

3. Gli interventi

re la dichiarazione di spegnimento o conversione in digitale degli impianti televisivi analogici ancora dichiarati in stato “attivo” nel Catasto e viene stabilita, trascorso inutilmente il suddetto termine, la collocazione d’ufficio in stato “inattivo” degli stessi impianti. Va inoltre sottolineato che con la stessa delibera è stata disposta la pubblicazione di parte delle informazioni contenute nel Catasto. A tale fine, nel gennaio 2013, è stata messa in esercizio sulla rete internet una sezione pubblica del Catasto Nazionale delle Frequenze (c.d. Catasto Pubblico) attraverso la quale chiunque può accedere liberamente, senza necessità di autenticazione, ai principali dati tecnici degli impianti di diffusione.

L’importanza di questo strumento è ulteriormente cresciuta da quando, nel 2012, è diventato pienamente operativo, presso il *data center* dell’Autorità, il sistema informatico di simulazione radioelettrica utilizzato per supportare le attività di competenza in materia di pianificazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione terrestre. Detto sistema di simulazione è basato su una piattaforma *hardware* costituita da un *server* multi-processore per calcolo ad alte prestazioni e da un *software applicativo* specializzato nei calcoli per la pianificazione e il coordinamento internazionale delle frequenze, adattato ai requisiti funzionali sviluppati dall’Autorità. Il *software applicativo* è integrato da un modello digitale del terreno in grado di fornire le caratteristiche altimetriche, demografiche, morfologiche e cartografiche di un’area di territorio estesa fino a 1.000 km di distanza dai confini italiani. Grazie alla piena compatibilità del *software applicativo* con i formati dati in uso nel Catasto Nazionale delle Frequenze, il sistema di simulazione è in grado di calcolare le aree di copertura e le percentuali di popolazione raggiunta da qualunque rete televisiva in esercizio sul territorio nazionale, sia in condizioni *noise-limited* che *interference-limited*.

3.2.2.4. La comunicazione commerciale televisiva e radiofonica

Comunicazioni commerciali

Il monitoraggio sulle emittenti televisive e radiofoniche permette l’effettuazione dei controlli sulla comunicazione commerciale delle emittenti televisive, sia nazionali che locali, ai fini dell’esercizio del potere sanzionatorio in caso di eventuali violazioni della relativa disciplina normativa e regolamentare. Le rilevazioni sono quantitative, sulla durata degli eventi pubblicitari, e qualitative, sul posizionamento della comunicazione commerciale all’interno dei programmi o tra i programmi stessi e sull’analisi di alcuni contenuti pubblicitari, in funzione di garanzia dell’utenza e in casi specifici di ambiti merceologici la cui promozione è disciplinata o vietata dalla legge.

Sulla base dell’applicazione del “Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici” si controlla la trasmissione della pubblicità sotto i profili dei limiti di affollamento orario, delle modalità di effettuazione delle interruzioni pubblicitarie all’interno dei programmi e dell’inserimento di prodotti all’interno di programmi televisivi. L’attività di monitoraggio viene effettuata, per conto dell’Autorità, da una società terza scelta dall’Autorità a seguito di espletamento di procedure di gara stabilite in ambito europeo. Dal 1º gennaio 2012 è stata incaricata del monitoraggio televisivo riguardante il settore delle comunicazioni commerciali la società Vidierre.

Ai fini della verifica del rispetto della delibera n. 34/09/CSP recante disposizioni in materia di livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite – in base alla quale

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

le emittenti radiotelevisive pubbliche e private e i fornitori di contenuti operanti su frequenze terrestri e via satellite non possono diffondere messaggi pubblicitari televendite con una potenza superiore a quella ordinaria dei programmi secondo un algoritmo e parametri di rilevazione definiti dalla stessa Autorità, di cui sono state evidenziate le linee salienti nella scorsa Relazione - l'Autorità, con la collaborazione della Fondazione Ugo Bordoni, ha portato avanti una campagna di misura sperimentale effettuata a partire dal 2011 dalla quale è stata rilevata una sostanziale ottemperanza da parte delle emittenti nazionali ai livelli stabiliti dalle normative internazionali (cfr. par. 4.1.3).

L'attività di vigilanza sul rispetto delle disposizioni in materia di comunicazioni commerciali si esplica attraverso il controllo della programmazione delle emittenti sia nazionali che locali.

Per quanto riguarda le emittenti nazionali, si possono distinguere due modalità di monitoraggio:

– sulle emittenti televisive digitali terrestri e sulle residue analogiche, e sulle emittenti radiofoniche a livello nazionale, viene effettuato un monitoraggio sistematico sull'intera programmazione, attraverso la registrazione dei programmi e la successiva analisi e catalogazione delle diverse forme di comunicazione commerciale trasmesse nel corso di ciascuna giornata televisiva;

– sulle emittenti terrestri locali e satellitari il monitoraggio viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di alcune tipologie di programmi, per l'onerosità degli apparati necessari per la rilevazione (ampia gamma di strumenti necessari per la ricezione quali antenne, ricevitori e diverse codifiche del segnale).

Le pratiche commerciali scorrette

L'articolo 26, comma 5, del Codice del consumo, adottato con decreto legislativo n. 206/2005, ha introdotto, nel nostro ordinamento, l'obbligatorietà del parere, non vincolante, che l'Autorità deve rendere nei procedimenti avviati dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM) in materia di pratiche commerciali scorrette, "quando il messaggio pubblicitario è stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione". Tale formulazione è stata modificata con la sostituzione delle parole "pubblicità" e "pratica commerciale" alla originaria espressione "messaggio pubblicitario", lasciando inalterata la sostanza e la ratio della norma.

Successivamente all'entrata in vigore dei decreti legislativi n. 145 e n. 146, entrambi in data 21 settembre 2007, la normativa interna in materia di pubblicità ingannevole e comparativa e quella in materia di pratiche commerciali scorrette si è conformata alle disposizioni della direttiva 2005/29/CE. Pertanto, ora l'Autorità è chiamata a esprimere il proprio parere sulla pubblicità ingannevole o comparativa e sulle pratiche commerciali scorrette quando le stesse siano o debbano essere diffuse attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione.

L'attuale impianto normativo ha introdotto nella nuova prospettiva di tendenza che favorisce le pratiche di *moral suasion* l'istituto degli "impegni", dando loro particolare enfasi. Gli impegni consistono in una dichiarazione del professionista seguita, in alcuni casi, da atti concreti aventi ad oggetto la modifica del messaggio e l'obbligo a riparare le conseguenze del comportamento contestato. Ove l'AGCM reputi che essi

3. Gli interventi

siano idonei a rimuovere i profili di possibile scorrettezza della condotta commerciale, acquisito il parere dell'Autorità, li accetta facendo venir meno i profili di illegittimità della pubblicità con la conseguente non sanzionabilità della condotta tenuta dal professionista.

Più di recente, con specifico riferimento ai servizi di comunicazione elettronica, il Consiglio di Stato con delle innovative sentenze ha statuito la competenza esclusiva dell'Autorità in materia di tutela del consumatore.

La sentenza
del Consiglio
di Stato

La materia oggetto di valutazione è venuta all'esame dell'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato (cfr., tra le altre, C.d.S. 11 maggio 2012 n. 12 e n. 13) attraverso l'*actio finium regundorum* tra l'AGCOM e l'AGCM. I Giudici di Palazzo Spada hanno ritenuto che le argomentazioni sottoposte al loro esame rappresentassero questioni di principio, in quanto entrambe le Autorità assumevano di avere competenza in relazione a pratiche commerciali rientranti nel novero della disciplina del Codice del consumo e riguardanti, almeno per quanto riguarda le controversie richiamate, sottoposte all'esame dell'Adunanza Plenaria, la variazione dei piani tariffari di abbonamento di telefonia mobile, denominata manovra *repricing*, e l'attività di *teleselling*. Tanto l'Autorità quanto l'AGCM, infatti, hanno ritenuto di avere competenza in materia, pervenendo, in concreto, a deliberazioni tra loro antitetiche (cfr. par. 3.6).

A tal riguardo, è stato ulteriormente rilevato da parte del superiore Consesso che la delimitazione di competenza tra le due Autorità non può che iscriversi in una più ampia analisi che ha ad oggetto il rapporto tra la normativa generale in materia di tutela del consumatore e la disciplina di settore delle comunicazioni elettroniche. Dalla scomposizione di tale assetto normativo emerge che l'intenzione del legislatore (sia nazionale che comunitario, trattandosi in gran parte di norme di diretta derivazione comunitaria) non può che essere stata quella di ricoprendere a pieno titolo nella disciplina dei contratti a distanza nel settore delle comunicazioni elettroniche (propria dell'AGCOM) anche la tutela del consumatore/utente, nell'ambito di una regolamentazione che dai principi scende fino al dettaglio dello specifico comportamento.

D'altronde, ha argomentato ancora il Consiglio di Stato, se così non fosse, non dovrebbe neppure ammettersi la competenza dell'AGCOM ad intervenire con atti regolatori o linee di indirizzo a tutela dei consumatori, oltre che ad autorganizzarsi con l'istituzione di un'apposita direzione denominata "*Tutela dei consumatori*", dovendosi addirittura negare la legittimità della stessa delibera n. 664/06/CONS. In altri termini, "le due norme astrattamente applicabili potrebbero essere raffigurate come cerchi concentrici, di cui quello più grande è quello caratterizzato dalla specificità"; o, ancora, la disciplina generale va considerata quale livello minimo essenziale di tutela, cui la disciplina speciale offre elementi aggiuntivi e di specificazione.

Ciò detto, ne discende che nel settore delle comunicazioni elettroniche, con particolare riguardo alla commercializzazione a distanza dei relativi servizi, non può che rinvenirsi una esclusiva e diretta competenza degli uffici dell'Autorità competente per materia.

Pertanto, il Consiglio dell'Autorità nella riunione del 5 giugno 2012 ha ravvisato l'impossibilità di rendere il richiesto parere all'AGCM con riguardo alle pratiche di cui si è dato conto, ritenendo, altresì, di dover provvedere direttamente al riguardo attraverso l'avvio di un procedimento sanzionatorio.

Anche per quanto riguarda le richieste di pareri provenienti dall'AGCM in materia di tutela del consumatore nei servizi postali – in analogia con quanto sopra – si è ravvisata una competenza esclusiva in capo a questa Autorità in forza del *corpus norma-*

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

tivo e giurisprudenziale di cui dato atto, alla luce di quanto previsto dal decreto legge n. 201 del 2011 che ha trasferito all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le competenze di regolazione, vigilanza e tutela degli utenti nei servizi postali.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha provveduto a rendere 76 pareri su 86 messaggi pubblicitari, di cui 14 su messaggi diffusi attraverso la stampa periodica e quotidiana, 7 per via radiofonica e 7 televisiva, 58 tramite altri mezzi di comunicazione, di cui 52 su internet; 20 dei pareri resi riguardano messaggi diffusi su più mezzi.

3.2.2.5. La tutela dei minori e degli utenti

Nel periodo preso in esame l'Autorità ha svolto un intenso lavoro in materia di tutela dei minori e degli utenti, sia in ambito regolamentare che di vigilanza e procedimentale, ultimando peraltro le attività di studio intraprese – a seguito dell'approvazione delle delibere nn. 194/09/CONS e 205/10/CONS – da un gruppo di lavoro interdisciplinare composto da personale dell'Autorità e del Censis costituito per la redazione di un Libro Bianco sul rapporto tra *media* e minori.

Alcuni interventi normativi operati in materia di tutela dei minori e degli utenti hanno impegnato l'Autorità in una serie di attività istruttorie – che hanno implicato anche il coinvolgimento degli operatori, delle associazioni e degli esperti di settore – finalizzate all'aggiornamento della disciplina regolamentare di settore.

Il quadro normativo di riferimento

Il decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120 ha infatti introdotto una serie di modifiche al Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici che nel testo novato all'articolo 34 prevede il divieto di trasmissioni televisive che possono nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, e in particolare proibisce di mandare in onda programmi che presentano scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche nonché film ai quali, per la proiezione o rappresentazione in pubblico, sia stato negato il *nulla osta* o che siano vietati ai minori di diciotto anni, in quanto da considerarsi gravemente nocivi per i minori. Una importante novità introdotta dal recente decreto n. 120/2012 si riscontra nella deroga a tale divieto che, contrariamente a quanto precedentemente stabilito, è destinata ad operare esclusivamente in favore dei fornitori di servizi di *media* audiovisivi a richiesta (o non lineari), fermo restando l'obbligo dell'adozione di un sistema di protezione (c.d. *parental control*) idoneo ad escludere l'accesso dei minori ai programmi gravemente nocivi per il loro sviluppo (art. 34, comma 3).

Con riferimento al suddetto sistema di protezione la norma ha previsto, ai commi 5 e 11, che l'Autorità, a seguito di una procedura di co-regolamentazione, stabilisca la nuova "disciplina di dettaglio contenente l'indicazione degli accorgimenti tecnici da utilizzare per escludere che i minori vedano o ascoltino normalmente i programmi" destinati agli adulti. Il legislatore annovera tra gli accorgimenti tecnici da adottare sistemi di autenticazione mediante codici di identificazione personale e sistemi di filtraggio o di identificazione. La norma indica come criteri generali l'adozione di un sistema di controllo parentale attivo di *default*, con facoltà di disattivazione da parte dell'utente che intenda accedere al servizio (modalità *opt-out*), nonché la consegna riservata di codici di disattivazione al contraente maggiorenne. In attuazione di quanto disposto con la nuova normativa è stata adottata la delibera n. 224/12/CSP recante "Costituzione del tavolo tecnico per l'adozione della disciplina di dettaglio sugli accorgimenti tecnici da adottare per l'esclusione della visione e dell'ascolto da parte dei minori di trasmissioni

3. Gli interventi

rese disponibili dai fornitori di servizi di *media* audiovisivi a richiesta che possono nuocere gravemente al loro sviluppo fisico, mentale o morale ai sensi dell'articolo 34 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, come modificato e integrato in particolare dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, come modificato dal decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120".

Il tavolo tecnico, la cui partecipazione è stata estesa a tutti i soggetti interessati, ha il compito di pervenire a soluzioni tecniche il più possibile condivise in merito all'individuazione degli accorgimenti tecnici idonei ad escludere che i minori vedano o ascoltino normalmente i programmi che possono nuocere gravemente al loro sviluppo fisico, mentale o morale ed in particolare che presentano scene di violenza gratuita o insita o efferata ovvero pornografiche, nonché alla regolamentazione delle modalità di comunicazione agli utenti dei numeri di identificazione personale e di utilizzazione dei sistemi di filtraggio o di identificazione per la fruizione di programmi gravemente nocivi al pubblico minorile All'atto della pubblicazione della presente Relazione risulta imminente l'emanazione del regolamento che è stato predisposto dall'Autorità tenendo conto delle posizioni espresse dai partecipanti durante i lavori del Tavolo.

Ai sensi dell'articolo 34, commi 1 e 5 del Testo unico, l'Autorità è tenuta a fissare i criteri generali cui devono attenersi i fornitori di servizi al fine di conformare la programmazione al divieto di trasmissione dei programmi gravemente nocivi allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, che ai sensi della previgente disciplina erano stati individuati con D.M. 1º aprile 2011 del Ministro dello sviluppo economico, sulla base della proposta del Comitato Media e Minorì d'intesa con l'Autorità, decaduto con l'entrata in vigore del decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120,

Al riguardo l'Autorità, sulla base degli approfondimenti svolti, ha elaborato uno schema di provvedimento, finalizzato alla messa a punto delle definizioni dei contenuti audiovisivi gravemente nocivi ai minori che i fornitori dei servizi a richiesta possono trasmettere unicamente con gli accorgimenti tecnici previsti. Con delibera n. 292/12/CSP, tale schema è stato sottoposto a consultazione pubblica, nell'ambito della quale sono state raccolte le posizioni dei soggetti intervenuti e talvolta anche ascoltati in audizione presso gli Uffici dell'Autorità. I lavori si sono formalmente conclusi ed è in fase di redazione il relativo regolamento.

Sotto il profilo dell'azione procedimentale, l'Autorità ha infine avviato e concluso numerosi procedimenti in materia di tutela dei minori e degli utenti, irrogando le previste sanzioni a seguito dell'accertamento di violazione della normativa di settore.

3.2.2.6. Gli obblighi di programmazione e investimento in produzioni europee e indipendenti

I principi fondamentali che regolano in Europa la materia della programmazione e degli investimenti in produzioni europee e indipendenti sono statuiti dalla direttiva 2010/13/UE le cui previsioni sono state recepite in Italia dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 e trasfuse nell'art. 44 del Testo unico della televisione. L'Autorità, interessata dalla disciplina di dettaglio, ha conseguentemente proceduto ad aggiornare il Regolamento attuativo n. 66/09/CONS, con le delibere n. 397/10/CONS e n. 188/11/CONS di cui si è dato conto nella Relazione annuale 2012.

Nel corso dell'ultimo anno è intervenuto il decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120, cd. decreto correttivo al decreto legislativo n. 177/2005, che all'art. 3 ha modifi-

Il tavolo
tecnico sul
*parental
control*

La definizione
dei contenuti
audiovisivi
nocivi
ai minori.

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

cato l'art. 44 del Testo unico prevedendo l'adozione di due regolamenti attuativi indicati rispettivamente al comma 3 (da adottare con decreto del Ministro dello sviluppo economico e del Ministro per i beni e le attività culturali) e al comma 8 (da adottare con delibera dell'Autorità sentiti il Ministero dello sviluppo economico e il Ministero per i beni e le attività culturali).

La verifica
degli obblighi di
programmazione
e investimento:
i nuovi criteri.

L'incombenza regolamentare attribuita all'Autorità ha comportato l'avvio di una consultazione pubblica (delibera n. 430/12/CONS del 20 settembre 2012) e, all'esito, l'approvazione del regolamento di cui alla delibera n. 186/13/CONS del 28 febbraio 2013, adottato sentiti il Ministero per i beni e le attività culturali e il Ministero per lo sviluppo economico che si sono espressi con pareri del 29 gennaio 2013, sulle modalità e sui criteri di svolgimento della verifica del rispetto delle quote di programmazione e investimento nonché sui criteri per la valutazione delle richieste di concessione di deroghe.

Il regolamento approvato recepisce diverse osservazioni esposte dai soggetti che hanno partecipato alla consultazione pubblica e introduce l'obbligo per i fornitori di servizi di *media* audiovisivi in ambito nazionale di compilare, a partire dall'anno in corso, il modello denominato "Q", allegato al medesimo regolamento, da inviare all'Autorità di norma entro il 30 settembre di ogni anno. Con tale adempimento i soggetti regolati sono tenuti a comunicare le seguenti informazioni: a) la programmazione annuale (dettagliata secondo le ore assoggettabili e le tipologie di opere audiovisive); b) gli introiti netti annuali derivanti da pubblicità, televendite, sponsorizzazioni, contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati, provvidenze pubbliche e offerte televisive a pagamento di programmi di carattere non sportivo, ivi compresi i palinsesti diffusi o distribuiti dai fornitori di servizi di *media* audiovisivi mediante piattaforme di terzi soggetti; c) le modalità di investimento in opere audiovisive in conformità agli obblighi di legge.

Il nuovo regolamento, inoltre, ricalcando le condizioni già previste dall'abrogato art. 8 della delibera n. 66/09/CONS, disciplina i criteri per la presentazione delle richieste di deroga, totale o parziale, agli obblighi di riserva di programmazione e di investimento. Si richiede, in particolare, la sussistenza, in capo ai richiedenti, di almeno una delle seguenti condizioni: "a) non abbiano realizzato utili in ciascuno degli ultimi due anni di esercizio relativamente ai servizi di media audiovisivi per cui è richiesta la deroga; b) abbiano una quota di mercato riferita ai ricavi da pubblicità, da televendite, da sponsorizzazioni, da contratti o convenzioni con soggetti pubblici e privati, da provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento, inferiore all'uno per cento; c) abbiano la natura di palinsesto tematico o di catalogo tematico".

Le opere
cinematografiche

Il 22 febbraio 2013 è stato inoltre approvato il decreto interministeriale del Ministero per lo sviluppo economico e del Ministero per i beni e le attività culturali che disciplina gli obblighi previsti dall'articolo 44, commi 2 e 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, in materia di criteri di qualificazione delle opere cinematografiche di espressione originale italiana e relative quote di riserva. Il decreto prevede la graduale entrata in vigore dei suddetti obblighi a partire dal 1° luglio 2013 e saranno pertanto oggetto del monitoraggio e delle verifiche da parte dell'Autorità nel corso delle verifiche relative all'anno 2013.

Il monitoraggio sul rispetto degli obblighi di programmazione e investimento

Le attività di
monitoraggio

L'attività di verifica del rispetto degli obblighi in materia di programmazione e investimento in opere europee e di produttori indipendenti a cui si fa riferimento nella pre-

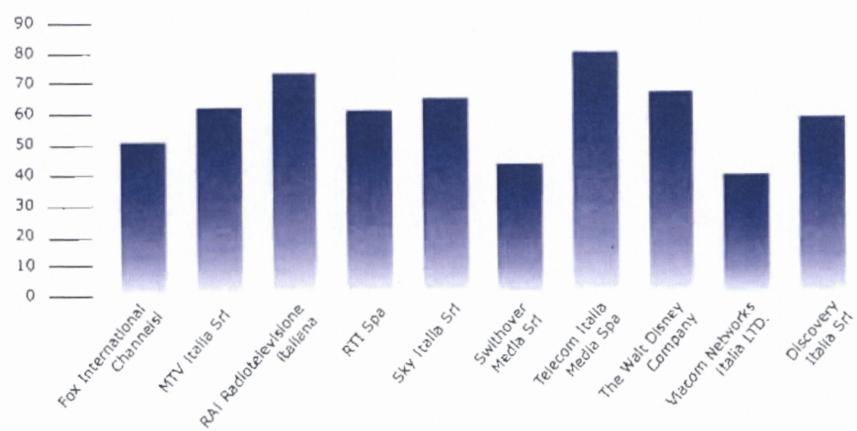
3. Gli interventi

sente Relazione annuale è quella attinente all'anno 2011 ed è stata effettuata mediante il controllo incrociato dei dati comunicati dai soggetti interessati con quelli acquisiti tramite il monitoraggio e l'Informativa economica di sistema (IES).

L'Autorità ha trasmesso ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi in ambito nazionale, per la relativa compilazione, un Modello appositamente predisposto, denominato "Q", su file excel composto da tre fogli: foglio "q1" relativo alla programmazione di opere europee ed opere europee recenti nell'anno 2011; foglio "q2-a" relativo agli investimenti in opere di produttori indipendenti nell'anno 2011; foglio "q2-b" relativo ai dati di dettaglio per gli investimenti in opere di produttori indipendenti nell'anno 2011.

La Figura 3.4 riassume i dati relativi alla programmazione di opere europee dei principali gruppi televisivi.

Figura 3.4. Programmazione EW (% aggregato gruppi editoriali)



Fonte: Autorità

La maggior parte dei gruppi indicati raggiunge valori superiori all'obbligo di legge, come evidenziato in tabella. In particolare si evidenzia la notevole quota raggiunta dai principali gruppi attivi sul digitale terrestre, come Rai, RTI e Telecom Italia Media. Rispetto ai gruppi che non raggiungono la soglia d'obbligo sono in atto interlocuzioni e ulteriori approfondimenti al fine di verificare le eventuali giustificazioni o di dare corso ai procedimenti sanzionatori di cui all'art. 51, comma 1, lett. g) del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

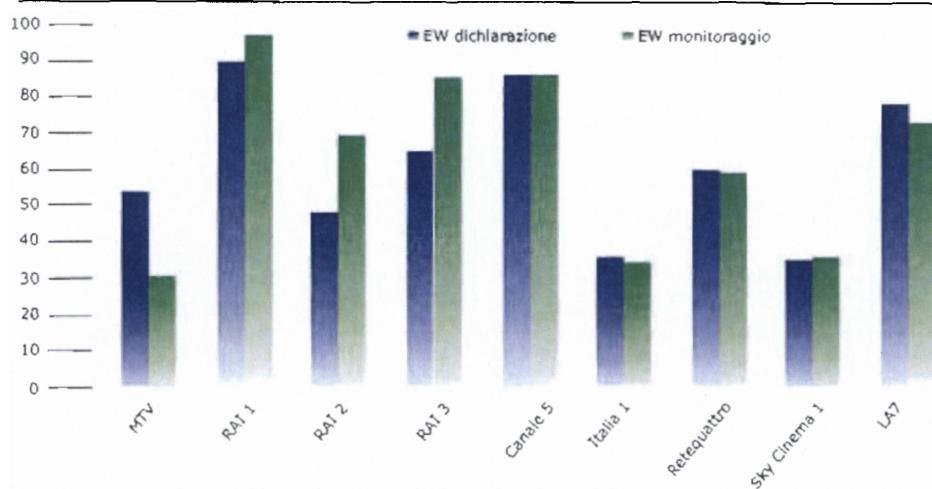
La Figura 3.5 riassume l'incrocio tra le autocertificazioni trasmesse dai soggetti obbligati con i dati dell'attività di monitoraggio sui principali palinsesti, effettuata d'ufficio dall'Autorità, sulle principali emittenti nazionali. Per il 2011 si tratta di n. 14 canali televisivi nazionali diffusi su frequenze digitali terrestri, n. 4 canali televisivi diffusi via satellite, n. 4 canali televisivi diffusi via IPTV. Tuttavia, in base al contratto di affidamento dell'attività di monitoraggio il numero e le emittenti possono variare secondo le esigenze dell'Autorità.

sugli obblighi di programmazione

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Figura 3.5. Programmazione EW dei palinsesti principali (confronto dati dichiarazioni - dati monitoraggio, in %)



Fonte: Autorità

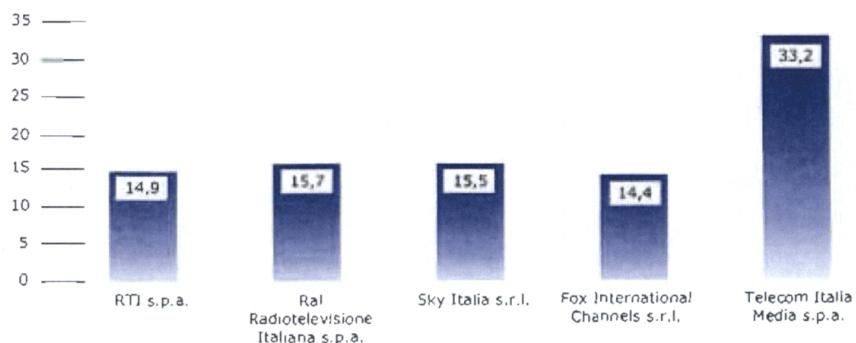
Gli scostamenti rilevati rispetto alle dichiarazioni dei soggetti controllati equivalgono, per la maggior parte dei gruppi televisivi, a pochi decimali e sono attribuibili alla differente qualificazione di alcune opere audiovisive co-prodotte.

e sugli obblighi di investimento.

A livello complessivo la percentuale media di programmazione di opere europee da parte delle emittenti oggetto della raccolta dati è pari al 60,9%, in leggero aumento rispetto al precedente biennio (60,8% nel 2010 e 59,2% nel 2009).

In riferimento all'obbligo di destinare almeno il 10% degli introiti alle produzioni realizzate da produttori indipendenti, le risultanze, con riferimento ai principali soggetti operanti nel settore, sono riassunte nella Figura 3.6 che prende in considerazione i primi cinque gruppi editoriali in termini di ricavi pubblicitari il cui aggregato è pari al 90% del valore totale del settore. Tutti i gruppi indicati raggiungono valori superiori al minimo.

Figura 3.6. Investimenti in opere di produttori indipendenti (% dei ricavi)

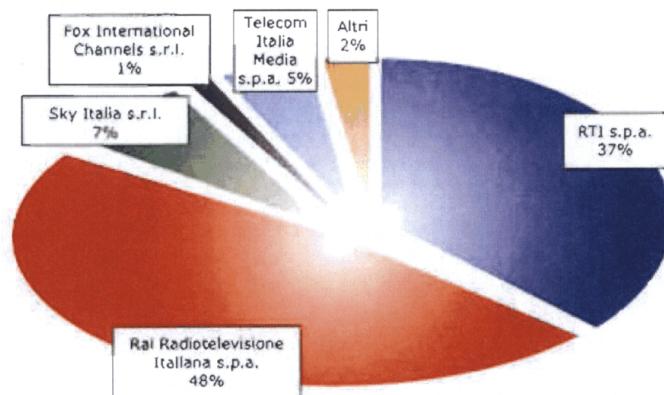


Fonte: Autorità

3. Gli interventi

Relativamente alla ripartizione complessiva degli investimenti, la Figura 3.7 rappresenta le risultanze di quanto dichiarato dai principali soggetti operanti nel settore e dell'incidenza degli investimenti dei singoli gruppi sul totale complessivo.

Figura 3.7. Ripartizione complessiva degli investimenti in opere di produttori indipendenti



Fonte: Autorità

Le dichiarazioni relative agli investimenti sono state incrociate con i dati economici già in possesso dell'Autorità nell'ambito della IES, lì dove sovrapponibili per quanto attiene ai ricavi dichiarati e con i dati relativi ai singoli investimenti a favore dei produttori indipendenti. Le differenze nella ripartizione degli investimenti complessivi del settore da parte di Rai e RTI dipendono dalla differente base di calcolo dell'ammontare imputabile che, ai sensi dell'art. 44, comma 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, non comprende i ricavi da offerte di programmi di carattere sportivo e di cui non si ha la responsabilità editoriale.

Fatti salvi i necessari approfondimenti istruttori nei riguardi degli operatori che non appaiono *prima facie* rispettare gli obblighi di legge, appare significativo il fatto che l'ammontare totale degli investimenti effettuati supera i minimi di legge.

Il rilascio di deroghe agli obblighi di programmazione e investimento

In materia di obblighi di programmazione e di investimento, l'Autorità può rilasciare deroghe ai sensi dell'articolo 4 della citata delibera n. 186/13/CONS, il quale disciplina le modalità di richiesta e concessione di deroghe da tali obblighi. In base a tale disposto, è ammessa la presentazione della richiesta di deroga totale o parziale, illustrandone i motivi, agli obblighi di riserva di programmazione e/o di investimento di cui all'art. 44, commi 2, 3 e 4, del citato Testo unico, da parte dei fornitori di servizi di *media* audiovisivi che, indipendentemente dalla codifica delle trasmissioni, soddisfino almeno una delle seguenti condizioni:

- a) non abbiano realizzato utili in ciascuno degli ultimi due anni di esercizio relativamente ai servizi di *media* audiovisivi per cui è richiesta la deroga;

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

- Le richieste di deroga pervenute nell'ultimo anno
- b) abbiano una quota di mercato riferita ai ricavi da pubblicità, da televendite, da sponsorizzazioni, da contratti o convenzioni con soggetti pubblici e privati, da provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento, inferiore all'uno per cento;
 - c) abbiano la natura di palinsesto tematico o di catalogo tematico.

Nel periodo di riferimento sono pervenute sei richieste di deroga da parte di società esercenti palinsesti trasmessi su più piattaforme trasmissive. La Tabella 3.10 riassume la tipologia dei soggetti richiedenti, con la specificazione che alcuni operatori soddisfano più di uno dei requisiti previsti:

Tabella 3.10. Richieste di deroga agli obblighi di programmazione e di investimento

Canale tematico	4
Mancata realizzazione di utili nell'ultimo biennio	6
Quota di mercato inferiore all'uno per cento	6
Totale richieste	6

Fonte: Autorità

Una volta verificata la sussistenza di tali requisiti, l'Autorità è chiamata a valutare l'istanza di deroga, tenendo conto, tra l'altro, della tipologia del programma televisivo, del pubblico di riferimento, della linea editoriale e della sua coerenza con l'effettiva programmazione, della tipologia dell'offerta in chiaro o a pagamento, dell'effettiva disponibilità di prodotto compatibile con la linea editoriale del programma. Tali criteri sono stati altresì richiamati dalla sentenza n. 4509/2009 del Consiglio di stato, Sez. VI, secondo la quale l'impossibilità di reperimento sul mercato di opere di produzione europea relative ad un determinato genere di programmazione costituisce elemento idoneo a giustificare una deroga. L'Autorità ha tenuto debitamente in considerazione le indicazioni fornite dal Consiglio di stato, predispondendo la realizzazione, laddove rivelatosi opportuno per un'adeguata valutazione delle istanze di deroga, di apposite indagini informative, atte a verificare la disponibilità di determinati prodotti sul mercato audiovisivo europeo.

Le deroghe concesse

Nel corso degli ultimi dodici mesi, come riassunto nella seguente Tabella 3.11 sono state concesse due deroghe totali agli obblighi di programmazione e investimento ed è stata concessa una deroga parziale, con riferimento ai soli obblighi di programmazione in opere cinematografiche di espressione originale italiana e di emissione di trasmissioni specificatamente rivolte ai minori, in quanto diversamente si sarebbe comportata una dispersione delle risorse finanziarie impiegate per l'approvvigionamento dei programmi essenziali al raggiungimento degli obiettivi di ascolto programmati e della conseguente raccolta pubblicitaria. Due richieste di deroga sono in corso di valutazione.

Tabella 3.11. Deroghe dagli obblighi di programmazione e di investimento

(1° maggio 2012 – 30 aprile 2013)

Società	Palinsesto	Delibera	Esito
Switchover media s.r.l.	GXT	240/12/CONS	Rigetto
Switchover media s.r.l.	K2	241/12/CONS	Deroga totale
Switchover media s.r.l.	Frisbee	242/12/CONS	Deroga totale
Radio Studio 105 s.r.l.	Radio 105 TV	464/12/CONS	Accoglimento parziale

Fonte: Autorità

3. Gli interventi

3.2.2.7. Gli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione e la pubblicazione e la diffusione dei sondaggi

L'evoluzione delle tecnologie e dei *media* ha consentito che i contenuti audiovisivi possano essere declinati in innumerevoli modi, suscettibili di essere distribuiti tramite piattaforme diverse. La crescente disponibilità di prodotti simbolici affrancati dall'obbligo della compresenza e della contemporaneità, si pensi alla tv tradizionale o al cinema e all'attuale tecnologia di *podcasting*, sommata alla vitalità dei *social network* ha fatto sì che gli utenti possano interagire tra loro discutendo dei prodotti stessi fino a percepirli come propri e "manipolarli", prova ne siano i numerosi fenomeni *fandom*. Contemporaneamente al processo di "mobilità" resa possibile dai dispositivi personali e portatili, si registra ormai da diversi anni un autentico "nomadismo" attraverso i mezzi, i contenuti e le esperienze mediatiche. Lo stesso individuo può essere utente, fruitore e protagonista di più contenuti contemporaneamente, per esempio assistendo ad una trasmissione televisiva e commentandola attraverso la Rete. I fenomeni in atto introducono nuove variabili, ridisegnano il concetto di *audience* e pongono non poche problematiche allo studio della fruizione dei *media* in ambiti diversi da quelli tradizionali.

Il potere di vigilanza sui sistemi di rilevazione degli indici di ascolto, attribuito all'Autorità dall'articolo 1, comma 6, lettera b), numero 11 della legge 31 luglio 1997, n. 249, si sostanzia nella vigilanza sull'operato delle imprese che svolgono tali indagini, con particolare attenzione alla validità delle metodologie, alla neutralità tecnologica e alla veridicità dei dati diffusi.

Gli indici di ascolto televisivi

Per quanto riguarda l'ascolto televisivo, nel 2012 l'evoluzione del sistema Auditel ha riguardato principalmente tre aspetti metodologici: la misurazione dell'ascolto differito, l'individuazione delle famiglie "prive di televisore" e della "quota no tv" da inserire nell'indagine e la misurazione della tv fruenda "altrove", su nuovi device e soprattutto sul web.

In ordine al primo aspetto, relativo alla sempre più diffusa modalità di fruizione televisiva differita e svincolata dal palinsesto, l'ascolto differito di un contenuto può avvenire nello stesso giorno (*VOSDAL - viewing of the same day as live*) o nei giorni successivi (*time shifted viewing*). Auditel ha previsto l'impiego della tecnologia *audio-matching*, modalità di riconoscimento di un contenuto tramite la comparazione della sua traccia audio con una "impronta", una traccia digitalizzata di riferimento. Il nuovo dato elementare di ascolto così rilevato contiene nel dettaglio le quote di *live*, *VOSDAL* e *time shifted*.

Per quanto riguarda le famiglie prive di televisore, Auditel ha potuto stabilire la consistenza della cosiddetta quota "no tv" delle famiglie. Esse costituiscono il 2,6% del totale. Tale quota è calcolata partendo delle dichiarazioni degli intervistati, ma tiene conto anche dei "casi contraddittori", quelli che pur non avendo un apparecchio televisivo nella propria abitazione principale fruiscono dei contenuti tramite computer con *tuner* televisivo o in *streaming* tramite *smartphone* e altri dispositivi. Pertanto, con opportune ponderazioni del campione di ricerca Auditel sta operando per poter includere negli ascolti una proporzionale quota di famiglie prive di televisore.

Nuovi aspetti metodologici nella misurazione degli ascolti

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Il 45% circa delle famiglie intervistate nella ricerca di base svolta per Auditel è in grado di accedere ai contenuti televisivi non solo attraverso l'apparecchio tradizionalmente deputato a tale funzione, ma anche da personal computer, *tablet* e *smartphone*. Nella necessità di conoscere il fenomeno della televisione fruita “altrove”, Auditel ha recentemente avviato il progetto “Extended screen”. Nel caso specifico del personale computer, un *software-meter*, opportunamente installato e operante secondo la logica Unitam, ovvero con il riconoscimento delle tracce audio, consente l'identificazione dei contenuti televisivi e pubblicitari fruitti.

Resta tra gli obiettivi di Auditel quello di poter fare uso delle liste anagrafiche in luogo di quelle elettorali per ovviare ad alcuni problemi già rappresentati nella precedente Relazione annuale al Parlamento, soprattutto allo sbilanciamento del campione grezzo sulle famiglie più numerose e alla scarsa rappresentatività delle famiglie immigrate prive di cittadinanza italiana, con conseguente necessità di ricorrere a ponderazioni correttive. Sulla possibilità di utilizzo di dati anagrafici e quindi “sensibili” nel rispetto delle norme che proteggono la *privacy*, l'Autorità ha interpellato il Garante per la protezione dei dati personali, in virtù del carattere di pubblica utilità delle rilevazioni degli indici di ascolto. Secondo il parere reso l'8 novembre 2012, può essere l'Autorità stessa ad assumere il ruolo di titolare del trattamento dei dati, in applicazione dell'art. 5, comma 1, lett. g), del nuovo Regolamento di gestione dell'Indice nazionale delle anagrafi, affidando all'Istituto incaricato materialmente della rilevazione il ruolo di responsabile del trattamento dei dati.

Inizialmente si era ritenuto di poter ricorrere all'Indice nazionale delle anagrafi (INA), istituito nel 2010 presso il Ministero dell'interno, quale base di dati. Essendo nel frattempo intervenuta l'istituzione dell'Anagrafe nazionale della popolazione residente (ANPR), istituita con legge 17 dicembre 2012 n. 221 presso lo stesso Ministero, che accorda l'INA con l'Anagrafe degli italiani residenti all'estero (AIRE), non è apparso possibile accedere in tempi brevi ai dati anagrafici, sicché Auditel ha avviato una specifica indagine orientata alla misurazione dell'ascolto televisivo da parte degli stranieri in Italia presso i centri di aggregazione.

Gli indici di ascolto radiofonici

I lavori
del tavolo
tecnico per la
riorganizzazione
delle attività
di rilevazione
degli ascolti

Per quanto riguarda gli ascolti radiofonici, nel corso del 2012, il Tavolo tecnico, istituito presso l'Autorità con delibera 320/11/CSP e finalizzato alla riorganizzazione dell'attività di rilevazione, ha incontrato, in apposite audizioni, i principali istituti demoscopici, non solo italiani, e ha acquisito un'estesa documentazione sulle tecnologie dei dispositivi automatici, personali e portatili esistenti nel campo della misurazione passiva degli ascolti.

Partendo dal presupposto che le metodologie innovative illustrate debbano essere sperimentate in concreto, per individuare le soluzioni tecniche più idonee a conseguire l'attendibilità dei dati e una ampia rappresentatività dell'intero settore, il Tavolo tecnico ha deciso di avviare un periodo di sperimentazione sul campo che servirà anche a definire con maggiore chiarezza il disegno di ricerca, prima della costituzione di una “nuova entità” titolare delle rilevazioni, a seguito della messa in liquidazione di Auditradio nel 2011.

Nelle more, le singole emittenti hanno potuto continuare ad avvalersi di altri servizi professionali di rilevazione anche se questi ultimi, come chiarito dall'Autorità con una circolare interpretativa del 28 maggio 2012, non possono essere considerati alla

3. Gli interventi

stregua delle indagini ufficiali sugli indici di ascolto in quanto non intrapresi a seguito di una committenza universale diretta o riconducibile a quelle società consortili cosiddette "Audi" nei cui confronti si esplica l'attività di sorveglianza dell'Autorità.

Tale fase sperimentale, da svolgere con test dedicati e da realizzare ex novo su campioni di test dimensionati allo scopo, sarà condotta nel rispetto un apposito protocollo redatto in conformità di un documento contenente le "Linee guida per la sperimentazione della rilevazione automatica degli ascolti radiofonici" accolto e sottoscritto da tutti i componenti del Tavolo.

Gli istituti di ricerca che hanno risposto all'avviso pubblico dell'Autorità manifestando il proprio interesse a partecipare alla fase sperimentale svolgeranno i test sotto la supervisione della Fondazione Ugo Bordoni, individuata dall'Autorità, d'intesa con i componenti del Tavolo tecnico, come soggetto esterno e *super partes* a cui affidare le funzioni di pianificazione, coordinamento e controllo.

Audiweb e Audipress

Per quanto riguarda le abitudini di navigazione sulla Rete, i dati resi noti da Audiweb all'inizio del 2013 registrano un incremento del 7% degli utenti *online* rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La stima si riferisce all'utilizzo di internet da parte di italiani di età maggiore ai 2 anni che si collegano alla rete attraverso un computer da casa, dall'ufficio o altri luoghi (internet café, scuole, università). Il sistema di rilevazione Audiweb, adottato fin dal 2008 e basato su una metodologia ibrida (dati provenienti da diverse fonti quali contatori dei siti internet, navigazione di un *panel* e dati socio-demografici) contempla oggi anche l'Audiweb Objects Video, la misura dei contenuti video online fruitti mediante personal computer.

Gli indici
di ascolto

Nel settore della carta stampata, anche per il 2012 il disegno di ricerca, svolto per conto di Audipress, ha previsto 33.000 interviste per i giornali quotidiani e 21.000 per i periodici. In realtà il numero complessivo delle interviste è maggiore in quanto effetto di cumulazione per due motivi: un'ulteriore quota variabile di interviste serve ogni anno allo studio dei comportamenti di acquisto dei ceti sociali superiori e i *report* periodici comprendono più cicli di rilevazione. L'analisi del processo di realizzazione di ogni ciclo di indagine è sottoposto ad attività di controllo svolto mediante verifiche campionarie finalizzate ad accertare la corrispondenza tra il processo e i requisiti di qualità approvati da Audipress.

Gli indici
di lettura

Gli indici di lettura dei quotidiani e dei periodici italiani rilevati nel 2012 confermano una flessione del settore dell'editoria. Il numero complessivo di lettori è intorno ai 22 milioni e mezzo. La diminuzione del numero dei lettori, pari a circa il 5,1%, riguarda tutte le principali testate. Il fenomeno va interpretato anche alla luce dell'aumentata fruizione delle testate *online* e alla politica editoriale di molte imprese editrici, orientate verso i nuovi *media*.

La pubblicazione dei risultati di sondaggi demoscopici

In materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa, superata la fase di prima applicazione del Regolamento adottato con delibera n. 256/10/CSP, segnata da alcune criticità relative alla corretta interpretazione della definizione di sondaggio, si è registrato un generale adeguamento da parte dei soggetti

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

ti interessati, ovvero gli istituti di ricerca per quanto concerne l'invio del documento completo relativo al sondaggio e gli editori per quanto riguarda la pubblicazione delle note informative.

Nel corso degli ultimi dodici mesi sono stati esaminati ai fini della pubblicazione sul sito dell'Autorità 447 documenti di altrettanti sondaggi di opinione, pervenuti dagli Istituti di ricerca.

L'attività di vigilanza sulla pubblicazione dei sondaggi

L'attività di vigilanza ha riguardato altresì la verifica della completezza e correttezza delle note informative che devono accompagnare la pubblicazione dei sondaggi sia su testate quotidiane o periodiche che in televisione. Il monitoraggio delle note informative ha compreso tanto i sondaggi di opinione, quanto i sondaggi politico-elettorali. Nel caso di questi ultimi, ai fini dell'individuazione del mezzo di comunicazione che li aveva diffusi o pubblicati, si è proceduto anche con il controllo del sito www.sondaggipoliticoelettorali.it della Presidenza del consiglio dei ministri.

Nell'anno 2012 sono stati adottati due provvedimenti, entrambi su segnalazione qualificata. Nel primo caso, con delibera n. 542/12/CONS, è stato disposto l'ordine a una società editrice di un quotidiano a diffusione locale di pubblicare la nota informativa relativa ai sondaggi diffusi. Nel secondo caso è stato archiviato, con la delibera n. 106/13/CONS, il procedimento avviato dal Co.re.com. Calabria, trattandosi di un sondaggio assimilabile a un'indagine di mercato, pertanto non di ambito di applicazione del Regolamento.

3.2.2.8. I diritti audiovisivi sportivi e degli eventi di particolare rilevanza e il diritto di cronaca

Il decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse" ha attribuito all'Autorità le competenze in materia di disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, di individuazione periodica delle piattaforme emergenti per la disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi, nonché di regolamentazione e di vigilanza sull'esercizio del diritto di cronaca.

La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi

Con riferimento alle attività previste dall'art. 6 del citato decreto legislativo 9/2008, la delibera n. 351/12/CONS del 2 agosto 2012 ha approvato le linee guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi riferibili ai campionati di prima e seconda divisione di calcio e agli eventi correlati per la stagione sportiva 2012/2013.

Le linee guida della Lega Italiana Calcio

Rispetto al testo formulato dalla Lega Italiana Calcio Professionistico l'Autorità non ha previsto modifiche, in quanto lo stesso già comprendeva i rilievi enunciati nelle precedenti linee guida, approvate con delibera 72/11/CONS, afferenti le modalità di gestione dei diritti invenduti e non esercitati, in modo da garantire una rigorosa applicazione della previsione di cui all'articolo 11, comma 3, del decreto. Le linee guida prestano particolare attenzione alla certificazione dei diritti invenduti, all'esito negativo delle procedure di vendita centralizzata, alle modalità di ritorno degli stessi diritti invenduti in capo alle società sportive e all'autonoma negoziazione degli stessi, e ribadiscono che le modalità di scelta degli eventi da commercializzare siano concordate con le singole società sportive nel pieno rispetto della loro autonomia.

3. Gli interventi

Con la delibera n. 136/13/CONS del 20 febbraio 2013 sono state approvate le linee guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi riferibili al Campionato di Pallacanestro di Serie A e agli Eventi correlati, per le stagioni 2013/14 e 2014/15, trasmesso dalla Lega Società di Pallacanestro Serie A. In tale sede l'Autorità ha ribadito la necessità di garantire, in tutte le fasi della procedura di assegnazione, la più ampia partecipazione a tutti gli operatori della comunicazione indipendentemente dal titolo abilitativo posseduto ed il pieno rispetto dei principi generali dettati dal citato decreto, avuto specifico riguardo alla garanzia delle condizioni di assoluta equità, trasparenza e non discriminazione tra i partecipanti. Anche in tale contesto particolare attenzione è stata poi attribuita all'eventualità di esito negativo delle procedure di vendita centralizzata o eventualmente alle modalità di ritorno dei diritti invenduti in capo alle società sportive nonché all'autonoma negoziazione degli stessi.

In particolare, è stato ribadito che eventuali modifiche al contenuto dei pacchetti posti in commercializzazione a seguito della necessità di procedere a nuove procedure competitive non siano lesive del valore dei diritti esclusivi già assegnati, che le modalità di scelta degli eventi da commercializzare siano concordate con le singole società sportive nel pieno rispetto dell'autonomia delle stesse e che il vincolo del possesso del titolo abilitativo per le piattaforme previste nel pacchetto di diritti audiovisivi sia inteso solo laddove espressamente previsto dalla normativa di settore, e non escluda pertanto le attività il cui esercizio è libero, quali a titolo esemplificativo le attività libere su internet e le applicazioni che forniscono informazioni al pubblico, integrando contenuti editoriali e contenuti digitali.

La commercializzazione dei diritti sportivi sulle piattaforme emergenti

Secondo l'art. 14 del d.lgs. n. 9/2008, la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi destinati alle piattaforme emergenti deve avvenire a condizioni economiche più vantaggiose rispetto a quelle praticate per la fruizione di detti diritti attraverso piattaforme trasmissive consolidate, sia dal punto di vista tecnologico che economico, e ciò allo scopo di incentivare la diffusione e lo sviluppo di nuove modalità di fruizione dei contenuti di *media* audiovisivi.

In attuazione di tale disposto, con delibera n. 598/11/CONS di cui si è dato conto nella scorsa Relazione annuale, l'Autorità ha avviato un procedimento istruttorio in sede di revisione biennale delle piattaforme già individuate come emergenti (DVB-H, IPTV e televisione via rete mobile GSM/GPRS/UMTS/HSDPA) dalla delibera n. 665/09/CONS del 26 novembre 2009, e, in tale ambito, ha provveduto a raccogliere presso gli operatori interessati dalla delibera le informazioni preliminari necessarie alla valutazione delle piattaforme trasmissive attualmente disponibili.

Dall'analisi delle informazioni raccolte è emerso un quadro dettagliato dell'utilizzo delle diverse piattaforme trasmissive da parte degli operatori del settore, del grado di evoluzione tecnologica connesso alla singola piattaforma, nonché della risposta in termini economici prodotta dalle diverse modalità di fruizione dei contenuti audiovisivi.

Nell'ambito di tale procedimento istruttorio, con delibera n. 103/12/CONS dell'8 marzo 2012 è stata indetta una consultazione pubblica per raccogliere i contributi degli *stakeholder* interessati, confermando i criteri metodologici definiti nella citata delibera n. 665/09/CONS. Tali criteri includono elementi di matrice tecnologica di valenza generale, considerato che le nuove tecnologie si sviluppano a livello globale, nonché elementi di tipo economico, i quali risentono delle specificità del mercato italiano.

Le linee guida
della Lega
Basket Serie A

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Le piattaforme emergenti ai fini del d.lgs. n. 9/2008

In esito alla consultazione pubblica, con delibera n. 630/12/CONS del 13 dicembre 2012, l'Autorità ha ritenuto di confermare la valutazione già espressa nella delibera n. 665/09/CONS per la televisione digitale terrestre e satellitare quali piattaforme trasmissive non emergenti e che, allo stato attuale, non possano essere più considerate come emergenti le piattaforme trasmissive della TV su IP (nella quale sono state fatte rientrare l'IPTV, la web-tv e l'OTT-TV), della televisione via rete mobile (GSM/GPRS/UMTS/HSDPA/LTE) e della televisione via rete DVB-H. La Tabella 3.12 riassume le valutazioni effettuate per ciascuna piattaforma e la relativa qualifica attribuita ai sensi dell'art. 14 del d.lgs. n. 9/2008.

Tabella 3.12. Qualificazione delle piattaforme trasmissive ai fini del d.lgs. n. 9/2008

Piattaforma	Analisi tecnologica	Analisi economica	Emergente/non emergente
DTT	Consolidata	Matura	Non emergente
DTH	Consolidata	Matura	Non emergente
TV su IP	Transizione	Matura	Non emergente
Wireless mobile	Transizione	Matura	Non emergente
DVB-H	Consolidata	Declino	Non emergente

Fonte: Autorità

L'esercizio del diritto di cronaca sportiva e le ispezioni

La tematica dei diritti audiovisivi sportivi risulta essere centrale nel dibattito sullo sviluppo della società dell'informazione. Tra i compiti istituzionali dell'Autorità vi è quello di vigilanza dell'esercizio del diritto di cronaca sportiva.

Le attività di vigilanza sull'esercizio del diritto di cronaca sportiva

L'attività è svolta sotto il presidio sanzionatorio dell'art. 1, comma 31, della legge n. 249/97, al fine di assicurare un corretto bilanciamento tra diritti di esclusiva e diritto all'informazione, così come specificamente delineato dalle delibere nn. 405/09/CONS e 406/09/CONS del 17 luglio 2009 e successive modifiche (delibera n. 579/09/CONS) per quanto riguarda gli eventi sportivi di campionati, coppe e tornei professionalistici a squadre che rientrano nell'ambito di applicazione del citato decreto legislativo n. 9/2008.

Le connesse attività di controllo e avvio del procedimento sanzionatorio possono avvenire sia d'ufficio che a seguito di segnalazione, con l'ausilio, ai fini dei necessari approfondimenti istruttori, del Servizio ispettivo e registro dell'Autorità e di uffici e personale specifici del corpo della Guardia di finanza e della Polizia di Stato. L'attività di vigilanza sugli eventi sportivi trasmessi dalle emittenti televisive e radiofoniche si esplica attraverso un controllo della programmazione sia delle emittenti terrestri sia delle trasmissioni, anche in *simulcast*, sul *web* o sul satellite. Il monitoraggio viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di trasmissioni di eventi sportivi, programmi di informazione o di approfondimento sportivo.

Al fine di accertare che siano assicurate idonee condizioni negli impianti sportivi per il corretto esercizio del diritto di cronaca sportiva, sono state svolte ispezioni a campione presso gli impianti ove si svolgono le competizioni sportive. La scelta degli stadi e delle gare dove affrontare le attività ispettive è stata orientata oltre che dall'analisi