

**ATTI PARLAMENTARI**

**XVI LEGISLATURA**

---

# **CAMERA DEI DEPUTATI**

---

**Doc. CLVII**  
**n. 1**

## **R E L A Z I O N E**

### **SULL'ATTIVITÀ SVOLTA E SUI PROGRAMMI DI LAVORO DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

**(Anno 2009)**

*(Articolo 1, comma 6, lettera c), della legge 31 luglio 1997, n. 249)*

*Presentata dal Presidente del Consiglio dei ministri*

**(BERLUSCONI)**

---

*Trasmessa alla Presidenza il 20 luglio 2010*

---

PAGINA BIANCA

## Indice

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

1.1. Il contesto internazionale	13
1.1.1. Le telecomunicazioni	13
1.1.2. L'audiovisivo	28
1.2. Il contesto nazionale	44
1.2.1. Le telecomunicazioni	44
1.2.2. La televisione	73
1.2.3. La radio	84
1.2.4. L'editoria	87
1.2.5. La pubblicità	98
1.2.6. Internet	102
1.2.7. L'evoluzione del quadro normativo in Italia	106

### **2. Approfondimenti tematici**

2.1. Le tecnologie emergenti	117
2.1.1. Le tecnologie <i>wireless</i>	117
2.1.2. Le tecnologie trasmissive ottiche	127
2.2. Gli scenari di evoluzione delle reti	130
2.2.1. I percorsi di convergenza nelle reti di telecomunicazione	130
2.2.2. L'integrazione tra la TV digitale, internet e le reti radiomobili	132
2.3. Le prospettive di evoluzione dei servizi e delle applicazioni	135
2.3.1. Le comunicazioni immersive virtuali	135
2.3.2. Il <i>cloud computing</i>	136
2.3.3. Il <i>green computing</i>	137

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

3.1. Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica	141
3.2. Gli Impegni di Telecom Italia	152
3.3. I servizi di telecomunicazione su rete fissa	153
3.4. I servizi di telecomunicazione su rete mobile	165
3.5. I servizi a banda larga	173
3.6. Le controversie tra operatori nelle comunicazioni elettroniche	176

3.7. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica . . . . .	181
3.8. Il Sistema Integrato delle Comunicazioni e i singoli mercati che lo compongono . . . . .	184
3.9. I procedimenti in materia di posizioni dominanti e di attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel SIC . . . . .	186
3.10. La televisione digitale terrestre e la radiofonia digitale . . . . .	191
3.11. Il servizio pubblico radiotelevisivo . . . . .	198
3.12. Gli obblighi connessi all'esercizio dell'attività radiotelevisiva . . . . .	229
3.13. Le autorizzazioni satellitari e le autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive . . . . .	234
3.14. La pubblicità . . . . .	239
3.15. La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione e la pubblicazione di sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa . . . . .	245
3.16. La tutela dei minori e degli utenti . . . . .	250
3.17. La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e il diritto di cronaca sportiva . . . . .	254
3.18. La comunicazione politica . . . . .	260
3.19. Il Registro degli operatori di comunicazione . . . . .	278
3.20. Il Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive . . . . .	282
3.21. L'attività ispettiva . . . . .	284
3.22. I rapporti con i consumatori e gli utenti . . . . .	287
3.23. La qualità dei servizi e la trasparenza delle offerte agli utenti finali . . . . .	292
3.24. Gli obblighi di servizio universale . . . . .	297
3.25. Le attività di vigilanza e sanzione a tutela dell'utenza . . . . .	298
3.26. Le controversie tra utenti e operatori . . . . .	307
3.27. Le indagini conoscitive . . . . .	310
3.28. La tutela giurisdizionale in ambito nazionale . . . . .	315

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

4.1. I rapporti istituzionali . . . . .	333
4.1.1. I rapporti internazionali . . . . .	333
4.1.2. I rapporti con le istituzioni nazionali e con il Ministero dello sviluppo economico . . . . .	348
4.1.3. I rapporti con le università e gli enti di ricerca . . . . .	352
4.1.4. Il programma di ricerca "Infrastrutture e Servizi a Banda Ultra Larga" . . . . .	354
4.1.5. La Guardia di finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni . . . . .	367

4.2. Gli organismi strumentali e ausiliari . . . . .	372
4.2.1. I Comitati regionali per le comunicazioni . . . . .	372
4.2.2. Il Consiglio nazionale degli utenti . . . . .	401
4.2.3. Gli organi di <i>governance</i> degli Impegni di Telecom Italia . . . . .	408
4.3. L'organizzazione dell'Autorità . . . . .	414
4.3.1. L'organizzazione e le risorse umane . . . . .	414
4.3.2. Il Comitato etico . . . . .	418
4.3.3. Il sistema dei controlli . . . . .	419
4.3.4. Il bilancio . . . . .	420
4.3.5. I servizi di documentazione . . . . .	421
<i>Appendice</i> . . . . .	423
<i>Acronimi</i> . . . . .	433

## Indice delle figure

### 1. Il sistema delle comunicazioni

Figura 1.1.	I servizi tlc nel mondo – Variazione dei ricavi (2006-2009 in %) .....	15
Figura 1.2.	I servizi tlc nel mondo – ARPU mensile (2006-2009 in euro) .....	16
Figura 1.3.	I servizi tlc nel mondo – Abbonati internet (2006-2009 in milioni) .....	16
Figura 1.4.	I servizi tlc in Europa – Variazione dei ricavi (2006-2009 in %) .....	17
Figura 1.5.	I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2008-2009 in euro) .....	17
Figura 1.6.	I servizi tlc in Europa – Ricavi per Paese (2009 in %) .....	18
Figura 1.7.	I servizi tlc in Europa – Variazione dei ricavi per Paese (2008-2009 in %) .....	18
Figura 1.8.	I servizi tlc in Europa – ARPU mensile per Paese (2007-2009 in euro) .....	19
Figura 1.9.	I servizi tlc in Europa – Accessi a banda larga per tecnologia (2009 in %) .....	19
Figura 1.10.	I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per fonte di reddito (miliardi di euro) .....	29
Figura 1.11.	I servizi televisivi nel mondo – Variazione dei ricavi per area geografica (2008-2009 in %) .....	30
Figura 1.12.	I servizi televisivi nel mondo – TV <i>households</i> per area geografica e tecnologia (2009 in %) .....	31
Figura 1.13.	I servizi televisivi in Europa – Ricavi per fonti di reddito (miliardi di euro) .....	32
Figura 1.14.	I servizi televisivi in Europa – Ricavi per Paese (2009 in %) .....	33
Figura 1.15.	I servizi televisivi in Europa – Variazione dei ricavi (2008-2009 in %) .....	34
Figura 1.16.	I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> (2008-2009 in milioni) .....	35
Figura 1.17.	I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per Paese e tecnologia (2009 in %) .....	36
Figura 1.18.	I servizi televisivi in Europa – Penetrazione della TV digitale (% TV <i>households</i> ) .....	37
Figura 1.19.	Peso dei servizi e dei terminali di tlc nel paniere dei prezzi al consumo (2000-2010 in %) .....	46
Figura 1.20.	Tlc e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (1997=100) .....	46
Figura 1.21.	Dinamiche dei prezzi per servizi regolati e liberalizzati (1997=100) .....	47
Figura 1.22.	Dinamica delle principali tariffe pubbliche (1997=100) .....	48
Figura 1.23.	Dinamica dei prezzi nelle telecomunicazioni in Europa (1998=100) .....	48
Figura 1.24.	Tlc Italia – Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2009 in %) .....	51
Figura 1.25.	Tlc Italia – Accessi a larga banda su rete fissa (2007-2010) .....	55
Figura 1.26.	Tlc Italia – Attivazioni di accessi a larga banda (2005-2010 in milioni) .....	55
Figura 1.27.	Tlc Italia – Quote di mercato di Telecom Italia nella larga banda (%) .....	56
Figura 1.28.	Tlc Italia – Utenti UMTS/HSDPA (2004-2010 in milioni) .....	67
Figura 1.29.	Tlc Italia – <i>Mobile Number Portability</i> (2005-2010 in milioni) .....	70
Figura 1.30.	Evoluzione dinamica delle quote degli ascolti televisivi (1998-marzo 2010) .....	80
Figura 1.31.	Ascolto radiofonico giornaliero medio (2002-2009 in %) .....	84
Figura 1.32.	Ascolto medio giornaliero (2009 in migliaia) .....	85
Figura 1.33.	Ascolto medio settimanale (2009 in migliaia) .....	85
Figura 1.34.	Attività svolte su internet (%) .....	105

### 2. Approfondimenti tematici

Figura 2.1.	Confronto dei valori di <i>bit-rate</i> per utente con tecnologie cablate e <i>wireless</i> .....	117
Figura 2.2.	<i>Timeline</i> per le tecnologie <i>mobile</i> WiMAX e 3GPP .....	119
Figura 2.3.	Architettura standard 3GPP .....	121
Figura 2.4.	Modalità di trasmissione nel DVB-SH .....	126
Figura 2.5.	Percorso evolutivo degli standard di trasmissione ottica proposto in ambito FSAN .....	128

**3. Gli interventi dell'Autorità**

Figura 3.1.	Rai – Offerta delle reti generaliste terrestri Rai Uno, Rai Due, Rai Tre – Generi di servizio pubblico e altri generi (2009 in %, fascia oraria 06:00-24:00) .....	205
Figura 3.2.	Rai – Programmazione di servizio pubblico delle reti generaliste terrestri Rai Uno, Rai Due, Rai Tre (2009 in %, fascia oraria 06:00-24:00) .....	206
Figura 3.3.	Rai – Offerta dei canali nazionali Radio 1, Radio 2, Radio 3 – Generi di servizio pubblico e altri generi (2009 in %) .....	215
Figura 3.4.	Rai – Programmazione di servizio pubblico dei canali nazionali Radio 1, Radio 2, Radio 3 (2009 in %) .....	216
Figura 3.5.	Investimenti in opere europee (obbligo del 10% dei ricavi pubblicitari) .....	230
Figura 3.6.	Investimenti in opere europee dedicati ad acquisto e produzione di film (obbligo del 4% dei ricavi pubblicitari) .....	231
Figura 3.7.	ROC – Operatori attivi iscritti al Registro per attività (30 aprile 2010 in %) .....	279
Figura 3.8.	Numero di giorni di ispezione per operatore .....	284
Figura 3.9.	Numero di giorni di ispezione per tipologia di servizi .....	285
Figura 3.10.	Percentuale di riscossione delle sanzioni iscritte al ruolo .....	285
Figura 3.11.	Contatti per tipologia di soggetto .....	289
Figura 3.12.	Segnalazioni pervenute al <i>contact center</i> per tipologia di servizio (maggio 2009 – aprile 2010) .....	289
Figura 3.13.	Segnalazioni concernenti i servizi di rete fissa .....	290
Figura 3.14.	Segnalazioni concernenti i servizi di rete mobile .....	290
Figura 3.15.	Segnalazioni e denunce per tipologia di mittente .....	298
Figura 3.16.	Segnalazioni e denunce per regione di provenienza .....	299
Figura 3.17.	Segnalazioni e denunce per operatore .....	299
Figura 3.18.	Segnalazioni e denunce per principali casistiche .....	300
Figura 3.19.	Procedimenti avviati per operatore (1° maggio 2009 – 30 aprile 2010) .....	305

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

Figura 4.1.	Co.re.com. – Istanze di conciliazione pervenute nel 2009 (migliaia) .....	376
Figura 4.2.	Co.re.com. – Efficacia del processo di conciliazione (2009 in %) .....	378
Figura 4.3.	Co.re.com. – Istanze per mille abitanti (2009) .....	379
Figura 4.4.	Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità .....	414
Figura 4.5.	La struttura dell'Autorità .....	416

**Indice delle tabelle****1. Il sistema delle comunicazioni**

Tabella 1.1.	I servizi <i>pay-tv</i> nel mondo – Ricavi per area geografica (miliardi di euro) .....	30
Tabella 1.2.	Investimenti pubblicitari mondiali per area geografica (miliardi di euro) .....	41
Tabella 1.3.	Investimenti pubblicitari mondiali per mezzo (miliardi di euro) .....	42
Tabella 1.4.	Investimenti pubblicitari in Europa per mezzo (miliardi di euro) .....	42
Tabella 1.5.	Investimenti pubblicitari in Europa occidentale per mezzo (miliardi di euro) .....	43
Tabella 1.6.	Investimenti pubblicitari in Europa centro-orientale per mezzo (miliardi di euro) .....	43
Tabella 1.7.	L'economia italiana nel 2008-2009 .....	45
Tabella 1.8.	Incidenza delle telecomunicazioni nell'economia (2009 in %) .....	45
Tabella 1.9.	Indice dei prezzi alla produzione dei servizi di telecomunicazione (2006=100) .....	47
Tabella 1.10.	Telecomunicazioni fisse e mobili – Ricavi lordi (miliardi di euro) .....	49
Tabella 1.11.	Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro) .....	49

Tabella 1.12. Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro) .....	50
Tabella 1.13. Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro).....	50
Tabella 1.14. Spesa finale degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%) .....	51
Tabella 1.15. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro) .....	52
Tabella 1.16. Andamento dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2008-2009, variazione %) .....	53
Tabella 1.17. Rete fissa – Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro) .....	53
Tabella 1.18. Tipologie contrattuali dei servizi <i>broadband</i> (%) .....	54
Tabella 1.19. Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti) .....	54
Tabella 1.20. Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (marzo 2010 in %).....	55
Tabella 1.21. Accessi fisici alla rete fissa (in migliaia).....	58
Tabella 1.22. Diffusione degli accessi alla rete fissa (marzo 2010, in % delle famiglie).....	58
Tabella 1.23. Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato al 30 marzo 2010 (%) .....	59
Tabella 1.24. Diffusione degli accessi a larga banda (marzo 2010, in % delle famiglie) .....	60
Tabella 1.25. Quote di mercato negli accessi a larga banda (%) .....	61
Tabella 1.26. Spesa finale degli utenti per operatore (%) .....	62
Tabella 1.27. Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%) .....	63
Tabella 1.28. Ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%) .....	63
Tabella 1.29. Ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%) .....	64
Tabella 1.30. Spesa degli utenti per tipologia di servizi .....	65
Tabella 1.31. Traffico voce nella telefonia mobile .....	65
Tabella 1.32. Componente <i>on-net</i> dei ricavi per chiamate vocali e sms/mms (% del totale) .....	65
Tabella 1.33. Ricavi da servizi voce per direttrice.....	66
Tabella 1.34. Ricavi da servizi dati per tipologia.....	67
Tabella 1.35. Ricavi unitari per SIM attiva (euro/anno) .....	68
Tabella 1.36. Ricavi unitari per <i>user</i> (euro/anno).....	68
Tabella 1.37. Ricavi unitari per comunicazioni voce e sms (euro/cent) .....	69
Tabella 1.38. Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%) .....	69
Tabella 1.39. Quote di mercato nei servizi voce e dati (ricavi %) .....	69
Tabella 1.40. SIM attive per operatore .....	70
Tabella 1.41. <i>Mobile Number Portability</i> : distribuzione tra operatori (%).....	71
Tabella 1.42. Utenti di operatori mobili virtuali (linee in %).....	72
Tabella 1.43. Ricavi nella telefonia mobile virtuale per tipologia di servizio (milioni di euro) ...	72
Tabella 1.44. Ricavi nella telefonia mobile virtuale (%).....	73
Tabella 1.45. Ricavi nel settore televisivo per tipologia (milioni di euro).....	76
Tabella 1.46. Ricavi da canone, pubblicità e <i>pay-tv</i> per piattaforma (milioni di euro) .....	76
Tabella 1.47. Ricavi della <i>pay-tv</i> per piattaforma (milioni di euro) .....	77
Tabella 1.48. Ricavi per operatore (milioni di euro) .....	77
Tabella 1.49. Ricavi del settore televisivo per operatore – Quote delle risorse (%) .....	78
Tabella 1.50. Quote di mercato nella raccolta pubblicitaria televisiva (%) .....	79
Tabella 1.51. Quote di mercato nelle offerte televisive a pagamento (%) .....	79
Tabella 1.52. Calendario nazionale della transizione al digitale terrestre .....	81
Tabella 1.53. Canali gratuiti e a pagamento diffusi a livello nazionale ripartiti per Mux .....	82
Tabella 1.54. Distribuzione delle famiglie televisive per piattaforma (2008-2010).....	83
Tabella 1.55. Ascolti medi per emittente (2009 in migliaia).....	86
Tabella 1.56. Principali imprese editoriali – Ricavi complessivi (milioni di euro).....	87
Tabella 1.57. Principali imprese editoriali – Ricavi da attività caratteristiche (milioni di euro) .....	88
Tabella 1.58. Ricavi complessivi per impresa (%) .....	88
Tabella 1.59. Principali imprese editoriali – Copie diffuse (milioni).....	89
Tabella 1.60. Principali imprese editoriali – Ricavi da editoria quotidiana (milioni di euro) .....	89



Tabella 1.61. Copie di quotidiani a pagamento e gratuite diffuse per 1000 abitanti adulti (2008) .....	90
Tabella 1.62. Editoria quotidiana – Canali di vendita (2008 in %) .....	91
Tabella 1.63. Quotidiani – Accessi internet nel giorno medio (dicembre 2009 in migliaia) .....	92
Tabella 1.64. Principali imprese editoriali – Ripartizione dei ricavi nell’editoria quotidiana (%).....	93
Tabella 1.65. Editoria quotidiana – Tirature nette (milioni di copie) .....	93
Tabella 1.66. Tiratura netta dei principali gruppi editoriali (milioni di copie).....	93
Tabella 1.67. Tirature nette – Quote di mercato (%) .....	94
Tabella 1.68. Gruppo Caltagirone.....	94
Tabella 1.69. Gruppo Editoriale l’Espresso .....	95
Tabella 1.70. Gruppo Monti.....	95
Tabella 1.71. Gruppo RCS .....	96
Tabella 1.72. Principali imprese editoriali – Ricavi nell’editoria periodica .....	97
Tabella 1.73. Principali imprese editoriali – Ripartizione dei ricavi nell’editoria periodica settimanale e mensile (%).....	97
Tabella 1.74. Investimenti pubblicitari in Italia per mezzo (milioni di euro) .....	98
Tabella 1.75. Investimenti pubblicitari in Italia per settore merceologico (milioni di euro) .....	99
Tabella 1.76. Investimenti pubblicitari in Italia per categorie merceologiche (2009 in %).....	101
Tabella 1.77. Accesso ad internet e possesso di PC tra le famiglie in Italia (%).....	102
Tabella 1.78. Accesso ad internet delle famiglie per macro area (%) .....	102
Tabella 1.79. Accesso ad internet delle imprese italiane per classe di addetti (%) .....	103
Tabella 1.80. Persone di 6 anni e più che hanno usato internet negli ultimi 12 mesi (%).....	103
Tabella 1.81. Internet per comunicare (%).....	105
Tabella 1.82. E-commerce: tipo di merci e/o servizi ordinati o comprati (%).....	106

### 3. Gli interventi dell’Autorità

Tabella 3.1. Servizi voce in postazione fissa – Vincolo di <i>price cap</i> per l’anno 2009.....	156
Tabella 3.2. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile a partire dal 1° luglio 2009 .....	156
Tabella 3.3. Controversie tra operatori di comunicazione elettronica (1 maggio 2009 – 30 aprile 2010).....	180
Tabella 3.4. SIC – Verifiche del rispetto dei principi di cui all’art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni .....	186
Tabella 3.5. Rai – Contabilità separata (2008, milioni di euro).....	199
Tabella 3.6. Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri (2009, ore nette) .....	204
Tabella 3.7. Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri (2009, % ore nette).....	204
Tabella 3.8. Rai – Programmazione di servizio pubblico delle reti generaliste terrestri .....	205
Tabella 3.9. Rai – Programmazione per minori delle reti televisive generaliste terrestri .....	207
Tabella 3.10. Rai – Programmi per rete finanziati con il canone .....	207
Tabella 3.11. Rai – Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3 (2009) .....	214
Tabella 3.12. Portali Rai – Fruizione mensile e giornaliera .....	216
Tabella 3.13. Portali Rai – Tipo di connessione (%) .....	217
Tabella 3.14. Portali Rai – Domini di provenienza .....	217
Tabella 3.15. Portali Rai – Il pubblico (media mese 2009) .....	217
Tabella 3.16. Portali Rai – Contenuti pubblicati nel 2009.....	222
Tabella 3.17. Obblighi di programmazione (2007-2008) .....	229
Tabella 3.18. Obblighi di programmazione e d’investimento – Classificazione delle istanze di deroga pervenute .....	231

Tabella 3.19. Obblighi di programmazione e d'investimento – Classificazione delle deroghe concesse per tipologia .....	232
Tabella 3.20. Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi.....	234
Tabella 3.21. Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva (maggio 2009 – aprile 2010) .....	241
Tabella 3.22. Indagine Audipress: modifiche metodologiche.....	247
Tabella 3.23. Diritti sportivi – Piattaforme emergenti.....	256
Tabella 3.24. Periodo elettorale 2009 – Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale.....	263
Tabella 3.25. Periodo elettorale 2009 – Provvedimenti in materia di informazione politica .....	265
Tabella 3.26. Periodo elettorale 2009 – Provvedimenti in materia di messaggi elettorali .....	268
Tabella 3.27. Periodo elettorale 2009 – Provvedimenti in materia di sondaggi politico-elettorali .....	268
Tabella 3.28. Referendum 2009 – Provvedimenti in materia di sondaggi politico-elettorali .....	269
Tabella 3.29. Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale.....	271
Tabella 3.30. Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di informazione politica .....	272
Tabella 3.31. Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di comunicazione politica .....	274
Tabella 3.32. Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di messaggi politici-elettorali .....	274
Tabella 3.33. Provvedimenti adottati nel periodo non elettorale.....	275
Tabella 3.34. ROC – Attività dei nuovi iscritti nel settore dell'editoria (%).....	280
Tabella 3.35. Codici di classificazione delle segnalazioni .....	301
Tabella 3.36. Procedimenti sanzionatori avviati o conclusi e relativi provvedimenti adottati (1 maggio 2009 – 30 aprile 2010).....	303
Tabella 3.37. Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie .....	308

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

Tabella 4.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni .....	349
Tabella 4.2. Co.re.com. Abruzzo – Attività conciliativa .....	381
Tabella 4.3. Co.re.com. Basilicata – Attività conciliativa .....	382
Tabella 4.4. Comitato provinciale di Bolzano – Attività conciliativa .....	382
Tabella 4.5. Co.re.com. Calabria – Attività conciliativa .....	383
Tabella 4.6. Co.re.com. Emilia Romagna – Attività conciliativa.....	385
Tabella 4.7. Co.re.com. Friuli Venezia Giulia – Attività conciliativa .....	387
Tabella 4.8. Co.re.com. Lazio – Attività conciliativa .....	389
Tabella 4.9. Co.re.com. Liguria – Attività conciliativa .....	390
Tabella 4.10. Co.re.com. Lombardia – Attività conciliativa .....	391
Tabella 4.11. Co.re.com. Marche – Attività conciliativa .....	392
Tabella 4.12. Co.re.com. Piemonte – Attività conciliativa .....	394
Tabella 4.13. Co.re.com. Puglia – Attività conciliativa .....	395
Tabella 4.14. Co.re.com. Toscana – Attività conciliativa .....	397
Tabella 4.15. Comitato provinciale di Trento – Attività conciliativa .....	398
Tabella 4.16. Co.re.com. Umbria – Attività conciliativa .....	399
Tabella 4.17. Co.re.com. Valle d'Aosta – Attività conciliativa .....	400
Tabella 4.18. Co.re.com. Veneto – Attività conciliativa .....	401
Tabella 4.19. Autorità – Pianta organica.....	417
Tabella 4.20. Autorità – Personale in servizio al 15 aprile 2010.....	417