida sul contenuto degli obblighi – ulteriori rispetto agli obblighi minimi elencati al comma 2 della medesima disposizione – del servizio pubblico generale radiotelevisivo, definite in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

La citata normativa svolge effetti con riferimento al contratto di servizio tra il Ministero e la RAI per il triennio 2006-2008 che, secondo le previsioni della legge, assumerà la denominazione di “contratto nazionale di servizio” al quale dovranno aggiungersi i contratti di servizio regionali e, per le province autonome di Trento e di Bolzano, quelli provinciali.

L'Autorità, con delibera n. 55/06/CONS del 1° febbraio 2006, ha individuato – anche grazie agli spunti tratti dalle audizioni tenutesi con i principali attori del mercato radiotelevisivo e le Associazioni dei consumatori – gli ulteriori obblighi di servizio pubblico.

In tale contesto, particolare rilievo viene attribuito al tema della qualità dell'offerta radiotelevisiva, che costituisce un fine strategico della missione di servizio pubblico da perseguire in tutte le fasce orarie e anche nell'ambito della trasmissione di programmi inerenti i generi aventi il maggiore riscontro fra il pubblico. In particolare, la RAI, oltre a garantire nella complessiva programmazione, anche non informativa, l'osservanza dei principi generali (di obiettività, completezza, imparzialità, pluralismo e apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose; di salvaguardia delle diversità etniche e del patrimonio culturale artistico e ambientale a livello nazionale e locale; del rispetto delle libertà e dei diritti, della dignità della persona, della promozione e tutela del benessere, della salute e dell'armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore) dovrà assicurare un'ampia gamma di programmi televisivi, radiofonici e multimediali, diretti alla totalità degli utenti, tenendo conto dei diversi orientamenti, opinioni e gusti. Inoltre, alcune tipologie di programmi, spiccatamente di servizio pubblico (informazione, educazione, formazione, promozione culturale, trasmissioni per i minori), dovranno essere diffuse in misura proporzionata, in tutte le fasce orarie, comprese quelle di maggior ascolto e in tutti i programmi televisivi e radiofonici, con un rinvio al contratto di servizio per la definizione dei singoli generi relativi a ciascuna tipologia.

L'Autorità, poi, come previsto dalla legge, dovrà definire, con propria deliberazione, il numero di ore che la concessionaria deve riservare, annualmente, alla trasmissione delle tipologie dei programmi inerenti agli obblighi di servizio pubblico, a esclusione delle trasmissioni di intrattenimento per i minori, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 45, comma 2, lett. b), del Testo unico della radiotelevisione.

Con riferimento alla tutela dei minori, fermo il rispetto delle norme comunitarie, delle norme nazionali e delle disposizioni stabilite dal Codice di autoregolamentazione TV e minori approvato il 29 novembre 2002, la RAI dovrà realizzare una quota di programmazione annuale, da determinarsi nel contratto di servizio, specificatamente dedicata ai programmi di intrattenimento per i minori e di formazione e informazione per l'infanzia e l'adolescenza, che tenga conto degli specifici criteri previsti dal Codice di autoregolamentazione Tv e minori per le trasmissioni mandate in onda nella fascia oraria tra le ore 16 e le ore 19. Viene, inoltre, ribadito che tutta la programmazione trasmessa tra le ore 7 e le ore 22.30 dovrà, comunque, rispettare la dignità dei minori evitando la messa in onda di programmi che possano creare in loro turbamento.

I programmi educativi e formativi, invece, dovranno essere improntati alla diffusione della cultura scientifica e umanistica, alla conoscenza delle lingue straniere, all'alfabetizzazione informatica, alla formazione artistica e musicale e alla didattica, compresa l'educazione a distanza. Vi è poi l'apposita previsione concernente la programmazione dedicata alle persone con disabilità sensoriali e la programmazione sociale, che esige l'adozione di idonee misure, da stabilire nel contratto di servizio, tali da garantire, comunque, l'incremento del volume delle offerte attuali, sia in termini quantitativi, sia di tipologie di generi di programmazione, sia anche con specifico riferimento alla trattazione

delle tematiche dedicate alle fasce deboli, con l'attribuzione di adeguati spazi alle Associazioni e ai movimenti della società civile.

La delibera n. 55/06/CONS ha previsto l'introduzione di un sistema di valutazione della qualità dell'offerta nel rispetto di quanto disposto dall'art. 48, comma 1, del Testo unico, che affida all'Autorità il compito di verificare che il servizio pubblico sia effettivamente prestato secondo le previsioni della legge e dei contratti di servizio, tenendo anche conto dei parametri di qualità del servizio e degli indici di soddisfazione degli utenti, definiti dal contratto di servizio.

Tale sistema dovrà essere sviluppato dalla RAI avvalendosi di un insieme di indicatori basati sui criteri della qualità dell'offerta, come definita dalle stesse linee guida, nonché sul recepimento delle opinioni del pubblico, attraverso la somministrazione di questionari o interviste telefoniche sulla programmazione trasmessa a un campione rappresentativo della popolazione; è previsto, inoltre, il controllo del sistema di valutazione da parte di un organismo esterno composto da esperti.

Quanto ai servizi speciali per la mobilità, viene confermata la disciplina del servizio Isoradio, che non può trasmettere autonomi programmi, ma ripetere quelli delle reti nazionali, intercalandoli con notiziari sulla viabilità.

In tema di innovazione tecnologica è ribadito il rispetto degli obblighi previsti in capo alla concessionaria pubblica dalla delibera n. 136/05/CONS relativamente alla televisione digitale terrestre, quanto alla realizzazione delle infrastrutture e di un nuovo programma generalista e alla destinazione a fornitori di contenuti indipendenti di almeno il 40% della capacità trasmissiva dei blocchi di diffusione di programmi televisivi in tecnica digitale terrestre non di riserva pubblica.

Sono, poi, previste disposizioni per la fruizione dei programmi diffusi dalla RAI in *simulcast* via satellite senza oscuramenti, per incentivare lo sviluppo della diffusione radiofonica in tecnica digitale, per la sperimentazione di nuove tecnologie trasmissive, quali il DVB-H (*Digital Video Broadcasting-handheld*) e l'Alta Definizione e per l'esercizio dei blocchi di diffusione per la tecnologia digitale terrestre.

Con riguardo allo sviluppo dei mercati e della concorrenza si prevede che la RAI, nel rispetto delle norme europee sull'utilizzo del canone di abbonamento, utilizzi il canone esclusivamente ai fini dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico e senza turbare le condizioni degli scambi e della concorrenza nella Comunità europea e di tale destinazione fornisca specifica evidenza attraverso la predisposizione del bilancio di esercizio in contabilità separata, in conformità alle delibere di indirizzo adottate in proposito dall'Autorità.

Inoltre, è previsto che la RAI sia tenuta ad adottare criteri tecnici ed economici di gestione idonei a consentire il raggiungimento di obiettivi di efficienza produttiva e allocativa, anche attraverso la razionalizzazione del proprio assetto organizzativo.

Infine, specifiche previsioni sono riservate alla verifica dell'adempimento dei compiti di servizio pubblico da parte dell'Autorità (art. 48 del Testo unico della radiotelevisione), in conformità agli indirizzi comunitari sull'appli-

cazione delle norme sugli aiuti di Stato, secondo i quali la missione di servizio pubblico deve essere conferita in maniera chiara e dettagliata da norme di legge o regolamento e la verifica deve essere effettuata da un'Autorità indipendente. A tali fini, viene richiesto alla RAI di trasmettere, ogni sei mesi, una relazione contenente una dettagliata informativa relativa alla programmazione trasmessa e agli adempimenti posti in essere per il rispetto degli obblighi di servizio pubblico.

Provvedimenti in materia di posizioni dominanti o lesive del pluralismo

Nel marzo 2005, con delibera n. 136/05/CONS¹, l'Autorità ha adottato un insieme di misure tese a favorire lo sviluppo concorrenziale del mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento. La decisione scaturisce da un'attività istruttoria che è stata svolta, in conformità con i principi di tutela della concorrenza, secondo le disposizioni introdotte dalla legge n. 112/04. Segnatamente, l'accertamento dell'Autorità ha evidenziato una concentrazione di risorse in capo ai gruppi RAI e RTI-Publitalia sia di natura tecnica (le infrastrutture), sia di carattere economico (risorse pubblicitarie) e comunque legata a quote di audience assai elevate. Questo livello di concentrazione è risultato tale da individuare un duopolio simmetrico nel mercato televisivo, da ritenersi mantenimento di posizione lesiva del pluralismo ai sensi degli articoli 3 e 5 della legge n. 112/04 e dell'art. 2, comma 7, della legge n. 249/97.

Pertanto, con la medesima delibera 136/05/CONS, sono state adottate misure volte a tutelare il pluralismo dell'informazione nel settore televisivo, con particolare riferimento al pluralismo esterno, così come definito dalla giurisprudenza costituzionale.

Le misure dettate dalla delibera n. 136/05/CONS e le condizioni di attuazione delle misure stesse, si prefiggono l'obiettivo di evitare che la concentrazione di risorse caratterizzante il sistema analogico venga trasferita nel sistema della televisione digitale terrestre, con rischi di restrizione della concorrenza nel medio-lungo periodo. Tuttavia, esse vanno ad incidere in un mercato in fase di espansione, le cui dinamiche di medio periodo risultano difficilmente prevedibili. Stante tale considerazione, l'Autorità ha valutato la possibilità di rivedere le misure, alla luce dell'evoluzione del contesto competitivo, in un arco di tempo di dodici mesi dall'adozione del provvedimento e, in ogni caso, all'esito della verifica delle quote del sistema integrato delle comunicazioni.

Nel dettaglio, le misure adottate dall'Autorità hanno mirato a limitare la concentrazione sia delle risorse economiche, sia delle risorse tecniche e hanno riguardato nello specifico:

- nei confronti della RAI e RTI:
 - l'obbligo di accelerare la digitalizzazione delle reti televisive terrestri anche mediante la predisposizione in tecnica digitale di tutti gli impianti operanti in tecnica analogica;

(1) Entrambi i soggetti destinatari del provvedimento – RAI e Mediaset – hanno promosso ricorso innanzi al TAR del Lazio, per l'annullamento della delibera 136/05/CONS. Il giudizio risulta pendente. Il tribunale comunque non ha accolto l'istanza di sospensiva, dunque la delibera 136/05/CONS, conserva la sua piena efficacia.

- l'obbligo di destinazione di capacità trasmissiva a fornitori indipendenti di contenuti, nell'ambito della quota del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri di cui all'art. 2-bis, comma 1, quinto periodo, della legge n. 66/01;
- nei confronti di RTI:
 - l'obbligo di avvalersi, secondo il calendario stabilito nell'ambito della stessa delibera n. 136/05/CONS, di una concessionaria di pubblicità diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria per le trasmissioni in tecnica digitale terrestre diverse dal simulcast;
 - il divieto di trasmettere messaggi pubblicitari nella programmazione televisiva digitale terrestre diversa dal simulcast in misura superiore al 12% di ogni ora a partire dal 30 giugno 2005 fino al 31 dicembre 2006;
- nei confronti della RAI:
 - l'obbligo di contribuire alla maggiore diffusione della tecnologia digitale terrestre per il tramite di un nuovo programma generalista attrattivo in termini di audience e privo di pubblicità su reti digitali terrestri;
- nei confronti di Publitalia:
 - l'obbligo di operare (fino all'attuazione della misura che prevede l'obbligo in capo a RTI di avvalersi di una concessionaria di pubblicità diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria per le trasmissioni in tecnica digitale terrestre diverse dal simulcast) la separazione contabile tra le attività di raccolta pubblicitaria inerenti alle reti analogiche e quelle relative alle reti digitali terrestri;
 - l'obbligo di praticare condizioni trasparenti, eque e non discriminatorie nella vendita di spazi pubblicitari, dando separata evidenza degli eventuali sconti applicati ai singoli prodotti.

In particolare, in materia di accesso alle reti, l'Autorità ha ritenuto che uno strumento utile per intervenire sullo sviluppo del pluralismo consista nel prevedere una quota di capacità trasmissiva da cedere a fornitori di contenuti indipendenti, la cui programmazione possa risultare idonea a diversificare la distribuzione delle risorse pubblicitarie, soprattutto nel caso in cui tali emittenti siano di particolare attrattività in termini di audience.

A tal fine, l'Autorità ha ritenuto di estendere nel tempo l'applicabilità della previsione contenuta nell'art. 2 bis, della legge n. 66/01, in base alla quale "ciascun soggetto che sia titolare di più di una concessione televisiva deve riservare, in ciascun blocco di programmi e servizi diffusi in tecnica digitale, pari opportunità e comunque almeno il 40% della capacità trasmissiva del medesimo blocco di programmi e servizi a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie, per la sperimentazione da parte di altri soggetti che non siano società controllanti, controllate o collegate". L'obbligo di tale riserva, previsto dalla legge come valido nell'ambito della fase della sperimentazione della diffusione televisiva digitale terrestre, è stato esteso dalla delibera n. 136/05/CONS,

nei confronti di RAI e RTI, fino alla completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze in tecnica digitale.

Al fine di rendere efficace la sopramenzionata disposizione, l'Autorità con la delibera n. 264/05/CONS², ha definito le caratteristiche minime volte a individuare i fornitori di contenuti indipendenti a cui la RAI e RTI sono tenute a destinare la capacità trasmissiva.

Questa delibera, in primo luogo, ha qualificato i fornitori di contenuti indipendenti sotto il profilo degli assetti proprietari, definendoli come gli editori di palinsesti destinati alla televisione digitale terrestre in ambito nazionale, che non siano in rapporto di controllo o di collegamento con la RAI e RTI e, comunque, non siano riconducibili direttamente o indirettamente alle suddette società. Sotto il profilo dei contenuti, gli editori destinatari della capacità trasmissiva, devono conformare il proprio palinsesto ai principi di pluralismo ed obiettività e sono tenuti a offrire generi ad ampia diffusione, in grado di soddisfare i gusti delle diverse categorie di telespettatori. I fornitori di contenuti offrono una programmazione attrattiva sotto il profilo dell'audience e della capacità di raccolta pubblicitaria; tale programmazione deve essere, quindi, orientata ai seguenti generi:

- programmi di intrattenimento di qualità, eventi sportivi, sociali, culturali e musicali di particolare valore;
- programmi divulgativi di interesse generale, di aggiornamento e di approfondimento dedicati a tematiche di carattere scientifico, culturale, storico, musicale;
- fiction, telefilm, sceneggiati, serie, miniserie e opere cinematografiche; programmi rivolti all'infanzia e all'adolescenza.

Sotto il profilo delle condizioni economiche, la RAI e RTI sono tenute a offrire la propria capacità trasmissiva a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie. A tal fine, devono garantire una corretta informazione ai potenziali interessati e la parità di trattamento nelle condizioni tecnico-economiche di offerta della capacità trasmissiva.

Tuttavia, si evidenzia che tali interventi non hanno, ad oggi, determinato l'accesso alle reti di trasmissione da parte dei fornitori di contenuti individuati dalla delibera n. 264/05/CONS e, pertanto, l'analisi dell'impatto regolamentare ha evidenziato un difetto di efficacia delle misure adottate. Di tale considerazione l'Autorità ha tenuto conto nell'ambito dell'atto di indirizzo approvato con delibera n. 163/06/CONS.

Questa decisione (cfr. *infra*) prevede un programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale e pluralistica delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi, nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale. In particolare, a complemento dell'azione intrapresa con la delibera 136/05/CONS, l'atto di indirizzo prevede la necessità di "individuare meccanismi che rendano effettiva e sostanziale la cessione del 40% di capacità trasmissiva a soggetti indipendenti, in termini di trasparenza delle condizioni imposte e di scelta dei soggetti contraenti, ai fini del rafforzamento del plu-

(2) La RAI, in sede di motivi aggiunti al ricorso avverso la delibera n. 136/05/CONS, ha richiesto altresì l'annullamento della delibera n. 264/05/CONS. Il giudizio risulta pendente.

ralismo e della concorrenza". A tal fine, è prevista la possibilità di adottare una misura che declini ulteriormente l'obbligo di destinazione di capacità trasmissiva a fornitori indipendenti di contenuti, nell'ambito della quota del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri. L'Autorità ha in particolare specificato che intende definire una procedura competitiva da essa gestita per una griglia minima di programmi (channel-line-up) che sia garantita su tutto il territorio nazionale.

L'atto di indirizzo delinea anche il contenuto delle misure che potranno essere adottate, individuando come obblighi proporzionali allo scopo la trasparenza, la parità di trattamento e l'orientamento al costo delle condizioni di offerta. Tali condizioni avranno un'adeguata forma di pubblicità, poiché dovranno essere comunicate al mercato attraverso un'offerta di riferimento. Nell'ambito di questo ventaglio di garanzie, l'Autorità dovrà altresì verificare che le imprese adottino un sistema di contabilità dei costi in linea con gli obblighi regolamentari. L'atto di indirizzo prevede che per implementare questi obiettivi strategici si possa, tra le altre cose, attivare la clausola di rivedibilità delle misure prevista dalla delibera 136/05/CONS.

Le garanzie di accesso alle reti sono state – dunque – il filo conduttore dell'azione a tutela della concorrenza e del pluralismo svolta dall'Autorità nel corso dell'ultimo anno. La valenza concorrenziale di questo mercato è stata, peraltro, confermata anche dagli accertamenti più recenti. In merito, basti ricordare l'analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (c.d. "mercato n. 18"), per il quale – allo stato del procedimento – l'Autorità ha individuato, relativamente al mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva in tecnica analogica su rete terrestre, una posizione dominante collettiva in capo ai soggetti RAI e RTI (cfr. paragrafo n.2.1.).

Gli obblighi di programmazione dei concessionari

Nell'ambito dell'attività sanzionatoria svolta dall'Autorità su segnalazione, si possono riassumere le seguenti quattro categorie di obblighi di programmazione rilevanti ai fini della stessa:

1. la tenuta del registro dei programmi;
2. la conservazione delle registrazioni dei programmi;
3. l'interconnessione;
4. la durata della programmazione.

In tale ambito, l'Autorità, nel periodo di riferimento, ha emanato 7 provvedimenti di ordinanza ingiunzione, a seguito dell'inottemperanza alle diffide; 5 di tali provvedimenti hanno riguardato la corretta tenuta del registro dei programmi trasmessi, essi sono, rispettivamente, riferiti alle emittenti "Radio Onda Blu" (delibera n. 85/05/CSP) che è stata condannata al pagamento di una sanzione pari a euro 1.032,00, "Videoesse" (delibera n. 135/05/CSP) alla quale è stata comminata una sanzione pecuniaria di euro 516,00, "Radio Jolly" (delibera n. 2/06/CSP) condannata al pagamento di euro 1.032,00, "TV Oggi" (delibera 3/06/CSP) alla quale è stata comminata una sanzione pari a euro 516,00, "Radio Gela" (delibera 39/06/CSP) che è stata condannata al

pagamento di una sanzione pecuniaria pari a euro 2.064,00. Un provvedimento di ordinanza ingiunzione è stato inerente alla categoria dell'interconnessione e un altro a quella relativa alla durata della programmazione, il primo ha coinvolto l'emittente "Radio Enterprise" (delibera n. 148/05/CSP) alla quale l'Autorità ha comminato la sanzione pecuniaria di euro 3.096,00, il secondo l'emittente "Radio Stella" (delibera n. 149/05/CSP) cui è stato ingiunto il pagamento della sanzione pari a 3.096,00 euro.

L'Autorità ha adottato 29 provvedimenti di archiviazione in materia di tenuta del registro e conservazione delle registrazioni, di cui 9 preceduti da provvedimenti di diffida, e 5 per decorrenza dei termini dovuta alla *vacatio* degli Organi collegiali determinata dalla scadenza del primo mandato dei componenti dell'Autorità. Inoltre, sono stati adottati 8 provvedimenti di diffida, ai sensi dell'art. 31, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223, mentre, c'è stata una sola archiviazione in via amministrativa. L'Autorità ha, infine, avviato 7 procedimenti e notificato la contestazione in relazione alla violazione dei commi 4 e 5 dell'art. 20 della legge 6 agosto 1990, n. 223, sugli obblighi di tenuta del registro dei programmi e di conservazione della registrazione dei programmi stessi.

Gli interventi in materia di contenzioso aventi a oggetto la piattaforma unica satellitare

L'Autorità svolge la funzione di risoluzione delle controversie nascenti dall'applicazione degli impegni annessi alla decisione M. 2876 del 2 aprile 2003, con la quale la Commissione europea ha autorizzato la concentrazione tra Stream e Telepiù che ha dato origine a Sky Italia.

Nel corso del periodo compreso tra il mese di maggio 2005 e il mese di aprile 2006, in particolare, sono state affrontate 6 controversie tra operatori: in 3 casi la procedura si è fermata all'esperimento del tentativo di conciliazione, mentre, in altri 3 si è pervenuti alla definizione della controversia.

Quattro controversie hanno avuto a oggetto l'accesso alla piattaforma satellitare, rispetto al quale il paragrafo 11 dei suddetti impegni prevede obblighi specifici in capo a Sky Italia finalizzati ad assicurare la fornitura dei servizi tecnici, necessari agli operatori televisivi concorrenti, per far giungere agli utenti finali la loro offerta commerciale.

Le due rimanenti controversie hanno riguardato l'obbligo di Sky Italia, previsto dal paragrafo n. 10 degli impegni, di presentare un'offerta all'ingrosso dei pacchetti e dei canali premium distribuiti ai propri abbonati.

Tabella 2.13. Parti, oggetto e fase procedurale delle controversie aventi a oggetto la piattaforma unica satellitare

Parti della controversia	Oggetto della controversia	Fase procedurale
CLASS FINANCIAL NETWORK/SKY ITALIA	Accesso alla piattaforma	Definizione della controversia
GIOCO CALCIO/ SKY ITALIA	Accesso alla piattaforma	Definizione della controversia
TISCALI/ SKY ITALIA	Offerta <i>wholesale premium</i>	Esperimento del tentativo di conciliazione

Segue: Tabella 2.13. Parti, oggetto e fase procedurale delle controversie aventi a oggetto la piattaforma unica satellitare

Parti della controversia	Oggetto della controversia	Fase procedurale
DIGITAL WORLD TELEVISION/ SKY ITALIA	Accesso alla piattaforma	Esperimento del tentativo di conciliazione
TELECOM ITALIA/ SKY ITALIA	Offerta <i>wholesale premium</i>	Esperimento del tentativo di conciliazione
EDI ON WEB/ SKY ITALIA	Accesso alla piattaforma	Definizione della controversia

Fonte: elaborazioni Autorità

In particolare, le controversie relative all'accesso alla piattaforma satellitare hanno avuto come oggetto le seguenti specifiche problematiche:

- il collocamento all'interno della lista canali della piattaforma (controversia Class Financial Network/Sky Italia);
- la metodologia di calcolo e allocazione dei costi utilizzata da Sky Italia per la fornitura di servizi tecnici (Gioco Calcio/Sky Italia);
- il costo dei servizi tecnici di accesso (Digital World Television/Sky Italia);
- l'accordo di *simulcrypt* (Edi On Web/Sky Italia).

Nei primi due procedimenti l'Autorità ha risolto la controversia emanando una delibera di non luogo a provvedere in quanto, successivamente all'esito negativo del tentativo di conciliazione e all'apertura della fase di definizione, le parti hanno trovato un accordo per la composizione delle controversie facendo così cessare la materia del contendere.

Nella controversia che ha coinvolto l'operatore televisivo Digital World Television il tentativo di conciliazione si è concluso con la stesura di un verbale di mancato accordo tra le parti, senza che successivamente sia stata avanzata istanza di definizione.

Nel procedimento introdotto da Edi On Web, avente ad oggetto la modalità dell'accordo di *simulcrypt* cui Sky Italia è tenuta in forza di quanto stabilito dal paragrafo n. 11.8 degli impegni, l'Autorità ha definito la controversia con atto vincolante (delibera n. 126/06/CONS).

Nell'istanza, Edi On Web, società che diffonde il canale televisivo denominato "Conto Tv" con un sistema di accesso condizionato (CAS) diverso da quello utilizzato da Sky Italia, ha chiesto l'imposizione di un accordo di *simulcrypt* che rendesse interoperabili i due CAS in maniera tale da poter offrire i propri servizi agli utenti di Sky Italia, nonché da consentire la fruibilità dell'offerta di Sky Italia anche agli utenti di Edi On Web che non fossero possessori del *set top box* della piattaforma unica.

L'Autorità ha definito la controversia ritenendo che, nella fattispecie in esame, risponda ai criteri di ragionevolezza ed equità, di cui alla decisione comunitaria, un accordo che garantisca ad Edi on Web di poter vendere i propri servizi al parco abbonati di Sky Italia, senza necessariamente imporre a quest'ultima di rendere fruibile la propria offerta commerciale su una

piattaforma tecnica alternativa. Parimenti, la delibera dispone che Sky Italia è tenuta a non applicare all'accordo di *simulcrypt* condizioni contrattuali ed economiche che esulino dall'oggetto dello stesso e a offrire i servizi di accesso a condizioni eque, trasparenti, non discriminatorie e orientate ai costi.

Con riferimento alle controversie relative all'applicazione degli obblighi in materia di offerta *wholesale premium*, le due controversie hanno avuto a oggetto, oltre alle condizioni economiche e alle metodologie di calcolo, rispetto alle quali è intercorsa, nell'ambito del procedimento, la definizione della controversia tra Ebismedia e Sky Italia (delibera n. 360/04/CONS), l'apposizione di alcune condizioni contrattuali (Telecom Italia/Sky Italia) e le verifiche tecniche sulla piattaforma trasmissiva ASDL (Tiscali/Sky Italia).

Entrambi i procedimenti si sono conclusi con la fase di conciliazione, in particolare, nel caso della controversia Telecom Italia/Sky Italia le parti hanno trovato un accordo di carattere commerciale.

Per quanto attiene alla risoluzione delle controversie che coinvolgono gli utenti della piattaforma satellitare, i procedimenti aperti non hanno portato a una definizione della controversia con atto vincolante in quanto l'operatore è venuto incontro spontaneamente alle richieste ed esigenze dei consumatori.

Altre tipologie di violazioni in materia di audiovisivo

L'attività sanzionatoria svolta dall'Autorità, nel periodo di riferimento e relativamente alle violazioni della normativa in materia di audiovisivo, ha dato vita all'emanazione di 15 provvedimenti che hanno riguardato:

- la mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte, dei dati e delle notizie richiesti dall'Autorità, nel corso di istruttorie in materia di sondaggi (art. 1, comma 30, legge n. 249/97 e art. 3, delibera n. 153/02/CSP del 25 luglio 2002), si tratta nello specifico di 5 provvedimenti di archiviazione per intervenuta oblazione attraverso il pagamento della somma di euro 1.032,00;
- la mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte, dei dati e delle notizie richiesti dall'Autorità, nel corso di istruttorie in materia di organizzazione e tenuta del registro degli operatori di comunicazione, in quanto non risultavano pervenute, entro i termini previsti, le comunicazioni relative al trasferimento di azioni o quote di *Holding* di Partecipazioni Industriali s.p.a, in un caso, e di *RCS MediaGroup* s.p.a., in sette casi, (art. 1, comma 30, legge n. 249/97 e art. 22, delibera 236/01/CONS) in particolare, l'Autorità ha adottato 8 provvedimenti di archiviazione per intervenuta oblazione mediante il pagamento della somma di euro 1.032,00;
- la mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte, dei dati e delle notizie richiesti dall'Autorità, nel corso di istruttorie, in relazione alle disposizioni di cui all'art. 6, commi 1 e 2 della delibera n. 127/00/CONS, modificata con la delibera n. 289/01/CONS, in ordine alla mancata presentazione dell'atte-

stazione di versamento dell'integrazione del contributo d'istruttoria relativamente all'autorizzazione alla diffusione del programma denominato "*Napoli Network*", rilasciata con delibera del 17 aprile 2002, n. 125/02/CONS (art. 1, comma 30, legge n. 249/97); si tratta di 1 provvedimento di ordinanza ingiunzione che impone il pagamento di una sanzione pecuniaria pari a euro 1.500,00;

- l'inottemperanza agli ordini e alle diffide dell'Autorità (art. 1, comma 31, legge n. 249/97). In particolare, è stato adottato un provvedimento sanzionatorio (delibera 450/05/CONS) nei confronti della Fondazione "Ennio Valeri", titolare dell'emittente televisiva in ambito locale "*Videoesse*" alla quale è stata comminata una sanzione pari a euro 10.329,00.

Infine, si segnala che è in corso un procedimento per la mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte, dei dati e delle notizie richiesti dall'Autorità, in relazione agli obblighi di iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione (art. 1, comma 30, legge n. 249/97).

Obblighi di programmazione di opere europee e opere di produzione indipendente

Dallo scorso anno il quadro normativo relativo agli obblighi di programmazione ha subito rilevanti cambiamenti: l'articolo 2 della legge 30 aprile 1998, n. 122, recentemente modificato dalla legge 3 maggio 2004, n. 112, è stato definitivamente abrogato dal Testo unico della radiotelevisione che dedica agli obblighi di programmazione gli articoli 6 e 44. In particolare, mentre l'art. 44 sostanzialmente ricostruisce il quadro degli obblighi già previsti dal citato articolo 2 della legge n. 122/98, l'articolo 6 ha una particolare rilevanza poiché afferma che le emittenti nazionali e i fornitori di contenuti televisivi favoriscono lo sviluppo e la diffusione della produzione audiovisiva europea anche secondo quanto previsto, con riferimento ai produttori indipendenti, dall'articolo 44 e sono tenuti a riservare a opere europee, indipendentemente dalla codifica delle trasmissioni, la maggior parte del loro tempo di trasmissione, escluso il tempo destinato a manifestazioni sportive, a giochi televisivi, a notiziari, alla pubblicità oppure a servizi di *teletext*, a dibattiti e a televendite.

La portata innovativa dell'articolo 6, rispetto alla normativa precedente, è di notevole rilevanza innanzi tutto, per via dello specifico riferimento fatto ai fornitori di contenuti televisivi; si può, infatti, agevolmente asserire che l'obbligo di destinare il 10% del tempo di trasmissione a opere di produzione indipendente viene esteso anche agli operatori che abbiano la sola "responsabilità editoriale nella predisposizione dei programmi televisivi o radiofonici e dei relativi programmi-dati destinati alla diffusione anche ad accesso condizionato su frequenze terrestri in tecnica digitale, via cavo o via satellite o con ogni altro mezzo di comunicazione elettronica [...]". Viene superato dunque il principio, introdotto dall'articolo 2 della legge n. 122/98, secondo cui tale obbligo era applicabile nei confronti delle sole emittenti titolari di concessione per la trasmissione in ambito nazionale con tecnica analogica.

Giova evidenziare, in proposito, che l'estensione dell'obbligo di riserva a favore delle opere di produttori indipendenti a tutte le emittenti era stata specificamente richiesta dalla Commissione Europea al fine di armonizzare il quadro legislativo italiano alla direttiva europea "TV senza frontiere"; la normativa europea, infatti, non accoglie la distinzione (tutta italiana) tra emittenti titolari di provvedimento concessorio rilasciato in Italia dal Ministero delle comunicazioni (alle emittenti che trasmettono su frequenze terrestri in tecnica analogica) e quelle titolari di provvedimento autorizzatorio, rilasciato dal medesimo Ministero (alle emittenti che trasmettono via cavo o su frequenze terrestri con tecnica digitale) o dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (alle emittenti che trasmettono su frequenze satellitari) e applica a tutte le emittenti operanti in ambito nazionale i medesimi obblighi.

Una seconda novità introdotta dall'articolo 6 del Testo unico rispetto alla legge n. 122/98 consiste nel recepimento della disposizione con la quale l'Autorità ha istituito lo strumento della deroga per le emittenti tematiche: l'articolo 5³ del regolamento approvato con la delibera n. 9 del 16 marzo 1999. Il riferimento, fatto dall'articolo 6 del Testo unico, all'articolo 5 di tale regolamento fuga ogni dubbio circa la permanenza in vigore della menzionata delibera.

Volgendo l'attenzione all'attività di vigilanza e monitoraggio del rispetto degli obblighi di programmazione svolta dall'Autorità, si evidenzia che, ottemperando alla previsione di cui agli articoli 4 e 5 della direttiva "TV senza frontiere", l'Autorità ha trasmesso alla Commissione europea il previsto rapporto biennale, allegandovi le tabelle contenenti le percentuali di opere europee, opere di produzione indipendente e opere recenti trasmesse dalle emittenti nazionali italiane negli anni 2003 e 2004. Di seguito si riportano le tabelle consultabili nell'ambito del rapporto pubblicato sul sito della Commissione europea. Si evidenzia che, poiché i dati inclusi nelle tabelle provengono principalmente dalla Informativa Economica di Sistema (IES), quelli concernenti il rispetto degli obblighi di programmazione nel 2005 saranno disponibili non appena le emittenti presenteranno la IES relativa all'anno 2006.

Per una corretta lettura dei dati delle tabelle, giova evidenziare che, poiché il Testo unico è stato adottato in Italia nel mese di luglio 2005, nel biennio 2003-2004 le emittenti non concessionarie erano ancora esentate dall'obbligo di programmare opere di produttori indipendenti, per cui, ove la percentuale non è stata comunicata, nella relativa casella risulta la dizione "Exempt".

Infine, giova ricordare che il Testo unico, confermando quanto originariamente previsto dalla legge n. 122/98, ha obbligato le emittenti e i fornitori di contenuti televisivi a riservare alle opere recenti (cioè prodotte negli ultimi 5 anni) almeno il 50% del loro tempo di trasmissione complessivamente dedicato a tutte le opere europee. Tale disposizione è, in effetti, diversa da quella della direttiva "TV senza frontiere", secondo

(3) Art. 5 della delibera 9/99: "I singoli canali tematici possono richiedere all'Autorità, illustrandone i motivi, la deroga totale o parziale agli obblighi di riserva di emissione e di investimento così come definiti nel presente regolamento".

la quale è il 50% delle opere di produzione indipendente a dover essere stato prodotto negli ultimi 5 anni. Il legislatore italiano, in altre parole, ha parametrato l'obbligo di programmare una percentuale del 50% di opere recenti al tempo di programmazione di tutte le opere europee e non solo alle produzioni indipendenti, come invece è previsto dalla direttiva "TV senza frontiere". Alla luce di ciò si evidenzia che la percentuale di opere recenti, indicata nella corrispondente colonna delle seguenti tabelle, è da riferirsi alle opere europee e non alle opere di produttori indipendenti.

La tabella 2.14. illustra, relativamente al biennio 2003/2004 e alle emittenti e alle diverse tipologie di canali, le percentuali del tempo di trasmissione destinato alle opere europee, alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti.

Tabella 2.14. Emittenti televisive, tipologie di canali, tempo di trasmissione destinato alle opere europee, alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti

Emittente o gruppo di emittenti	Canale	Tipo	Opere europee		Opere di produtt. indep.		Opere recenti	
			2003	2004	2003	2004	2003	2004
RAI	Rai Uno	terr	78,1	77,2	20,9	26,3	77,8	69,29
RAI	Rai Due	terr	62,8	67,6	29,4	25,8	61,7	66,42
RAI	Rai Tre	terr	70,6	68,6	27,3	25,8	68,0	68,45
RAISAT	Raisat Album	sat	100,0	no	exc	no	43,6	no
RAISAT	Raisat Art	sat	90,0	no	exc	no	62,7	no
RAISAT	Raisat Cinema	sat	57,7	no	exc	no	41,4	no
RAISAT	Raisat Cinema World	sat	no	68,7	no	exc	no	39,3
RAISAT	Raisat Extra	sat	85,1	82,9	exc	exc	90,3	97,9
RAISAT	Raisat Fiction	sat	79,6	no	exc	no	49,4	no
RAISAT	Raisat Gambero Rosso	sat	90,6	91,3	exc	exc	93,0	96,92
RAISAT	Raisat Premium	sat	90,8	92,9	exc	exc	40,1	52,38
RAISAT	Raisat Ragazzi	sat	82,1	77,8	exc	exc	100,0	61,81
RAISAT	Raisat Show	sat	71,8	no	exc	no	85,4	no
TOTALE			79,0	79,8	25,9	25,9	70,0	70,59
RTI								
RTI	Canale 5	terr	61,8	73,1	15,9	17,3	91,0	91,4
RTI	Italia 1	terr	43,2	39,9	12,4	12,4	59,3	66,3
RTI	Rete 4	terr	57,7	57,5	20,7	18,6	65,3	74,1
RTI	Comedy Life	sat	50,1	no	14,5	no	66,7	no
RTI	Duel	sat	30,2	22,7	6,6	7,0	72,6	72,4
RTI	Happy Channel	sat	96,0	95,0	20,5	23,1	57,2	59,6
RTI	Italian Teen Television	sat	29,0	43,2	7,6	18,4	76,1	73,8
RTI	MT Channel	sat	90,2	88,8	46,5	33,4	80,3	84,2
TOTALE			60,0	59,5			70,4	74,1

Segue: Tabella 2.14. Emittenti televisive, tipologie di canali, tempo di trasmissione destinato alle opere europee, alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti

Emittente o gruppo di emittenti	Canale	Tipo	Opere europee		Opere di produtt. indep.		Opere recenti	
			2003	2004	2003	2004	2003	2004
RMTV + LA7								
LA7 TELEVISIONI s.p.a.	La7	terr	55,2	49,9	19,6	16,5	78,2	75,8
MTV ITALIA s.r.l.	Mtv Brand New	sat	67,1	82,3	32,4	26,6	96,7	98,4
MTV ITALIA s.r.l.	Mtv Hits	sat	67,5	80,6	33,8	19,9	97,9	98,6
MTV ITALIA s.r.l.	Mtv	terr	71,2	74,9	16,6	20,5	98,4	98,1
TOTALE			64,2	73,3			91,2	95,1
SKY ITALIA (già Stream)								
SKY ITALIA s.r.l.	Sky On Air	sat	no	100,0	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Assist	sat	no	100,0	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky	sat	no	99,0	no	exc	no	99,9
SKY ITALIA s.r.l.	Zona Giochi	sat	no	100,0	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Sport 3 + Calcio							
	Estate Sky Sport	sat	no	79,9	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Meteo 24	sat	no	99,8	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema							
	Classics	sat	no	78,3	no	27,4	no	11,1
SKY ITALIA s.r.l.	Diretta Gol	sat	no	98,3	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Sport	sat	no	97,9	no	exc	no	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Calcio Sky (già Stream Calcio 1)	sat	100,0	99,8	exc	exc	100,0	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Canale Viaggi	sat	34,5	no	34,5	no	100,0	no
SKY ITALIA s.r.l.	Info (già Stream Info)	sat	100,0	no	exc	no	100,0	no
SKY ITALIA s.r.l.	Palco	sat	48,1	no	10,9	no	100,0	no
SKY ITALIA s.r.l.	Primafila	sat	58,4	100,0	37,2	exc	100,0	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Primafila Sky (già Stream Prima Fila 6)	sat	40,5	34,6	7,9	4,5	97,9	99,9
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema 1 (già Stream Prima Fila 1)	sat	48,2	50,8	25,1	9,3	98,8	97,1
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema 16:9 (già Stream Prima Fila 5)	sat	49,2	45,7	27,4	11,6	97,4	94,9
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema 2 (già Stream Primafila 2)	sat	48,2	50,9	25,1	9,3	98,8	97,1
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema 3 (già Stream Cinema Stream)	sat	35,0	48,1	19,2	8,0	74,1	86,5
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema Autore (già Stream Prima Fila 3)	sat	56,2	64,4	29,1	17,6	92,5	86,1
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Cinema Max (già Stream Prima Fila 4)	sat	40,7	31,2	20,7	4,9	94,3	80,3
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Sport 1 (già Sport Stream)	sat	86,9	86,7	exc	exc	95,6	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Sky Sport 2 (già Stream Calcio Stream)	sat	93,0	89,3	exc	exc	100,0	100,0
SKY ITALIA s.r.l.	Stream 1 (già Stream 1)	sat	0,0	no	exc	no	0,0	no
SKY ITALIA s.r.l.	Stream 2 (Grande Fratello)	sat	100,0	no	exc	no	100,0	no
SKY ITALIA s.r.l.	Stream Calcio 2	sat	EXC	no	exc	no	exc	no
SKY ITALIA s.r.l.	Stream Calcio 3	sat	EXC	no	exc	no	exc	no
SKY ITALIA s.r.l.	Stream Calcio 4	sat	EXC	no	exc	no	exc	no
SKY ITALIA s.r.l.	Stream Calcio 5	sat	EXC	no	exc	no	exc	no
SKY ITALIA s.r.l.	Tele+ 16:9	sat	27,8	no	11,1	no	93,8	no
SKY ITALIA s.r.l.	Tele+ Bianco	sat	42,2	no	18,7	no	91,4	no

Segue: Tabella 2.14. Emittenti televisive, tipologie di canali, tempo di trasmissione destinato alle opere europee, alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti

Emittente o gruppo di emittenti	Canale	Tipo	Opere europee		Opere di produtt. indep.		Opere recenti	
			2003	2004	2003	2004	2003	2004
SKY ITALIA s.r.l.	Tele+ Grigio	sat	37,3	no	19,4	no	69,7	no
SKY ITALIA s.r.l.	Tele+ Nero	sat	85,2	no	exc	no	99,4	no
SKY ITALIA s.r.l.	Tele+30	sat	42,2	no	18,7	no	91,4	no
SKY ITALIA s.r.l.	Tvl	sat	86,7	no	6,3	no	92,3	no
TEAM TV s.p.a.	Stream News	sat	EXC	no	exc	no	exc	no
TOTALE			48,4	47,5			97,3	96,9
MULTITHEMATIQUE								
CANALI DIGITALI	Planet	sat	74,8	73,03	exc	exc	76,3	83,6
CANALI DIGITALI	Jimmy	sat	32,3	35,35	exc	exc	48,1	60,1
CINE CINEMA	Cineclassics	sat	45,3	no	exc	exc	10,4	no
CINE CINEMA	Cinecinemas2	sat	53,6	no	exc	exc	33,2	no
CINE CINEMA	Cinecinemas1	sat	52,9	no	exc	exc	34,9	no
SEASONS	Seasons - Caccia e Pesca	sat	no	97,20	no	exc	no	98,6
TOTALE			58,1	56,6			46,2	78,1
EUROCAST								
EUROCAST ITALIA	Polonia 1	sat	48,7	100,0	exc	exc	26,2	37,5
EUROCAST ITALIA	Tele 5	sat	74,1	100,0	exc	exc	34,8	39,1
EUROCAST ITALIA	Top Shop	sat	exc	exc	exc	exc	exc	exc
TOTALE			59,3	100,0			0,0	38,2
TELE+								
EUROPA	Europa Tv -							
TV s.p.a.	Telepiù 30	sat	42,0	no	15,7	no	89,2	no
EUROPA	Europa Tv -							
TV s.p.a.	Telepiù Bianco	sat	41,9	no	15,2	no	92,8	no
PRIMA TV s.p.a.	Prima Tv							
	Telepiù 16:9	sat	39,4	no	16,4	no	90,6	no
PRIMA TV s.p.a.	Prima Tv -							
	Telepiù Grigio	sat	48,5	no	22,1	no	81,7	no
PRIMA TV s.p.a.	Prima Tv -							
	Telepiù Nero	sat	90,8	no	exc	no	99,5	no
OMEGA TV s.p.a.	Palco	sat	48,2	no	4,5	no	94,6	no
OMEGA TV s.p.a.	+ Calcio	sat	100,0	no	exc	no	100,0	no
TOTALE			48,5	no			94,0	no
FOX								
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	Fox	sat	22,9	20,0	exc	exc	100,0	99,1
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	The History Channel	sat	44,6	50,7	exc	exc	96,8	87,1
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	A1	sat	54,6	49,2	exc	exc	84,1	94,7
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	National Geographic Channel	sat	44,8	54,1	exc	exc	96,6	94,3
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	Foxlife	sat	no	40,4	no	exc	no	98,7
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	National Geographic Channel (2a versione)	sat	no	46,2	no	exc	no	95,2
CHANNELS ITALY s.r.l.	The History Channel +1	sat	no	54,0	no	exc	no	85,3

Segue: Tabella 2.14. Emittenti televisive, tipologie di canali, tempo di trasmissione destinato alle opere europee, alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti

Emittente o gruppo di emittenti	Canale	Tipo	Opere europee		Opere di produtt. indep.		Opere recenti	
			2003	2004	2003	2004	2003	2004
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	National Geo- graphic Channel +1	sat	no	61,4	no	exc	no	96,3
FOX INTERNATIONAL CHANNELS ITALY s.r.l.	National Geo- graphic Channel (3a versione)	sat	no	26,5	no	exc	no	100,0
TOTALE			41,5	45,2			92,8	92,9
RETE BLU								
RETE BLU	Telelazio Rete Blu	sat	0,0	0,0	exc	exc	0,0	0,0
RETE BLU	Sat 2000	sat	51,8	51,9	33,2	32,7	54,0	53,1
TOTALE			21,0	21,7			54,0	53,1
GRUPPO SITCOM								
ALICE	Alice	sat	100,0	99,0	exc	exc	100,0	100,0
INN s.p.a.	Inn	sat	0,0	0,0	exc	exc	0,0	0
LEONARDO	Leonardo	sat	100,0	99,7	exc	exc	100,0	100,0
MARCOPOLO	Marcopolo	sat	100,0	93,5	exc	exc	100,0	100,0
NUVOLARI	Nuvolari	sat	100,0	100,0	exc	exc	100,0	100,0
TOTALE			100,0	97,8			100,0	100,0
NUOVA FRANCIACORTA								
NUOVA FRANCIA CORTA	Rtb International	sat	85,1	88,3	29,3	31,7	65,6	62,6
NUOVA FRANCIA CORTA	Retebrescia Sat	92,0	89,1	33,1	38,5	64,0	56,8	
TOTALE			88,8	88,7			64,7	59,7
TELESTUDIO MODENA								
TELESTUDIO MODENA s.r.l.	Studioeuropa	sat	100,0	100,0	100,0	exc	100,0	100,0
TELESTUDIO MODENA s.r.l.	Telestudio Modena	sat	100,0	100,0	exc	exc	100,0	100,0
TOTALE			100,0	100,0			100,0	100,0
RADIO ITALIA								
RADIO ITALIA s.p.a.	Video Italia Solo Musica Italiana	sat	100,0	100,0	exc	exc	0,0	0,0
RADIO ITALIA s.p.a.	Playlist Italia	sat	no	100,0	no	exc	no	0,0
TOTALE			100,0	100,0			0,0	0,0
ALTRE								
ELEFANTE TV s.p.a.	Elefante Tv	terr	exc	exc	exc	exc	exc	exc
RETE A s.r.l.	Rete A	terr	60,0	64,2	36,8	55,2	94,4	79,1
TELEVISION SYSTEM s.p.a.	Retecapri	terr	8,0	7,9	2,6	exc	100,0	30,6
24 ORE TELE- VISION s.p.a.	Venti- quattrore Tv	sat	85,1	66,2	100,0	100,0	100,0	100,0
AGENZIA SICILIANA INFORMAZIONE	Sicilia Channel	sat	no	0,0	no	exc	no	0,0
ANICAFLASH s.r.l.	Coming Soon Television	sat	50,0	nc	exc	nc	0,0	nc

Segue: Tabella 2.14. Emittenti televisive, tipologie di canali, tempo di trasmissione destinato alle opere europee, alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti

Emittente o gruppo di emittenti	Canale	Tipo	Opere europee		Opere di produtt. indep.		Opere recenti	
			2003	2004	2003	2004	2003	2004
CECCHI GORI GROUP FIN.MA.VI. s.p.a.	Cinemovie	sat	88,5	no	0,0	no	25,1	no
C.F.N. s.p.a.	Cfn Class							
	Financial Network	sat	100,0	no	exc	no	100,0	no
CLASS CNBC s.p.a.	Class Cnbc	sat	no	100,0	no	exc	no	100,0
EDI ON WEB s.r.l.	Superpippa	sat	0,0	no	exc	no	0,0	no
EDI ON WEB s.r.l.	Conto Tv	sat	no	0,0	no	exc	no	0,0
EDIZIONI TAGLIAMONTE	Napoli Nova	sat	0,0	12,5	exc	exc	0,0	22,9
ELETV s.p.a.	DeeJay Tv	sat	54,0	52,2	47,8	37,1	87,7	92,56
EUROTELEVISION s.p.a.	Telegenova	sat	0,0	0,0	exc	exc	0,0	0,0
FOX KIDS								
ITALY s.r.l.	Fox Kids	sat	54,3	45,6	54,3	45,6	49,2	44,1
IL DENARO TV s.r.l.	Denaro Tv	sat	no	0,0	no	exc	no	0,0
L'ANTENNA s.r.l.	Oasi Tv	sat	0,0	0,0	exc	exc	0,0	0,0
MILAN CHANNEL s.r.l.	Milan channel s.r.l.	sat	no	51,9	no	exc	no	100,0
M.P.I s.r.l.	Milan Channel	sat	50,0	no	exc	no	100,0	no
MATCH MUSIC s.r.l.	Match Music Satellite	sat	no	0,0	no	exc	no	0,0
MEDIOLANUM CHANNEL s.r.l.	Mediolanum Channel s.r.l.	sat	100,0	100,0	exc	exc	100,0	100,0
ORANET s.r.l.	Romasat	sat	0,0	0,0	15,2	exc	0,0	0,0
RETE 7 S.p.A.	E' Tv	sat	2,3	4,7	exc	exc	0,0	0,0
ROCK TV s.r.l.	Rock Tv	sat	0,0	0	exc	exc	0,0	0
RTL 102,500 102.5 HIT HIT RADIO s.r.l.	Channel	sat	65,9	63,0	exc	exc	100,0	100,0
SARDINIA CHANNEL s.r.l.	Sardinia Channel s.r.l.	sat	no	no	no	no	no	no
UNIVERSAL STUDIOS NETWORKS ITALIA s.r.l.	Studio Universal	sat	41,8	44,5	exc	exc	35,6	6,7
TUSCANY SAT s.r.l.	Tuscany Sat s.r.l.							
IN LIQUIDAZ.	liquidaz.	sat	no	no	no	no	no	no
FASTWEB	Fastweb Channels	cable	exc	exc	exc	exc	exc	exc

Nel periodo di riferimento, l'Autorità, nell'ambito delle verifiche effettuate sulle emittenti televisive relativamente al biennio 2001/2002 per le violazioni della normativa sulle quote di trasmissione delle opere europee programmate da parte delle emittenti a diffusione nazionale (terrestri e satellitari), ha avviato 10 procedimenti diretti a sanzionare il mancato rispetto dei citati obblighi di programmazione e di investimento (art. 2 legge n. 122/98 e delibera n. 9/99).

In particolare, sono stati adottati 3 provvedimenti sanzionatori, uno nei confronti della società Europa Tv s.p.a. (delibera n. 299/05/CONS) che è stata obbligata al pagamento di una sanzione pecuniaria pari a euro 35.000,00, un altro diretto alla società Omega Tv s.p.a. (delibera n. 300/05/CONS) che ha dovuto corrispondere una sanzione di importo pari a 25.000,00 euro e il terzo provvedimento ha riguardato la società Prima Tv s.p.a. (delibera n. 301/05/CONS) alla quale è stata comminata una sanzione di 25.000,00 euro. Quattro dei dieci procedimenti sono stati conclusi con l'adozione di quattro provvedimenti di archiviazione, di cui uno per decorrenza dei termini nel periodo di *vacatio* degli Organi collegiali dovuto alla scadenza del primo mandato

dei componenti dell'Autorità, tre per intervenuta oblazione attraverso il pagamento della somma di euro 20.660,00 da parte di ciascun operatore.

Le autorizzazioni satellitari

L'attività inerente al rilascio delle autorizzazioni nell'ambito della televisione satellitare, viene svolta dall'Autorità ai sensi del regolamento approvato con delibera n. 127/00/CONS del 1 marzo 2000 che ha disciplinato il rilascio dei titoli abilitativi alle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della convenzione europea sulla televisione transfrontaliera siglata a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificata con la legge 5 ottobre 1991, n. 327.

La tabella seguente riporta i dati relativi al volume di attività, connesso al rilascio delle autorizzazioni, realizzato dall'Autorità nel periodo dal mese di maggio 2005 al mese di aprile 2006. Si evidenzia che, a ciascun programma diffuso, corrisponde una specifica domanda di autorizzazione.

Tabella 2.15. Volume di attività connesso al rilascio di autorizzazioni satellitari

Domande di autorizzazione (dal 1° maggio 2005 al 30 aprile 2006)	51
Autorizzazioni rilasciate (dal 1° maggio 2005 al 30 aprile 2006)	42
Totale programmi autorizzati dal 13 aprile 2000 al 30 aprile 2006	228
Totale soggetti autorizzati dal 13 aprile 2000 al 30 aprile 2006	116

L'Autorità ha, inoltre, continuato, nel corso del periodo di riferimento, a svolgere l'attività di gestione dell'archivio che raccoglie le autorizzazioni rilasciate e ha istruito e completato le numerose comunicazioni di variazioni riguardanti modifiche relative all'assetto delle società emittenti, delle denominazioni utilizzate e del sistema di trasmissione.

2.7. LA PUBBLICITÀ

La competenza in materia di pubblicità è attribuita all'Autorità dalla legge 31 luglio 1997, n. 249, nelle due espressioni del potere regolamentare e di vigilanza. In particolare, la legge dispone che l'Autorità (art. 1, comma 6, lettera b, numero 3) vigili sulle modalità di distribuzione dei servizi e dei prodotti, inclusa la pubblicità in qualunque forma diffusa, e che, (art. 1, comma 6, lettera b, numero 5) in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite, emani i regolamenti attuativi delle disposizioni di legge e regoli l'interazione organizzata tra il fornitore del prodotto o servizio o il gestore di rete e l'utente, che comporti l'acquisizione di informazioni all'utente, nonché l'utilizzazione delle informazioni relative agli utenti.

In tale contesto l'Autorità, attraverso il monitoraggio televisivo, realizza i controlli sulla pubblicità trasmessa dalle emittenti televisive ed esercita il potere sanzionatorio.

Per quanto riguarda la disamina delle infrazioni, nel corso del 2005, sono intervenute modifiche regolamentari che hanno comportato alcuni cambiamenti nelle rilevazioni e/o introdotto nuove ipotesi di violazione.

Il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite, delibera 538/01/CSP di questa Autorità, è stato modificato introducendo aspetti regolamentari riguardo la trasmissione di televendite di servizi di astrologia, cartomanzia, lotto, etc. e la propaganda degli stessi (delibera n. 34/05/CSP, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 72 del 29 marzo 2005), ma, a causa dell'impugnazione dinanzi agli Organi di Giustizia Amministrativa, è tutt'ora sospesa l'efficacia di tali specifiche disposizioni (cfr. paragrafo n. 2.12.).

Inoltre, è stata anche modificata la modalità di inserimento di *spot* isolati all'interno delle partite di calcio, precedentemente regolamentate dall'art. 4, comma 5, della citata delibera 538/01/CSP, limitando a sei il numero massimo di spot isolati trasmessi nei due tempi in cui risultano suddivise le partite (delibera n. 105/05/CSP, pubblicata su Gazzetta Ufficiale n. 196 del 24 agosto e Gazzetta Ufficiale n. 202 del 31 agosto 2005 che ha modificato la delibera n. 538/01/CSP).

La legge del 6 febbraio 2006, n. 37, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 38 del 15 febbraio 2006, ha introdotto alcune modifiche al Testo unico, in materia di pubblicità, abrogando la sanzione per l'utilizzo di minori di 14 anni negli *spot* e regolamentando le modalità della trasmissione degli spot di bevande alcoliche (cfr. paragrafo n. 1.2.6.).

Gli aspetti in materia di pubblicità che vengono controllati da questa Autorità si possono riassumere in :

- conteggio degli affollamenti pubblicitari televisivi;
- posizionamento degli eventi pubblicitari televisivi;
- garanzia per l'utenza dei contenuti pubblicitari;
- investimenti in pubblicità degli Enti pubblici.

Questa Autorità svolge, quindi, controlli sia di tipo quantitativo (ad esempio per ciò che riguarda gli affollamenti), sia di tipo qualitativo, in merito all'analisi di alcuni contenuti di *spot* pubblicitari.

La pubblicità televisiva e radiofonica

L'attività di vigilanza sulla pubblicità trasmessa dalle emittenti televisive si esplica attraverso il controllo della programmazione delle :

- concessionarie radiotelevisive a diffusione nazionale:
 - attuando un monitoraggio sistematico, effettuato sull'intera programmazione delle emittenti, attraverso la registrazione dei programmi e la successiva analisi e catalogazione dei diversi eventi pubblicitari trasmessi nel corso di ciascuna giornata televisiva;
- emittenti radiofoniche e televisive locali:
 - non essendo possibile attuare un monitoraggio di natura sistematica a causa della numerosità di tali emittenti, implicante elevatissimi oneri e vincoli di natura tecnica per la necessità di effettuare la ricezione e la raccolta di tutti i segnali diffusi da molteplici postazioni di rilevazione, il monitoraggio viene effettuato a campione o su segnalazione di privati cittadini, di Associazioni, di emittenti, ecc.;
- emittenti satellitari:
 - come per le emittenti locali si procede a un monitoraggio a campionamento, soprattutto per vincoli di natura tecnica (ampia e differente gamma di apparati necessari per la ricezione: antenne e ricevitori, con differente codifica).

Lo stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria inerente al settore della pubblicità televisiva, è riportato nella tabella seguente, in considerazione dell'attuale classificazione delle infrazioni a seguito delle modifiche introdotte dalla normativa aggiornata nell'anno con riferimento alle segnalazioni ricevute dal maggio 2005 ad aprile 2006.

Tabella 2.16. Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria inerente al settore della pubblicità televisiva

Classificazione delle infrazioni	Numero dei controlli effettuati	Provvedimenti adottati	Emittente	Numero del provvedimento e importo della sanzione
1. Affollamenti	19	3 Contestazioni	Italia 1 Rete 4 Canale 5	Cont./01/06/DICAM Cont./02/06/DICAM Cont./03/06/DICAM
2. Interruzioni di partite sportive per trasmissione di spot isolati	21	3 Diffide	Rai 1 Rete 4 Rai 2	del. 08/06/CSP del. 09/06/CSP del. 10/06/CSP
		5 Archiviazioni	Sportitalia La 7 Rai 3 Canale 5 Italia 1	del. 11/06/CSP del. 44/06/CSP del. 45/06/CSP del. 59/06/CSP del. 60/06/CSP
3. Interruzione di opere musicali, teatrali e audiovisive	9	2 Ingionzioni	Rete 4 Italia 1	del. 67/06/CSP (€ 15.000,00) del. 68/06/CSP (€ 35.000,00)
		1 Diffida	La 7	del. 89/05/CSP
4. Distanza tra interruzioni successive	9	1 Diffida	Sportitalia	del. 163/05/CSP
		2 Contestazioni	La 7 Canale 5	Cont./79/05/DGC Cont./44/05/DGC
5. Interruzione di programmi inferiori a 30 minuti	7	2 Diffide	Sportitalia Italia 1	del. 125/05/CSP del. 57/06/CSP
		1 Archiviazione	Rai 2	del. 43/06/CSP
6. Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi	2	2 Archiviazioni	Italia 1 Rai 2	del. 46/06/CSP del. 47/06/CSP
7. Presentazione di televendite da parte del conduttore del programma nello stesso contesto scenico.	-	-		
8. Riconoscibilità del messaggio pubblicitario	5	2 Ingionzioni	Rai 2 Rai 1	del. 5/06/CSP (€ 15.000,00) del. 6/06/CSP (€ 25.000,00)
		1 Archiviazione	Italia 1	del. 4/06/CSP
		1 Contestazione	Canale 5	Cont./78/05/DGC
9. Spot di bevande alcoliche	3	-		
Totale	75	26		

Per quanto concerne le emittenti radiofoniche e televisive in ambito locale, nel periodo di riferimento, sono stati conclusi 4 procedimenti, rispettivamente con un'ordinanza ingiunzione che ha imposto all'emittente "Radio Onda Blu" (delibera n. 84/05/CSP) il pagamento di una sanzione pecuniaria pari a euro 3.096,00; un'archiviazione, in materia di affollamenti, per decorrenza dei termini, dovuta alla *vacatio* degli Organi collegiali per la scadenza del primo mandato dei Componenti dell'Autorità; due archiviazioni in materia di pubblicità non segnalata. E' in corso di svolgimento un procedimento che ha visto l'emanazione di una diffida in materia di affollamenti. Infine, si segnala che vi sono state 3 archiviazioni in via amministrativa.

La pubblicità degli enti pubblici

La mancata comunicazione, Da parte di alcune Province italiane, nei termini e con le modalità prescritte dall'Autorità, dei prospetti recanti le spese pubblicitarie relative all'anno 2004 (art. 41, del Testo unico, integralmente riproduttivo dell'art. 7, comma 12, della legge 3 maggio 2004, n. 112, in ordine alla mancata comunicazione delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa), ha condotto, nell'anno di riferimento, all'apertura di 44 procedimenti sanzionatori; di questi, 18 procedimenti si sono conclusi in seguito all'esercizio, da parte delle Province, del diritto al pagamento in misura ridotta (oblazione) previsto dall'art. 18 della legge 24 novembre 1981, n. 689 e con il conseguente versamento di una somma pari alla terza parte del massimo della sanzione prevista per la violazione commessa che ammonta alla somma di euro 1.733,00 e si riferiscono alle Province di Ancona, Ascoli Piceno, Bergamo, Chieti, Ferrara, l'Aquila, Latina, Mantova, Novara, Oristano, Pescara, Potenza, Ragusa, Siena, Siracusa, Torino, Alessandria e Vercelli. Sei procedimenti, riguardanti le Province di Biella, Como, Enna, Modena, Piacenza e Vibo Valentia, si sono conclusi con l'adozione di provvedimenti di archiviazione.

La pubblicità ingannevole

Ai sensi dell'art. 7, comma 5, del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, e integralmente sostituito dall'art. 26, comma 5, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo", quando un messaggio pubblicitario è stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, prima di provvedere a dichiarare la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito, richiede il parere obbligatorio, ma non vincolante, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la quale è tenuta a renderlo nei trenta giorni successivi al ricevimento della richiesta.

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha reso 185 pareri di cui 87 su messaggi diffusi attraverso la stampa periodica e quotidiana, 39 mediante la radio e la televisione e 86 tramite altri mezzi di comunicazione; 21 dei messaggi oggetto di parere sono stati diffusi su più mezzi, laddove, si registra la ten-

denza in aumento delle segnalazioni attinenti messaggi diffusi su Internet (77) parallelamente all'incremento nell'utilizzo di tale mezzo di comunicazione da parte di un numero di consumatori sempre maggiore e di differente estrazione sociale e culturale. Si è provveduto, pertanto, a introdurre la discriminazione sul presunto *target* di riferimento dei messaggi segnalati in funzione della tipologia di sito e dell'accesso allo stesso attraverso motori di ricerca.

Dall'emanazione di due pareri in materia di pubblicità non segnalata diffusa per via televisiva, si è preso spunto per avviare altrettanti procedimenti sanzionatori nei confronti delle emittenti (emittenti Italia 1 e Canale 5) per la violazione delle norme del Testo unico e del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite.

2.8. I SONDAGGI

L'attività di vigilanza che l'Autorità svolge in materia di sondaggi si realizza, in primo luogo, attraverso l'analisi delle modalità per mezzo delle quali il sondaggio viene reso pubblico, controllando che, all'atto della diffusione dei risultati dell'indagine, sia, altresì, pubblicata, dal mezzo di comunicazione di massa, una nota informativa contenente tutti gli elementi nominativi e metodologici concernenti la rilevazione effettuata.

L'attività di verifica consiste anche nell'accertamento del rispetto dell'obbligo di rendere disponibile il "documento" completo relativo ai sondaggi pubblicati o diffusi al pubblico, con l'indicazione puntuale delle metodologie adottate per la realizzazione, della significatività e dei limiti dei risultati ottenuti, nonché di ogni elemento utile al fine dell'ulteriore analisi, da parte dell'Autorità, della corrispondenza effettiva di tali metodologie rispetto a quelle dichiarate dal soggetto realizzatore del sondaggio.

Sotto il profilo dell'osservanza degli obblighi di informazione relativi ai sondaggi va detto che, nel corso degli ultimi dodici mesi, i soggetti realizzatori e i mezzi di comunicazione di massa hanno quasi sempre rispettato le norme regolamentari previste.

Nei pochi casi di rilevata assenza o incompletezza della nota informativa o di mancata pubblicazione del documento relativo al sondaggio, le imprese, su invito dell'Autorità, hanno sempre provveduto, attraverso l'istituto dell'adeguamento spontaneo, a colmare, nei tempi richiesti, la situazione di carenza informativa determinatasi.

Particolarmente impegnativa si è rivelata l'attività di controllo, da parte dell'Autorità, circa l'osservanza delle norme relative ai sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici aventi a oggetto le recenti elezioni politiche nazionali.

L'articolo 8, comma 1, della legge 22 febbraio 2000, n. 28 recante "disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica" stabilisce il divieto di pubblicazione e di diffusione dei risultati dei sondaggi politici nei 15 giorni che precedono la data delle votazioni, demandando all'Autorità il

compito di determinare i criteri obbligatori in conformità ai quali deve essere realizzata questa tipologia di sondaggi.

Nel periodo intercorrente tra la data di convocazione dei comizi elettorali e i quindici giorni che precedono le operazioni di voto, la pubblicazione dei sondaggi è disciplinata dalle delibere specifiche che l'Autorità adotta in tema di par condicio e contenute nelle disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione.

L'Autorità, in occasione del richiamo al rispetto delle norme per la pubblicazione dei sondaggi politici nel periodo elettorale, ha fornito alcuni importanti chiarimenti interpretativi.

L'Autorità ha ritenuto di richiamare l'attenzione sulla norma secondo la quale i risultati dei sondaggi elettorali possono essere diffusi soltanto se accompagnati dalle indicazioni prescritte nelle delibere di attuazione alla legge n. 28/2000, precisando, altresì, che quando emittenti o organi di stampa diffondono la notizia, da chiunque divulgata, dell'esistenza di un sondaggio, devono precisare se il sondaggio sia stato o meno realizzato con le modalità prescritte, cui la legge condiziona la loro diffusione.

Nel caso in cui tali precisazioni non siano state date all'atto della diffusione della notizia del sondaggio, le emittenti e gli organi di stampa devono, se l'autore della notizia le fornisce, riportare, entro 24 ore, le precisazioni integrative richieste dalla legge sul mezzo di comunicazione che ha diffuso il sondaggio con il medesimo rilievo, per fascia oraria, collocazione e caratteristiche editoriali, con cui i sondaggi stessi sono stati pubblicizzati; in caso contrario essi sono tenuti a diffondere, con le stesse modalità di cui sopra, la precisazione che si tratta di sondaggio non rispondente alle prescrizioni di legge.

Dell'effettiva osservanza, nella realizzazione del sondaggio, delle prescrizioni metodologiche specificate dalla legge risponde il soggetto che ha effettuato il sondaggio.

L'Autorità ha, inoltre, precisato che il divieto assoluto di pubblicazione dei sondaggi politici nei quindici giorni che precedono le elezioni si applica nei confronti di qualsiasi soggetto, anche politico.

Anche con riferimento alla diffusione dei risultati dei sondaggi politici si è potuto constatare da parte dei soggetti realizzatori e dei mezzi di comunicazione di massa il pressoché totale rispetto delle norme vigenti.

2.9. LA TUTELA DEI MINORI

L'entrata in vigore, a decorrere dall'8 settembre 2005, del Testo unico della radiotelevisione ha rappresentato un importante passo mosso nella direzione dell'armonizzazione del quadro normativo di settore e ha chiarito il senso delle modifiche già introdotte dalla legge n. 112/04 con la quale il legislatore, nell'ipotesi di violazione delle norme poste a tutela dei minori, aveva inteso rafforzare il sistema sanzionatorio. Infatti,

l'art. 35 del Testo unico (che costituisce norma di riferimento per la disciplina delle procedure di irrogazione delle sanzioni pecuniarie in tale ambito) stabilisce, al comma 2, che tutte le fattispecie a tutela dei minori siano munite di presidio sanzionatorio senza adozione di un previo provvedimento di diffida. Inoltre, il medesimo articolo, conferma la sanzione edittale prevista dalla citata legge n. 112/04 per tutte le violazioni alle norme in materia di tutela dei minori nella programmazione televisiva, ivi comprese quelle previste dal Codice di autoregolamentazione Tv e minori, fissandone l'importo da un minimo di 25.000,00 euro a un massimo di 350.000,00 euro. E, peraltro, da rilevare che la formulazione del Testo unico, rispetto alla norma contenuta nell'art. 31 della legge 6 agosto 1990, n. 223 (vigente prima dell'entrata in vigore del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e da quest'ultimo espressamente abrogata), prevede la riduzione del termine per la presentazione delle giustificazioni, da parte dell'emittente, da trenta a quindici giorni, nonché l'eliminazione dell'istituto dell'oblazione. Tale eliminazione è stata confermata dalla legge 6 febbraio 2006, n. 37 che, all'art. 1, prevede espressamente la non ammissibilità del pagamento in misura ridotta nei casi di violazione delle norme poste a tutela dei minori. E' infine da tener presente che quest'ultima disposizione ha, altresì, soppresso il divieto di impiego dei minori di anni quattordici nei messaggi pubblicitari e negli *spot*, introdotto dall'art. 10 della legge 3 maggio 2004, n. 112 (cfr. paragrafo n. 1.2.6.).

Nell'ambito di tale mutata cornice normativa, con riferimento al periodo di riferimento, l'Autorità ha svolto le funzioni di vigilanza, in materia di tutela dei minori, in tre distinte aree.

La prima è rappresentata dalle attività connesse alle segnalazioni di soggetti esterni (cittadini, Associazioni a tutela degli utenti e consumatori, Associazioni di genitori, Istituzioni, ecc.). Al riguardo, è stato acquisito e analizzato materiale audiovisivo, anche coinvolgendo, per le verifiche di competenza, organi qualificati quali Co.re.com, Polizia postale e delle comunicazioni, Dipartimento dello spettacolo del Ministero per i beni e le attività culturali. All'esito delle verifiche effettuate, gli uffici competenti hanno disposto l'archiviazione, per infondatezza, di 13 esposti pervenuti, ritenendo che le fattispecie segnalate non configurassero violazioni della normativa posta a tutela dei minori; hanno, inoltre, archiviato, per manifesta infondatezza, 2 esposti in quanto i fatti segnalati sono stati ritenuti chiaramente non riconducibili alle disposizioni di settore. Le attività di vigilanza descritte sono state svolte in sinergia con quelle dei Co.re.com, con molti dei quali si sono intensificati i rapporti, alla luce delle funzioni sul territorio a loro delegate, anche con riguardo alla vigilanza in materia di tutela dei minori. Nel medesimo periodo si è, altresì, provveduto a fornire elementi di risposta a 5 interrogazioni parlamentari in materia di tutela dei minori e a rispondere a quesiti posti da organismi di settore in materia di tutela dei minori nella programmazione televisiva.

La seconda area di attività ha riguardato il monitoraggio d'ufficio delle trasmissioni televisive mandate in onda dalle emittenti nazionali terrestri. Nel periodo in questione si è affinato il sistema operativo per l'ef-

fettuazione del delicato e complesso lavoro di registrazione e analisi dei filmati. In particolare, sono stati tenuti frequenti incontri di supervisione con il gruppo degli analisti, anche al fine di rendere quanto più possibile omogenei i criteri interpretativi e le modalità di codifica. Al riguardo, sono stati forniti aggiornamenti a carattere teorico-normativo ed è stata utilizzata la metodica della discussione di gruppo successiva alla visione di materiale audiovisivo, tenendo in debito conto l'evoluzione degli indirizzi giurisprudenziali e i provvedimenti adottati dall'Autorità nel settore. Il sistema di monitoraggio ha consentito la registrazione dei programmi mandati in onda, nell'arco delle 24 ore, dalle emittenti televisive nazionali Rai Uno, Rai Due, Rai Tre, Rete Quattro, Canale 5, Italia 1, La 7, Mtv, Rete A. Particolare attenzione è stata dedicata al monitoraggio dei programmi mandati in onda nella fascia oraria compresa tra le ore 20.00 e le ore 23.00 (ivi compresi i telegiornali serali), anche alla luce della constatazione che il più alto ascolto televisivo da parte dei minori si verifica proprio nel *prime-time*. A fronte di alcune criticità emerse nel corso del lavoro di monitoraggio, in 19 casi, si è ritenuto necessario svolgere analisi particolarmente approfondite. Nell'ambito di tali approfondimenti, per alcuni programmi, considerati di peculiare interesse, anche alla luce delle numerose segnalazioni pervenute, si è scelto di analizzare più puntate. Tale metodica è stata, per esempio, utilizzata per "Smack Down Wrestling", programma monitorato per oltre due mesi e oggetto di un provvedimento sanzionatorio da parte dell'Autorità. L'attività di monitoraggio effettuata nel settore della pubblicità ha, infine, consentito di individuare 18 *spot* pubblicitari che, avendo come protagonisti minori, violavano la normativa posta a tutela degli stessi; va tenuto conto al proposito, tuttavia, del citato intervento di abrogazione del divieto di utilizzazione di minori di quattordici anni negli *spot* pubblicitari.

Il terzo ambito di intervento in materia di tutela dei minori è rappresentato dalla costante tessitura di rapporti e collaborazioni posta in essere con le istituzioni e gli organismi di settore (Comitato di autoregolamentazione TV e minori, Dipartimento dello spettacolo, Polizia postale e delle comunicazioni, Università, Co.re.com) e con le Associazioni aventi come finalità la tutela degli utenti. A seguito dell'accordo-quadro sottoscritto con l'Università Federico II di Napoli, si è per esempio avviato un accordo di collaborazione con la medesima Università che ha portato alla realizzazione di uno studio su specifici aspetti della vigilanza della programmazione televisiva. Si sono, inoltre, rafforzati i contatti con alcuni Co.re.com, anche al fine di fornire loro supporto nell'avvio di attività tese a promuovere, sul territorio, campagne di informazione e di sensibilizzazione sul rapporto tra televisione e minori (cfr. paragrafo 3.4.).

Per quanto concerne l'attività sanzionatoria, nel periodo in esame, sono stati conclusi 34 procedimenti che hanno dato vita ai seguenti provvedimenti:

- 23 ordinanze ingiunzioni, di cui:
 - 8 per la violazione dell'articolo 15, comma 10, della legge 6 agosto 1990, n. 223: l'Autorità ha comminato le seguenti sanzioni amministrative, differenziate in base alla gravità della violazione e al carattere locale o nazionale dell'emittente:

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 75.000,00 (delibera n. 137/05/CSP, emittente RAI 1);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 156/05/CSP, emittente LA7);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 20.000,00 (delibera n. 83/05/CSP, emittente Italia 1);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 15.000,00 (delibera n. 136/05/CSP, emittente Italia 1);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 4.000,00 (delibera n. 82/05/CSP, emittente Radio Gamma 5);
- 3 sanzioni amministrative di importo pari a euro 1.500,00 (delibere n. 78/05/CSP, emittente T9, n. 124/05/CSP emittente Telenuovo Retenord, n. 145/05/CSP emittente Telemed);
- 1 per la violazione dell'articolo 15, comma 11, della legge 6 agosto 1990, n. 223, come trasfuso nell'articolo 34, comma 1, del Testo unico; è stata comminata una sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 1/06/CSP, emittente RAI 2);
- 1 per la violazione dell'articolo 15, comma 13, della legge 6 agosto 1990, n. 223; è stato imposto il pagamento di una sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 150/05/CSP, emittente LA7);
- 1 per la violazione dell'articolo 8, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223 e dell'articolo 4, comma 7, della Delibera dell'Autorità n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001; è stata disposta la comminazione di una sanzione amministrativa di importo pari a euro 50.000,00 (delibera n. 147/05/CSP, emittente RAI 1);
- 2 per la violazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori come disposto dall'articolo 34 del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 50.000,00 (delibera n. 35/06/CSP, emittente RAI 2);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 7.500,00 (delibera n. 12/06/CSP, emittente Telenord);
- 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b), del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e del Codice di autoregolamentazione tv e minori, paragrafi 2.2 e 2.4; è stato disposto il pagamento di una sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 58/06/CSP, emittente Italia 1);
- 7 per la violazione dell'articolo 10, comma 3, della legge 3 maggio 2004, n. 112. È stata disposto il pagamento di 7 sanzioni amministrative di importo pari a euro 25.000,00 (delibere n. 126/05/CSP, emittente RAI 2, n. 127/05/CSP, emittente Canale 5, n. 128/05/CSP, emittente Rete quattro, n. 129/05/CSP, emittente LA7, n. 131/05/CSP, emittente Italia 1, n. 132/05/CSP, emittente RAI 1, n. 133/05/CSP, emittente RAI 3);
- 2 per la violazione dell'articolo 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650:

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 103.288,00 (delibera n. 349/05/CONS, emittente Retecapri);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.822,00 (delibera n. 155/05/CONS, emittente Gold7);
- 1 archiviazione per intervenuta oblazione per violazione dell'articolo 15 comma 10 della legge 6 agosto 1990, n. 223 (oblazione pari a euro 1.032,00);
- 5 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'articolo 15 comma 10 della legge 6 agosto 1990, n. 223;
- 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 15 comma 13 della legge 6 agosto 1990, n. 223;
- 4 archiviazioni per decorrenza dei termini per presunta violazione dell'articolo 15, comma 10, della legge 6 agosto 1990, n. 223, conseguenti al periodo di vacatio dovuto alla scadenza del primo mandato dei Componenti dell'Autorità.

Dall'esame delle segnalazioni, relative a presunte violazioni alle disposizioni a tutela dei minori, sono stati, altresì, adottati:

- 17 atti di contestazione, di cui:
 - 5 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del Testo unico;
 - 5 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del Testo unico in combinato disposto con l'articolo 34, commi 3 e 4, dello stesso;
 - 1 per la violazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori in combinato disposto con l'articolo 34, commi 3 e 4, del Testo unico;
 - 1 per la violazione dell'articolo 34, comma 1, del Testo unico;
 - 1 per la violazione dell'articolo 34, comma 2, del Testo unico;
 - 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del Testo unico, del Codice di autoregolamentazione tv e minori in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3 dello stesso;
 - 2 per la violazione dell'articolo 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650;
 - 1 per la violazione dell'articolo 10, comma 3, della legge 3 maggio 2004, n. 112.
- 28 atti di archiviazione in via amministrativa, di cui:
 - 16 per la presunta violazione dell'articolo 15, comma 10, della legge 6 agosto 1990, n. 223;
 - 7 per la presunta violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
 - 3 per la presunta violazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori;

– 2 per la presunta violazione dell'articolo 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650.

Infine, è da far presente che l'Autorità ha provveduto a svolgere le audizioni dei principali attori del mercato radiotelevisivo, comprese le Associazioni dei consumatori. Tali audizioni sono state ritenute propedeutiche all'elaborazione delle "linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo" che, d'intesa con il Ministro delle comunicazioni, è tenuta a fissare ai sensi dell'articolo 45, comma 4 del Testo unico (cfr. paragrafo n. 2.6.). Con delibera n. 55/06/CONS del 1 febbraio 2006, l'Autorità ha, in seguito, approvato lo schema di linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, che è stato trasmesso al Ministero delle comunicazioni, ai fini dell'intesa sopraccitata. In tale schema, particolare rilievo viene dato al tema della qualità dell'offerta radiotelevisiva e viene affrontata la materia della tutela dei minori, al fine di indirizzare la RAI verso una programmazione televisiva sempre più improntata al rispetto delle disposizioni normative poste a tutela dei minori e attenta alle loro esigenze e peculiarità.

2.10. IL REGISTRO DEGLI OPERATORI DI COMUNICAZIONE E L'INFORMATIVA ECONOMICA DI SISTEMA

Nel corso del 2005, il Consiglio dell'Autorità ha inteso dare particolare rilievo all'attività del Registro Operatori di Comunicazione (ROC), adottando alcuni strumenti gestionali che hanno permesso un sensibile miglioramento qualitativo del servizio reso all'utenza.

Tra questi si ricorda l'istituzione di un *call center* permanente, operante tutti i giorni feriali dalle ore 10 alle ore 12, in grado di offrire all'utenza un servizio d'interfaccia efficace finalizzata a fornire ogni utile informazione in merito alla specifica materia.

Inoltre, allo scopo di soddisfare le esigenze dell'utenza, specie per quel che concerne le modalità di compilazione dei modelli per l'iscrizione al Registro, è stata completamente aggiornata e razionalizzata l'apposita sezione del sito Internet dell'Autorità attraverso la quale è adesso possibile effettuare la compilazione dei vari modelli mediante un percorso guidato per l'utilizzo di specifiche finestre informative.

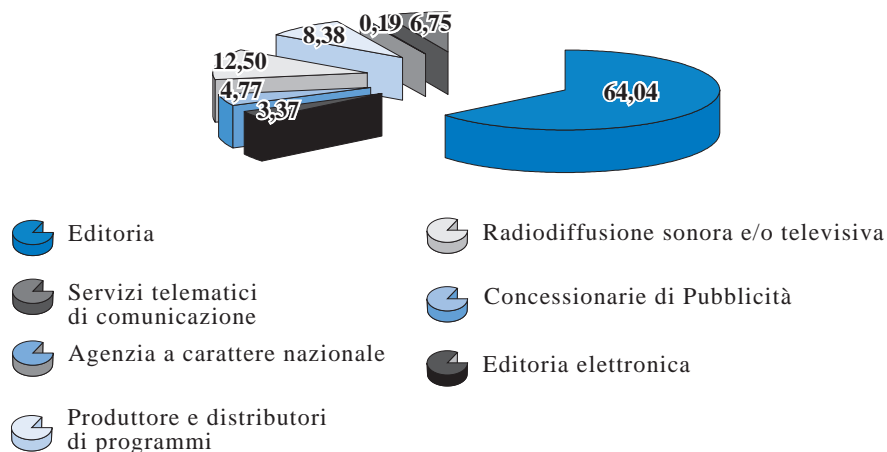
L'adozione di nuovi strumenti di gestione del Registro ha permesso di conseguire, a fronte di un notevole incremento delle domande di iscrizione, una concreta riduzione dei termini di conclusione del procedimento di iscrizione stesso che, allo stato attuale, fatta eccezione per i casi in cui è necessario richiedere integrazioni o rettifiche della documentazione trasmessa, si conclude entro il termine di 660 giorni previsto dall'art. 19 della delibera n. 236/01/CONS recante "regolamento per l'organizzazione e la tenuta del registro degli operatori di comunicazione".

Ad oggi, risultano iscritte 13.927 imprese, con un incremento, rispetto all'anno precedente, pari al 33%.

La figura seguente descrive la suddivisione per attività delle imprese iscritte al Registro.

Come si può notare, la maggior parte degli operatori iscritti è rappresentata dalle imprese editoriali che costituiscono il 64% del totale, valore che

Figura 2.2. Suddivisione per attività delle imprese iscritte al ROC (%)



Fonte: elaborazioni Autorità

ha subito, tuttavia, rispetto al 2004, un calo percentuale di circa il 5%.

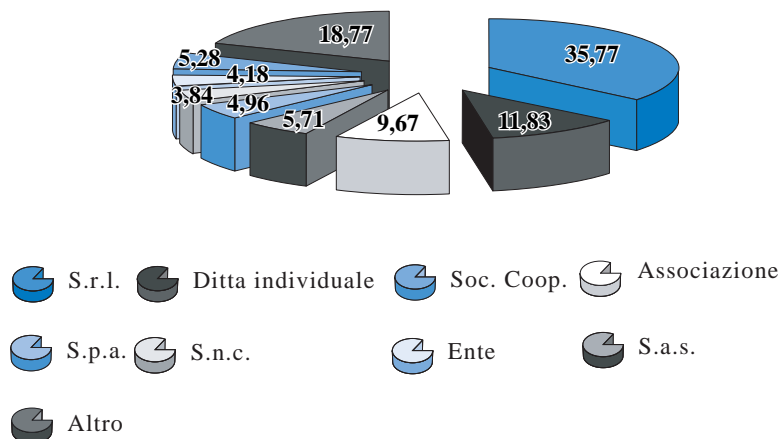
Il dato maggiormente significativo è rappresentato dall'aumento del numero di richieste di iscrizione al Registro da parte di soggetti che offrono servizi telematici e di telecomunicazione. Per tale settore, infatti, la percentuale delle imprese iscritte è passata, in un anno, dal 2% al 7% circa; tale incremento in termini numerici si traduce nel passaggio da poco più di 200 a ben oltre 1.000 operatori iscritti. La maggior parte di questi è rappresentata da ditte individuali gestite soprattutto da cittadini extracomunitari operanti nei settori dei *phone center* e degli *Internet point*. Se confermato, il dato tendenziale rapportato al primo quadrimestre 2006 lascia prevedere che, per fine anno, si raggiungerà la percentuale del 20% delle imprese che forniscono servizi telematici e di telecomunicazione iscritte al Registro.

Rimangono in linea con i dati del 2005, le percentuali riguardanti:

- le imprese radiotelevisive (12,5% con 1741 iscritti);
- le concessionarie di pubblicità (4,8% con 665 iscritti);
- i produttori e distributori di programmi (8,4% con 1167 iscritti);
- le imprese operanti nel settore dell'editoria elettronica (3,4% con 469 iscritti).

La figura seguente illustra la suddivisione per natura giuridica delle imprese iscritte al Registro.

Si evince che circa il 41% dei soggetti iscritti possiede natura giuridica di società di capitali (s.p.a., s.r.l. ecc.) mentre circa il 13% è rappre-

Figura 2.3. Suddivisione per natura giuridica dei soggetti iscritti al ROC (%)

Fonte: elaborazioni Autorità

sentato da Associazioni, società cooperative, fondazioni, onlus e circa il 9% da società di persone (s.a.s., s.n.c.); i soggetti la cui natura giuridica non è riconducibile alle tipologie disciplinate dall'ordinamento italiano sono stati classificati come "altro".

Inoltre, in linea con quanto sopra illustrato, la percentuale di imprese individuali iscritte al Registro è passata, in un anno, dal 9% al 12% del totale.

Nel corso del 2005, il funzionamento del Registro degli operatori di comunicazione ha permesso di rilasciare, al Dipartimento per l'informazione e l'editoria presso la Presidenza del Consiglio circa 400 attestazioni di regolarità, finalizzate all'accesso degli editori alle provvidenze ovvero alle varie forme di benefici previsti dalla normativa in materia di editoria.

Per quanto concerne, infine, il sistema per la trasmissione telematica delle comunicazioni da parte degli operatori, si evidenzia che, entro fine anno 2006, verrà definita la procedura che consentirà di effettuare una verifica puntuale di tutte le comunicazioni annuali e la loro relativa ufficializzazione.

2.11. I RAPPORTI CON I CONSUMATORI E GLI UTENTI

L'Autorità, in qualità di Autorità di garanzia, ha anche come compito fondamentale quello relativo alla tutela dell'utenza e dei consumatori con riferimento ai servizi forniti dagli operatori di comunicazione elettronica. Nel corso del 2005 tale compito si è sostanziato fondamentalmente nella risoluzione delle controversie insorte nei rapporti tra organismi di telecomunicazioni e utenti, nella gestione delle segnalazioni pervenute dagli utenti e nel monitoraggio delle attivazioni, da parte degli operatori, di servizi non richiesti.

Contenzioso tra utenti e organismi di telecomunicazione

L'emanazione della delibera dell'Autorità n. 182/02/CONS del 19 giugno 2002 recante "Adozione del regolamento concernente la risoluzione delle controversie insorte nei rapporti tra organismi di telecomunicazioni ed utenti", nel rispetto dei principi dettati dalla legge n. 249/97, ha rappresentato il raggiungimento di una tappa fondamentale del percorso inteso alla realizzazione di una incisiva tutela dell'utente.

L'Autorità, nel periodo dal mese di maggio 2005 al mese di aprile 2006, ha trattato 1176 richieste di provvedimenti temporanei per la riattivazione del servizio, la cessazione di forme di abuso (quali la mancata e reiterata di risposta ai reclami, la fatturazione indebita e la realizzazione di azioni monitorie) e per lo scorretto funzionamento del servizio fornito.

A seguito degli interventi posti in essere dall'Autorità che hanno comportato lo svolgimento di un'attività di verifica, di contatto e di informazione all'utenza, l'organismo di telecomunicazioni interessato, nella maggior parte dei casi, ha adeguato spontaneamente il proprio comportamento, mentre per 55 fattispecie, si è resa necessaria l'adozione, da parte dell'Autorità, di uno specifico provvedimento che per 53 casi è stato un provvedimento di accoglimento e per 2 di rigetto delle istanze degli utenti.

L'attività di revisione della delibera n. 182/02/CONS è culminata con l'adozione, da parte dell'Autorità, della delibera n. 137/06/CONS che ha modificato la suddetta delibera relativamente a quanto disposto dall'articolo 5; in particolare, si prevede che la richiesta di provvedimenti temporanei va inoltrata contestualmente, o nel corso della procedura conciliativa, direttamente al Co.re.com. competente per territorio, investendo l'Autorità solo ed esclusivamente nei casi in cui il Co.re.com. non abbia l'esercizio delle funzioni delegate (cfr. paragrafo 3.4.).

Mentre l'intervento *ex art. 5* è incidentale rispetto alla procedura conciliativa in quanto strumentalmente collegato alla medesima, l'intervento richiesto ai sensi dell'art. 13 della delibera n. 182/02/CONS, quello appunto diretto alla definizione della controversia da parte dell'Autorità, è di natura autonoma in quanto presuppone la conclusione della procedura conciliativa con esito negativo della stessa e tra l'altro non può essere promosso qualora per la medesima controversia tra le stesse parti sia stata già adita l'Autorità giudiziaria.

Nel periodo di riferimento sono pervenute 283 istanze volte ad ottenere la definizione della controversia insorta tra l'utente e l'organismo di telecomunicazioni. Dalla disamina delle controversie, sono emerse diverse e variegate problematiche afferenti non solo il servizio di telefonia vocale di base (quali la mancata attivazione e il ritardo nella stessa, il ritardo nella riparazione del guasto o il mancato trasloco di utenza) ma anche i servizi a banda larga (come, ad esempio, le problematiche connesse alla mancata attivazione della connessione ADSL o alla fornitura dei servizi *Voice over Internet Protocol* –VoIP-), nonchè questioni di diritto comune connesse

all'installazione di elementi di rete (quali l'installazione di cavi e pose oltre il perimetro abitato).

In ordine alle istanze pervenute, l'Autorità ha definito circa 70 controversie mentre in merito alle rimanenti sono ancora in corso le attività istruttorie rivolte alla disamina della fattispecie, alla realizzazione di approfondimenti di natura tecnica, alla richiesta di integrazione della documentazione istruttoria e di integrazione del contraddittorio.

Per quanto riguarda i procedimenti conclusi, si rappresenta che per 3 contenziosi la definizione è avvenuta con provvedimento di accoglimento delle richieste dell'utente, mentre le restanti si sono concluse con un provvedimento di non luogo a provvedere, in quanto è stato raggiunto un accordo nel corso della relativa procedura, accordo che ha permesso il raggiungimento di un duplice risultato, sia deflattivo di interesse generale, sia transattivo con soddisfazione degli interessi delle parti, nell'ottica di garantire una tutela effettiva dei diritti degli utenti.

In merito alle istanze pervenute sia ai sensi dell'articolo 5 che dell'art. 13 della delibera n. 182/02/CONS, si evidenzia un incremento esponenziale delle stesse, in misura superiore al doppio rispetto al numero di quelle ricevute dall'Autorità durante l'anno precedente, tale fenomeno è da ascrivere, presumibilmente, ad una maggiore conoscenza, da parte dell'utenza, degli strumenti di tutela alternativi rispetto a quelli inerenti la giustizia ordinaria.

Trattamento delle segnalazioni degli utenti: attività svolta dall'Unità per la Gestione delle Segnalazioni

L'art. 2, comma 12, lettera m), della legge 14 novembre 1995, n. 481 recante "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità", stabilisce che l'Autorità "*valuta reclami, istanze e segnalazioni presentate dagli utenti o dai consumatori, singoli o associati, in ordine al rispetto dei livelli qualitativi e tariffari da parte dei soggetti esercenti il servizio nei confronti dei quali interviene imponendo, ove opportuno, modifiche alle modalità di esercizio degli stessi ovvero procedendo alla revisione del regolamento di servizio di cui al comma 37*".

Parimenti il comma 12 lett. g) stabilisce inoltre che l'Autorità "*controlla lo svolgimento dei servizi con poteri di ispezione, di accesso, di acquisizione della documentazione e delle notizie utili, determinando altresì i casi di indennizzo automatico da parte del soggetto esercente il servizio nei confronti dell'utente ove il medesimo soggetto non rispetti le clausole contrattuali o eroghi il servizio con livelli qualitativi inferiori a quelli stabiliti nel regolamento di servizio di cui al comma 37, nel contratto di programma ovvero ai sensi della lettera h)*".

L'Autorità con delibera 182/02/CONS e con la successiva delibera di modifica 307/03/CONS ha emanato il regolamento per la risoluzione delle controversie fra utenti e gestori del servizio telefonico.

Il regolamento all'art. 2 prevede che l'utente, utilizzando anche una modellistica ad *hoc* pubblicata sul sito web dell'Autorità, possa inviare istanze, reclami e segnalazioni relative a violazioni di norme o ad aspetti di natura commerciale e contrattuale da parte del proprio fornitore di servizi di comunicazione elettronica.

L'invio degli esposti e delle segnalazioni, da parte dei consumatori e degli altri soggetti interessati, è stato reso semplice attraverso la pubblicazione del formulario, di facile compilazione e interpretazione, sul sito *web* dell'Autorità.

Nel corso del 2005 sono stati analizzati dall'Autorità circa 7.000 tra esposti, segnalazioni e richieste di intervento inviati da consumatori, studi legali, Associazioni di consumatori ed enti vari.

Le istanze pervenute, non sempre attraverso l'utilizzo del suddetto formulario, riguardano numerose casistiche, in particolare:

- richieste di intervento per indennizzi vari in conformità a quanto disposto dalle carte dei servizi dei vari operatori;
- denunce relative all'attivazione di servizi non richiesti;
- denunce di violazioni di norme con richiesta di elevare il livello delle previste sanzioni;
- segnalazioni di violazioni di carattere generale che presuppongono un intervento regolatorio;
- denunce di fornitura dei servizi con scarso livello qualitativo;
- segnalazioni di criticità nella fornitura di servizi di *carrier pre selection* e di quelli in modalità *local loop unbundling*;
- problematiche relative alla fatturazione di servizi a tariffazione specifica;
- problematiche relative alla portabilità del numero sia mobile, sia fisso;
- problematiche relative alla mancata copertura territoriale di servizi a larga banda.

Alcune segnalazioni sono relative a richieste di chiarimenti riguardanti la normativa nel campo delle comunicazioni elettroniche soprattutto per quel che riguarda l'attivazione di servizi non richiesti, le problematiche contrattuali e di fatturazione, oppure relative alle modalità per il rientro, nel caso di servizi di *local loop unbundling* o di *carrier preselection*, nella rete dell'operatore *incumbent*.

Anche nel corso del 2005 l'Unità per la Gestione delle Segnalazioni (UGS), costituita dall'Autorità alla fine del 2003, ha svolto un'attività sistematica di analisi e di codifica delle segnalazioni pervenute che ha consentito di verificare la conformità del comportamento degli operatori nei confronti degli utenti rispetto, sia alla normativa del settore delle telecomunicazioni, sia alle norme generali di tutela del consumatore. Essa ha rappresentato, quindi, il necessario osservatorio istituzionale sia ai fini dello svolgimento dell'attività regolamentare, sia di quella ispettiva.

In particolare, è stata verificata la compatibilità delle attività poste in essere dagli operatori con la normativa applicabile tra cui il Codice delle comunicazioni elettroniche e la normativa oggi ricompresa nel “Codice del consumo” (cfr. paragrafo n. 1.2.6.), nonché relativamente alle norme previste dalle delibere emanate dall’Autorità, in particolare per quel che riguarda la prestazione di *carrier pre selection*, *local loop unbundling* e *mobile number portability*.

Le segnalazioni degli utenti relative ad aspetti riguardanti la violazione di specifiche norme nel campo delle comunicazioni elettroniche hanno permesso, inoltre, di avviare attività di vigilanza, talvolta anche con l’ausilio della Guardia di finanza, su specifici aspetti di rilevante entità quali, ad esempio, l’attivazione di servizi di *carrier preselection* e di *local loop unbundling* non supportata dalla stipula del contratto indicante le informazioni minime previste dall’art. 70 del Codice delle comunicazioni elettroniche, nonché dal rispetto delle specifiche norme previste dalle delibere dell’Autorità n. 4/00/CIR e n. 13/00/CIR rispettivamente in materia di servizi di *carrier preselection* e *local loop unbundling*.

Nel corso dell’anno 2005, sulla base delle segnalazioni degli utenti, sono state effettuate, tra le altre, verifiche ispettive presso le società Fastweb s.p.a., Albacom s.p.a., Noicom s.p.a. (ora Eutelia), Elinet s.p.a., Elitel s.p.a., Tele2 s.p.a., Voxtel s.p.a. e Grapes Network Service.

Un ulteriore aspetto che assume particolare rilievo nell’ambito delle segnalazioni effettuate dagli utenti è quello inerente alla denuncia di traffico che il reclamante dichiara di non aver mai effettuato, soprattutto verso codici a tariffazione speciale (“709”, “899”, “164”, “166”, “892”, satellitari). In tal caso l’utente che presenta la denuncia all’autorità giudiziaria può, in base all’art. 10 della delibera 179/03/CSP del 24 luglio 2003, stornare il traffico denunciato come avente origine fraudolenta fino alla definizione della controversia.

L’utilizzo dei codici a tariffazione speciale è un fenomeno di particolare rilevanza sociale e l’Autorità, nell’ambito delle sue competenze, ha effettuato alcune azioni di rilievo come, ad esempio, quella che ha determinato l’introduzione di un tetto massimo di spesa relativamente ad alcuni codici (cfr. paragrafo n. 2.2.).

Altro aspetto che ha assunto notevoli proporzioni riguarda le segnalazioni effettuate relativamente alla fornitura dei servizi di portabilità del numero mobile; numerosi, infatti, sono stati gli esposti nei quali gli utenti lamentavano la mancata attivazione della portabilità del numero da loro richiesta. L’Autorità ha agito, in tal senso, innalzando il tetto massimo giornaliero dei numeri portati tra i vari operatori (cfr. paragrafo 2.3.) al fine di garantire il raggiungimento di una maggiore efficienza nella fornitura del servizio da parte degli operatori di telefonia mobile.

La tabella seguente schematizza le principali tematiche relative agli esposti e alle segnalazioni degli utenti e riporta il numero di segnalazioni gestite dell’UGS.

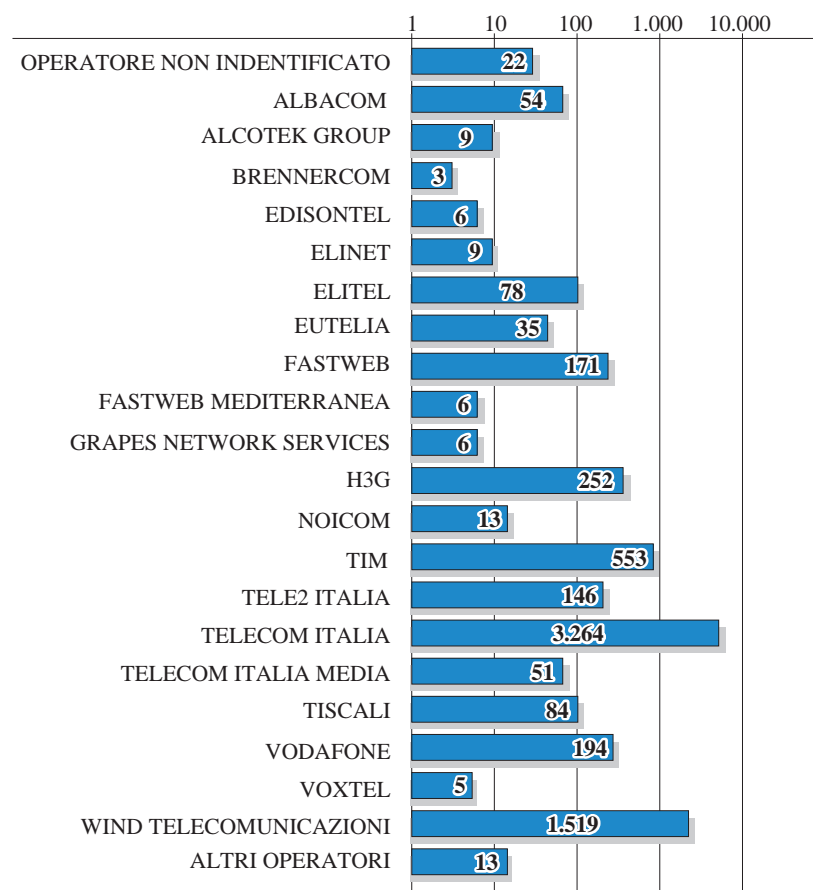
Tabella 2.17. Tipologia e quantità numerica degli esposti trattati dall'UGS

Tipo Segnalazione	Quantità numerica
Traffico non riconosciuto. Denuncia all'Autorità giudiziaria	1.516
Attivazione di Servizi non Richiesti	1.082
Mancata portabilità del numero mobile	803
Contestazione addebiti - Prezzi e canoni non applicati correttamente - Canoni sociali	618
Mancata attivazione del servizio richiesto	447
Interruzione del servizio	382
Mancata disattivazione del servizio	292
Scarsa qualità del servizio - Guasti e tempi di riparazione	272
Aspetti contrattuali vari e clausole vessatorie	238
Disattivazione non richiesta di un servizio	131
Mancato trasloco della linea telefonica	83
Informazioni negate o non fornite correttamente in conformità alla Carta Servizi	59
Mera comunicazione inviata per conoscenza che non contiene segnalazioni di disservizi.	84
Denunce relative a servizi a tariffazione specifica (199, 899, 878, etc)	36
Documentazione del traffico	33
Recesso contrattuale ex art. 5 d. leg.vo 185/99 - non accolto	27
Problematiche relative agli elenchi telefonici	23
Blocco/Sblocco della carta SIM - Clonazione cellulari	21
Mancato Rispetto della Carta dei Servizi	18
Tel. Mobile: Attivazione di messagistica non richiesta	11
Problematiche relative alle Carte Telefoniche	8
Linea ADSL occupata da altro operatore o non retrocessa	9
Altro	300

Fonte: elaborazioni Autorità

Il grafico che segue illustra le segnalazioni gestite dall'UGS, nell'anno 2005, suddivise per operatore. Si evidenzia che non sono riportati i soggetti nei confronti dei quali è pervenuta una sola segnalazione. I valori riportati, essendo assoluti, non possono costituire motivo di confronto fra gli operatori in quanto essi andrebbero rapportati all'effettivo numero di utenze attive.

Come già evidenziato, un aspetto rilevante, monitorato dall'Unità per la Gestione delle Segnalazioni, riguarda la denuncia di attivazione di servizi non richiesti dall'utente (tabella 2.18.).

Figura 2.4. Quantità numerica di segnalazioni gestite dall'UGS suddivise sulla base degli operatori di comunicazione elettronica.

Fonte: elaborazioni Autorità

Tabella 2.18. Tipologia e quantità degli esposti trattati dall'UGS relativi a servizi non richiesti

Operatore	Servizio non richiesto	Segnalazioni analizzate nell'anno 2005
ALBACOM	<i>Carrier Pre Selection</i> (CPS) e ADSL	14
OPERATORI MINORI	CPS e servizi vari	19
ELITEL- ELINET	CPS	57
EUTELIA	CPS	12
FASTWEB	<i>pay tv</i> , modifiche tariffarie,	8
FASTWEB	CPS	1
FASTWEB	ULL (distacco da Telecom) e portabilità del numero fisso	14
H3G	Servizi su cellulare (suonerie, loghi, etc)	2

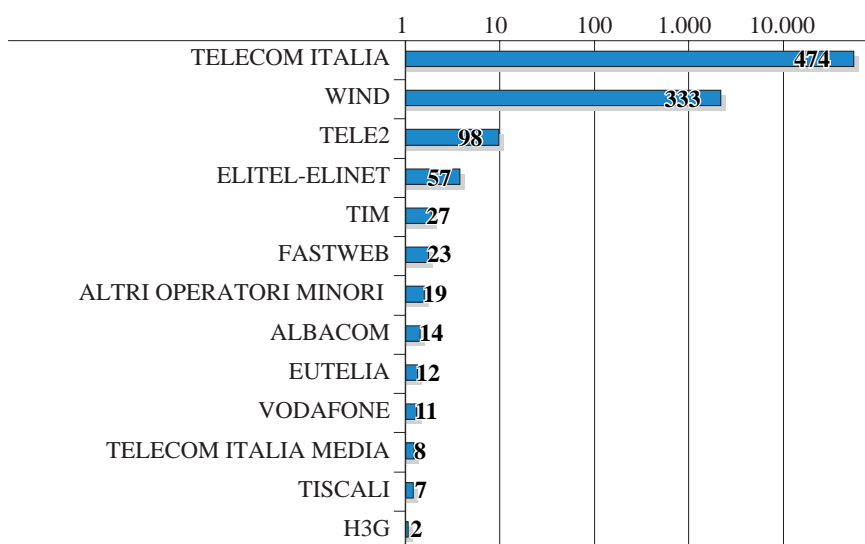
Segue: **Tabella 2.18. Tipologia e quantità degli esposti trattati dall'UGS relativi a servizi non richiesti**

Operatore	Servizio non richiesto	Segnalazioni analizzate nell'anno 2005
TELE 2	ADSL	4
TELE 2	CPS	94
TELECOM ITALIA	Attivazione ADSL e servizi a larga banda	140
TELECOM ITALIA	Disattivazione CPS	15
TELECOM ITALIA	Pacchetti tariffari non richiesti	102
TELECOM ITALIA	Servizi vari su rete fissa (segreterie, 4 star, telefoni, etc.)	217
TELECOMITALIA	ADSL e servizi a larga banda	8
TIM	Servizi su cellulare (suonerie, loghi, etc.)	27
TISCALI	CPS	7
VODAFONE	Servizi su cellulare (suonerie, loghi, etc.)	11
WIND	ADSL e servizi a larga banda	18
WIND	CPS	173
WIND	Pacchetti tariffari e servizi di rete fissa non richiesti	36
WIND	Servizi su cellulare (suonerie, loghi, etc.)	15
WIND	ULL (distacco da Telecom non richiesto)	91

Fonte: elaborazioni Autorità

Il grafico seguente riporta la distribuzione, in relazione ai diversi operatori, delle denunce per attivazione di servizi non richiesti.

Figura 2.5. Quantità numerica di denunce per attivazione di servizi non richiesti suddivise per operatore



Fonte: elaborazioni Autorità

L'Autorità opera nell'ambito di un quadro di regole ormai consolidate che, sulla scia delle direttive europee, ha lo scopo di garantire la concorrenza ma nello stesso tempo tutelare l'utenza; a volte le due finalità possono perfino apparire in contrasto fra loro, ad esempio nel caso dell'*unbundling* e della *carrier pre selection*, dove la regolamentazione consente che l'utente si rivolga direttamente all'operatore alternativo senza informare l'operatore d'accesso. Ciò implica un sempre maggior impegno per l'Autorità nello svolgimento della propria attività volta sia alla vigilanza del rispetto delle regole, sia alla garanzia della tutela dell'utenza.

Attivazione di servizi non richiesti dall'utenza

Con riferimento alla problematica dei servizi non richiesti attivati dagli operatori di telecomunicazione, che, anche alla luce delle sempre più numerose segnalazioni pervenute dagli utenti, ha assunto ultimamente dimensioni notevoli, l'Autorità ha approfondito e adottato varie linee di intervento di natura sanzionatoria, consultiva, di vigilanza e regolamentare.

In ordine agli interventi di natura sanzionatoria, si evidenzia che l'Autorità ha avviato diversi procedimenti in materia di attivazione e di disattivazione arbitraria di servizi non richiesti, con particolare riferimento al servizio di *carrier pre selection* (CPS) (cfr. paragrafo 2.5.).

Relativamente agli interventi di vigilanza, in via preliminare, l'Autorità ha avviato un'attività di disamina delle segnalazioni ricevute dalla data di entrata in vigore della nuova struttura organizzativa (cfr. paragrafo n. 4.1). E' stata inoltre attivata una proficua collaborazione con le Associazioni dei consumatori al fine di rendere più efficace ed incisiva l'azione dell'Autorità e di focalizzare l'intervento, con carattere di priorità, verso specifici disservizi, svolgendo un confronto fra le rilevazioni sulle segnalazioni relative a servizi non richiesti pervenuti all'Autorità con quelle raccolte dalle Associazioni.

In esito a tale lavoro di analisi e di confronto sono state individuate le macro-categorie di disservizi che danno luogo attualmente a maggior contenzioso nell'ambito dell'attivazione di servizi non richiesti e, all'interno di queste, le tipologie più frequenti di reclami. In particolare, è risultato che la casistica può essere, in via sistematica, ricondotta ai quattro seguenti filoni che sembrano necessitare di particolare attenzione:

- attivazione arbitraria della connessione ADSL;
- attivazione/disattivazione arbitraria del servizio di *carrier pre selection* (attivo in quanto richiesto in virtù dell'esistenza di un contratto con altro operatore);
- attivazione arbitraria di vari servizi come quelli di natura innovativa;
- invio di prodotti non ordinati dall'utente come ad esempio i videofonini o gli apparecchi *cordless*.

L'Autorità ha, inoltre, rafforzato e reso più sistematica l'attività di sorveglianza mediante l'adozione di un piano ispettivo volto ad individuare, anche attraverso le funzioni svolte dal Nucleo speciale della Guardia di Finanza e dalla Polizia postale delle comunicazioni (cfr. paragrafo n. 3.7.),

gli ambiti e le cause dei fenomeni in questione e ad intervenire, oltre che sul piano sanzionatorio, anche su quello più specificatamente regolamentare. Infatti, la numerosità dei reclami avanzati dagli utenti e anche dalle Associazioni dei consumatori per le suddette tipologie di attivazione arbitraria di servizi da parte degli operatori di comunicazione elettronica, denuncia che taluni operatori adottano criteri e procedure commerciali non compatibili con i principi di correttezza e di trasparenza che devono ispirare i rapporti fra operatori e utenti.

L'Autorità con la delibera n. 164/05/CSP ha avviato la costituzione di un tavolo di lavoro, che si è insediato agli inizi di marzo 2006, finalizzato a:

- 1) pervenire alla conclusione di un accordo sulla qualità dei servizi dei centri di contatto (*call center*). Si tratterà di un accordo paritetico tra Associazioni e operatori che riguarderà, sia i servizi in entrata (detti *inbound*, quali ad esempio i servizi di assistenza clienti erogati mediante chiamata telefonica), sia in uscita (detti *outbound*, come ad esempio le chiamate telefoniche effettuate dagli addetti alla commercializzazione dei servizi di comunicazione al fine di vendere i suddetti servizi presso l'utenza) e definirà standard di qualità ben precisi, modalità facilitate di accesso ai servizi di assistenza da parte dei non udenti e promuoverà l'adozione di politiche organizzative non basate esclusivamente sul raggiungimento di obiettivi quantitativi o di profitto ma incentrate anche sul conseguimento di specifici risultati qualitativi;
- 2) promuovere l'adozione di un Codice di autoregolamentazione da parte degli operatori per l'offerta e la fornitura di servizi e prodotti di comunicazione elettronica agli utenti.

L'Autorità, in base alle segnalazioni ricevute e alla casistica posseduta riguardo alle attivazioni di servizi non richiesti dall'utenza, ha elaborato una bozza di codice di autoregolamentazione che prevede per gli operatori il rispetto di obblighi minimi essenziali aggiuntivi rispetto a quelli già previsti dalla normativa vigente. Attualmente si stanno svolgendo i lavori del tavolo tecnico e gli operatori stanno valutando tutti gli aspetti, di natura tecnica, organizzativa ed economica, connessi con l'adesione all'accordo e con l'adozione del codice di autoregolamentazione.

L'Autorità sta, inoltre, valutando l'opportunità di predisporre ulteriori misure regolamentari e di sostenere, avvalendosi dei poteri conferitile dalla legge, la necessità di effettuare un rafforzamento delle sanzioni a carico degli operatori al fine di disincentivarli maggiormente dal ricorso alla pratica dell'attivazione e disattivazione arbitraria dei servizi di comunicazione elettronica.

L'Ufficio relazioni con il pubblico

L'Ufficio relazioni con il pubblico (Urp) ha come interlocutori i singoli cittadini, le Associazioni di consumatori, gli operatori di comunicazione e soggetti diversi.

Nel periodo di riferimento sono pervenute, mediamente, circa 25 chiamate telefoniche giornaliere, queste, oltre a riguardare generiche richie-

ste di informazioni sulla fornitura e l'erogazione dei servizi di comunicazione elettronica, hanno avuto ad oggetto anche segnalazioni dei cittadini alle quali, spesso, hanno fatto seguito specifici interventi dell'Autorità.

Le segnalazioni inviate alla casella di posta elettronica info@agcom.it sono state oggetto di una complessiva analisi dei contenuti e di una catalogazione semplice, per materie e per interlocutori; esse sono state nell'ordine di diverse migliaia per ogni mese.

I temi più frequenti delle segnalazioni hanno riguardato: le linee ADSL, con particolare riferimento alla scarsità di risorse in alcune zone del territorio nazionale, il servizio di *mobile number portability* in relazione, soprattutto, ai ritardi nella fornitura del servizio, le richieste di informazioni relative alle modalità di iscrizione al registro degli operatori di comunicazione e al funzionamento dell'informativa economica di sistema, le denunce di attivazione di servizi non richiesti, informazioni circa il nuovo sistema di numerazione e richieste di chiarimenti circa le connessioni alla rete Internet realizzate a insaputa dell'utente.

I messaggi riguardanti la tutela dei diritti dei minori hanno costituito circa il 5% della posta elettronica presa in considerazione e hanno costituito un valido contributo per lo svolgimento dell'attività dell'Autorità in tema di tutela dei minori. Più recentemente, le segnalazioni in materia di tutela dei minori hanno riguardato non soltanto la programmazione televisiva, bensì l'utilizzo da parte dei minori dei telefoni cellulari, con particolare riferimento alle problematiche legate all'erogazione di alcuni servizi di telefonia mobile a sovrapprezzo aventi contenuti non adatti ai minori ma ai quali questi possono facilmente accedere.

Nell'ambito delle proprie competenze, inoltre, l'Urp ha tenuto rapporti costanti con le Associazioni di consumatori, ha svolto funzioni di relazione con soggetti esterni nell'ambito della promozione del seminario "Tecnologie, prodotti e caratteristiche dei servizi di telecomunicazione" (Roma, 15/16/17 giugno 2005), tenuto dall'Autorità e rivolto ai delegati delle Associazioni dei consumatori riconosciute a livello nazionale. L'Urp ha anche collaborato con la società Business International per l'organizzazione di due tavole rotonde con l'Autorità sui temi: "Il futuro del mercato delle telecomunicazioni nella nuova era della convergenza" (Roma, Hotel Esedra 30 settembre 2005) e "La rivoluzione digitale nella nuova era della convergenza" (Roma, Hotel Westin Excelsior 19 dicembre 2005).

2.12. LA TUTELA GIURISDIZIONALE

Dal 1° maggio 2005 al 30 aprile 2006 sono stati depositati 160 ricorsi giurisdizionali al Tribunale amministrativo regionale del Lazio avverso provvedimenti dell'Autorità, dei quali 19 in materia di telecomunicazioni, 13 in materia di parità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa (*par condicio*), 4 in materia di organizzazione, 16 in materia di personale, 108 in materia di audiovisivo.

Sono state, inoltre, proposte 103 istanze cautelari, 90 delle quali sono state discusse, mentre la trattazione delle altre è stata rinviata al merito. La discussione in sede cautelare ha avuto come esito l'accoglimento di 43 istanze⁴ e il rigetto delle rimanenti 47.

Nel merito sono stati discussi 50 ricorsi, dei quali 47 sono stati respinti e i restanti 3 accolti⁵.

Nel medesimo periodo di riferimento sono stati altresì proposti 56 ricorsi in appello dinanzi al Consiglio di Stato, dei quali 42 in materia di audiovisivo⁶, 2 in materia di *par condicio*, 8 in materia di telecomunicazioni, 3 in materia di personale. Nel merito sono stati respinti 7 di tali ricorsi (con esito favorevole all'Autorità) mentre 1 è stato accolto (con esito sfavorevole all'Autorità).

Nel periodo citato sono, inoltre, intervenute rilevanti decisioni con le quali il giudice amministrativo ha definito controversie, anche relative a ricorsi instaurati precedentemente al periodo di riferimento, che costituiscono indirizzi giurisprudenziali importanti nelle materie inerenti all'attività istituzionale dell'Autorità.

In particolare, in materia di audiovisivo il Giudice amministrativo di primo grado ha respinto tutti i 44 ricorsi avverso l'articolo 5 *ter* del Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite (adottato con delibera n. 538/01/CSP), inserito con la delibera n. 34/05/CSP, che introduce una regolamentazione oraria della messa in onda di programmi di televendita, pubblicità e telepromozioni di servizi di astrologia, cartomanzia e pronostici (TAR Lazio, sez. II, n. 14302/05). Il Giudice amministrativo ha dunque pienamente confermato la validità delle misure introdotte dall'Autorità (tra le quali si segnala il divieto di trasmissione di pubblicità dei servizi *audiotex* di astrologia, di cartomanzia e pronostici nella fascia oraria tra le ore 7 e le ore 24) sia sotto il profilo della procedura seguita nell'*iter* di adozione della delibera impugnata, sia sotto il profilo sostanziale.

Sempre in materia di pubblicità radiotelevisiva, il TAR del Lazio ha respinto i due ricorsi proposti dal Gruppo Editoriale l'Espresso e da RTI per l'annullamento della delibera 538/01/CSP, recante il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite e delle successive delibere di modifica nn. 250/04/CSP e 105/05/CSP (TAR Lazio, sez. II, nn. 14965/05 e 14357/05).

Il TAR del Lazio ha affermato la piena legittimità dell'articolo 4, comma 5, del predetto regolamento nella parte in cui consente le interruzioni pubblicitarie durante la trasmissione di un evento sportivo, non solo negli intervalli regolamentari previsti dai regolamenti sportivi ma anche negli arresti del gioco suscettibili di essere aggiunti alla durata

-
- (4) Delle quali ben 42 relative ai ricorsi per l'annullamento della delibera n. 34/05/CSP di modifica del Regolamento in materia di pubblicità televisiva e di televendite.
 - (5) In particolare, sono stati respinti nel merito i 44 ricorsi proposti per l'annullamento della citata delibera n. 34/05/CSP.
 - (6) In particolare, sono stati proposti 32 appelli con istanza di sospensiva (accolta) avverso i provvedimenti del Tar del Lazio emessi nei ricorsi per l'annullamento della citata delibera 34/05/CSP.

regolamentare del tempo ove l'inserimento del messaggio pubblicitario non interrompa l'azione sportiva. Secondo il Giudice amministrativo, infatti, tale previsione regolamentare, che poggia su una interpretazione "atecnica" del termine "intervalli" contenuto all'articolo 11 della direttiva n. 89/552/CEE, e dunque più ampia rispetto alla mera indicazione della pausa che separa i due tempi del gioco, si muove *"nell'ottica della conservazione dell'integrità e del valore della trasmissione fissando un criterio oggettivo ed univoco, non rimesso alla discrezione o arbitraria valutazione dell'emittente"*. Tale disciplina, sempre a giudizio del TAR del Lazio, non si distacca dalla disciplina comunitaria ma ne chiarisce e ne puntualizza il contenuto con margini applicativi più rigorosi e restrittivi (TAR Lazio, sez. II, n. 14965/05 cit.).

Con specifico riferimento alla recente modifica al regolamento citato introdotta dalla delibera n. 105/05/CSP, che ha fissato per le partite di calcio un numero massimo di 6 spot isolati nei tempi regolamentari, il TAR del Lazio ha ritenuto tale intervento regolamentare *"attuativo e consequenziale della norma di principio contenuta nella direttiva comunitaria"* (cf. direttiva n. 89/552/CEE e s.m. cit.) *"che rende chiara ed effettiva l'applicazione e la specificazione della stessa nella parte in cui considera eccezionali gli spot isolati, destinata altrimenti a rimanere indeterminata"*. Il Giudice ha aggiunto, inoltre, che *"il limite di sei spot"* fissato dall'Autorità *"è del tutto ragionevole risultando evidente che un numero superiore articolato su due soli tempi di quarantacinque minuti non consentirebbe di considerare gli spot come isolati."* (TAR Lazio, sez. II, n. 14357/05 cit.).

In materia di audiovisivo, inoltre, il Consiglio di Stato, nel confermare la sentenza del TAR del Lazio n. 184/2005, ha affermato che l'Autorità ha il potere di emanare le direttive sulle carte di servizi di cui art. 1 co. 6, lett. b) n. 2, legge n. 249/97, anche nei confronti delle imprese private operanti nel campo delle telecomunicazioni (Consiglio di Stato, n. 3147/05). Poiché tale norma, nel menzionare i gestori, non precisa che si deve trattare di gestori di servizio pubblico, né che deve trattarsi di carta di servizio pubblico, la stessa deve essere applicata a tutti i gestori dei servizi di telecomunicazioni e radiotelevisivi, siano essi servizi pubblici o servizi di rilevanza imprenditoriale.

Per i Giudici di palazzo Spada, ai fini dell'interpretazione dell'art. 1, co. 6 lett. b) n. 2 della legge n. 249/97 il termine "gestore" non può essere inteso in senso restrittivo, limitato cioè al gestore di un'attività avente necessariamente natura di servizio pubblico, bensì deve essere interpretato in senso ampio, tale da riferirsi a qualsiasi soggetto che operi nel settore delle telecomunicazioni sulla base di un provvedimento ampliativo rilasciato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. In proposito, il Consiglio di Stato, ha soggiunto che un operatore di *pay tv*, come Sky, che svolga anche attività d'informazione televisiva, esercita comunque un'attività almeno in parte qualificabile come pubblico servizio, e ciò in virtù del disposto dell'art. 6, comma 1, legge n. 112/04 (legge c.d. Gasparri): tale norma definisce come servizio di interesse generale l'attività di informazione radiotelevisiva, prescindendo dai contenuti dell'informazione e dalle modalità tecniche con

le quali la stessa è fornita e astraendo anche dalla natura pubblica o privata del soggetto che svolge tale attività (Consiglio di Stato, sezione VI, ordinanza n. 3147/2005).

Infine, il TAR del Lazio ha accolto i ricorsi di RTI, Publitalia 80 e RAI per l'annullamento delle delibere n. 150/05/CONS, 151/05/CONS e 152/05/CONS, con le quali l'Autorità aveva irrogato sanzioni amministrative pecuniarie pari al 2% del fatturato nel settore pubblicitario realizzato nell'esercizio 2003 per la violazione del richiamo a non porre in essere comportamenti contrari all'articolo 2 della legge n. 249/97, che stabilisce il divieto di posizioni dominanti nel settore delle comunicazioni di massa (TAR, sez. II, sentenze nn. 13766/2005, 13767/2005, 13768/2005). Il Giudice amministrativo ha infatti ritenuto che il richiamo da parte dell'AGCOM a non porre in essere comportamenti vietati dall'art. 2 della legge n. 249/1997, concretandosi, in sostanza, in un mero ordine ad osservare una specifica disposizione di legge già di per sé inderogabile, vincolante ed imperativa, non è ascrivibile tra gli atti amministrativi aventi natura coercitiva la cui inosservanza è sanzionata con l'irrogazione della pena pecuniaria di cui all'art. 1, comma 31, della legge n. 249/1997.

In materia di telecomunicazioni, il TAR del Lazio ha confermato la legittimità di cinque delibere in tema di contabilità regolatoria e di offerte d'interconnessione di riferimento di Telecom Italia (delibere nn. 399/02/CONS; 02/03/CIR; 03/03/CIR; 11/03/CIR; 289/03/CONS). Tali delibere erano state adottate dall'Autorità nel quadro della disciplina comunitaria volta alla creazione di dinamiche competitive nel mercato delle comunicazioni, attribuendo la possibilità ai nuovi entranti di avvalersi della rete di distribuzione in rame (cd. rete di accesso) preesistente, con la creazione di un "mercato intermedio" fra *incumbent* e utenti finali, secondo una disciplina (che involge la problematica del c.d. "ultimo miglio") caratterizzata da prezzi di utilizzo della rete da parte dei nuovi entranti orientati ai costi (TAR, sez. II, sentenza n. 1773/06).

In materia di organizzazione il TAR del Lazio si è pronunciato su due ricorsi proposti dalla Torre Argentina Società di Servizi s.p.a., Divisione Centro D'Ascolto dell'informazione radiotelevisiva, avanzati contro l'Autorità e nei confronti di Isimm Ricerche s.r.l., per l'annullamento, da un lato, del bando di gara per l'aggiudicazione dell'appalto pubblico del servizio di monitoraggio delle trasmissioni televisive delle emittenti nazionali (relativo ai settori del pluralismo socio politico, garanzie dell'utenza e obblighi di programmazione); dall'altro, dell'esclusione dell'offerta della ricorrente "*risultata superiore alla base d'asta*" – dalla gara per licitazione privata; il primo ricorso è stato respinto e il secondo dichiarato inammissibile. La reiezione del ricorso ha consentito alla società Isimm Ricerche s.r.l. di avviare il servizio di monitoraggio, che si pone per l'Autorità come propedeutico all'effettuazione di una complessa attività di vigilanza relativa a molteplici aspetti dalla programmazione radiotelevisiva (pluralismo politico, pubblicità, quote di produzione, obblighi di programmazione), esercitata ai sensi della legge n. 249/97 per gran parte dalla Commissione per i servizi e per i prodotti (TAR, sez. II, sentenza n. 2562/06).

Infine, con riguardo alla nomina dei componenti del Consiglio nazionale degli utenti, dopo la sentenza del TAR del Lazio (n. 14185 del 2004) che aveva annullato la delibera n. 162/04/CONS e il relativo procedimento, nel periodo di riferimento è intervenuta la pronuncia del Consiglio di Stato che ha confermato il dispositivo della sentenza gravata seguendo, tuttavia, un diverso percorso argomentativo. In particolare, nelle motivazioni del Giudice di appello si è chiarito che l'Autorità può nominare come componenti del Consiglio nazionale degli utenti anche esperti designati da Associazioni che, in base allo statuto, non perseguano in via esclusiva il fine della tutela dei consumatori e degli utenti. Il requisito dell'indicazione nello statuto dell'associazione dell'esclusiva finalità di tutela dei consumatori e degli utenti, contenuto nell'art. 5, comma 1, della legge, n. 281 del 1999 e richiamato nella disciplina regolamentare attuativa dell'Autorità, è da intendersi come requisito non esclusivo, contrariamente a quanto sostenuto dal Giudice di primo grado. La norma primaria che ha istituito il Consiglio nazionale degli utenti (art. 1, comma 28 della legge n. 249 del 1997) prevede, infatti, valori e interessi ulteriori rispetto a quelli a tutela dell'utenza richiamati nella legge n. 281 del 1999. Da ciò consegue che devono essere ammesse ad effettuare la designazione dei propri componenti anche le Associazioni dei consumatori che perseguono gli ulteriori valori specificamente indicati nella legge n. 249/97 istitutiva dell'Autorità (sentenza del Consiglio di Stato, Sez. IV, n. 3420 del 24 maggio 2005).

2.13. IL CONFLITTO DI INTERESSI

La legge 20 luglio 2004, n. 215 recante "Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi" ha attribuito all'Autorità poteri di controllo al fine di assicurare la neutralità dell'azione pubblica dei soggetti titolari di cariche di governo. L'Autorità è chiamata ad esercitare il suo potere di vigilanza anche sul patrimonio del coniuge e dei parenti entro il secondo grado del titolare di cariche di governo e deve anche accertare che le imprese che operano nel sistema integrato delle comunicazioni – di cui all'articolo 2, comma 1, lettera g) della legge 3 maggio 2004, n. 112 – e che fanno capo al titolare di cariche di governo, al coniuge e ai parenti entro il secondo grado, ovvero sono sottoposte al controllo dei medesimi soggetti, 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 – forniscano "sostegno privilegiato" al titolare di cariche di governo.

L'Autorità ha provveduto, con la delibera n. 417/04/CONS recante "Regolamento per la risoluzione dei conflitti di interesse" a definire e ad elaborare le modifiche organizzative e gli atti regolamentari concernenti le procedure ed i criteri di accertamento previsti nell'ambito delle competenze in materia di conflitto di interessi. A tale delibera è stata apportata un'importante modifica mediante la deliberazione dell'Autorità n. 392/05/CONS recante "Modifiche e integrazioni al Regolamento per la risoluzione dei conflitti di interessi" che prevede che il Consiglio dell'Autorità svolga la fase di accertamento del "sostegno privilegiato", mentre la Commissione per i servizi e i prodotti ponga in essere le attività istruttorie e di accertamento delle

eventuali violazioni di legge che ne costituiscono il presupposto, in tutti i casi in cui l'accertamento delle violazioni sia già attribuito dall'ordinamento alla competenza della predetta Commissione.

Il regolamento approvato nel corso dell'anno 2004 attribuiva la responsabilità dell'intero procedimento in materia di conflitto di interessi (nelle due fasi dell'accertamento della violazione della legge parametro e del successivo accertamento dell'eventuale sussistenza del sostegno privilegiato) alla competenza del Consiglio dell'Autorità. La *ratio* di tale attribuzione era rinvenuta nell'articolo 1, comma 6, lettera c) n. 14) della legge 31 luglio 1997, n. 249, ai sensi del quale il Consiglio dell'Autorità esercita tutte le funzioni e i poteri non espressamente attribuiti alla Commissione per i servizi e i prodotti e alla Commissione per le infrastrutture e le reti. La fattispecie complessa del conflitto di interessi era concepita come un *unicum*, con conseguente attribuzione delle relative funzioni e competenze in capo al Consiglio dell'Autorità.

Nel corso del tempo, la prassi applicativa ha evidenziato come la violazione di talune disposizioni relative alle leggi "parametro" – la legge 6 agosto 1990, n. 223, la legge 31 luglio 1997, n. 249, la legge 22 febbraio 2000, n. 28 e la legge 3 maggio 2004, n. 112) assumesse rilievo con riferimento a competenze già attribuite dal legislatore all'Autorità e proceduralizzate con espressa attribuzione di competenza ad un organo collegiale diverso dal Consiglio. Ci si riferisce, in particolare, alla violazione delle disposizioni di cui alle leggi n. 112/04 e n. 28/00, relative al rispetto dei principi di pluralismo, obiettività, completezza, lealtà, imparzialità dell'informazione, e alle disposizioni in materia di *par condicio*, riguardo alle quali i poteri di vigilanza, accertamento e sanzione sono conferiti, dalla legge n. 249/97, alla Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità.

Siffatta circostanza, ossia la non univoca riconducibilità dell'intero procedimento in materia di conflitto di interessi in capo al Consiglio, ha determinato l'esigenza di ricondurre, relativamente alle menzionate fattispecie, l'esercizio della funzione di accertamento alla Commissione per i servizi e i prodotti. Ciò ha, peraltro, consentito di assicurare un trattamento omogeneo, sotto il profilo procedurale, a tutte le imprese radiotelevisive quanto alla disciplina delle disposizioni in materia di *par condicio* e di rispetto dei principi relativi al pluralismo informativo. Con l'originario impianto regolamentare, invece, una medesima violazione, tra quelle dianzi richiamate, sarebbe ricaduta sotto la competenza, ora del Consiglio, ora della Commissione per i servizi e i prodotti, a seconda che essa fosse stata rispettivamente accertata in capo ad imprese facenti capo ai titolari di cariche di governo, coniugi e parenti entro il secondo grado, ovvero nei riguardi di imprese non aventi tale situazione di controllo.

2.14. LA PAR CONDICIO E IL PLURALISMO DELL'INFORMAZIONE

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni svolge funzioni di garanzia nell'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di propaganda e di informazione politica nell'ambito delle competenze assegnate

dall'articolo 1, comma 6, lettera b), numero 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249 e in materia di pluralismo dell'informazione e di tutela dei principi di correttezza, completezza, imparzialità ed obiettività dell'informazione, sanciti dagli articoli 3 e 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

Le funzioni di garanzia sono strettamente correlate alle attività di vigilanza e di regolamentazione rispettivamente, attraverso lo svolgimento delle attività di monitoraggio dell'emittenza radiotelevisiva nazionale e della stampa, e la disciplina delle fattispecie previste dal legislatore con la legge 22 febbraio 2000, n. 28 recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica" e dai citati articoli 3 e 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

L'applicazione dei Regolamenti adottati dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e dalla Commissione parlamentare per la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, a seconda del riparto di competenze e delle varie competizioni elettorali, e l'accertamento relativo alle violazioni commesse, sono finalizzati alla procedimentalizzazione delle attività istruttorie che culminano nell'adozione dei provvedimenti finali da parte della Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità.

L'ambito di intervento dell'Autorità si riferisce all'emittenza radiotelevisiva nazionale privata, alla stampa, alla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo – disciplinata dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi – e all'emittenza radiotelevisiva locale. Per le attività di vigilanza, garanzia e istruttorie relative a quest'ultima l'Autorità si avvale della collaborazione con i Comitati regionali per le comunicazioni (cfr. paragrafo n. 3.4.), suoi organi funzionali, cui il ruolo originariamente riconosciuto dalla legge n. 28/00 risulta esteso dalla previsione di apposite disposizioni "dedicate" all'emittenza radiotelevisiva locale a seguito delle modifiche introdotte alla stessa legge n. 28/00 dalla legge n. 313/03 (introduzione di uno specifico "Capo" della legge 28/00; adozione del codice di autoregolamentazione emanato con il decreto del Ministro delle comunicazioni dell'8 aprile 2004).

Nell'arco temporale riferito al periodo dal 1° maggio 2005 al 30 aprile 2006, i provvedimenti adottati dalla Commissione per i servizi e i prodotti sono stati 102; essi sono riferiti sia al periodo non elettorale, sia a specifiche competizioni elettorali.

Il periodo non elettorale è disciplinato dalla delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali", integrata dalla delibera n. 22/06/CSP del 1° febbraio 2006, recante "Disposizioni applicative delle norme e dei principi vigenti in materia di comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali" che rafforza il presidio sanzionatorio nel periodo pre-elettorale, ossia quello immediatamente precedente alle elezioni, attraverso il richiamo, sia alle misure sanzionatorie contemplate dall'articolo 10, commi 3 e 8, della legge n. 28/00, sia alle sanzioni pecuniarie di cui all'articolo 1, commi 31 e 32 della legge n. 249/97.

La concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo è tenuta al rispetto del Regolamento della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi del 18 dicembre 2002, recante "Comunicazione politica e messaggi autogestiti nei periodi non interessati da campagne elettorali o referendarie", come modificato con deliberazione del 29 ottobre 2003.

In applicazione delle suddette delibere l'Autorità ha svolto 14 procedimenti e adottato 14 provvedimenti costituiti da 11 delibere di archiviazione, 3 delle quali riguardano l'informazione, 1 i messaggi autogestiti a pagamento e 7 sono relative all'adeguamento spontaneo, da parte degli editori di stampa e delle emittenti televisive, in materia di sondaggi politici. Due provvedimenti sono inerenti alle declaratorie di improcedibilità per l'assenza dei requisiti formali e procedurali e l'ultimo provvedimento, adottato nel periodo precedente alle consultazioni politiche della primavera 2006, sulla base della citata delibera n. 22/06/CSP, riguarda un programma televisivo di informazione caratterizzato dalla conduzione senza contraddittorio e dall'evidente squilibrio nella rappresentazione di una sola parte politica. Per tale fattispecie l'Autorità ha disposto la trasmissione di un messaggio recante l'avvenuta violazione (articolo 10, comma 8, lettera a), legge n. 28/00) e comminato la sanzione amministrativa pecuniaria, ai sensi dell'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97.

La funzione di garanzia che l'Autorità svolge è anche finalizzata a far sì che l'informazione radiotelevisiva su determinate tematiche riferita ad iniziative socio – politiche costituzionalmente rilevanti, venga fornita nel rispetto dei principi fondamentali e generali del sistema radiotelevisivo sanciti dagli articoli 3 e 7 del Testo unico della radiotelevisione e tuteli i diritti fondamentali della persona nel settore delle comunicazioni anche radiotelevisive. L'Autorità nell'esercizio della sua funzione di garanzia ha adottato 2 atti di indirizzo, uno in materia di elezioni primarie per la scelta dei candidati alla Presidenza del Consiglio dei Ministri alle elezioni politiche 2006 e l'altro riguardante la raccolta delle firme per la promozione del referendum popolare relativo al testo di legge costituzionale recante la modifica alla parte II della Costituzione.

In particolare, con riferimento alla tutela dei principi fondamentali del sistema radiotelevisivo identificati nel pluralismo, obiettività, completezza, imparzialità dell'informazione, e alla apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, l'Autorità ha adottato 8 provvedimenti, di cui 3 archiviazioni in materia di elezioni primarie e 5, sulla base di precedenti delibere dell'Autorità riferite a fattispecie analoghe, aventi natura ripristinatoria.

Nell'ambito del periodo elettorale l'Autorità ha svolto 78 procedimenti conclusi con altrettanti provvedimenti. In particolare, relativamente all'ottemperanza alla delibera n. 10/05/CSP del 3 febbraio 2005, 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 regionali previste per i giorni 3 e 4 aprile 2005, riguardo a 5 fattispecie le segnalazioni pervenute sono state archiviate per mancanza dei requisiti di procedibilità di cui all'articolo 10, comma 1, della legge

n. 28/00; inoltre, sono stati adottati 9 provvedimenti di archiviazione, dei quali 7 concernenti l'informazione politica, 1 la comunicazione politica e 1 la comunicazione istituzionale.

Con riferimento alla delibera n. 11/05/CSP del 3 febbraio 2005, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni comunali e provinciali previste per i giorni 3 e 4 aprile 2005" relativamente a 2 fattispecie la segnalazione pervenuta è risultata non procedibile per mancanza dei requisiti di cui all'articolo 10, comma 1, della legge n. 28/00, e sono stati emanati 6 provvedimenti di archiviazione dei quali 2 relativi ai sondaggi politici, 2 all'informazione e 2 ai messaggi autogestiti, a titolo gratuito e a pagamento.

L'applicazione della delibera n. 36/05/CSP del 16 maggio 2005, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per i referendum popolari per l'abrogazione parziale della legge 19 febbraio 2004, n. 40 recante "Norme in materia di procreazione medicalmente assistita" indetti per i giorni 12 e 13 giugno 2005" ha dato vita a 25 provvedimenti; di questi, 15 provvedimenti hanno formalizzato l'archiviazione di 4 procedimenti in tema di informazione politica (nell'ambito di una delibera, oltre all'archiviazione riferita al periodo della campagna elettorale, è stata disposta la trasmissione del messaggio recante l'avvenuta violazione), 2 riguardanti i messaggi politici autogestiti a titolo gratuito, 5 la comunicazione politica, 1 i sondaggi politici ed elettorali a mezzo stampa e 3 i messaggi elettorali a mezzo stampa. In 4 fattispecie le segnalazioni pervenute sono risultate non procedibili per mancanza dei requisiti di cui all'articolo 10, comma 1, della legge n. 28/00, mentre sono stati adottati 6 provvedimenti di ripristino in materia di informazione; in 2 di tali provvedimenti è stata disposta la presenza di uno spazio compensativo, in 3, oltre all'ordinanza di ripristino, è stata imposta anche la sanzione accessoria ai sensi dell'articolo 10, comma 8, lettera a), legge n. 28/00, riguardante la trasmissione di un messaggio recante l'indicazione della violazione commessa; in 1 provvedimento è stata imposta solamente la trasmissione del messaggio sulla violazione commessa.

In merito all'applicazione della delibera n. 29/06/CSP del 3 febbraio 2006, 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 della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica fissate per i giorni 9 e 10 aprile 2006" si evidenzia che in particolar modo con riferimento alle campagne per le suddette elezioni, l'aggiornamento continuo dei dati relativi al monitoraggio delle trasmissioni televisive nazionali – pubblicato sul sito dell'Autorità – ha consentito di verificare facilmente e in tempo breve eventuali violazioni della parità di accesso ai mezzi di informazione e di avviare i procedimenti istruttori anche d'ufficio.

La tipologia degli interventi dell'Autorità è stata complessa ed articolata nei contenuti e si è riferita sia alle fattispecie di informazione politica, sia di comunicazione politica.

Per quanto riguarda l'informazione politica, l'Autorità ha adottato 23 provvedimenti dei quali:

- 3 provvedimenti adottati ai sensi dell'articolo 10, comma 9, legge n. 28/00 mediante i quali è stata disposta l'intimazione e la diffida a conformare l'attività di informazione televisiva nazionale al rispetto delle disposizioni in materia di parità di accesso ai mezzi di informazione;
- 1 provvedimento con il quale la società concessionaria è stata diffidata al rispetto della correttezza e imparzialità dell'informazione; è stata altresì ordinata la trasmissione del messaggio recante l'avvenuta violazione dell'articolo 5, della legge n. 28/00;
- 1 provvedimento di non luogo a procedere, stante l'assenza di legittimazione dell'esponente in ordine al raggiungimento del quorum di un quarto degli elettori;
- 12 provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, commi 1 e 5, legge n. 28/00 in materia di informazione, ordinando la messa in onda di servizi di informazione con la equilibrata partecipazione dei soggetti politici denunciati;
- 2 provvedimenti che hanno stabilito l'applicazione, sia della sanzione ripristinatoria necessaria a ristabilire la parità di trattamento (articolo 10, comma 5, legge n. 28/00), sia della sanzione amministrativa pecuniaria – prevista dall'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97 – per l'inottemperanza ad un precedente provvedimento dell'Autorità;
- 1 provvedimento di archiviazione, relativo alla trasmissione irradiata dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo a livello regionale;
- 1 provvedimento che ha disposto la comunicazione dell'avvenuta trasmissione della presenza del soggetto politico esponente con la riserva di verificarne la congruità e l'effettività;
- 1 provvedimento ha sancito l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria – prevista dall'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97 – per l'inottemperanza ad un precedente provvedimento dell'Autorità;
- 1 provvedimento mediante il quale è stato ordinato alla concessionaria pubblica di comunicare i provvedimenti da adottare in riferimento all'osservanza delle disposizioni della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi relativi alla corretta ed imparziale gestione e all'assenza di contraddittorio, con la riserva di verificarne la congruità e l'effettività.

Relativamente alla comunicazione politica sono stati adottati i seguenti 4 provvedimenti:

- 3 provvedimenti mediante i quali è stata ordinata la comunicazione dell'avvenuta trasmissione dei programmi di comunicazione politica pianificati dalle emittenti radiotelevisive in ambito nazionale con la riserva di verificarne la congruità e l'effettività in relazione all'osservanza dei principi di accesso previsti dalla legge;
- 1 provvedimento di archiviazione stante l'avvenuto adempimento ad un'ordinanza dell'Autorità.

Al raggiungimento del totale dei provvedimenti adottati dall'Autorità concorrono anche quelli, espressione dell'attività di vigilanza e di garanzia, di richiamo e le ordinanze rivolti a tutte le emittenti radiotelevisive nazionali. In particolare, nella prima fase della campagna elettorale è stato adottato un provvedimento di richiamo all'osservanza delle disposizioni stabilite per i programmi di informazione, in particolare per i notiziari, al fine di assicurare la parità di trattamento tra le coalizioni e l'equilibrata presenza delle liste concorrenti all'interno di una stessa coalizione. L'Autorità ha altresì adottato, negli ultimi giorni della campagna elettorale, 3 ordinanze che hanno disposto che venisse garantita la corretta parità di accesso ai soggetti politici ed assicurata la parità di trattamento e l'equilibrata presenza delle liste concorrenti alle elezioni nei programmi di informazione nazionali ed, in particolare, nei notiziari.

Infine, sempre nell'ottica delle funzioni di garanzia nell'applicazione delle vigenti disposizioni in materia di informazione politica attribuite all'Autorità sono da evidenziare le quattro circolari emanate per fornire chiarimenti interpretativi; di queste la prima riguarda i programmi di approfondimento delle emittenti televisive nazionali, la seconda e la terza la comunicazione istituzionale e i messaggi politici autogestiti a titolo gratuito delle emittenti radiotelevisive locali e l'ultima concerne i sondaggi politici ed elettorali diffusi a mezzo stampa e televisione.

3. I RAPPORTI ISTITUZIONALI DELL'AUTORITÀ

3.1. I RAPPORTI INTERNAZIONALI

Il ruolo dell'Autorità nella dimensione internazionale

L'anno appena trascorso ha rappresentato un momento molto significativo nell'impegno istituzionale dell'Autorità in ambito internazionale.

In primo luogo, sono entrati nel vivo i processi di riforma della legislazione europea, sia per quanto riguarda il settore delle comunicazioni elettroniche (con la cosiddetta Review 2006), sia il settore dell'audiovisivo (con la revisione della direttiva "TV senza frontiere"), i cui esiti sono destinati a incidere sul ruolo e sulle attività delle Autorità nazionali chiamate ad applicare le nuove norme europee. L'Autorità ha dedicato una particolare attenzione a tali processi, partecipando attivamente e presentando proposte e documenti di approfondimento nelle varie sedi istituzionali.

Più in generale, l'Autorità ha verificato il crescente rilievo della dimensione internazionale nei settori di propria competenza, testimoniato anche dalla progressiva diffusione di processi di integrazione dei mercati e dalle operazioni di aggregazione industriale in atto su scala globale. In ragione di ciò, l'Autorità ha inteso assicurare una presenza sempre più assidua e qualificata nel dibattito internazionale e assumere un ruolo di leadership su alcuni temi di particolare rilievo in discussione in ambito europeo (ad esempio, sui temi della contabilità regolatoria e del roaming internazionale, nell'ambito dell'*European Regulators Group* - ERG).

In coerenza con tale linea, l'Autorità ha proseguito il proprio impegno istituzionale presso le varie sedi internazionali di elaborazione e discussione dei temi inerenti alle comunicazioni elettroniche (oltre al citato ERG, si richiamano il Comitato per le comunicazioni e il Comitato Radio Spettro) e all'audiovisivo (il Gruppo di alto livello delle Autorità nazionali di regolamentazione, il Comitato di contatto, il Comitato permanente sulla televisione transfrontaliera e l'*European platform of regulatory authorities*) e si è impegnata nel rafforzamento e ampliamento della rete di relazioni con Autorità ed Istituzioni estere, tramite la formalizzazione di accordi bilaterali e progetti di gemellaggio, nonché la realizzazione di incontri e lo scambio di informazioni.

Le comunicazioni elettroniche

Nel corso degli ultimi anni, l'*European Regulators Group* (ERG) si è indubbiamente affermato come luogo privilegiato di elaborazione e confronto, tra la Commissione europea e le Autorità nazionali sui principali temi regolamentari inerenti al settore delle comunicazioni elettroniche.

Il 2005 ha, innanzitutto, fatto registrare importanti progressi nello svolgimento del processo di definizione dell'assetto istituzionale e organizzativo del Gruppo (avviato a valle della decisione della

Commissione n. 2004/641/EC, modificativa della decisione istitutiva 2002/627/CE).

Si è consolidata la partecipazione ai lavori dei dieci nuovi Stati membri dell'Unione europea e si sono unite all'ERG, con lo *status* di "osservatore", le Autorità della Turchia e della Croazia¹.

Sotto il profilo organizzativo, l'ERG ha assunto il coordinamento dei gruppi di lavoro tematici dell'*Independent Regulators Group*² (IRG) per l'espletamento del programma di lavoro annuale e ha formalizzato la partecipazione di rappresentanti della Commissione europea a tutti i livelli organizzativi.

Nell'anno trascorso, l'ERG ha, inoltre, rafforzato l'impegno volto ad assicurare la massima trasparenza delle proprie attività e la partecipazione da parte degli interessati. Tutti i documenti con rilevanza esterna sono stati sottoposti a consultazione; alcuni temi di particolare rilevanza e, come di prassi, il programma di lavoro relativo all'anno 2006, sono stati oggetto di audizioni pubbliche, con ampia partecipazione degli attori del mercato e delle Associazioni.

Una sistematica informazione sulle attività svolte e sulle decisioni assunte è assicurata dal sito web (www.erg.eu.int) e dalla realizzazione di un Rapporto annuale. A febbraio 2006, l'ERG ha provveduto a pubblicare sul proprio sito un manuale informativo sull'organizzazione e il funzionamento del Gruppo.

Tra i numerosi temi trattati nel periodo di riferimento, si ricordano l'analisi delle prospettive regolamentari e concorrenziali dei servizi a larga banda e *Voice over Internet Protocol* (VoIP); l'aggiornamento della Posizione Comune in materia di *remedies*; la contabilità dei costi e la separazione contabile che ha condotto, con il coordinamento dell'Autorità, alla redazione della Posizione Comune del settembre 2005 sulla Raccomandazione 2005/698/EC della Commissione europea.

Un'attenzione particolare meritano le iniziative assunte in tema di roaming internazionale e, a partire dalla fine del 2005, sui temi della Review 2006, destinate entrambe a protrarsi per tutto il 2006 e per gli anni a venire.

In tema di *roaming* internazionale, dopo un lungo lavoro di analisi, coordinato dall'Autorità, si è pervenuti alla realizzazione della Posizione Comune, assunta nel maggio 2005, che ha fornito alle Autorità nazionali linee guida per l'analisi del mercato all'ingrosso (il mercato n. 17 fra quelli individuati nella raccomandazione della Commissione europea del 2003). L'ERG ha, inoltre, affrontato la problematica relativa alla scarsa trasparenza dei prezzi al dettaglio. Anche questa attività è stata coordinata dall'Autorità e si è conclusa nel dicembre 2005, con l'emanazione di un documento che impegna le Autorità ad assumere alcune iniziative

(1) Oggi, pertanto, l'ERG raccoglie 33 Autorità europee di regolamentazione nel settore delle comunicazioni elettroniche; oltre alle Autorità dei 25 Stati Membri, vi partecipano, con lo *status* di osservatore, le Autorità di Norvegia, Svizzera, Islanda, Liechtenstein, Romania, Bulgaria, Turchia e Croazia.

(2) L'*Independent Regulators Group* è un gruppo informale di discussione nel settore delle comunicazioni elettroniche, cui partecipano gli stessi Paesi membri dell'ERG.

per migliorare l'informazione sui prezzi delle chiamate in *roaming* internazionale (quali la creazione di pagine web informative nazionali³ e la verifica della possibilità di imporre agli operatori nazionali obblighi di informazione mediante SMS) e prevede un'attività di monitoraggio, per il 2006, sull'effettiva implementazione delle misure suggerite.

In termini generali, l'ERG ha lavorato in stretta collaborazione con la Commissione europea all'elaborazione di una strategia comune finalizzata a raggiungere una diminuzione dei prezzi dei servizi finali e, a valle dell'iniziativa assunta dalla Commissione, nel febbraio 2006, ha partecipato alle due fasi di consultazione pubblica e sta attivamente seguendo l'iter regolamentare volto alla definizione di un regolamento in materia, ai sensi dell'articolo 95 del Trattato UE.

Alla fine del 2005, con la Call fon Input lanciata nel mese di novembre, la Commissione europea ha avviato il processo di revisione del quadro regolamentare europeo in materia di reti e servizi di comunicazioni elettroniche, con l'obiettivo di verificarne l'adeguatezza, rispetto all'evoluzione del contesto tecnologico e di mercato e di individuare eventuali correttivi, in termini di obiettivi, strumenti e procedure. Tutte le Autorità nazionali partecipanti all'ERG hanno deciso di elaborare una risposta congiunta, con l'obiettivo di valorizzare l'esperienza acquisita su scala nazionale nella prima fase di applicazione delle norme europee. L'ERG ha segnalato la complessiva adeguatezza dell'attuale quadro a fronteggiare le esigenze regolamentari che si porranno nei prossimi anni e l'opportunità di limitare la revisione a pochi aspetti di dettaglio, a garanzia della stabilità del contesto normativo e a tutela dei piani di investimento. Tra gli affinamenti suggeriti vi sono i seguenti:

- l'applicazione del principio di neutralità tecnologica alla disciplina delle reti di nuova generazione;
- lo snellimento delle procedure di notifica europea;
- l'introduzione di strumenti regolamentari in grado di affrontare i problemi concorrenziali conseguenti ai processi di integrazione verticale e orizzontale in atto;
- la realizzazione di una revisione delle disposizioni in tema di gestione dello spettro;
- la focalizzazione su una maggiore attenzione alla tutela dei consumatori.

L'iniziativa della Commissione è il primo passo di un iter destinato a concludersi presumibilmente alla fine del 2007; la riforma del quadro regolamentare europeo costituirà, quindi, un tema prioritario per l'ERG, sia per l'anno incorso, sia per il 2007.

Merita, infine, un cenno la designazione dell'Autorità alla Presidenza dell'ERG per l'anno 2007. Si tratta di un incarico di particolare prestigio internazionale, che testimonia l'apprezzamento dell'impegno

(3) Sul modello di quanto già fatto dalla Commissione nel corso del mese di ottobre 2005. La pagina web della Commissione è disponibile all'indirizzo Internet http://europa.eu.int/information_society/activities/roaming/index_en.htm.

dell'Autorità in sede internazionale e assume specifica rilevanza in vista del dibattito sulla revisione del quadro regolamentare per le comunicazioni elettroniche, destinato a giungere alla fase decisionale proprio nel 2007.

La Presidenza dell'ERG (ivi compreso il periodo di Vice-Presidenza che, secondo il sistema della *troika*, copre il semestre precedente e quello seguente il periodo del mandato presidenziale), in ragione delle responsabilità connesse alla definizione e all'esecuzione del programma di lavoro e dei conseguenti compiti di coordinamento e monitoraggio di tutti i gruppi di lavoro tematici e di rappresentanza istituzionale, comporta anche un crescente impegno da parte del personale dell'Autorità coinvolto ai vari livelli nelle attività internazionali e implica un'adeguata preparazione sotto il profilo organizzativo. A tal fine, l'Autorità ha già avviato attività organizzative interne necessarie ad assicurare una proficua ed efficiente gestione del mandato.

Sempre con riferimento al settore delle comunicazioni elettroniche, si ricorda, inoltre, la partecipazione dell'Autorità ai vari comitati istituiti nell'ambito del quadro regolamentare europeo con l'obiettivo di coadiuvare la Commissione europea in relazione alla trattazione di specifiche tematiche. Si segnala, innanzitutto, una costante e qualificata partecipazione, in coordinamento con il Ministero delle comunicazioni, per i profili di rispettiva competenza, al Comitato per le comunicazioni (COCOM) che, nel periodo di riferimento, ha concentrato il proprio lavoro soprattutto sui profili di seguito evidenziati.

In primo luogo, il COCOM è stato coinvolto, ai sensi dell'articolo 22 della direttiva quadro, nel procedimento di accertamento e di proposta di veto da parte della Commissione, sulle analisi di mercato notificate dagli Stati membri ai sensi dell'art. 7, comma 4, della direttiva quadro (cosiddetta "seconda fase").

È stata data espressione alla necessità dell'implementazione delle misure in favore degli utenti disabili, mediante l'istituzione di un sottogruppo di lavoro (Incom) che ha analizzato i profili critici relativi all'attuazione delle norme comunitarie nei diversi Stati membri.

È tuttora in corso di discussione il progetto di decisione sulla riserva di una serie di numeri che cominciano per "116" per la fornitura armonizzata di servizi paneuropei di pubblica utilità; prosegue, inoltre, in seno al COCOM il dibattito in ordine alla sperimentazione, negli Stati membri, dei servizi forniti mediante linee elettriche (*powerlines communications*) e ai problemi legati alle interferenze che si verificano in alcuni di essi.

Per quanto concerne la regolamentazione del *Voice over Internet Protocol* (VoIP), le delegazioni partecipanti al COCOM sono state chiamate a esprimere, mediante risposte a un questionario predisposto dalla Commissione europea, la loro posizione relativamente alla regolamentazione di tale sistema di comunicazione elettronica.

Infine, anche nell'ambito del COCOM, la Commissione europea ha avviato il dibattito in merito alla revisione del quadro regolamentare

in materia di comunicazioni elettroniche. In seno al COCOM, il dibattito si è prevalentemente sviluppato in ordine ai temi del servizio universale, della sicurezza delle reti e delle procedure di ricorso davanti agli organi giurisdizionali nazionali. Tutte le delegazioni nazionali hanno condiviso la preoccupazione per la situazione della sicurezza delle reti e hanno segnalato l'opportunità della definizione di obblighi puntuali a carico dei fornitori di reti e servizi. In considerazione della futura entrata in vigore delle norme riformate, è, inoltre, ancora aperta la discussione in merito al possibile ampliamento dei contenuti del servizio universale ai servizi a banda larga e ai servizi mobili.

Infine, sulla possibilità di armonizzazione delle procedure di ricorso davanti agli organi giurisdizionali nazionali, al fine di scongiurare il rischio di adozione di decisioni nazionali contrastanti con il quadro normativo comunitario, la Commissione ha evidenziato la particolare delicatezza del tema, in considerazione delle forti peculiarità e differenziazioni normative che caratterizzano gli ordinamenti giuridici dei singoli Stati membri.

I primi risultati del dibattito hanno registrato, anche in ambito COCOM, un accordo di principio degli Stati membri sull'opportunità dello snellimento delle procedure di notifica dei mercati ex art. 7 della direttiva quadro e del miglioramento delle condizioni per la gestione dello spettro.

È proseguita, inoltre, la partecipazione istituzionale dell'Autorità, in coordinamento con il Ministero delle comunicazioni, alla delegazione nazionale presso il Comitato radio spettro, istituito con la decisione n. 676/2002/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002 (cd. decisione "spettro radio"). È opportuno ricordare che il Comitato è stato istituito, nell'ambito del quadro regolamentare europeo del 2002 per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, con l'obiettivo di assistere la Commissione nella definizione e adozione delle misure di implementazione tecnica atte a favorire un maggior grado di armonizzazione nelle politiche dello spettro, al fine di rendere tale risorsa scarsa disponibile in modo coordinato e utilizzabile in maniera efficiente a livello europeo e, conseguentemente, contribuire allo sviluppo del mercato interno europeo.

Nel periodo di riferimento, il Comitato ha continuato a occuparsi della trattazione delle tematiche riguardanti l'armonizzazione dello spettro per apparati radio a corto raggio *Short Range Device* (SRD), per il sistema *Terrestrial Flight Telephone System* (TFTS), per la banda addizionale a 2.6 GHz per i sistemi mobili, per l'uso di dispositivi *Ultra Wide Band* (UWB), per l'uso dei dispositivi di identificazione radio *Radio Frequency Identification* (RFID) e per sistemi mobili satellitari a 2 GHz *Mobile Satellite System* (MSS), con l'adozione dei relativi rapporti della CEPT e, in alcuni casi, la predisposizione di una bozza di decisione. Si ricordano, inoltre, l'adozione di decisioni comunitarie circa l'armonizzazione dell'uso dello spettro a 5 GHz per le Radio-LAN e per il futuro utilizzo della banda ex-ERMES, l'adozione di mandati alla

CEPT riguardanti le specifiche per un'informazione comunitaria sull'uso dello spettro e gli studi di compatibilità per l'accesso radio a larga banda *Broadband Wireless Access* (BWA), nonché un'iniziale consultazione sull'introduzione armonizzata delle piattaforme *Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems* (WAPECS).

L'audiovisivo

Per quanto riguarda il settore audiovisivo, nel periodo di riferimento l'Autorità ha proseguito le proprie attività nell'ambito del Gruppo di alto livello delle Autorità nazionali di regolamentazione e del Comitato di contatto (organismi entrambi istituiti dalla Commissione europea con l'obiettivo di assicurare una sede di confronto istituzionale con le Autorità nazionali di settore degli Stati membri), del Comitato permanente sulla televisione transfrontaliera presso il Consiglio d'Europa e dell'*European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA).

In tutte le sedi internazionali (in particolare, nel Gruppo di alto livello e nel Comitato di contatto) il dibattito si è concentrato sul processo di revisione della direttiva "TV senza frontiere".

Nel luglio 2005, la Commissione europea ha lanciato una consultazione pubblica sulla revisione della direttiva, cui l'Autorità ha partecipato attraverso la presentazione di una serie di documenti di posizione relativi all'ambito di applicazione della nuova direttiva, alla modifica delle regole sull'inserimento della pubblicità nei palinsesti televisivi, alla tutela dei minori e alla concentrazione nel settore dei media.

Le posizioni dei diversi portatori di interessi (industria, regolatori, Associazioni di consumatori) sono state oggetto di confronto nella conferenza internazionale organizzata dalla Commissione europea a Liverpool nel mese di settembre 2005. A valle della conferenza di Liverpool, la Commissione ha pubblicato, nel dicembre 2005, una proposta di direttiva (attualmente in discussione al Parlamento europeo), la cui approvazione definitiva è prevista entro la fine del 2007.

La nuova direttiva ha l'obiettivo di modernizzare le regole sui contenuti audiovisivi, tenendo conto del nuovo contesto tecnologico di diffusione, caratterizzato da un numero crescente e differenziato di tecnologie e piattaforme.

Dal processo consultivo fino ad oggi svolto è, in primo luogo, emersa la tendenza favorevole alla creazione di un contesto regolamentare "neutrale", costituito da norme applicabili a tutti i fornitori di contenuti, indipendentemente dal tipo di piattaforma tecnologica o di rete utilizzata. A fronte di un panorama tecnologico e di mercato sempre più complesso e frammentato, è, inoltre, emersa l'esigenza di una semplificazione regolamentare; l'applicazione di norme eccessivamente dettagliate e lo svolgimento delle attività di monitoraggio da parte delle Autorità nazionali potrebbe, infatti, rivelarsi, oltre che difficilmente praticabile, anche poco rispondente al principio di proporzionalità.

Nel merito, le novità principali della proposta di direttiva riguardano l'ambito di applicazione e le norme relative all'inserimento della pubblicità. Quanto al primo profilo, la proposta adotta un approccio basato su un doppio livello normativo; un primo *set* di regole di base (in tema di tutela dei minori, divieto di incitamento all'odio e alla violenza, identificazione della responsabilità editoriale dei contenuti trasmessi, nonché dei contenuti di carattere commerciale e pubblicitario) applicabile a tutti i cosiddetti "servizi audiovisivi" ("*audiovisual services*" nel testo inglese), ovvero ai contenuti audiovisivi consistenti in immagini in movimento, con o senza suoni, trasmessi su reti di comunicazione elettronica allo scopo di intrattenere, informare o educare. Tale definizione esclude dunque dall'ambito di applicazione, oltre ai servizi di tipo radiofonico, tutti quei servizi che, seppur includono immagini in movimento, non hanno come scopo prioritario quello di fornire al pubblico un contenuto audiovisivo (come, ad esempio, quelli che sono parte di una corrispondenza elettronica privata). Sono invece inclusi tutti i servizi *on demand*, ovvero quelli basati su *library* di contenuti messi a disposizione da un operatore e richiesti individualmente dal singolo utente.

Un *set* più specifico di regole si applica ai cosiddetti contenuti di tipo "lineare", ovvero ai palinsesti veri e propri organizzati da editori in una sequenza prestabilita. A questi servizi si applicano, oltre al *set* di regole di base, anche le regole sulla pubblicità (di tipo quantitativo e qualitativo) e quelle relative alle quote riservate alle opere europee e alle produzioni indipendenti.

L'applicazione o meno delle regole della direttiva ai contenuti audiovisivi non dipenderà più dal mezzo di diffusione (una rete telefonica piuttosto che le frequenze televisive terrestri) ma dalla natura del servizio. I servizi non lineari *on demand* saranno soggetti a regolamentazione, sebbene più leggera, mentre, tutti i contenuti lineari, indipendentemente dalla tecnologia con cui vengono trasmessi, saranno sottoposti alla stessa disciplina.

Per quanto riguarda invece l'inserimento della pubblicità, il testo della direttiva proposto dalla Commissione introduce una forte semplificazione delle regole esistenti, sia di tipo quantitativo, sia qualitativo.

Oltre ai temi relativi alla revisione della direttiva, nel Gruppo di alto livello si è continuato a lavorare sui possibili strumenti idonei a realizzare un efficace coordinamento tra le Autorità nazionali di regolamentazione dell'audiovisivo. In particolare, la Commissione ha lanciato la proposta di un *forum* elettronico (dedicato alle Autorità nazionali di regolamentazione) per lo scambio di informazioni e la realizzazione di un *database* delle emittenti via satellite e via cavo autorizzate nei vari Stati membri.

Tra i temi trattati nell'ambito del Comitato di contatto, merita un cenno un caso di conflitto negativo di giurisdizione che ha coinvolto l'Italia e conseguente alla presunta violazione, da parte di un'emittente satellitare ad accesso condizionato, dell'art. 22, comma 1, della direttiva

“TV senza frontiere”. La trattazione del suddetto caso ha messo in evidenza la difficoltà di applicazione dei criteri di collegamento definiti dalla direttiva per l'individuazione dello Stato competente.

L'Autorità ha continuato, inoltre, a svolgere nel periodo di riferimento un ruolo molto attivo nell'ambito dell'EPRA, la piattaforma europea dei regolatori dell'audiovisivo. Nelle riunioni plenarie di Sarajevo (maggio 2005) e di Budapest (ottobre 2005) sono stati affrontati temi quali l'evoluzione di nuove piattaforme per la diffusione dei contenuti audiovisivi e le sfide regolamentari connesse (su tutte, il nodo dell'accesso ai contenuti), le nuove forme di pubblicità, il monitoraggio di programmi e altri temi di interesse dei regolatori in un contesto in cui la convergenza tra audiovisivo e telecomunicazioni è sempre più un fenomeno di mercato piuttosto che una mera potenzialità tecnologica.

In particolare, nel corso della riunione di Budapest, nell'ambito della trattazione del tema della riforma del servizio pubblico, l'Autorità ha descritto le disposizioni della legge n. 112/04 relative alla separazione contabile tra attività di servizio pubblico e attività commerciali e ha illustrato il proprio regolamento relativo allo schema di contabilità separata che la RAI dovrà implementare (cfr. paragrafo n. 2.6.).

Per quanto concerne la partecipazione dell'Autorità alle attività del Comitato permanente sulla televisione transfrontaliera, si evidenzia, in primo luogo, l'orientamento favorevole del Comitato all'estensione dell'ambito di applicazione territoriale della Convenzione agli Stati non membri del Consiglio d'Europa. Di tale tendenza costituisce segno eloquente l'adesione alla Convenzione della Bosnia Erzegovina e dell'Albania. Il Comitato reputa, infatti, che consentire agli Stati non membri del Consiglio d'Europa di aderire alla Convenzione costituisca un'opportunità, oltre che per gli Stati medesimi, anche per l'ampliamento dell'area geografica di applicazione della Convenzione, alla quale siano di conseguenza applicabili, nel settore audiovisivo, regole minime comuni.

Su richiesta della Bosnia Erzegovina è stato, inoltre, approvato il parere del Comitato in materia di libertà di ricezione e ritrasmissione dei programmi via cavo e di protezione del diritto d'autore.

A proposito del riesame della Convenzione, su cui nel periodo di riferimento si è massimamente concentrato il dibattito, il Comitato intende procedere in linea, sì, con la futura direttiva, lasciando tuttavia aperta la possibilità che la Convenzione disciplini alcuni aspetti inerenti alla tematica dei diritti umani e che esprima un suo valore aggiunto rispetto alla direttiva “TV senza frontiere”. Tale valore aggiunto potrebbe essere costituito dal diverso ambito di applicazione territoriale dei due strumenti normativi.

Il dibattito sul riesame della Convenzione ha riguardato specificamente, le questioni relative al diritto all'informazione e agli obiettivi culturali (accesso agli eventi di maggiore importanza, diritto a brevi estratti, pluralismo dei media, diritto di rettifica); le tematiche relative alla pubblicità, alla sponsorizzazione e alle televendite; le questioni

inerenti all'ambito di applicazione della Convenzione, alla competenza, alla libertà di ricezione e di ritrasmissione, agli impegni delle parti, alla pubblicità che s'indirizza a una sola parte e agli abusi in violazione dei diritti riconosciuti dalla Convenzione, nonché alla protezione dei minori e al rispetto della dignità umana.

I rapporti bilaterali

L'obiettivo di assicurare all'Autorità una qualificata dimensione internazionale si fonda anche sul rafforzamento e ampliamento della rete di relazioni con Autorità e Istituzioni estere, tramite la formalizzazione di accordi bilaterali e progetti di gemellaggio; tramite la realizzazione di incontri, di scambi di informazioni e la partecipazione alla redazione di rapporti comparativi.

In tale ottica, anche nel corso dell'ultimo anno, si è svolta una serie di attività finalizzate a implementare gli accordi bilaterali preesistenti e a stipularne di nuovi con alcune Autorità di regolamentazione straniere (sia del settore delle comunicazioni elettroniche, sia di quello dell'audiovisivo).

Facendo seguito all'accordo stipulato nell'ottobre 2004 con l'Autorità maltese per le comunicazioni (MCA), nel periodo di riferimento sono state organizzate delle giornate di *workshop*, a Roma e a Malta, sui principali temi della regolamentazione delle comunicazioni elettroniche quali la contabilità regolatoria, l'implementazione degli strumenti regolatori, le linee affittate e la regolamentazione dei prezzi all'ingrosso e al dettaglio.

Nel marzo 2005, l'Autorità e l'Autorità per le telecomunicazioni egiziana (NTRA) hanno sottoscritto al Cairo una dichiarazione congiunta per una cooperazione bilaterale nel campo della regolamentazione delle comunicazioni elettroniche. La dichiarazione si pone come obiettivo la cooperazione nella regolamentazione nei mercati delle comunicazioni elettroniche e nella promozione dell'innovazione tecnologica nell'ambito dell'*Information and Communications Technologies* (ICT).

Nel settembre 2005, è stata sottoscritta con l'Agenzia nazionale per le telecomunicazioni brasiliana (ANATEL) una dichiarazione comune nel campo della regolamentazione delle comunicazioni elettroniche. Con tale accordo si è avviato con il Brasile un dialogo la cui importanza è data anche dalle presenze significative di operatori italiani nel Paese.

L'attenzione dell'Autorità al rafforzamento dei rapporti con i referenti regolamentari del Continente sudamericano si è, inoltre, concretizzata nell'ambito della rete di rapporti tra IRG e REGULATEL (l'Associazione che riunisce il circuito delle Autorità del Centro e Sud America) e, segnatamente, del Summit IRG-Regulatel svoltosi a Sintra nei giorni 11 e 12 novembre 2005.

Nel gennaio 2006, l'Autorità e l'Agenzia nazionale di regolamentazione delle telecomunicazioni del Marocco (Anrt) hanno sottoscritto, a Roma, un accordo di cooperazione bilaterale nel settore

delle comunicazioni elettroniche nell'ambito di un programma d'azione comune per lo sviluppo della società dell'informazione. L'Autorità e l'Agenzia si impegnano a collaborare e a promuovere la regolamentazione, l'innovazione e la formazione delle risorse nei settori di loro competenza, attraverso la realizzazione di consultazioni bilaterali e di scambi di informazioni, nonché il coinvolgimento di esperti e l'utilizzo di ogni altro strumento che sarà ritenuto utile. Lo spirito di tale accordo è, tra l'altro, quello di intensificare i rapporti con i Paesi del bacino del Mediterraneo anche al fine di armonizzare la considerazione delle tematiche che sempre più spesso portano a confrontare i vari Paesi.

Si evidenzia, infine, che l'Autorità ha organizzato numerosi incontri bilaterali con vari referenti istituzionali esteri (di Autorità, Amministrazioni, Rappresentanze diplomatiche), con l'obiettivo di scambiare informazioni, condividere esperienze e punti di vista sui principali temi regolamentari nei settori di competenza. Nel periodo di riferimento, tra gli altri, si segnalano gli incontri con le delegazioni del Ministero dell'informazione cinese e del Ministero delle comunicazioni della repubblica di Corea, del *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA - Autorità francese del settore audiovisivo), della Commissione ministeriale svedese per la televisione digitale, del *Department of Trade and Industry* (DTI) del Regno Unito e del regolatore britannico OFCOM.

L'incontro bilaterale con l'OFCOM, svoltosi nei giorni 20 e 21 aprile 2006, in particolare, riveste una peculiare rilevanza; le due Autorità (entrambe rappresentate ai massimi livelli) hanno avuto modo di confrontarsi sui principali temi in discussione nei settori delle comunicazioni elettroniche e dell'audiovisivo (dalla gestione dello spettro, alle possibili soluzioni di incentivo agli investimenti in nuove tecnologie, agli strumenti atti ad assicurare la non discriminazione tra operatori, ai processi di revisione regolamentare in corso a livello europeo).

L'incontro ha costituito anche l'occasione per ribadire l'identica "attitudine convergente" delle due Autorità e verificarne e ribadirne i vantaggi concreti.

Nel luglio 2005, ha preso avvio il programma di lavoro relativo al gemellaggio tra l'Autorità e l'Autorità per le comunicazioni della Bosnia Herzegovina (CRA), finanziato interamente dalla Commissione europea e affidato all'Autorità italiana a seguito di una gara bandita dalla Commissione europea nel novembre 2004. Il programma si concluderà nel settembre 2006 ed è finalizzato a coadiuvare l'Autorità della Bosnia Herzegovina nella definizione del quadro regolamentare per la disciplina del settore televisivo. L'accordo di gemellaggio tra l'Autorità, la CRA e la Commissione europea è stato firmato a Sarajevo il 14 giugno 2005; in ottobre una delegazione di alto livello della CRA è stata ospitata in Italia per una serie di incontri con il Consiglio e con gli uffici dell'Autorità finalizzati a definire i dettagli della cooperazione tra le due Autorità.

Successivamente, l'Autorità ha provveduto a organizzare presso l'Autorità per le comunicazioni della Bosnia Herzegovina numerosi incontri con dirigenti e funzionari dell'Autorità, esperti di altri Paesi,

professori universitari e rappresentanti del settore, per cooperare nell'ambito delle specifiche attività previste dal piano di lavoro concordato dalle due Autorità e la Commissione europea e articolato in tre filoni.

Partendo dal presupposto che un'approfondita conoscenza del mercato di riferimento costituisca la condizione preliminare per un'efficace regolamentazione dello stesso, il primo obiettivo fissato è stato la realizzazione di un'analisi del settore audiovisivo e delle comunicazioni elettroniche in Bosnia. Il raggiungimento di tale obiettivo ha dato vita alla stesura di un ampio e dettagliato rapporto in via di pubblicazione.

Il secondo filone d'attività, attualmente in fase di conclusione, ha coinvolto esperti locali e funzionari dell'Autorità per la stesura di tre regolamenti, uno dei quali riguardante, in particolare, la creazione di un registro degli operatori di comunicazione, attraverso cui l'Autorità per le comunicazioni della Bosnia Herzegovina potrà raccogliere, su base annuale, utili informazioni sulle imprese operanti nel settore delle comunicazioni. Tale strumento consentirà alla CRA di monitorare gli sviluppi del mercato e i suoi attori, consentendo di adottare con tempestività le più efficaci misure regolamentari.

Il terzo filone, previsto dal piano di lavoro, concerne l'organizzazione di attività finalizzate al trasferimento di competenze rilevanti per il personale dell'Autorità bosniaca. A tale scopo, l'Autorità ha organizzato sia un corso avanzato destinato ai funzionari della CRA, sia visite di studio in Italia e incontri con i maggiori operatori del settore. Nell'ambito del corso, una particolare attenzione è stata dedicata alle tecnologie convergenti e ai processi di digitalizzazione, che rappresenteranno, nei prossimi anni, il principale motore di sviluppo del settore.

I gemellaggi come quello illustrato tra l'Autorità e la CRA rappresentano uno dei principali strumenti di politica estera adottati dall'Unione europea e hanno lo scopo di preparare la partecipazione dei Paesi dei Balcani al processo di stabilizzazione e Associazione, fase nella quale i Paesi candidati negoziano il loro possibile ingresso nell'Unione.

L'attività di gemellaggio con l'Autorità per le comunicazioni della Bosnia Herzegovina, che ha rappresentato un impegno rilevante per la struttura dell'Autorità, ha contribuito concretamente al processo di adesione della Bosnia all'Unione europea, con i vantaggi che questo comporta per la stabilità di una regione così vicina al nostro Paese e ha, grazie all'allineamento del quadro regolamentare della Bosnia a quelli adottati nei maggiori Paesi europei, assunto una notevole importanza nell'ambito del processo di globalizzazione del settore di riferimento. Operatori interessati a espandere la loro attività in regioni contigue alla nostra si troveranno, infatti, facilitati nel confrontarsi con un contesto regolamentare trasparente, efficace e non troppo dissimile da quello nazionale.

3.2. I RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI NAZIONALI

Nel corso del 2005 sono proseguiti i rapporti tra l'Autorità e le Istituzioni nazionali improntati, come sempre, al reciproco spirito di collaborazione.

L'Autorità ha svolto audizioni dinanzi al Parlamento, suo principale referente istituzionale e, in particolare, il 20 settembre il presidente Corrado Calabrò, ha riferito alla IX Commissione "Trasporti, poste e telecomunicazioni" sui principali temi inerenti all'attività della Autorità.

L'Autorità ha svolto attività di consultazione con la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi ai fini dell'emanazione dei regolamenti, di rispettiva competenza, per la disciplina delle trasmissioni radiotelevisive relative alle consultazioni elettorali e referendarie (cfr. paragrafo n. 2.14.).

Sono stati, inoltre, esaminati circa 60 atti di sindacato ispettivo inviati principalmente dalla Presidenza del consiglio dei ministri e dal Ministero delle comunicazioni ai fini della trasmissione degli elementi di competenza.

I principali temi trattati hanno riguardato la tutela degli utenti nei confronti dell'attività svolta dagli operatori telefonici, la tutela della concorrenza fra tutti i soggetti operanti nel mercato delle comunicazioni, il canone di abbonamento al servizio telefonico fornito da Telecom Italia, le truffe telefoniche, le modalità di utilizzazione delle numerazioni a tariffazione specifica, di fornitura del servizio ADSL, le problematiche connesse alla diffusione della tecnologia digitale, la tutela dei minori, la pubblicità televisiva e le telepromozioni.

Con riferimento alle funzioni svolte dal Parlamento e dal Governo, l'Autorità ha provveduto, in modo sistematico e cadenzato, a considerare e monitorare tutti i temi di interesse dell'Autorità attraverso uno specifico notiziario interno. L'analisi dell'attività parlamentare si è basata sull'esame delle proposte legislative e del relativo *iter*, nonché sulla lettura dei resoconti stenografici e delle proposte emendative. L'attività governativa è stata puntualmente considerata, riservando particolare attenzione ai provvedimenti di particolare interesse per l'Autorità fra i quali si evidenziano i seguenti: "Modifiche alla parte II della Costituzione", "Testo unico in materia di radiotelevisione", "Modifiche all'articolo 10 della legge 3 maggio 2004, n. 112, in materia di tutela dei minori nella programmazione televisiva", "Conversione in legge del decreto-legge 30 dicembre 2005, n. 273, recante definizione e proroga di termini, nonché conseguenti disposizioni urgenti", "Disposizioni in materia di lotta contro lo sfruttamento sessuale dei bambini e la pedopornografia anche a mezzo Internet" e, nell'ambito della definizione del rapporto con l'ordinamento comunitario, il provvedimento "Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - Legge comunitaria 2005" di iniziativa del Governo (Ministero per le politiche comunitarie).

L'Autorità ha proseguito, durante l'anno 2005, i rapporti di collaborazione con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato. Nel rispetto dell'accordo di collaborazione stipulato tra le due Autorità sono stati svolti incontri fra gli uffici al fine di trattare le tematiche di rispettiva competenza e, in particolare, di approfondire gli aspetti connessi ai procedimenti relativi alle analisi dei mercati di comunicazione elettronica e, nello specifico, alla definizione dei mercati rilevanti e alle valutazioni circa il grado di concorrenzialità dei mercati analizzati. In merito a tali procedimenti, le attività di consultazione intraprese l'anno scorso sono culminate con la trasmissione formale all'Autorità garante della concorrenza e del mercato degli schemi di provvedimento redatti dall'Autorità.

I rapporti di collaborazione con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nel periodo di riferimento, si sono concretizzati anche nella fornitura, da parte dell'Autorità, di pareri in materia di pubblicità ingannevole (cfr. paragrafo n. 2.7.) e di operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni e in materia di procedimenti per abuso di posizione dominante riguardanti operatori del settore delle comunicazioni. L'attività relativa alla fornitura dei suddetti pareri ha, spesso, dato vita, nell'ambito delle rispettive competenze, a costruttivi confronti tra gli uffici delle due Autorità sulle materie trattate in un'ottica di proficua collaborazione istituzionale.

La tabella seguente riporta i riferimenti relativi ai 76 pareri sulle operazioni di concentrazione forniti all'Autorità garante della concorrenza e del mercato nel periodo compreso tra maggio 2005 e aprile 2006.

Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2005-aprile 2006)

n. Proc.	Tipologia	Data arrivo della richiesta di parere	Società coinvolte	Delibera Autorità
C/6981	Acquisizione	21/04/2005	RTI s.p.a. / HSE s.p.a.	162/05/CONS
C/7001	Acquisizione	06/05/2005	Apax Europe V e Apax Europe VI / Hit Entertainment PLC	171/05/CONS
C/7023	Acquisizione di ramo d'azienda	13/05/2005	Utet Diffusione s.r.l. / De Agostini Rizzoli Periodici s.r.l.	187/05/CONS
C/7024	Acquisizione del controllo esclusivo	13/05/2005	RCS Periodici s.p.a. / De Agostini Rizzoli Periodici s.r.l.	188/05/CONS
C/7007	Acquisizione di ramo d'azienda	13/05/2005	La 7 Televisioni s.p.a. / Canale 55 s.r.l.	189/05/CONS
C/7006	Acquisizione di ramo d'azienda	13/05/2005	La 7 Televisioni s.p.a. / Teleonda Gallipoli s.r.l.	190/05/CONS
C/7012	Acquisizione di ramo d'azienda	13/05/2005	RTI s.p.a. / Radiotelevisione di campione s.p.a.	191/05/CONS
C/7013	Acquisizione di ramo d'azienda	13/05/2005	RTI s.p.a. / Teleprogrammi-Fintrading-Triveneta	192/05/CONS

Segue: Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2005-aprile 2006)

n. Proc.	Tipologia	Data arrivo della richiesta di parere	Società coinvolte	Delibera Autorità
C/7022	Acquisizione	20/05/2005	Almaviva s.p.a. / FINSIEL s.p.a.	170/05/CONS
C/7026	Acquisizione di ramo d'azienda	20/05/2005	Accenture Outsourcing s.r.l. / Albacom s.r.l.	223/05/CONS
C/7028	Acquisizione	20/05/2005	Fox International Channels Inc / Creative Networks International B.V.	222/05/CONS
C/7034	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	27/05/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Publiaudio s.r.l.	240/05/CONS
C/7044	Acquisizione	27/05/2005	Interbanca Gestioni Investment SGR / Frame	241/05/CONS
C/7046	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	06/06/2005	Monradio s.r.l. / Nipa s.r.l. - Radio Sud Italia s.n.c.- Radio club 103 s.r.l. Teramo Radio City	242/05/CONS
C/7059	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	09/06/2005	Monradio s.r.l. / Radio Imagine Uno s.r.l. e Radio Tele Sondrio News s.r.l.	243/05/CONS
C/7067	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	17/06/2005	Monradio s.r.l. / Nuova radio veronica One s.r.l.	266/05/CONS
C/7069	Acquisizione di ramo d'azienda	17/06/2005	La 7 televisioni s.p.a. / Elefante TV s.p.a. - Delta TV s.r.l.	268/05/CONS
C/7081	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	17/06/2005	Monradio s.r.l. / Radio Vigeveno Ducale City s.r.l. - Beta s.r.l.	267/05/CONS
C/7098	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	Rete A s.p.a. / Associazione Progetto Spazio 2000	287/05/CONS
C/7115	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	01/07/2005	Monradio s.r.l. / Rock FM s.r.l.	295/05/CONS
C/7099	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	Rete A s.p.a. / Teleregione Campania s.p.a.	288/05/CONS
C/7101	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	Rete A s.p.a. / Quarto Canale s.r.l.	289/05/CONS
C/7114	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	RTI s.p.a. / Telenorba s.p.a.	291/05/CONS
C/7100	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	Rete A s.p.a. / Telecuneo s.r.l.	290/05/CONS
C/7111	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	RTI s.p.a. / Onda TV s.r.l.	292/05/CONS
C/7112	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	RTI s.p.a. / Fin Television s.r.l.	239/05/CONS

Segue: Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2005-aprile 2006)

n. Proc.	Tipologia	Data arrivo della richiesta di parere	Società coinvolte	Delibera Autorità
C/7113	Acquisizione di ramo d'azienda	01/07/2005	RTI s.p.a. / Telemare s.r.l.	294/05/CONS
C/7096	Acquisizione del controllo congiunto	01/07/2005	Weather Investments II s.a.r.l. / Wind Telecomunicazioni s.p.a.	296/05/CONS
C/7142	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	18/07/2005	Monradio / Tecnivest s.r.l.- Lattemiele s.r.l.- Lattemiele Sardegna s.r.l. - Lattemiele Lombardia s.r.l. - Lattemiele Toscana s.r.l. - Idee Vincenti s.r.l.	308/05/CONS
C/7157	Acquisizione del controllo esclusivo	26/07/2005	RCS Periodici s.p.a. / Abitare Segenta s.p.a.	321/05/CONS
C/7183	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	5/08/2005	Nuova Radio s.p.a. / Radio Dimensione Suono s.p.a.	337/05/CONS
C/7179	Acquisizione del controllo esclusivo	5/08/2005	Sfera Editore s.p.a. / Publibaby s.p.a.	336/05/CONS
C/7226	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	26/08/2005	RCS Broadcast s.p.a. /Radio TV Shadow s.r.l.	351/05/CONS
C/7219	Acquisizione del controllo esclusivo di un ramo d'azienda	26/08/2005	Sparkle Telecom Italia s.p.a. / Tiscali International Network France s.a.s.	350/05/CONS
C/7254	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	16/09/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Lattemiele Puglia s.r.l.	388/05/CONS
C/7255	Acquisizione di otto impianti di radiodiffusione sonora	16/09/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Radio Grosseto International s.r.l.	389/05/CONS
C/7266	Acquisizione del controllo esclusivo	3/10/2005	General Electric Company / CNBC Europe	397/05/CONS
C/7275	Acquisizione di nove impianti di radiodiffusione sonora	11/10/2005	Monradio s.r.l. / Valle d'Aosta 101 Piccola Società Cooperativa a r.l.	399/05/CONS
C/7274	Acquisizione di tre impianti di radiodiffusione sonora	11/10/2005	Monradio s.r.l. / Rock FM s.r.l.	398/05/CONS
C/7289	Acquisizione di alcuni impianti di trasmissione radiotelevisiva	14/10/2005	RTI s.p.a. / TeleOrvieto s.r.l.-Teleradio Center-Video Firenze s.r.l.	422/05/CONS
C/7297	Acquisizione di quindici impianti di trasmissione radiotelevisiva	20/10/2005	La 7 televisioni s.p.a. / Telecolor International T.C.I. s.p.a.	424/05/CONS
C/7298	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	20/10/2005	La 7 televisioni s.p.a. / Società Industriale Grafica Editoriale S.I.G.E. s.p.a.	426/05/CONS

Segue: Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2005-aprile 2006)

n. Proc.	Tipologia	Data arrivo della richiesta di parere	Società coinvolte	Delibera Autorità
C/7299	Acquisizione di alcuni impianti di trasmissione radiotelevisiva	20/10/2005	La 7 televisioni s.p.a. / Radio Televisione Peloritana	425/05/CONS
C/7302	Acquisizione di sette impianti di radiodiffusione sonora	20/10/2005	Monradio s.r.l. / Radiant s.r.l. - Publiaudio s.r.l.	423/05/CONS
C/7314	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	28/10/2005	RTI s.p.a. / Telesolregina s.r.l.	436/05/CONS
C/7315	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	28/10/2005	RTI s.p.a. / TV3 Suedtirol s.r.l.	437/05/CONS
C/7316	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	28/10/2005	RTI s.p.a. / Tevere TV s.r.l.	438/05/CONS
C/7323	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	7/11/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Radio TV Shadow s.r.l.	439/05/CONS
C/7324	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	7/11/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Semir s.r.l.	440/05/CONS
C/7325	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	7/11/2005	RCS Broadcast s.p.a. / RTL 102,500 Hit Radio s.r.l.	441/05/CONS
C/7326	Acquisizione di quattro impianti di radiodiffusione sonora	7/11/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Gruppo ADN Italia s.r.l.	442/05/CONS
C/7327	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	7/11/2005	RCS Broadcast s.p.a. / Radio Cava s.r.l.	443/05/CONS
C/7370	Acquisizione del controllo esclusivo	1/12/2005	VSNL / Teleglobe International Holding Ltd	475/05/CONS
C/7381	Acquisizione del controllo congiunto	2/12/2005	RCS Media Group s.p.a. / DADA s.p.a.	476/05/CONS
C/7387	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	9/12/005	RCS Broadcast s.p.a. / Radio Lagouno s.r.l.	491/05/CONS
C/7388	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	9/12/005	RCS Broadcast s.p.a. / Mediatelecom s.c.r.l.	492/05/CONS
C/7409	Acquisizione del controllo esclusivo	16/12/2005	H3G s.p.a. / MIT s.p.a.	6/06/CONS
C/7429	Acquisizione di nove impianti di trasmissione radiotelevisiva	20/12/2005	3lettronica Industriale s.p.a. / Canale 10 s.r.l.	7/06/CONS

Segue: Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2005-aprile 2006)

n. Proc.	Tipologia	Data arrivo della richiesta di parere	Società coinvolte	Delibera Autorità
C/7417	Acquisizione del controllo congiunto	21/12/2005	Millenium Directory Holding e Fininvest s.p.a. / Pagine Italia s.r.l.	8/06/CONS
C/7432	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	23/12/2005	RCS Broadcast s.p.a. / L'Abaco Elettronico s.r.l.	9/06/CONS
C/7461	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	4/01/2006	RCS Broadcast s.p.a. / Radio TV Shadow s.r.l.	67/06/CONS
C/7466	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	4/01/2006	Nuova Radio s.p.a. / Radio Lagouno s.r.l.	66/06/CONS
C/7459	Acquisizione di 19 impianti di trasmissione radiotelevisiva	4/01/2006	3lettronica Industriale s.p.a. / Elan s.r.l.	68/06/CONS
C/7467	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	4/1/2006	Nuova Radio s.p.a. / RTL 102.500 Hit radio s.r.l.	65/06/CONS
C/7464	Acquisizione del controllo esclusivo	13/01/2006	Albacom s.p.a. / Atlanet s.p.a.	64/06/CONS
C/7548	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	27/02/2006	RCS Broadcast s.p.a. / Onda Azzurra s.r.l.	125/06/CONS
C/7549	Acquisizione di un ramo d'azienda	27/02/2006	RCS Broadcast s.p.a. / Blu media s.r.l.	126/06/CONS
C/7546	Acquisizione di alcuni impianti di radiodiffusione sonora	27/02/2006	Monradio s.r.l. / Radio Arcobaleno s.r.l.	124/06/CONS
C/7493	Acquisizione di un ramo d'azienda	7/03/2006	RTI s.p.a. / Europa Tv s.p.a.	185/06/CONS
C/7557	Acquisizione di 22 impianti di trasmissione radiotelevisiva	7/03/2006	3lettronica Industriale s.p.a. / Lombardia Televisioni s.r.l.	186/06/CONS
C/7562	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	10/03/2006	RTI s.p.a. / Telemolfetta s.r.l.	187/06/CONS
C/7579	Acquisizione di un impianto di radiodiffusione sonora	17/03/2006	RCS Broadcast s.p.a. / DS Communications s.r.l.	189/06/CONS
C/7574	Acquisizione di dieci impianti di di trasmissione radiotelevisiva	17/03/2006	Telecom Italia Media Broadcasting s.r.l. / Rete 7 s.p.a.	190/06/CONS
C/7568	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	17/03/2006	RTI s.p.a. / Quadrifoglio TV s.r.l.	188/06/CONS

Segue: Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2005-aprile 2006)

n. Proc.	Tipologia	Data arrivo della richiesta di parere	Società coinvolte	Delibera Autorità
C/7596	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	27/03/2006	RTI s.p.a. / Appennino TV s.r.l.	212/06/CONS
C/7597	Acquisizione di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	27/03/2006	RTI s.p.a. / Erreuno TV s.r.l.	213/06/CONS

3.3. I RAPPORTI CON IL MINISTERO DELLE COMUNICAZIONI

La collaborazione con il Ministero delle comunicazioni, che la complessità del quadro normativo del sistema delle comunicazioni rende necessaria e opportuna, ha proseguito nel corso dell'ultimo anno, al fine di assicurare coerenza e continuità nell'azione dei due organismi e anche di dissipare le incertezze nei confronti dei consumatori e degli utenti relativamente all'attribuzione delle specifiche e differenti competenze.

Un tema di rilevante importanza sul quale l'Autorità si è confrontata con il Ministero è stato quello relativo alle procedure per l'assegnazione delle frequenze a 900 Mhz e il loro successivo riordino e delle frequenze a 1800 Mhz, nella banda liberata dai servizi TACS. Relativamente a tale tematica, come noto, l'Autorità definirà un disciplinare mentre il Ministero è chiamato a emanare l'atto di assegnazione.

Altri ambiti nei quali si è realizzata la collaborazione tra l'Autorità e il Ministero sono rappresentati dall'elaborazione dell'intesa in ordine alle linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo e dal confronto sugli obblighi di tenuta di una contabilità separata gravanti sulla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo. A tal proposito, l'Autorità sta ultimando le procedure previste dall'art. 47 del Testo unico, con la nomina della società di revisione alla quale è affidato il controllo della tenuta, in una contabilità separata, dei ricavi derivanti dal gettito del canone e degli oneri sostenuti dalla società concessionaria, nell'anno solare precedente, per la fornitura del servizio (cfr. paragrafo n. 2.6.). Tale controllo è, in coerenza con le previsioni della norma, propedeutico alla decisione del Ministro delle comunicazioni, il quale stabilisce con proprio decreto, nel mese di novembre di ogni anno, l'ammontare del canone di abbonamento, finalizzato a coprire i costi che la società concessionaria presumibilmente sosterrà per adempiere gli specifici obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo.

Il progetto attualmente più significativo che vede il Ministero e l'Autorità agire di concerto è certamente quello che riguarda la realizzazione del catasto delle frequenze, un unico archivio dei dati aggiornato e affidabile a supporto degli interventi in materia di frequenze televisive. La sinergia attivata consentirà di contenere i tempi di realizzazione a fronte di un più razionale utilizzo delle risorse tecniche di cui sia il Ministero che l'Autorità dispongono. L'opportunità di realizzare l'archivio delle frequenze risiede nella necessità di disporre di uno strumento aggiornato per poter valutare l'efficiente utilizzazione dello spettro radioelettrico, individuare le frequenze ridondanti, meglio collocare le risorse disponibili, comunque limitate rispetto alla domanda esistente. L'aggiornamento è tanto più opportuno nella presente fase in cui, con l'avvio del digitale terrestre, si è assistito, per effetto del *trading* delle frequenze, a una digitalizzazione di impianti precedentemente analogici (cfr. paragrafo n. 2.6.).

Attraverso lo svolgimento delle attività poste in essere da un gruppo di lavoro congiunto l'Autorità e il Ministero delle Comunicazioni potranno aggiornare, rispettivamente, il Registro Nazionale delle Frequenze e il Registro degli Operatori di Comunicazione (R.O.C.), nel quale confluiranno i dati del Catasto Nazionale delle Frequenze.

Con riguardo all'attività di vigilanza e sanzionatoria svolta a tutela dei minori (cfr. paragrafo n. 2.9.), l'Autorità ha designato, su richiesta del Ministero, il proprio rappresentante nel Comitato TV e Minori, di recente rinnovato, riconfermando il prof. Emilio Rossi e nominando quale membro supplente il dott. Franco Angrisani.

L'Autorità ha, inoltre, su richiesta del Ministero, fornito pareri in occasione dell'adozione del nuovo regolamento di organizzazione e di funzionamento dell'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione, sulla base di una specifica richiesta del Consiglio di Stato, sezione consultiva per gli atti normativi, chiamato a pronunciarsi ai sensi dell'art. 17 della legge 23 agosto 1988, n. 400.

I rapporti con il Ministero delle comunicazioni hanno richiesto anche una precisa e costante attività di coordinamento in ambito internazionale, in particolare, per quanto concerne la partecipazione al Comitato per le comunicazioni e alla delegazione nazionale presso il Comitato radio spettro (cfr. paragrafo n. 3.1.).

Infine, l'Autorità ha partecipato, a fianco del Ministero, alle attività internazionali di pianificazione e di coordinamento delle frequenze nell'ambito della Conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC-06) indetta dal settore radiocomunicazioni dell'ITU per la revisione del Piano di Stoccolma 1961 (cfr. paragrafo n. 2.6.). L'Autorità ha fornito la propria collaborazione al Ministero fin dal 2001, soprattutto relativamente alla definizione dei cosiddetti *requirements*, ovvero delle richieste di risorse frequenziali da parte dell'Italia da sottoporre all'ITU e alla preparazione e partecipazione agli incontri bilaterali con i Paesi confinanti per l'individuazione, nell'ambito dei suddetti *requirements*, delle frequenze compatibili con i suddetti Paesi.

3.4. I RAPPORTI CON I COMITATI REGIONALI PER LE COMUNICAZIONI

I Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com.), definiti dalla legge n. 249/97 “funzionalmente organi dell’Autorità”, nel periodo di riferimento hanno continuato a svolgere importanti funzioni nel settore delle comunicazioni a tutela dei consumatori e degli utenti.

Le Regioni che, a seguito degli indirizzi espressi dall’Autorità nelle delibere n. 52/99 e n. 53/99, hanno emanato le leggi istitutive dei Co.re.com. e provveduto a nominare i presidenti e i componenti sono diciotto, a cui va aggiunta la Provincia autonoma di Bolzano (tabella 3.2.). Sono invece quattordici i Co.re.com. che hanno stipulato la convenzione con l’Autorità per l’esercizio delle funzioni delegate sul territorio (l’ultima convenzione è stata siglata tra l’Autorità e il Co.re.com. Abruzzo); mentre hanno già espresso ufficialmente la disponibilità a dare corso al processo di delega i Co.re.com. Puglia, Molise, Sicilia e il Comitato provinciale di Bolzano (tabella 3.3.). Per circa la metà dei Co.re.com. destinatari di deleghe si è giunti ormai al terzo anno di attività, con una considerevole crescita di esperienza accumulata nell’esercizio concreto delle funzioni loro attribuite.

Dalle relazioni concernenti l’attività svolta nell’anno 2005 emerge un notevole livello di soddisfazione a riscontro degli importanti risultati raggiunti nell’espletamento delle funzioni. Le stesse relazioni programmatiche, relative ai piani di attività predisposti per il 2005, evidenziavano, peraltro, un rinnovato impegno nel proseguimento sulla strada del miglioramento dei servizi a livello locale e dell’incremento delle già significative attività di competenza.

Un ambito particolare tra quelli definiti nel sistema di delega delle funzioni è certamente quello rappresentato dalle controversie tra ente gestore del servizio di telecomunicazioni e gli utenti, con specifico riguardo alla fase relativa al tentativo di conciliazione (cfr. paragrafo n. 2.11.). Infatti, nei casi in cui l’utente voglia agire in giudizio per la violazione di un proprio diritto, è tenuto a promuovere un tentativo di conciliazione dinanzi al Co.re.com. della propria Regione, qualora esso abbia già firmato la convenzione bilaterale con l’Autorità per l’esercizio delle funzioni delegate. Dal momento della proposizione del tentativo obbligatorio di conciliazione i termini per agire in giudizio sono sospesi, e riprendono a decorrere dalla scadenza del termine di conclusione del procedimento, che deve essere ultimato entro 30 giorni dalla proposizione dell’istanza.

Le attività inerenti i tentativi di conciliazione hanno portato al conseguimento di risultati di assoluto rilievo ed è ormai ragguardevole la casistica prodotta nell’esercizio di questa importante delega che offre agli utenti la possibilità di salvaguardare i propri diritti e di avere un giudice terzo e gratuito. Nel 2005 sono stati trattati complessivamente circa 10.000 casi di conciliazione tra utenti e operatori di telecomunicazione, con un incremento di oltre il 150% rispetto all’anno precedente. Per circa il 60% si è registrato un esito positivo, con il raggiungimento dell’accordo tra le

parti. A tal proposito, nel periodo di riferimento, tra l'Autorità e i Co.re.com. sono stati svolti incontri periodici, nel corso dei quali i Comitati delegati hanno evidenziato proposte e suggerimenti per migliorare le procedure in vigore. L'Autorità è, quindi, intervenuta con la delibera n. 137/06/CONS, a modificare la delibera n. 182/02/CONS riguardante l'adozione del regolamento per la risoluzione delle controversie insorte nei rapporti tra organismi di telecomunicazioni e utenti. Si evidenzia che tali suggerimenti saranno considerati anche nell'ambito del processo di revisione del suddetto regolamento che l'Autorità si accinge a intraprendere al fine di renderlo più adeguato alle esigenze determinate dai nuovi assetti normativi e di funzionamento.

La delega relativa alla tutela dei minori ha contribuito a elevare il livello di attenzione sulla qualità della programmazione effettuata dalle emittenti radiotelevisive in ambito locale, stimolando l'iniziativa degli stessi Co.re.com., nell'ambito della promozione di convegni e dibattiti sul rapporto tra minori e mezzi di informazione o di iniziative autonome finalizzate a realizzare un monitoraggio sulla qualità della programmazione televisiva in ambito locale.

L'Autorità procederà, nel breve periodo, all'attribuzione ai Co.re.com. della delega del monitoraggio sulla programmazione radiotelevisiva in ambito locale al fine anche di vigilare sul rispetto della normativa in materia di tutela dei minori e, in linea generale, di monitorare la qualità della programmazione televisiva in relazione alle trasmissioni mandate in onda in ambito locale. Tra le attività che verranno delegate ai Co.re.com. risultano particolarmente significative e importanti quelle relative alla gestione a livello locale del Registro degli operatori di comunicazione (R.O.C.) e all'attività di vigilanza sulla pubblicità istituzionale degli enti pubblici, competenza quest'ultima prevista già dalla legge n. 112/2004 e dal Testo unico della radiotelevisione.

In occasione delle ultime elezioni politiche si sono tenute varie riunioni tra il Coordinamento nazionale dei Co.re.com. e l'Autorità al fine di porre in essere le modalità operative più utili per rendere efficace il raccordo tra organi centrali e periferici con il compito di dare applicazione alle disposizioni della legge n. 28/00 sull'informazione e sulla comunicazione politica. "L'Unità *par condicio*" istituita *ad hoc* dall'Autorità ha avuto un costante e proficuo rapporto con i Co.re.com., sia per fornire tempestivamente tutte le comunicazioni organizzative utili, sia per dirimere i numerosi dubbi interpretativi e casi controversi che si sono verificati.

L'Autorità ha poi confermato il proprio impegno economico a sostegno dell'attività delegata ai Co.re.com., erogando i contributi previsti relativamente all'anno 2005 e confermando analogo impegno anche per l'anno 2006. Questo, nonostante sia venuto meno il contributo statale all'Autorità con l'ultima legge finanziaria, a testimonianza dell'attenzione e dell'importanza che vengono riconosciute ai Co.re.com. come importanti presidi sul territorio a garanzia e a tutela dell'utente e del cittadino.

Le tabelle seguenti illustrano, rispettivamente, quali sono i Co.re.com. già insediati e lo stato di attuazione del processo di delega relativo alle funzioni demandate agli stessi.

Tabella 3.2. Co.re.com. insediati

Regione o Provincia autonoma	Legge regionale istitutiva del Co.re.com.	Presidente
Umbria	L.r. 11 gennaio 2000 n. 3	Luciano Moretti
Toscana	L.r. 1 febbraio 2000 n. 10 modificata con legge 28 dicembre 2000 n. 80	Omar Calabrese
Puglia	L.r. 28 febbraio 2000 n. 3	Giuseppe Giacobuzzo
Basilicata	L.r. 27 marzo 2000 n. 20	Mario Della Luna
Piemonte	L.r. 7 gennaio 2001 n. 1	Pierumberto Ferrero
Calabria	L.r. 22 gennaio 2001 n. 2	Umberto Giordano
Liguria	L.r. 24 gennaio 2001 n. 5	Federico Filippo Oriana
Emilia Romagna	L.r. 30 gennaio 2001 n. 1 modificata con legge 31 ottobre 2002 n. 27	Piero Vittorio Marvasi
Marche	L.r. 27 marzo 2001 n. 8	Gianni Marasca
Friuli Venezia G.	L.r. 10 aprile 2001 n. 11	Franco Del Campo
Lazio	L.r. 3 agosto 2001 n. 19	Angelo Gallippi
Veneto	L.r. 10 agosto 2001 n. 18	Mario Modolo
Abruzzo	L.r. 24 agosto 2001 n. 45	Tino Fortunato Di Sipio
Valle d'Aosta	L.r. 4 settembre 2001 n. 26	Fabio Truc
Campania	L.r. 1 luglio 2002 n. 9	Samuele Ciambriello
Bolzano	L.prov. 18 marzo 2002 n. 6	Hansjörg Kucera
Sicilia	Co.re.com. istituito ex art. 101 legge finanziaria 27 marzo 2002 n. 3	Anna Alessi
Molise	L.r. 26 agosto 2002 n. 18	Tito Lastoria
Lombardia	L.r. 28 ottobre 2003 n. 20	Maria Luisa Sangiorgio

Tabella 3.3. Attuazione del processo di delega

Co.re.com.	Delibera	Stipula della convenzione	Decorrenza
Calabria	402/03/CONS	17 dicembre 2003	1 gennaio 2004
Valle d'Aosta	402/03/CONS	17 dicembre 2003	1 gennaio 2004
Basilicata	402/03/CONS	18 dicembre 2003	1 gennaio 2004
Lazio	402/03/CONS	18 dicembre 2003	1 gennaio 2004
Friuli Venezia Giulia	402/03/CONS	29 gennaio 2004	1 febbraio 2004
Toscana	402/03/CONS	29 gennaio 2004	1 febbraio 2004
Umbria	402/03/CONS	5 febbraio 2004	1 marzo 2004
Emilia-Romagna	402/03/CONS	5 febbraio 2004	1 marzo 2004
Liguria	402/03/CONS	19 febbraio 2004	1 marzo 2004
Piemonte	18/04/CONS	16 giugno 2004	1 luglio 2004
Marche	18/04/CONS	28 luglio 2004	1 settembre 2004
Veneto	18/04/CONS	23 dicembre 2004	1 febbraio 2005
Lombardia	95/05/CONS	3 marzo 2005	1 maggio 2005
Abruzzo	166/06/CONS	da definire	da definire

3.5. I RAPPORTI CON LE UNIVERSITÀ E GLI ENTI DI RICERCA

Anche l'anno scorso, sono stati significativi gli scambi culturali e scientifici con le Università e i primari centri di ricerca, tipicamente regolati attraverso lo strumento della Convezione bilaterale. Si tratta di occasioni importanti, in quanto forniscono apporti preziosi al processo di conoscenza e di monitoraggio dei mercati e delle tematiche sottoposti alla disciplina dell'Autorità, garantendo un contributo di competenze e professionalità utile a qualificare ulteriormente l'attività istituzionale.

Nel corso del 2005, in particolare, si sono intrattenuti rapporti con la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Scuola superiore per la pubblica amministrazione (SSPA) – Settore innovazione – alla quale, con apposita Convenzione, l'Autorità ha affidato la realizzazione di un progetto finalizzato all'attuazione del Piano di formazione dei propri dipendenti relativamente al biennio 2005-2007 (cfr. paragrafo 4.1.).

Di particolare importanza è stata anche la Convenzione stipulata, nella seconda metà del 2005, tra l'Autorità e l'Istituto nazionale di statistica, per lo svolgimento di uno studio metodologico sulla qualità dell'informazione statistica diffusa dall'indagine sugli ascolti televisivi.

Nell'ambito dell'Accordo-quadro, stipulato nell'anno 2002 tra l'Autorità e l'Università di Napoli Federico II, si sottolinea che, nell'anno 2005, si è concluso lo studio relativo al progetto sui servizi audiovisivi, denominato “Area relativa alla tecnologia xDSL a larga banda: VDSL e SDSL. Analisi delle prestazioni, stato dell'attività di standardizzazione ed applicazioni”. L'obiettivo dello studio è stato quello di approfondire gli aspetti legati alla trasmissione di servizi televisivi a banda larga con tecnologia xDSL. Il risultato della ricerca, analizzando l'architettura di rete e le tecnologie utilizzate, ha analizzato le differenti caratteristiche delle varie tipologie di servizi audiovisivi forniti dagli operatori attualmente presenti sul mercato e la futura evoluzione degli stessi in un'ottica di sviluppo e di innovazione tecnologica.

L'Autorità ha, inoltre, sostenuto programmi formativi e ha contribuito alla realizzazione di pubblicazioni presso Università e Istituti di ricerca. Tale impegno si è concretizzato nella partecipazione, in particolare, del Presidente e dei Componenti a convegni e incontri di studio.

Infine, va segnalato che, nel corso dell'anno 2005, è proseguita la collaborazione fornita dall'Autorità allo svolgimento di *master* e corsi di perfezionamento promossi da importanti Università italiane e relativi a materie di primario interesse per l'Autorità.

3.6. IL CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI UTENTI

Con la delibera n. 5/06/CONS del 12 gennaio 2006, l'Autorità ha provveduto alla nomina dei nuovi componenti del Consiglio nazionale degli utenti (CNU) nelle persone di Luca Borgomeo, Marina

D'Amato, Remigio del Grosso, M. Micaela Fagiolo, Paolo Landi, Piergiorgio Liverani, Monica Multari, Giovanni Pagano, Paolo Piccari, Marco Ramadori e Mario Russo. La decisione è stata preceduta da un complesso lavoro degli uffici e da un articolato dibattito finalizzato a delineare una configurazione del nuovo CNU che fosse, a un tempo, di qualificata rappresentatività e di alto profilo. L'obiettivo può considerarsi pienamente raggiunto, considerate le qualità professionali dei componenti e la rappresentatività delle Associazioni che li hanno designati.

L'art. 1, comma 28, della legge 31 luglio 1997, n. 249, assegna un compito importante al CNU in quanto lo stesso, composto da esperti designati dalle Associazioni rappresentative degli utenti dei servizi di telecomunicazioni e radiotelevisivi, esprime pareri e formula proposte – all'Autorità, al Parlamento, al Governo e a tutti gli Organismi pubblici e privati che hanno competenza in materia di comunicazioni elettroniche – sulle questioni concernenti la salvaguardia dei diritti e le legittime esigenze dei cittadini quali soggetti attivi del processo comunicativo e promuove, altresì, iniziative di dibattito su detti temi.

Il CNU si è insediato il 28 febbraio 2006 e ha impostato una proficua e intensa collaborazione con l'Autorità che, da sempre, ha dedicato molta attenzione alle problematiche dei consumatori e ha, nel corso dell'anno trascorso, intensificato le occasioni di confronto con le Associazioni di riferimento e istituito, nell'ambito della nuova organizzazione degli uffici, una Direzione specificamente dedicata alla tutela dei consumatori.

Prima incombenza del CNU è stata, come previsto dal Regolamento concernente la designazione, l'organizzazione e il funzionamento dell'organo, l'elezione del Presidente e del Vicepresidente. Espletate le formalità di rito è stato nominato Presidente Luca Borgomeo e Vicepresidente Remigio del Grosso.

Le prime sedute del CNU sono state dedicate a individuare i punti essenziali di un programma di attività per il periodo compreso tra il mese di marzo e il mese di aprile 2006 e a sintetizzare temi e orientamenti operativi per un incontro con l'Autorità che si è svolto il 4 aprile 2006.

Il CNU nel primo periodo della sua attività ha provveduto alla designazione di cinque membri effettivi e cinque membri supplenti nel Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione Tv e minori e di un componente nel Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione sulle televendite. Inoltre, nell'ambito di quanto previsto rispettivamente dall'art. 2, dall'art. 6 e dall'art. 30 del Contratto di servizio tra Ministero delle comunicazioni e la Rai, il CNU ha proceduto alla designazione di due componenti nella Commissione sulla qualità, di cinque componenti nella Commissione minori, e di un componente nella Sede permanente di confronto sulla programmazione sociale.

Il Consiglio nazionale degli utenti ha adottato una delibera finalizzata a richiedere l'applicazione dell'art. 10, comma 9, della legge

3 maggio 2004, n. 112, recepito nel Testo unico della radiotelevisione, in base al quale il Ministero delle comunicazioni d'intesa con il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, deve realizzare campagne scolastiche mirate a informare sull'uso corretto e consapevole del mezzo televisivo. Con successive delibere il CNU è intervenuto sulle problematiche relative alle pratiche commerciali scorrette poste in essere nel settore della telefonia, causa di forti disagi per gli utenti, ciò anche allo scopo di tutelare gli utenti adolescenti che, utilizzando il telefono cellulare, possono accedere a materiale non adatto ai minori. Inoltre, il CNU ha espresso il proprio dissenso in merito alla realizzazione, in versione italiana, di un canale satellitare interamente dedicato ai neonati.

Infine si evidenzia che il CNU ha costituito, al suo interno, la Commissione "minori, tv e Internet" e la Commissione "rapporti con i Co.re.com."

3.7. LA GUARDIA DI FINANZA E LA POLIZIA POSTALE E DELLE COMUNICAZIONI

Con riferimento al quadro normativo e ai protocolli di intesa stipulati nel luglio 2002 e nel febbraio 2003, l'attività di collaborazione tra l'Autorità, la Guardia di Finanza – attraverso il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria – e la Polizia postale e delle comunicazioni, ha confermato, anche per l'anno 2005, un rapporto di fruttuosa e proficua cooperazione che ha permesso, nell'ambito delle rispettive competenze, di attivare sinergie e professionalità in grado di incidere in maniera determinante sulla qualità degli interventi e sulla loro efficacia.

L'attività di collaborazione con la Guardia di Finanza si fonda sulla consolidata esperienza in campo economico-finanziario, utilizzata principalmente nelle attività di verifica inerenti al rispetto della normativa vigente in materia di posizioni dominanti, dei tetti massimi della raccolta pubblicitaria, degli obblighi di separazione contabile e di quelli previsti in capo agli operatori di comunicazione per quanto concerne il pagamento del canone annuo di concessione, nonché nell'attività di verifica della tutela del diritto d'autore e del rispetto del principio di parità d'accesso ai mezzi di comunicazione politica. La Guardia di Finanza ha svolto anche un ruolo fondamentale nell'ambito dell'attività di vigilanza sull'accesso ai mezzi di comunicazione e sul controllo del rispetto della normativa in tema di tutela della proprietà intellettuale.

La collaborazione con la Polizia postale e delle comunicazioni si avvale prevalentemente dello svolgimento delle attività ispettive e di indagine messe al servizio della tutela dell'utenza.

Nel corso di ogni campagna elettorale e referendaria, il Nucleo speciale della Guardia di Finanza (interfacendosi anche con i Comandi provinciali del corpo) ha operato in stretta collaborazione con gli uffici dell'Autorità al fine di acquisire supporti magnetici, documentazioni e materiale utile all'Autorità per lo svolgimento dei compiti affidati dalla

normativa vigente, di gestire le segnalazioni e le denunce che coinvolgono emittenti e pubblicazioni locali e anche al fine di mettere a disposizione, a seconda delle necessità, personale specializzato per garantire il rispetto della normativa in tema di par condicio nel periodo pre-elettorale.

Anche nel corso del 2005, il Nucleo speciale ha garantito il rispetto degli adempimenti previsti in capo agli operatori del settore delle comunicazioni; in particolare, per quanto concerne il pagamento del contributo annuale dovuto all'Autorità, quale fonte di autofinanziamento calcolato nella misura dello 0,65 per mille dei ricavi conseguiti, l'attività svolta dalla Guardia di Finanza ha permesso di individuare 875 operatori inadempienti tenuti al pagamento del contributo suddetto. Per quanto riguarda la verifica del versamento dei canoni annui di concessione per l'esercizio dell'attività radiotelevisiva in ambito nazionale e locale, ai sensi dell'art. 27, comma 9, della legge 23 dicembre 1999, n. 488, l'attività svolta dal Nucleo speciale della Guardia di Finanza ha permesso di completare i controlli nei confronti degli operatori televisivi nazionali pubblici e privati per la verifica del pagamento del canone relativo agli anni 2000 e 2001.

Nel corso dell'anno 2005, il Nucleo speciale ha, altresì, effettuato 27 controlli nei confronti di emittenti locali dislocate sul territorio nazionale, verificato la correttezza degli adempimenti connessi al pagamento delle tasse di concessione governativa e la regolare tenuta del registro dei programmi, nonché il rispetto della normativa posta a tutela del diritto d'autore.

In tema di verifica degli obblighi in materia di pubblicità istituzionale e di aggiornamento del Registro degli operatori di comunicazione, parte del personale del Nucleo speciale collabora proficuamente con il Servizio ispettivo e registro dell'Autorità.

Tale avvalimento ha contribuito, in maniera significativa, ad un aumento di efficienza delle attività proprie del Registro degli operatori di comunicazione.

Quanto all'attività di vigilanza in materia di trasmissione di programmi in contemporanea, di cui all'art. 21 della legge n. 223 del 1990, l'Autorità ha delegato il Nucleo speciale della Guardia di finanza alla verifica, in capo ad alcuni circuiti radiofonici operanti in regime di *syndication*, del rispetto delle prescrizioni dettate dalla legge. L'attività di controllo, tuttora in corso, è stata conclusa nei confronti di 26 emittenti e ha permesso di rilevare, sia violazioni di natura penale, a fronte delle quali sono state inviate 16 comunicazioni di notizie di reato all'Autorità giudiziaria competente, sia fattispecie rientranti nella sfera di competenza della stessa Autorità delegante.

Il Nucleo speciale della Guardia di Finanza ha eseguito, anche autonomamente, accessi presso le sedi di società operanti nel settore delle comunicazioni, finalizzati all'accertamento di presunti comportamenti illegittimi denunciati dagli utenti. In sintesi, il Nucleo ha portato a conclusione:

- a) 100 interventi avviati su delega dell'Autorità che hanno determinato la rilevazione di 117 irregolarità contestate direttamente e segnalate all'organo di garanzia e 10 comunicazioni di notizie di reato trasmesse alla Procura della Repubblica;

- b) 29 deleghe d'indagine pervenute dall'Autorità giudiziaria, di cui 27 concluse con la contestazione di altrettante irregolarità segnalate alla Procura della Repubblica;
- c) 21 interventi svolti su attivazione del Comando generale e di altri reparti del Corpo nonché di organismi esterni;
- d) 23 interventi avviati su propria iniziativa di cui 14 in materia di tutela del diritto d'autore, 3 in materia di telecomunicazioni e 6 svolti sulla base di leggi di pubblica sicurezza, del codice penale e in materia di violazioni commesse via Internet.

In materia di protezione del diritto d'autore e dei diritti connessi al suo esercizio, sono stati svolti con esito positivo 60 interventi che hanno portato alla denuncia a piede libero di 21 persone e all'irrogazione di sanzioni pecuniarie per un valore minimo accertato di circa 850.000,00 euro.

Nell'ambito di tali interventi, sono stati sottoposti a sequestro 411.930 *file* audio-video, 10.473 supporti magnetici vari, 65 programmi *software*, 21 personal computer e altro materiale informatico.

In materia di telecomunicazioni, sono stati svolti 15 interventi con esito positivo e sono state denunciate a piede libero 27 persone.

Anche per l'anno 2005 significativa è stata l'attività svolta dalla sezione di Polizia postale e delle comunicazioni finalizzata ad arginare le frodi informatiche e ad intervenire nell'ambito del disconoscimento di traffico telefonico indirizzato verso codici a tariffazione speciale con iniziative intraprese su 3.497 querele. Verso queste ultime tipologie di traffico e, in particolare, verso numerazioni satellitari internazionali caratterizzate da prefissi 00X, la Polizia postale e delle comunicazioni ha rivolto, nel corso dell'anno 2005, la sua particolare attività di indagine. Ha inoltre effettuato 175 interventi con riguardo alle attivazioni, da parte di alcuni operatori telefonici, di servizi non richiesti, nonché trattato 17 segnalazioni degli uffici dell'Autorità, concernenti esposti per servizi non richiesti e connessioni fraudolente a siti pornografici della rete Internet. Ha, quindi, effettuato attività di monitoraggio sulla numerazione 0878 riscontrando diversi illeciti amministrativi segnalati, nell'ambito delle rispettive competenze, sia all'Autorità, sia al Ministero delle comunicazioni. L'attività di monitoraggio svolta, sulla base di segnalazioni provenienti da utenti e Associazioni di consumatori, dalla Polizia postale e delle comunicazioni ha riguardato anche, in particolare, specifici servizi offerti dagli operatori di comunicazione elettronica e alcune trasmissioni televisive ritenute, per i loro contenuti, non adatte ai minori. Infine, sempre nel corso dell'anno 2005, il servizio di Polizia postale e delle comunicazioni ha inoltrato 60 denunce ordinarie relativamente agli ambiti propri dell'attività istituzionale.

4. L'ORGANIZZAZIONE DELL'AUTORITÀ

4.1. L'ORGANIZZAZIONE DELL'AUTORITÀ E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

La legge 31 luglio 1997, n. 249 individua gli organi dell'Autorità nel Presidente, nella Commissione per le infrastrutture e le reti, nella Commissione per i servizi e i prodotti e nel Consiglio.

Le Commissioni sono organi collegiali e sono costituite dal Presidente e da quattro Commissari, mentre il Consiglio è costituito dal Presidente e da tutti i Commissari. Per effetto della scadenza del precedente mandato, gli organi collegiali sono stati rinnovati in tutti i loro componenti.

Il Presidente dell'Autorità, Corrado Calabrò, è stato nominato con decreto del Presidente della Repubblica del 9 maggio 2005, adottato su proposta del Vice Presidente del Consiglio dei Ministri d'intesa con il Ministro delle comunicazioni, previo parere delle competenti Commissioni parlamentari, espresso ai sensi dell'art. 2 della legge 14 novembre 1995, n. 481, recante norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità e istitutiva delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità.

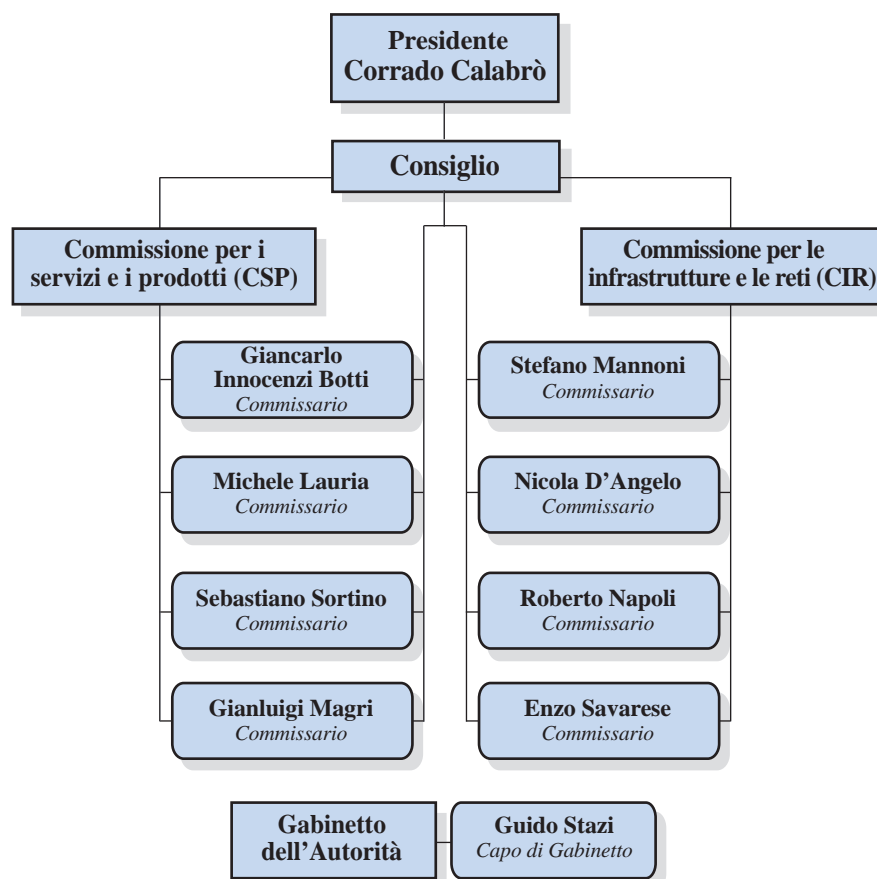
I Commissari sono stati eletti dal Senato della Repubblica e dalla Camera dei Deputati, che eleggono quattro Commissari ciascuno. L'assemblea del Senato ha proceduto, in data 16 marzo 2005, alla elezione dei Commissari Giancarlo Innocenzi e Michele Lauria, per la Commissione per i servizi e i prodotti; e i Commissari Stefano Mannoni e Roberto Napoli, per la Commissione per le infrastrutture e le reti. La Camera dei Deputati ha eletto, in data 16 marzo 2005 e 5 maggio 2005, i Commissari Gianluigi Magri e Sebastiano Sortino, per la Commissione per i servizi e i prodotti; e i Commissari Enzo Savarese e Nicola D'Angelo, per la Commissione per le infrastrutture e le reti.

L'assetto organizzativo dell'Autorità è stato oggetto di un processo di revisione sul finire del 2005. Come preannunciato dal Presidente Corrado Calabrò, nel suo discorso di presentazione della Relazione annuale al Parlamento lo scorso anno, lo sforzo del nuovo Consiglio, insediato a Napoli il 16 maggio 2005, è stato quello di superare la "gracilità della struttura" chiamata a soverchianti compiti di vigilanza nel processo di *enforcement* del quadro regolatorio varato in sede comunitaria.

Pertanto, dopo un primo intervento finalizzato ad adeguare la pianta organica secondo criteri di flessibilità, il Consiglio ha varato un nuovo assetto organizzativo secondo alcune linee direttrici che ne hanno ispirato il disegno e che sono volte a:

- ridurre i tempi di intervento dell'Autorità attraverso un'azione più efficace;
- congiungere all'efficacia una più razionale allocazione delle risorse e una significativa compressione dei costi operativi;
- rivitalizzare il circuito informativo interno, attraverso una gestione più puntuale e informatizzata dei flussi a beneficio degli organi decisionali, con evidente vantaggio sull'immagine esterna dell'intera Autorità.

Figura 4.1. Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità



Fonte: elaborazione Autorità

Il processo di riorganizzazione, varato con la delibera n. 460/05/CONS e poi con la delibera n. 506/05/CONS, che ha modificato il regolamento di organizzazione e di funzionamento, ha ridisegnato la macchina operativa dell'Autorità, spostando l'asse dalle funzioni alle materie. In tal modo, anche sulla base di una valutazione derivante dall'esperienza maturata nel primo settennato di vita dell'Autorità, si è ritenuto di favorire una maggiore focalizzazione sulla missione istituzionale dell'Autorità integrando le funzioni istruttorie, come detto, per materie e attribuendo una rinnovata attenzione alle esigenze di tutela dei consumatori¹, rafforzando il coordinamento tra le strutture e concentrando le risorse umane nelle attività *core business*. È stata, inoltre, costituita presso la sede dell'Autorità di Napoli, la Direzione studi, ricerca e formazione con lo scopo di creare un polo di eccellenza per la ricerca

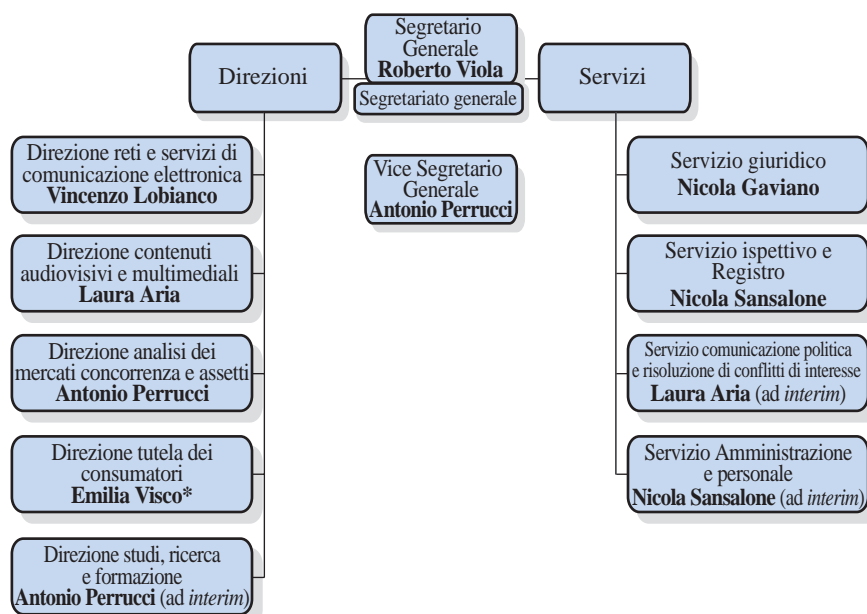
(1) Con la nuova organizzazione è stata istituita la Direzione tutela dei consumatori presso la sede dell'Autorità a Napoli.

in collaborazione con le Istituzioni e gli Enti presenti nel territorio. L'Autorità ha ispirato il processo di rinnovamento alle più interessanti esperienze europee, tra le quali, va detto, essa stessa è annoverata, quale modello di autorità di convergenza. Collocandosi tra le organizzazioni caratterizzate da specifico *know-how* e da alta densità di innovazione, l'Autorità ha avvertito l'esigenza di introdurre maggiori elementi di flessibilità nella sua stessa articolazione, proprio per essere più adatta a misurarsi con le sfide che la convergenza fra reti e contenuti comporta. Il nuovo assetto organizzativo, entrato in vigore il 1° febbraio 2006, è tuttora in fase di implementazione: i passaggi successivi prevedono l'individuazione di uffici di secondo livello, l'attribuzione di responsabilità ai funzionari, sulla base di criteri selettivi di professionalità e di merito, la realizzazione di una nuova stagione concorsuale per ricoprire le posizioni dirigenziali e direttive mancanti, pur tenendo conto delle rigidità, nonché dei limiti numerici, che la pianta organica presenta.

La struttura organizzativa dell'Autorità è costituita dal Segretariato generale e da unità organizzative di primo e di secondo livello. Le unità organizzative di primo livello sono identificate in Direzioni e Servizi.

Al vertice della struttura amministrativa è collocato il Segretario generale, il cui ruolo costituisce lo "snodo" giuridico e istituzionale che collega l'organizzazione dell'Autorità alle funzioni di indirizzo e di direzione del Presidente e del Consiglio, ai quali risponde del buon andamento e dell'efficienza delle strutture. A favorire un maggior raccordo con la struttura, a beneficio delle attività del Presidente e dei Commissari, è stato istituito un Gabinetto dell'Autorità, che opera in sinergia con il Segretariato generale.

Figura 4.2. La struttura dell'Autorità



Fonte: elaborazione Autorità | * Federico Flaviano dal 24 luglio 2006.

Sotto il profilo della gestione delle risorse umane, il 1° giugno 2005, è stato immesso in ruolo, attraverso procedure di mobilità previste dall'art. 3, comma 67, della legge 24 dicembre 2003, n. 350 (legge finanziaria 2004), il personale, in posizione di comando e/o di fuori ruolo presso l'Autorità, in possesso dei requisiti previsti dalla legge stessa. Sono ancora in fase di espletamento le procedure concorsuali bandite lo scorso anno, mentre nuovi bandi (finalizzati anche al rafforzamento della sede dell'Autorità nella città di Napoli) sono stati pubblicati per il reclutamento a tempo determinato di: 1 unità di statistico-informatico, per le attività da condurre nell'ambito del progetto di definizione delle metodologie per la rilevazione degli indici di ascolto; 1 unità per la posizione di direttore del Servizio amministrazione e personale; 1 unità per la posizione di direttore della Direzione studi, ricerca e formazione.

In ottemperanza alla previsione, tra le altre, della citata norma di cui all'art. 3, comma 67 della legge 24 dicembre 2003, n. 350, l'Autorità ha adeguato la norma regolamentare relativa alla disciplina del personale con contratto a tempo determinato alle disposizioni contenute nel decreto legislativo 6 settembre 2001, n. 368.

Stante l'attuale dotazione organica in 320 unità, più 15 attribuite dalla legge 20 luglio 2004, n. 215 in materia di conflitto di interessi, al 31 maggio 2006, la consistenza del personale in servizio presso l'Autorità è pari a 254 unità, da suddividere in funzione della qualifica e della tipologia di rapporto giuridico (Tabella 4.1.).

Tabella 4.1 Personale dell'Autorità al 31 maggio 2006

Organico alla data del 31 maggio 2006				
Qualifica	Ruolo	Comando/ Fuori ruolo da altre amm.ni	Contratto a tempo determinato	Totale
Dirigente	13	6	2	21
Funzionario	97	2	28	127
Operativo	59	8	18	85
Esecutivo	19	1	1	21
Totale organico				254

Fonte: elaborazione Autorità

Il processo di riorganizzazione degli uffici e le procedure di reclutamento in atto richiedono una pianificazione delle politiche di gestione delle risorse umane, al fine di realizzare la razionale allocazione delle risorse stesse secondo criteri di professionalità e di merito.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità, al fine di garantire la continua crescita delle professionalità esistenti al suo interno, ha intensificato la realizzazione di programmi di formazione e di aggiornamento, destinando maggiori risorse e attivando una convenzione con la Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione per l'avvio di programmi specifici e l'avvio di un Piano triennale della formazione, coerente con le esigenze del personale e

con gli obiettivi strategici dell'organizzazione. Nell'ambito della predisposizione del suddetto Piano, si è pervenuti all'individuazione dei contenuti e delle metodologie didattiche da adottare in linea con le azioni istituzionali di diffusione delle metodologie della formazione dell'Osservatorio della Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione.

In particolare, nell'ambito del percorso formativo intrapreso, si è provveduto a identificare le attività formative permanenti e a progettare e organizzare le iniziative didattiche specifiche in relazione alle diverse aree di competenza.

Fecondi contatti sono stati coltivati con altre Scuole e organismi formativi per la pubblica amministrazione (quali, ad esempio, il Formez e l'Istituto Guglielmo Tagliacarne), nonché con le Università per attivare collaborazioni attraverso apposite convenzioni nell'ambito di Accordi-quadro già stipulati o da stipulare (cfr. paragrafo 3.5.).

4.2. IL COMITATO ETICO

Il Comitato etico, che ha il compito specifico di verificare la corretta applicazione e assicurare il rispetto delle norme deontologiche e comportamentali contenute nel Codice etico, è composto da tre membri di notoria indipendenza e autorevolezza morale scelti dal Consiglio dell'Autorità.

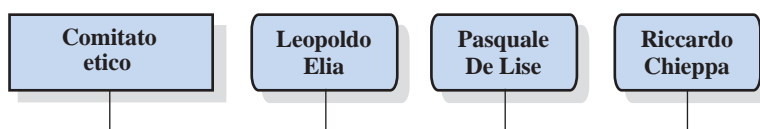
Il Comitato è presieduto dal prof. Leopoldo Elia, Presidente emerito della Corte costituzionale, ed è composto dal dott. Pasquale De Lise, già Presidente di sezione del Consiglio di Stato e ora Presidente del Tribunale amministrativo regionale del Lazio, e dal dott. Riccardo Chieppa, Presidente emerito della Corte costituzionale.

Il Comitato etico svolge la sua impegnativa opera di valutazione, verifica, approfondimento e proposta, sia d'ufficio, sia su richiesta del Consiglio dell'Autorità, individua criteri e formula indirizzi finalizzati alla soluzione di specifici casi concreti.

Il Comitato esercita le sue funzioni in base alle norme contenute nel Codice etico (delibera n. 18/98 e successive modificazioni) che operano nei confronti dei dipendenti e dei consulenti; con riferimento ai componenti dell'Autorità le funzioni del Comitato etico vengono esercitate dal Consiglio sentito il Comitato stesso, ai sensi di quanto previsto dalla delibera n. 17/04/CONS.

Nell'anno di riferimento, come già in precedenza, il Comitato ha risposto prontamente ed esaurientemente ai quesiti posti dal Presidente e dal Consiglio dell'Autorità, fornendo valutazioni e proposte nell'ambito della delicata materia dell'etica comportamentale.

Figura 4.3. Il Comitato etico



Fonte: elaborazione Autorità

4.3. IL SISTEMA DEI CONTROLLI

Il sistema dei controlli dell'Autorità è delineato dalle norme che l'Autorità stessa ha definito in materia di organizzazione e di gestione amministrativa e finanziaria. Il combinato disposto delle previsioni regolamentari prevede la presenza di due organismi, la Commissione di garanzia e il Servizio del controllo interno, ai quali affidare l'esercizio del controllo di regolarità amministrativa e contabile e il controllo strategico.

Entrambi gli organismi operano in condizioni di piena autonomia e rispondono al Presidente e al Consiglio dell'Autorità. Il recente progetto di riorganizzazione dell'Autorità, entrato in vigore il 1° febbraio 2006, ha collocato (cfr. paragrafo n. 4.1.) il supporto tecnico-amministrativo alle Commissioni di controllo nell'ambito del Gabinetto dell'Autorità, ponendo in rilievo, da un lato, il rapporto privilegiato con l'alto organo di indirizzo, dall'altro, la valenza strategica dei controlli in funzione della verifica sul raggiungimento degli obiettivi gestionali. L'Autorità, a tal proposito, ha ritenuto di prevedere specifiche funzioni di *auditing* incaricate nel Segretariato generale, al fine di promuovere un sistema interno integrato per le attività di programmazione e di controllo, fermo restando le verifiche effettuate dagli organismi in parola e, in definitiva, dalla Corte dei conti, alla quale la legge attribuisce il controllo sul rendiconto dell'Autorità.

La Commissione di garanzia ha il compito di garantire la correttezza della gestione amministrativa e contabile dell'Autorità e vigila sull'osservanza delle disposizioni in materia, verifica i rendiconti periodici e il bilancio consuntivo annuale (cfr. paragrafo n. 4.4.).

Con modifica regolamentare, adottata con propria delibera n. 374/05/CONS, l'Autorità ha ritenuto di rafforzare il ruolo di vigilanza della Commissione di garanzia, prevedendo il rilascio di apposito parere anche sullo schema di bilancio di previsione oltre che sul rendiconto annuale, ai fini dell'approvazione da parte del Consiglio dell'Autorità. Nel corso del 2005, la Commissione – pur essendo spirato il mandato del precedente Consiglio dell'Autorità, al quale è direttamente collegato anche quello dei componenti della Commissione stessa – ha svolto la propria attività di vigilanza, ritenendo opportuno rilasciare la propria relazione sul conto consuntivo a beneficio del Consiglio entrante.

La Commissione di garanzia, istituita con delibera n. 713/00/CONS, ai sensi dell'art. 42 del regolamento concernente la gestione amministrativa e contabile, è stata ricostituita, con delibera n. 375/05/CONS, dal nuovo Consiglio dell'Autorità lo scorso 16 settembre 2005. Il Consiglio dell'Autorità, in ragione dell'alto profilo istituzionale rivestito, della notoria indipendenza e autorevolezza morale dei suoi componenti, ha ritenuto di rinnovare nell'incarico, rispettivamente, di Presidente e di Componente, il dott. Francesco Sernia e il dott. Marcello Taddeucci e di nominare per la prima volta, al posto del dimissionario dott. Luigi Fiorentino, la dott.ssa Germana Panzironi, avendone riconosciuti i requisiti di professionalità, di indipendenza e di autorevolezza.

Il Servizio del controllo interno è stato reinsediato con delibera n. 165/06/CONS, essendo scaduto il precedente mandato lo scorso mese di gennaio 2006.

L'istituzione di tale Servizio trova fondamento nella previsione di cui all'art. 25 del testo coordinato del vigente regolamento di organizzazione e di funzionamento; a esso è affidato il compito "di verificare, mediante valutazione comparativa dei costi e dei rendimenti, la realizzazione degli obiettivi stabiliti dalle norme vigenti e dalle direttive dell'Autorità nonché la corretta ed economica gestione delle risorse pubbliche e l'imparzialità e il buon andamento dell'azione amministrativa dei dipartimenti, dei servizi e degli uffici dell'Autorità" (art. 25, comma 1).

Il Servizio del controllo interno opera attraverso un'attività di monitoraggio dei fatti della gestione, con l'obiettivo di rilevare eventuali situazioni di criticità e di segnalarle, possibilmente insieme a proposte di correzione, al Consiglio dell'Autorità.

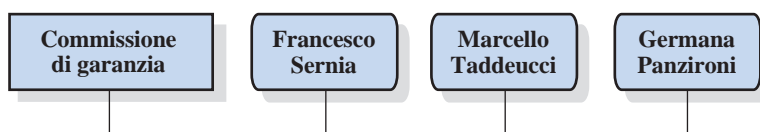
L'attività di monitoraggio e di analisi svolta dal Servizio del controllo interno confluisce nei rapporti periodici, trasmessi al Presidente e al Consiglio, che costituiscono la base di partenza per effettuare riflessioni congiunte.

Nel corso del 2005, l'attività del Servizio del controllo interno ha risentito del lungo periodo di *vacatio* che ha preceduto la nomina del nuovo Consiglio dell'Autorità.

Ciò nonostante il Servizio, che ha registrato anche le dimissioni di uno dei suoi componenti in anticipo sulla fine del mandato, ha realizzato due rapporti (il Sesto e il Settimo) e ha incontrato il Consiglio per definire le linee guida del proprio lavoro.

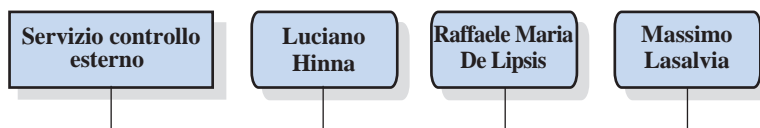
Attualmente il Servizio del controllo interno dell'Autorità è composto da tre membri esterni all'amministrazione: il prof. Luciano Hinna, in qualità di Presidente, il cons. Raffaele Maria De Lipsis e il cons. Massimo Lasalvia, in qualità di componenti. Il loro mandato è biennale e può essere rinnovato.

Figura 4.4. La Commissione di garanzia



Fonte: elaborazione Autorità

Figura 4.5. Il Servizio del controllo interno



Fonte: elaborazione Autorità

4.4. IL BILANCIO

Il bilancio di previsione dell'anno finanziario 2006 è stato approvato con delibera n. 112/06/CONS del 2 marzo 2006 e riproduce gli indirizzi strategici formulati dal Consiglio dell'Autorità con l'approvazione del piano pluriennale 2006/2008 (delibera n. 111/06/CONS del 2 marzo 2006). Il bilancio ha carattere autorizzatorio, è predisposto annualmente per l'anno successivo ed è redatto in termini di competenza e cassa, con l'osservanza dei principi di unità, annualità, universalità e integrità, veridicità, attendibilità, pareggio finanziario e pubblicità, assicurata, oltre che dalla pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale, anche dalla pubblicazione sul sito *web* dell'Autorità.

Dal documento previsionale 2006 emerge un'impostazione finanziaria a pareggio, nel senso che, a un importo complessivo delle entrate, al netto delle partite di giro, pari ad 59.656.000,00 euro si contrappone una spesa complessiva di uguale importo, garantendo, così, l'equilibrio della gestione 2006.

Tra le risorse, si segnalano, rispetto all'anno precedente, una riduzione del contributo annuale di 16.539.391,00 euro per effetto della legge del 23 dicembre 2005 n. 266 (legge finanziaria per il 2006) – Tabella C (Gazzetta Ufficiale n. 302 del 29 dicembre 2005 - supplemento ordinario n. 211/L) che ha fissato detto contributo in 3.920.000,00 euro.

È interessante notare che il contributo dello Stato genera un ritorno in imposte, a carico dell'Autorità, da corrispondere alla regione Campania per l'IRAP pari a 2.241.618,00 euro; pertanto, il contributo, al netto di tali oneri fiscali ammonta a 1.678.382,00 euro.

Per quanto attiene alle risorse proprie dell'Autorità – previste dall'art. 6, comma 1, lettera b) della legge n. 249/1997 e dall'art. 2, comma 38, lettera b), della legge n. 481/1995, come modificato dall'art. 1, comma 66, della legge n. 266/2005 che ha fissato l'aliquota contributiva all'1,5 per mille dei ricavi degli operatori del mercato delle comunicazioni – si prevede che esse ammontino a 54.433.000,00 euro. La relativa delibera n. 110/06/CONS del 2 marzo 2006 concernente “Misura e modalità di versamento del contributo dovuto all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, per l'anno 2006” è stata approvata con DPCM del 14 marzo 2006 e pubblicata nella Gazzetta Ufficiale - Serie generale n. 74 del 29 marzo 2006.

Sul versante delle uscite, il bilancio 2006 evidenzia variazioni rispetto a quello del 2005.

Le risorse attribuite ai centri di responsabilità gestionale, in termini di stanziamento di bilancio, ammontano a 47.169.288,00 euro, al netto del fondo di riserva e degli oneri per gli Organi istituzionali, pari a circa il 91% delle spese correnti.

In particolare, circa il 74% delle spese correnti, pari a 38.333.288,00 euro è gestito dal Servizio amministrazione e personale, che ha competenza primaria nella copertura dei costi indiretti generali per il funzionamento dell'Autorità, compresi quelli del personale. Il 17% circa delle spese correnti, pari a una dotazione di bilancio di 8.836.000,00 euro, è stato attribuito agli altri centri di responsabilità.

Per quanto riguarda il sistema dei controlli, la Commissione di garanzia ha la funzione di assicurare la correttezza della gestione amministrativo-contabile, secondo quanto previsto dagli articoli 27 e 42 del regolamento concernente la gestione amministrativa e la contabilità (cfr. paragrafo n. 4.3.).

È approvato con delibera del Consiglio consuntivo relativo al 2005, la cui gestione è stata alimentata dall'accertamento della sovvenzione statale di 21.921.391,00 euro, comprensivo del contributo per conflitto di interessi, dalla somma di 22.330.338,99 euro di risorse proprie provenienti dal decreto del Ministro dell'economia e delle finanze del 22 luglio 2005 (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 174 del 28 luglio 2005), dal contributo di cui all'art. 6 del regolamento concernente la diffusione via satellite di programmi televisivi (delibera del 18 dicembre 2002, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 9 del 13 gennaio 2003) e dagli interessi attivi maturati sul conto corrente bancario acceso presso l'Istituto cassiere dell'Autorità (San Paolo Banco di Napoli).

4.5. SERVIZI DI DOCUMENTAZIONE

L'attività di studio e di documentazione dell'Autorità si sviluppa su due direttrici principali: la prima è focalizzata sulla promozione e sullo svolgimento di attività di analisi, studio e documentazione concernenti gli scenari tecnologici, di mercato e regolamentari in materia di comunicazione elettronica, anche ai fini della realizzazione e della diffusione di pubblicazioni a carattere scientifico; la seconda è incentrata sui servizi tipici di gestione della biblioteca scientifica e sulla fornitura dei servizi a essa correlati.

Con riguardo al primo aspetto, l'Autorità assicura l'aggiornamento della raccolta normativa inerente alla propria attività istituzionale attraverso la considerazione delle varie fonti normative afferenti la legislazione internazionale, comunitaria e nazionale. Tale attività richiede il coinvolgimento di risorse specialistiche interne e delle istituzioni nazionali, comunitarie e internazionali con le quali vi è un continuo e proficuo rapporto di collaborazione (cfr. paragrafi n. 3.1. e n. 3.2.). A riguardo, sono stati realizzati documenti di studio da parte del personale interno dell'Autorità finalizzati all'acquisizione di informazioni e di documentazioni sugli sviluppi tecnologici e del mercato delle comunicazioni elettroniche. In particolare, sono state effettuate indagini conoscitive in merito alle tecnologie e alle architetture per la fornitura dei servizi televisivi in mobilità e sugli attuali sistemi per la rilevazione degli indici di ascolto televisivi.

L'Autorità, attraverso lo sviluppo dell'attività di aggiornamento normativo, giuridico, tecnologico, economico-finanziario, sociale e statistico, si propone inoltre di contribuire alla crescita di un polo per le ricerche specialistiche – coerente con la dimensione europea – in grado, sia di soddisfare studiosi e specialisti del settore, sia di potenziare la collaborazione con servizi studi e documentazioni delle istituzioni parlamentari e governative, nonché con differenti istituti e centri di ricerca pubblici e privati. Pertanto, anche nel 2005, l'Autorità ha messo a disposizione di studiosi e specialisti

– una “utenza” particolarmente qualificata ed esigente – un prezioso patrimonio documentale in materia di comunicazioni elettroniche.

Durante il primo trimestre dell'anno 2006, si sono svolti seminari interni di approfondimento e di aggiornamento rivolti ai Componenti del Consiglio, ai funzionari facenti parte delle segreterie tecniche dei Commissari e ai Direttori, con lo scopo di focalizzare l'attenzione su alcune tra le tematiche più attuali e strategiche in relazione all'attività dell'Autorità e al suo campo d'azione. In dettaglio, sono stati sviluppati i seguenti seminari quali: “La revisione del nuovo quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche: il percorso inglese e quello dell'Unione europea” e “Complementarietà e sostituibilità tra i canali pubblicitari: aspetti empirici e profili metodologici”. Inoltre, sono state avviate le attività per lo svolgimento di altri seminari intitolati “L'impatto dei processi di liberalizzazione e privatizzazione nel mercato delle telecomunicazioni fisse”, “Successi e insuccessi del regolatore delle comunicazioni: una valutazione del periodo 1997-2004”, “Presenze, co-presenze ed utilizzi delle piattaforme Digital TV nelle famiglie italiane”, “Lo sviluppo dei servizi a richiesta in Italia. *Pay per view e Video on demand*: prospettive e scenari di mercato” e “Il mercato della produzione televisiva in Italia, tra regolamentazione e dinamiche di mercato”.

Le giornate dedicate alla realizzazione del *workshop* su “La trasparenza del *roaming* internazionale” e la presentazione del volume su “L'economia della conoscenza. Profili teorici ed evidenze empiriche”, curato dall'Autorità nell'ambito di un progetto di collaborazione con la casa editrice. Il Mulino, rappresentano altri momenti di studio e di confronto sulle tematiche oggetto dell'attività istituzionale dell'Autorità. In particolare, tale iniziativa editoriale concretizza il contributo al dibattito scientifico ed economico sui temi concernenti l'informazione e la conoscenza.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha, inoltre, collaborato alla realizzazione della pubblicazione del volume “Le garanzie nel sistema locale delle comunicazioni: le deleghe ai Co.re.com”, effettuata nell'ambito della convenzione tra il Formez e il Dipartimento della funzione pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri denominata “Innovazione istituzionale- progetto scenari del federalismo”.

La seconda direttrice di attività, ossia la gestione della biblioteca scientifica, svolge prioritariamente funzioni di supporto informativo al personale interno rendendo possibile, mediante diverse modalità di ricerca, la conoscenza delle materie inerenti il settore delle comunicazioni elettroniche e di quelle ad esso correlate.

Attraverso una “vetrina virtuale” creata nell'ambito della rete *intranet* dell'Autorità, è possibile compiere ricerche per autore, soggetto, titolo, natura, parole chiave o di *full-text* in modo da poter accedere a liste di titoli e ottenere un'interfaccia omogenea dell'argomento ricercato. Inoltre, è possibile visualizzare la scheda bibliografica completa con informazioni sulla collocazione dell'opera necessarie per rintracciarla. Tale sistema consente di raddoppiare le prestazioni affiancando la consultazione digitale a quella cartacea.

Il monitoraggio di tale sistema informatico prevede lo svolgimento di una serie di attività sistemistiche quali l'aggiornamento costante della collezione della biblioteca, la segnalazione delle nuove acquisizioni di libri e riviste, l'implementazione del *back up* incrementale dei dati e delle statistiche sugli accessi al servizio, nonché la partecipazione a iniziative per l'aggiornamento degli strumenti connessi alla gestione delle biblioteche informatizzate.

Al fine di offrire un ambiente il più possibile reattivo all'attività di ricerca di carattere normativo, economico e giurisprudenziale, è adottato un sistema "partecipato" di miglioramento del sistema; infatti, oltre all'assistenza agli utenti, vengono accolte proposte di modifiche e/o integrazioni suggerite dai fruitori del servizio di rete finalizzate a migliorare la qualità del servizio stesso.

Attualmente la biblioteca dispone di circa 3.500 monografie (con un incremento rispetto allo scorso anno del 5% circa), di 220 periodici correnti a connotazione economica, giuridica, sociologica e di ingegneria della comunicazione e di 20 banche dati *on line* fruibili dagli utenti interni attraverso le proprie *work stations* collegate alla rete *intranet*. La biblioteca è, altresì, dotata di un significativo numero di opere di consultazione generale come enciclopedie, dizionari e repertori ed è fornita di tutte le Gazzette Ufficiali della Repubblica italiana e della Comunità europea dal 1986 a oggi.

Nell'anno 2005 è stato confermato un *trend* crescente – con un incremento di circa il 30% rispetto allo scorso anno – della consultazione della documentazione segnalata nel catalogo elettronico.

4.6. LE INFORMAZIONI UFFICIALI E SITO WEB

L'Autorità assicura la pubblicità delle proprie decisioni e la diffusione dei propri provvedimenti attraverso la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale e nel sito *web*. Le relazioni al Parlamento costituiscono un adempimento previsto dalla legge e vengono rese pubbliche ogni volta che ciò non confligga con le norme e le esigenze di opportunità. Attraverso la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, l'Autorità riesce ad assicurare ampia conoscenza delle decisioni più significative sotto il profilo della rilevanza esterna, garantendo, in tal modo, la disponibilità di informazioni alla platea di soggetti, cittadini, operatori e consumatori, che guardano con interesse alle funzioni svolte dall'Autorità.

La complessa attività di relazione con gli organi di stampa e con i mezzi di comunicazione è condotta dal Presidente e dai Componenti con l'obiettivo di rafforzare l'immagine dell'Autorità, attraverso modalità comunicative condivise, in grado di tutelare il prestigio istituzionale e l'autorevolezza dell'organismo e dei suoi componenti.

Seguendo le direttive del Presidente e del Consiglio vengono diffusi i comunicati stampa che svolgono la funzione di suggellare decisioni di particolare rilievo anticipandone sinteticamente i contenuti principali e vengono organizzate le conferenze stampa per consentire agli operatori dell'infor-

mazione di disporre di tutte le notizie per svolgere adeguatamente il proprio lavoro di divulgazione, assicurando così la massima trasparenza nell'ambito delle delicate e importanti decisioni assunte dall'Autorità.

Nel corso dell'anno trascorso, i progetti di spesa concernenti la presenza dell'Autorità all'esterno sono stati fortemente contenuti, limitando la partecipazione dell'Autorità in contesti espositivi che fungono da "vetrina" presso gli operatori, i consumatori e le altre istituzioni.

Il sito *web* dell'Autorità (www.agcom.it) è uno strumento essenziale di trasparenza amministrativa e di comunicazione e informazione verso l'esterno.

Pur se ancora nella sua originaria veste informatica, il portale dell'Autorità rimane un punto di riferimento per operatori e utenti, che lo visitano giornalmente, realizzando un altissimo numero di accessi, anche per attivare il processo di *download* dalle pagine più interessanti, relative ai documenti più recenti, nonché alla modulistica di maggiore utilizzo.

Nel corso dell'anno, ha avuto una particolare implementazione la sezione dedicata allo sportello "operatori e utenti", in particolare le pagine "servizio informazione elenco abbonati" e "i servizi di *roaming* internazionale". Particolare cura è stata riservata all'implementazione delle pagine relative alla "comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi di informazione", anche in considerazione del succedersi di diversi periodi elettorali nel primo semestre del 2006 e alla razionalizzazione della sezione relativa alle modalità di iscrizione al Registro degli Operatori di Comunicazione.

Una particolare menzione deve essere riservata alla guida *online* "Usare il cellulare all'estero: i servizi di *roaming* internazionale" che si inserisce nell'ambito delle iniziative della Commissione Europea e del Gruppo dei Regolatori Europei (ERG) volte a rafforzare la trasparenza come strumento per la tutela del consumatore e per la promozione della concorrenza (cfr. paragrafo n. 3.1.).

A tale fine, è stata dedicata un'apposita sezione nel sito *web* dell'Autorità contenente informazioni e suggerimenti utili al fine di aiutare i consumatori a districarsi nel complicato mondo dei prezzi del *roaming* internazionale. La pubblicazione non ha l'obiettivo di suggerire quale sia l'offerta migliore sul mercato, ma quello di mettere a disposizione dei consumatori informazioni utili per poter scegliere più consapevolmente e facilmente tra le offerte presenti sul mercato.

L'Autorità sta concludendo le attività per il rilancio del nuovo sito *web* che sarà disponibile a conclusione dei lavori di realizzazione di un'innovativa piattaforma tecnica, che renderà possibile una gestione più efficiente del flusso documentale interno, grazie anche all'adozione di modalità di classificazione più dettagliate e mirate. Il nuovo sito istituzionale si avvarrà, oltre che di una base di dati coerente e aggiornata, anche di un motore di ricerca dinamico e di un'interfaccia grafica semplice ma accattivante.

Nella predisposizione dei contenuti e della veste grafica del nuovo sito avrà preminenza la valorizzazione della sezione in lingua inglese, anche in vista degli imminenti impegni internazionali che vedono l'Autorità alla guida del Gruppo dei Regolatori Europei (ERG) (cfr. paragrafo n. 3.1.).

L'ATTIVITÀ DELL'AUTORITÀ

Quadro riepilogativo dei principali provvedimenti (16 maggio 2005 - 31 maggio 2006)

	Consiglio	CIR	CSP	Totali
ANALISI DEI MERCATI	15			15
RETI E SERVIZI DI COMUNICAZIONI ELETTRONICHE				66
Piani e procedure di assegnazione delle frequenze	1			
Interconnessione e accesso (inclusa contabilità regolatoria)	4	2		
Servizio universale e diritti degli utenti				
Finanziamento del servizio universale		2		
Piano di numerazione e sue integrazioni (numerazioni per servizi di pubblica utilità, VoIP, ecc.)		5		
Misure a garanzia dei diritti degli utenti finali (Portabilità del numero, SIM <i>lock</i> , Servizio informazione abbonati)		7		
Controversie tra organismi di telecomunicazioni e utenti		37		
Controversie tra organismi di telecomunicazioni		7		
Integrazione fisso - mobile	1			
CONTENUTI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI				33
Obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo	2			
Garanzie del pluralismo	8			
Televisione in tecnologia digitale	7			
Conflitto di interessi	1			
Parità di accesso ai mezzi di comunicazione			9	
Pubblicità	3			
Controversie tra operatori per l'accesso alla piattaforma satellitare	3			
ATTIVITÀ SANZIONATORIA a tutela della concorrenza, dei consumatori e dei minori				343
Concessionaria servizio pubblico radiotelevisivo diffida obblighi delibera n. 136/05/CONS, Incompatibilità	4			
Tutela dei minori			32	
<i>Par condicio</i>			115	
Diritto di rettifica				
Obblighi di comunicazione (Enti pubblici e ROC)	40			
Pubblicità			29	
Sondaggi	3			
Carte dei servizi	6			
Tutela dei diritti degli utenti e degli abbonati	24	5	1	
Obblighi concernenti la programmazione dei concessionari	11		52	
Obblighi degli operatori di comunicazioni elettroniche (CPS, Numerazione, ecc)	21			

<i>segue</i>	Consiglio	CIR	CSP	Totali
ATTIVITÀ AUTORIZZATORIA				132
Trasferimenti di proprietà di aziende radiotelevisive	52			
Cessione di imprese radiotelevisive	21			
Diffusione di programmi via satellite	57			
Deroga in materia di "quote europee"	2			
RAPPORTI CON I CORECOM				1
Processo di attribuzione delle deleghe	1			
REGOLAMENTI E PROCEDURE	6	2	8	
PARERI ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO				262
Operazioni di concentrazione	89			
Provvedimenti in materia di pubblicità ingannevole	173			
ORGANIZZAZIONE				8
Organismi e regolamenti di organizzazione	8			
TOTALE	563	65	240	868

ACRONIMI

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
AIE	Associazione Italiana Editori
AIIP	Associazione Italiana Internet Provider
AMPS	Advanced Mobile Phone System
ANR	Autorità Nazionali di Regolamentazione
API	Application Programme Interface
ARPU	Average Revenue Per User
ATM	Asynchronous Transfer Mode
A2P	Application to Person
AVI	Automated Vehicle Identification
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BWA	Broadband Wireless Access
CAS	Conditional Access System
CD	Circuiti Dedicati
CDMA	Code Division Multiple Access
CDMA/EV-DO	Code Division Multiple Access/EVolution Data Optimized
CEIR	Central Equipment Identity Register
CEPT	Conference of European Post and Telecommunications
CIR	Commissione per le Infrastrutture e le Reti
CLEC	Competitive Local Exchange Carrier
CNCU	Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti
CNU	Consiglio Nazionale degli Utenti
COCOM . . .	Comitato per le Comunicazioni
Co.re.com. .	Comitati regionali per le comunicazioni
CPS	Carrier Pre Selection
CS	Carrier Selection
CSP	Commissione per i Servizi e i Prodotti
CVP	Canale Virtuale Permanente
DAB	Digital Audio Broadcasting
DAB IP . . .	Digital Audio Broadcasting Internet Protocol
DBS	Direct Broadcasting Satellite
DCS	Digital Cellular System
DECT	Digital Enhanced Cordless Telecommunication
DGC	Dipartimento Garanzie e Contenzioso
DICAM . . .	Dipartimento Contenuti Audiovisivi e Multimediali
DMB	Digital Multimedia Broadcasting
DRM	Digital Right Management
DSL	Digital Subscriber Line
DTH	Direct To Home

DTS	Dispositivo Telefonico per Sordomuti
DTT	Digital Terrestrial television
DVB	Digital Video Broadcasting
DVBH	Digital Video Broadcasting Handheld
DVBH+	Digital Video Broadcasting Handheld Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial
DVD	Digital Video Disc
DVR	Digital Video Recorder
EAB	Equal Access Board
EDGE	Enhanced Data rates for Gsm Evolution
ENISA	European Network and Information Security Agency
EPG	Electronic Programme Guide
EPRA	European Platform of Regulatory Authorities
ERG	European Regulators Group
ETSI	European Telecommunications Standards Institute
EV-DO	Evolution - Data Only
FCC	Federal Communication Commission
FDMA	Frequency Division Multiple Access
FIEG	Federazione Italiana Editori Giornali
FIMI	Federazione dell'Industria Musicale Italiana
FLO	Foward Link Only
FPM	Federazione contro la Pirateria Musicale
FRIACO	Flat Rate Internet Access Call Origination
FTTB	Fiber To The Building
FTTC	Fiber To The Curb
FTTH	Fiber To The Home
FTTN	Fiber To The Node
FTTP	Fiber To The Premises
FWA	Fixed Wireless Access
GPRS	General Packet Radio System
GSHDSL	Global Standard High-Bit-Rate Digital Subscriber Line
GSM	Groupe Spéciale Mobile
HD	High Definition
HDTV	High Definition Television
HSDPA	High Speed Downlink Packet Access
HSUPA	High Speed Uplink Packet Access
HTML	Hyper Text Markup Language
ICCP	Committee for Information, Computer and Communications Policy
ICT	Information and Communications Technologies
IDEN	Integrated Dispatch Enhanced Network
IES	Informativa Economica di Sistema
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry

ILEC	Independent Local Exchange Carrier
IMEI	International Mobile Equipment Identity
IMP	Interactive Media Player
IMS	Internet Multimedia Subsystem
IOT	InterOperator Tariff
IP	Internet Protocol
IPTV	Internet Protocol Television
IP VPN	Internet Protocol Virtual Private Network
IRG	Independent Regulators Group
ISDN	Integrated Services Digital Network
ISM	Instrumental, Scientific and Medical
ISO	International Standard Organisation
ISP	Internet Service Provider
ITU	International Telecommunication Union
IVR	Interactive Voice Response
JIC	Joint Industry Committees
LAN	Local Area Network
LLU	Local Loop Unbundling
M2M	Machine To Machine
MAN	Metropolitan Area Network
MBMS	...	Multimedia Broadcasting Multicast Service
MDA	Movement Detection and Alert
MDNS	Managed Data Network Services
MLDS	Local Multipoint Distribution Services
MHP	Multimedia Home Platform
MMDS	...	Multichannel Multipoint Distribution System
MMS	Multimedia Message Services
MNP	Mobile Number Portability
MP3	MPEG layer format 3
MPEG	Motion Pictures Experts Group
MSS	Mobile Satellite System
MVAS	Mobile Value Added Services
MVNO	...	Mobile Virtual Network Operator
NGN	New Generation Network
NIC	Network Interface Card
NUTS	Nomenclatura Unità Territoriali Statistiche
NvoD	Near Video on Demand
OLO	Other Licensed Operator
ONP	Open Network Provision
OSI	Open System Interconnection
PAMR	Public Access Mobile Radio
PAN	Personal Area Network

PATS	Publicly Available Telephone Service
PBX	Private Branch Exchange
PCM	Pulse Code Modulation
PCMCIA	Personal Computer Memory Card International Association
PDA	Personal Digital Assistant
PIN	Personal Identification Number
PLC	Power Line Communication
PMR	Private Mobile Radio
PNAF	Piano Nazionale di Assegnazione delle Frequenze
PNRF	Piano Nazionale di Ripartizione delle Frequenze
PoP	Point of Presence
POTS	Plain Old Telephone Service
PPV	Pay Per View
PSTN	Public Switched Telephone Network
P2P	Peer to Peer
PVR	Personal Video Recording
RBOC	Regional Bell Operating Companies
RDS	Radio Data System
RFID	Radio Frequency IDentification
R-LAN	Radio Local Area Network
ROC	Registro degli Operatori di Comunicazione
SA	Shared Access
S-DMB	Satellitar –Digital Multimedia Broadcasting
SDSL	Symmetric Digital Subscriber Line
SGD	Stadio di Gruppo Distrettuale
SGT	Stadio di Gruppo di Transito
SGU	Stadio di Gruppo Urbano
SIAE	Società Italiana Autori ed Editori
SIM	Subscriber Identity Module
SIP	Session Initiation Protocol
SL	Stadio di Linea
SLA	Service Level Agreement
SMS	Short Message Service
SOHO	Small Office Home Office
SRD	Short Range Device
SRR	Short Range Radar
STS	Supplementary Telephony Services
SVoD	Subscription Video on Demand
TACS	Total Access Communication System
TCAM	Telecommunication Conformity Assessment and Market surveillance
T-DMB	Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting
TFTS	Terrestrial Flight Telephone System

TISP	Telecommunication and Information Services Policies (OECD)
3G	Terza Generazione
UGS	Unità per la Gestione delle Segnalazioni
ULL	Unbundling del Local Loop
UMA	Unlicensed Mobile Access
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
UNE	Unbundled Network Elements
UNE-P	Unbundled Network Elements - Platform
UPA	Utenti Pubblicità Associati
Urp	Ufficio relazioni con il pubblico
USIM	Umts Subscriber Identity Module
UWB	Ultra Wide Band
VAS	Value Added Services
VDSL	Very high data rate Digital Subscriber Line
VHS	Video Home System
VoBB	Voice over Broadband
VoD	Video on Demand
VoIP	Voice over Internet Protocol
VPN	Virtual Private Network
WAN	Wide Area Network
WAP	Wireless Application Protocol
WAPEC	Wireless Access Policy for Electronic Communication System
WASP	Wireless Access Service Provider
Wi-fi	Wireless fidelity
Wi-max	Worldwide interoperability for microwave access
WISP	Wireless Internet Service Provider
WLAN	Wireless Local Area Network
WLL	Wireless Local Loop
WLR	Wholesale Line Rental