

INDICE DELLE FIGURE

- Figura 1.1.** Scenari. Ricavi dei mercati delle comunicazioni nel mondo (2013, mld di euro)
Figura 1.2. Scenari. Variazione dei volumi di corrispondenza e di pacchi (2012, %)
Figura 1.3. Scenari. Ricavi dei mercati delle comunicazioni in Europa (2013, mld di euro)
Figura 1.4. Reti. N.ro di operatori che hanno presentato piani di investimento (2013)
Figura 1.5. Reti. Infrastrutture LTE nel mondo (2013)
Figura 1.6. Reti. *Mobile ultra-broadband* (2013)
Figura 1.7. Reti. *Timetable* del processo di *switchover* nel mondo
Figura 1.8. Reti. Utilizzo delle tecnologie DVB-T e DVB-T2 in Europa
Figura 1.9. Reti. Utenti con accessi di rete fissa a oltre 10 Mbps (2013, in %)
Figura 1.10. Reti. Utenze telefoniche per tipologia di rete mobile (2013, in %)
Figura 1.11. Servizi. Integrazione delle attività commerciali
Figura 1.12. Servizi offerti tramite l'ecosistema connesso
Figura 1.13. Piattaforme e *device*. Diffusione degli *smartphone*
Figura 1.14. Piattaforme e *device*. Traffico mobile e wifi
Figura 1.15. Piattaforme e *device*. Ricavi da *app* nel mondo
Figura 1.16. Piattaforme e *device*. *Download* di applicazioni
Figura 1.17. Piattaforme e *device*. *Mobile content & app*: distribuzione dei ricavi
Figura 1.18. Piattaforme e *device*. Ricavi da *display advertising* su applicazioni
Figura 2.1. Il settore delle comunicazioni. Ricavi (2013, miliardi di euro)
Figura 2.2. Tlc. Comunicazioni e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (2010=100)
Figura 2.3. Tlc. Indice dei prezzi alla produzione dei servizi di telecomunicazione (2010=100)

Figura 2.4. Tlc. Dinamiche delle principali tariffe pubbliche (2010=100)
Figura 2.5. Tlc. Dinamiche dei prezzi nei servizi (2010=100)
Figura 2.6. Tlc. Dinamiche dei prezzi nelle telecomunicazioni in Europa (2005=100)
Figura 2.7. Tlc fisse. Quota di mercato di Telecom Italia nei servizi a larga banda *retail* (%)
Figura 2.8. Tlc mobili. Sim che hanno effettuato traffico dati (milioni)
Figura 2.9. Tlc mobili. Traffico dati su rete mobile (*petabyte*)
Figura 2.10. Tlc mobili. Il servizio di *Mobile Number Portability* (milioni)
Figura 2.11. Servizi *media*. Accesso ai mezzi di comunicazione: confronto internazionale (% pop.)
Figura 2.12. Servizi *media*. Mezzi utilizzati per informarsi: confronto internazionale (% pop.)

Figura 2.13. Servizi *media*. Evoluzione delle risorse dei mezzi di comunicazione (mln. euro)

Figura 2.14. Servizi *media*. Evoluzione delle risorse per mezzo (2009-2013, mln. euro)
Figura 2.15. Servizi *media*. Andamento degli ascolti televisivi (1990-2013, in %)
Figura 2.16. Servizi *media*. Prezzi al consumo della televisione (2005-2013)
Figura 2.17. Servizi *media*. Luoghi dai quali avviene l'accesso alla radio in Italia (2013)
Figura 2.18. Servizi *media*. Strumenti utilizzati per l'accesso alla radio in Italia (2013)
Figura 2.19. Servizi *media*. Vendite medie giornaliere di quotidiani (1995 - 2013)
Figura 2.20. Servizi *media*. Andamento dei prezzi di quotidiani e periodici: confronto con l'indice dei prezzi al consumo (1995-2013)
Figura 2.21. Servizi *media*. Struttura dei ricavi dei quotidiani per tipologia (vendita e pubblicità) e per mezzo (cartaceo e digitale) (2012)
Figura 2.22. Servizi *media*. Filiera industriale di internet
Figura 2.23. Servizi *media*. Penetrazione di internet in Italia, Europa e Stati Uniti (2013)
Figura 2.24. Servizi *media*. Principali motivazioni del mancato accesso a internet (2013)
Figura 2.25. Servizi *media*. Evoluzione dell'accesso *online* per piattaforma (fisso, mobile)
Figura 2.26. Servizi *media*. Evoluzione delle quota per mezzo della pubblicità sui mezzi classici e internet
Figura 2.27. Servizi *media*. Ripartizione dei ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online* in Europa e negli USA (% , 2013)
Figura 2.28. Servizi *media*. Dinamica dei ricavi derivanti dalla raccolta di pubblicità *online* in Italia per categoria (mln euro)
Figura 2.29. Servizi postali - Andamento dei prezzi e dell'inflazione (2010=100)
Figura 2.30. Servizi postali. Ricavi e volumi (2012-2013, in %)
Figura 2.31. Servizi postali. Variazioni dei ricavi e dei volumi (2013 su 2012, in %)

- Figura 2.32.** Servizi postali. Quote di mercato per il servizio universale (2013)
Figura 2.33. Servizi postali. Quote di mercato per gli altri servizi postali (2013)
Figura 2.34. Servizi postali. Quote di mercato per corriere espresso (2013, in %)
Figura 3.1. Servizi postali. Risultati di qualità posta prioritaria (J+1): risultati a livello nazionale e per tipologia di tratta
Figura 3.2. Servizi postali. Risultati di qualità pacco ordinario (j+5)
Figura 3.3. Servizi postali. Qualità della posta prioritaria (J+3): risultati a livello nazionale e per tipologia di tratta
Figura 3.4. Servizi postali. Qualità della posta prioritaria (J+1): risultati a livello regionale
Figura 3.5. Tutela del consumatore. N.ro complessivo per operatore dei certificati con mancato rispetto della banda minima contrattualmente garantita, sulla base del profilo dichiarato dall'utente, aggiornato al 30 aprile 2014
Figura 3.6. Tutela del consumatore. Andamento cumulativo mensile rilascio certificati
Figura 3.7. Tutela del consumatore. Andamento Indice di Qualità Globale del servizio universale (%)
Figura 3.8. Tutela del consumatore. Manutenzione preventiva: andamento tasso di malfunzionamento (%)
Figura 4.1. Mappa dei Co.re.com. (1° luglio 2014)
Figura 4.2. Istanze di conciliazione (2008-2013, migliaia)
Figura 4.3. Ripartizione operatori iscritti al ROC per Regione (%)
Figura 4.4. Vigilanza sull'emittenza locale 2010 - 2013
Figura 4.5. Gli Organi dell'Autorità e il Gabinetto del Presidente
Figura 4.6. La struttura dell'Autorità

INDICE DELLE TABELLE

- Tabella 1.1.** Scenari. Ricavi dei mercati delle telecomunicazioni (2013, mld di euro)
Tabella 1.2. Scenari. Ricavi dei mercati del *broadcasting* (2013, mld di euro)
Tabella 1.3. Scenari. Ricavi dei mercati dell'editoria (2009-2013, mld di euro)
Tabella 1.4. Scenari. Ricavi dei mercati dei servizi postali (2013, mld di euro)
Tabella 1.5. Reti. Caratteristiche di standard di reti mobili
Tabella 1.6. Reti. Digitalizzazione del segnale televisivo (2010-2013, in %)
Tabella 1.7. Reti. Traffico IP *consumer* su rete fissa per area (2013, in *exabyte*)
Tabella 1.8. Reti. Traffico IP *consumer* su rete mobile per area (2013, in *exabyte*)
Tabella 1.9. Reti. Traffico video su reti IP mondiali (*exabyte* e %)
Tabella 1.10. I consumi di servizi di telecomunicazione
Tabella 1.11. I consumi di servizi postali
Tabella 1.12. I consumi di servizi *media*
Tabella 1.13. I consumi di servizi *media online*
Tabella 1.14. I servizi di informazione: mezzi di accesso
Tabella 1.15. Principale *device* per l'accesso a internet (%)
Tabella 2.1. Composizione dei ricavi nel settore delle comunicazioni (mln di euro)
Tabella 2.2. Il peso del settore delle comunicazioni sul PIL (%)
Tabella 2.3. L'economia italiana nel 2012-2013 (mld di euro) ...
Tabella 2.4. Le telecomunicazioni nell'economia (2012-2013, in %)
Tabella 2.5. Tlc fisse e mobili. Ricavi lordi (mld di euro)
Tabella 2.6. Tlc fisse e mobili. Spesa degli utenti residenziali e affari (mld di euro)
Tabella 2.7. Tlc fisse e mobili. Ricavi dei servizi intermedi (mld di euro)
Tabella 2.8. Prezzi del servizio di terminazione di chiamate vocali (eurocent/minuto)
Tabella 2.9. Tlc fisse e mobili. Spesa finale per clientela (mld di euro)
Tabella 2.10. Tlc fisse e mobili. Spesa per tipologia di clientela (mld di euro)
Tabella 2.11. Tlc fisse e mobili. Investimenti in immobilizzazioni (mln di euro)
Tabella 2.12. Tlc fisse e mobili. Spesa degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%)
Tabella 2.13. Tlc fisse e mobili. Ricavi unitari nei servizi di fonia (2013/2012, var. %)
Tabella 2.14. Tlc fisse. Spesa degli utenti per tipologia di servizi (mld di euro)
Tabella 2.15. Tlc fisse. Tipologie contrattuali dei servizi *broadband* (%)
Tabella 2.16. Tlc fisse. Traffico su rete commutata per direttrice (mld di min.)
Tabella 2.17. Tlc fisse. Applicazioni e servizi utilizzati dalle imprese via *web* (%)
Tabella 2.18. Tlc fisse. Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (%)
Tabella 2.19. Tlc fisse. Quote di mercato nei servizi a larga banda *retail* (%)
Tabella 2.20. Tlc fisse. Accessi alla rete (migliaia)

- Tabella 2.21.** Tlc fisse. Accessi alla rete (dicembre 2013, % delle famiglie)
Tabella 2.22. Tlc fisse. Accessi alla rete: quote di mercato (dicembre 2013, %)
Tabella 2.23. Tlc fisse. Individui residenti nelle province con diffusione della larga banda superiore alla media nazionale (%)
Tabella 2.24. Tlc fisse. Individui residenti nelle province con diffusione della larga banda inferiore alla media nazionale (%)
Tabella 2.25. Popolazione e abbonati per categoria di accessi per macroarea (%)
Tabella 2.26. Tlc fisse. Abbonati per ampiezza demografica delle province (%)
Tabella 2.27. Tlc fisse. Accessi a larga banda (dicembre 2013, % delle famiglie)
Tabella 2.28. Tlc fisse. Accessi a larga banda: quote di mercato (dic. 2013, %)
Tabella 2.29. Tlc fisse. Spesa finale degli utenti per operatore (%)
Tabella 2.30. Tlc fisse. Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)
Tabella 2.31. Tlc fisse. Distribuzione dei ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%)
Tabella 2.32. Tlc fisse. Distribuzione dei ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%)
Tabella 2.33. Tlc mobili. Spesa degli utenti per tipologia di servizi (mld di euro)
Tabella 2.34. Tlc mobili. Ricavi servizi dati / ricavi voce, *retail* e complessivi (%)
Tabella 2.35. Tlc mobili. Traffico voce nella telefonia mobile (mld di minuti)
Tabella 2.36. Tlc mobili. Componente *onnet* dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale)
Tabella 2.37. Tlc mobili. Ricavi da servizi voce per direttrice (mld di euro)
Tabella 2.38. Tlc mobili. Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro)
Tabella 2.39. Tlc mobili. Ricavi unitari per sim attiva (euro/anno)
Tabella 2.40. Tlc mobili. Ricavi unitari per *user* (euro/anno)
Tabella 2.41. Tlc mobili. Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati
Tabella 2.42. Tlc mobili. Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%)
Tabella 2.43. Tlc mobili. Ripartizione della spesa per tipologia di operatore (%)
Tabella 2.44. Tlc mobili. Quote di mercato nei servizi voce e dati (%)
Tabella 2.45. Tlc mobili. Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (migliaia)
Tabella 2.46. Tlc mobili. Sim attive per operatore (%)
Tabella 2.47. Tlc mobili. Sim attive: quote di mercato per tipologia di operatore (%)
Tabella 2.48. Tlc mobili. Sim attive: acquisizioni e cessazioni (%)
Tabella 2.49. Tlc mobili. Movimentazione sim / base clienti (%)
Tabella 2.50. Tlc mobili. *Mobile number portability* per operatore (%)
Tabella 2.51. Servizi *media*. Accesso ai mezzi di comunicazione in Italia (% pop.)
Tabella 2.52. Servizi *media*. Mezzi utilizzati per informarsi in Italia (aprile 2013, % pop.)
Tabella 2.53. Servizi *media*. Mezzi utilizzati per informarsi in Italia (2013, % pop.)
Tabella 2.54. Servizi *media*. Accesso alle fonti di informazione in Italia (2013, % pop.)
Tabella 2.55. Servizi *media*. Mezzi più utilizzati ai fini dell'informazione politica (2013)
Tabella 2.56. Servizi *media*. Affidabilità delle fonti di informazione (%)
Tabella 2.57. Servizi *media*. Possesso di smart o connected tv per paese (2013)
Tabella 2.58. Servizi *media*. Strumenti utilizzati per l'accesso alla tv (2013)
Tabella 2.59. Servizi *media*. Luoghi dai quali avviene l'accesso alla tv (2013)
Tabella 2.60. Tv. Multiplex nazionali
Tabella 2.61. Tv. Ascolti televisivi per piattaforma
Tabella 2.62. Tv. Quote di ascolto annuale nel giorno medio (%)
Tabella 2.63. Tv. *Audience* dei principali Tg
Tabella 2.64. Tv. Ricavi complessivi della televisione per mercato rilevante
Tabella 2.65. Tv. Ricavi complessivi della televisione per tipologia
Tabella 2.66. Tv. Ricavi complessivi della televisione per operatore
Tabella 2.67. Tv. Principali canali in chiaro
Tabella 2.68. Tv gratuita. Quote di mercato dei principali operatori
Tabella 2.69. Tv a pagamento. Quote di mercato dei principali operatori
Tabella 2.70. Radio. *Audience* emittenti nazionali
Tabella 2.71. Radio. L'offerta nazionale
Tabella 2.72. Radio. Ricavi complessivi suddivisi per tipologia
Tabella 2.73. Radio. Quote di mercato dei principali operatori (%)
Tabella 2.74. Quotidiani in Italia per tipologia
Tabella 2.75. Editoria quotidiana. Ricavi da attività caratteristiche
Tabella 2.76. Editoria quotidiana. Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)
Tabella 2.77. Editoria quotidiana. Quote di mercato in volume (2012)
Tabella 2.78. Periodici per informarsi (aprile 2013)
Tabella 2.79. Editoria periodica. Principali operatori del mercato

- Tabella 2.80.** Editoria periodica. Ricavi da attività caratteristiche
- Tabella 2.81.** Editoria periodica. Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)
- Tabella 2.82.** Servizi internet. Indice di accesso a internet per categoria di utenti: fasce d'età e genere (Italia, 2013)
- Tabella 2.83.** Servizi internet. Penetrazione di internet in Italia per titolo di studio: utenti abituali (nei 7 giorni)
- Tabella 2.84.** Servizi internet: *audience* per categorie di servizi *web* (2013)
- Tabella 2.85.** Servizi internet. Caratteristiche economiche e assetti di mercato
- Tabella 2.86.** Servizi internet. Presenza dei maggiori operatori nei vari ambiti di mercato (mondo)
- Tabella 2.87.** Ripartizione dei ricavi da pubblicità, nazionale e locale, per mezzo (mln di euro)
- Tabella 2.88.** Soggetti della filiera pubblicitaria *online*
- Tabella 2.89.** Ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online* per Paese (mln €)
- Tabella 2.90.** Ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online* per tipologia (% , Europa)
- Tabella 2.91.** Ricavi netti derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online* nel mondo per operatore
- Tabella 2.92.** Ricavi derivanti dalla raccolta di pubblicità online in Italia (mln €, %)
- Tabella 2.93.** Composizione titoli abilitativi al 15/03/2014
- Tabella 2.94.** Servizi postali. Ripartizione titoli abilitativi per forma giuridica dell'operatore (%)
- Tabella 2.95.** Contributo del settore postale a PIL e occupazione
- Tabella 2.96.** Invii e spesa pro capite per servizi postali. Ricavi e volumi in valore (2012 e 2013)
- Tabella 2.97.** Il settore dei servizi postali (invii di corrispondenza e pacchi). Ricavi e volumi in valore (2012 e 2013)
- Tabella 2.98.** Il servizio postale universale – ricavi e volumi in valore (2012 e 2013)
- Tabella 2.99.** Il servizio postale universale – ricavi e volumi in percentuale (2012 e 2013)
- Tabella 2.100.** Il servizio postale universale. Ricavi e volumi in valore per tipologia di prodotto (2012 e 2013)
- Tabella 2.101.** Il servizio postale universale. Ricavi e volumi in percentuale per tipologia di prodotto (2012 e 2013)
- Tabella 2.102.** Gli altri servizi postali. Ricavi e volumi in valore (2012 e 2013)
- Tabella 2.103.** Gli altri servizi postali. Ricavi e volumi in percentuale (2012 e 2013)
- Tabella 2.104.** I servizi di corriere espresso. Ricavi e volumi in valore (2012 e 2013)
- Tabella 2.105.** I servizi di corriere espresso. Ricavi e volumi in percentuale (2012-2013)
- Tabella 2.106.** Servizi postali. Variazione dei ricavi da corrieri espresso (2013/2012)
- Tabella 2.107.** Addetti servizio postale (*full time equivalent*)
- Tabella 2.108.** Distribuzione degli uffici postali presenti nei comuni italiani (2013)
- Tabella 2.109.** Distribuzione dei comuni per numero di uffici postali (2013)
- Tabella 2.110.** Confronto tra principali indicatori di copertura
- Tabella 3.1.** *Roaming* internazionale. Prezzi massimi (iva esclusa)
- Tabella 3.2.** Controversie avviate nel periodo 1° maggio 2013 – 30 aprile 2014
- Tabella 3.3.** Controversie concluse nel periodo 1° maggio 2013 – 30 aprile 2014
- Tabella 3.4.** Servizi di tlc. Stato delle controversie (1° maggio 2013 – 30 aprile 2014)
- Tabella 3.5.** Servizi di tlc. Modalità conclusione controversie (1° maggio 2013 – 30 aprile 2014)
- Tabella 3.6.** Ricavi complessivi del SIC e delle relative aree economiche
- Tabella 3.7.** Principali soggetti operanti nel SIC
- Tabella 3.8.** Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e s.m.i.
- Tabella 3.9.** Servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica
- Tabella 3.10.** Comunicazioni di notifica di ritrasmissione in simulcast delle prestazioni di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica..
- Tabella 3.11.** Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi
- Tabella 3.12.** Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite
- Tabella 3.13.** Servizi *media*. Ripartizione delle segnalazioni per mezzo
- Tabella 3.14.** Servizi *media*. Ripartizione delle segnalazioni pervenute per tipologia di motivazione (2013, in %) ...
- Tabella 3.15.** Servizi *media*. Programmazione di opere europee secondo autocertificazioni
- Tabella 3.16.** Servizi *media*. Programmazione di opere europee, dati aggregati per gruppi editoriali (2012, %)

Tabella 3.17. Servizi *media*. Programmazione di opere europee secondo dati di monitoraggio

Tabella 3.18. Servizi *media*. Investimenti in opere di produttori indipendenti (2012)

Tabella 3.19. Stato dei procedimenti in materia di diritto d'autore al 20 giugno 2014

Tabella 3.20. Rai. I generi predefiniti dal Contratto di servizio nelle reti generaliste

Tabella 3.21. Rai. L'offerta 2013: i generi predefiniti dal Contratto di servizio e gli "Altri generi" Reti generaliste e reti specializzate

Tabella 3.22. Rai. Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3 (1 gennaio - 31 dicembre 2013)

Tabella 3.23. Rai. La programmazione per minori dei canali televisivi generalisti (1 gennaio 31 dicembre 2013). Fascia oraria: 07:00-22:30

Tabella 3.24. Rai. Volume della programmazione sottotitolata delle reti generaliste RaiUno, RaiDue, RaiTre (valori assoluti e percentuali)

Tabella 3.25. Rai. Edizioni dei TG Sport

Tabella 3.26. Rai. Edizioni dei TG tradotti in Lingua dei segni (LIS)

Tabella 3.27. Rai. Portale: fruizione mensile e giornaliera 2013

Tabella 3.28. Rai. Portale: il pubblico (media mese 2013)

Tabella 3.29. Rai. Portali: tipo di connessione (%)

Tabella 3.30. Rai. Portali: domini di provenienza

Tabella 3.31. Rai. Punteggio delle aree di *corporate reputation* (2013)

Tabella 3.32. Rai. Presenza delle donne nei programmi non-fiction delle reti generaliste per macro-genere (2013, in %)

Tabella 3.33. Rai. Programmi non fiction. Distribuzione delle donne per reti generaliste e ruoli (2013, in %)

Tabella 3.34. Rai. Contabilità separata 2012 (milioni di euro)

Tabella 3.35. Informazione. Provvedimenti campagne elettorali 2013 e 2014

Tabella 3.36. Informazione. Provvedimenti adottati durante il periodo elettorale 2013 - 2014

Tabella 3.37. Messaggi. Provvedimenti campagne elettorali 2013 - 2014

Tabella 3.38. Comunicazione istituzionale. Provvedimenti campagne elettorali 2013 - 2014

Tabella 3.39. Sondaggi politici ed elettorali. Provvedimenti campagne elettorali 2013 - 2014

Tabella 3.40. Servizi *media*. Dettaglio provvedimenti adottati durante il periodo elettorale 2013 - 2014

Tabella 3.41. Informazione. Provvedimenti adottati durante il periodo non elettorale....

Tabella 3.42. Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità radiofonica e televisiva

Tabella 3.43. Violazioni

Tabella 3.44. Risultati posta prioritaria 2013: obiettivi di qualità a livello nazionale

Tabella 3.45. Risultati posta prioritaria 2013: obiettivi di qualità a livello nazionale per tipologia di tratta

Tabella 3.46. Risultati posta prioritaria 2013: obiettivo di qualità a livello regionale

Tabella 3.47. Risultati posta raccomandata 2013

Tabella 3.48. Risultati posta assicurata 2013

Tabella 3.49. Risultati pacco ordinario 2013

Tabella 3.50. Risultati posta massiva 2013

Tabella 3.51. Andamento risultati di qualità posta raccomandata

Tabella 3.52. Andamento risultati di qualità posta assicurata

Tabella 3.53. Fattispecie oggetto di segnalazione ai sensi dell'art. 3-*quater* del regolamento in materia di procedimenti sanzionatori

Tabella 3.54. Reclami ricevuti dal fornitore del servizio universale

Tabella 3.55. Reclami presentati ai principali fornitori del servizio postale

Tabella 3.56. Reclami: distribuzione per area/prodotto

Tabella 3.57. Reclami: distribuzione categoria dell'invio postale

Tabella 3.58. Tutela del consumatore. Segnalazioni al *contact center* per tipologia di servizio (maggio 2013 - aprile 2014)

Tabella 3.59. Tutela del consumatore. Segnalazioni per servizi di fonia fissa

Tabella 3.60. Tutela del consumatore. Segnalazioni per servizi di fonia mobile..

Tabella 3.61. Misura Internet. test Ne.Me.Sys e Misura Internet Speed Test, utenti registrati e PDF rilasciati (novembre 2010 - 7 aprile 2014)

Tabella 3.62. Risultati misurazioni

Tabella 3.63. Risultati medi di *throughput*

- Tabella 3.64.** Classificazione decoder: apparati classificati al 31 marzo 2014 suddivisi per marca e per classe
- Tabella 3.65.** Tutela del consumatore. Denunce per principali casistiche e codici di classificazione delle denunce mod. D
- Tabella 3.66.** Tutela del consumatore. Denunce per tipologia di servizio (%)
- Tabella 3.67.** Tutela del consumatore. Segnalazioni e denunce per regione di provenienza
- Tabella 3.68.** Tutela del consumatore. Segnalazioni e denunce per operatore
- Tabella 3.69.** Tutela del consumatore. Denunce e segnalazioni di attivazione di servizi *premium*
- Tabella 3.70.** Procedimenti sanzionatori avviati e provvedimenti adottati
- Tabella 3.71.** Tutela del consumatore. Procedimenti avviati per operatore
- Tabella 3.72.** Tutela del consumatore. Importo sanzioni per operatore (migliaia euro)
- Tabella 3.73.** Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie
- Tabella 3.74.** Roc. Procedimenti
- Tabella 3.75.** Roc. Percentuali dei settori di attività svolte dagli operatori su totale attività
- Tabella 3.76.** Roc. Percentuali dei settori di attività svolte dagli operatori su totale iscrizioni (maggio 2013 – aprile 2014)
- Tabella 3.77.** Roc. Domande di cancellazione: percentuali dei settori di attività su totale attività
- Tabella 3.78.** Catasto nazionale delle frequenze. Impianti attivi (2009-2014)
- Tabella 3.79.** Catasto nazionale delle frequenze. Operazioni effettuate (2008-2014)
- Tabella 3.80.** Esiti attività contenziosa
- Tabella 4.1.** Pareri resi all'Autorità garante per la concorrenza e il mercato
- Tabella 4.2.** Istanze di definizione 2010 - 2013
- Tabella 4.3.** Tentativo obbligatorio di conciliazione
- Tabella 4.4.** Definizione delle controversie
- Tabella 4.5.** I Co.re.com.: leggi istitutive, presidenti e deleghe
- Tabella 4.6.** Autorità. Personale in servizio e pianta organica
- Tabella 5.1.** Obiettivi generali dell'Autorità
- Tabella 5.2.** Obiettivo generale A. Tutelare i consumatori e gli utenti
- Tabella 5.3.** Obiettivo generale B1. Promuovere la concorrenza nei settori delle comunicazioni elettroniche
- Tabella 5.4.** Obiettivo generale B2. Tutelare la concorrenza nel settore dell'audiovisivo
- Tabella 5.5.** Obiettivo generale B3. Tutelare la concorrenza nel settore dei servizi postali
- Tabella 5.6.** Obiettivo generale C. Garantire una efficiente allocazione delle risorse scarse
- Tabella 5.7.** Obiettivo generale D. Promuovere lo sviluppo di reti e servizi digitali di comunicazione
- Tabella 5.8.** Obiettivo generale E. Promuovere e tutelare il pluralismo e la parità di accesso ai mezzi di informazione
- Tabella 5.9.** Obiettivo generale F. Promuovere una cultura della legalità nella fruizione di opere digitali
- Tabella 5.10.** Obiettivo generale G. Rendere più efficiente, efficace e trasparente l'azione amministrativa

La *Relazione annuale 2014 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro* presenta dati e rendiconti sull'azione di lavoro condotta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni nel periodo compreso tra il 1° maggio 2013 e il 30 aprile 2014.

PAGINA BIANCA

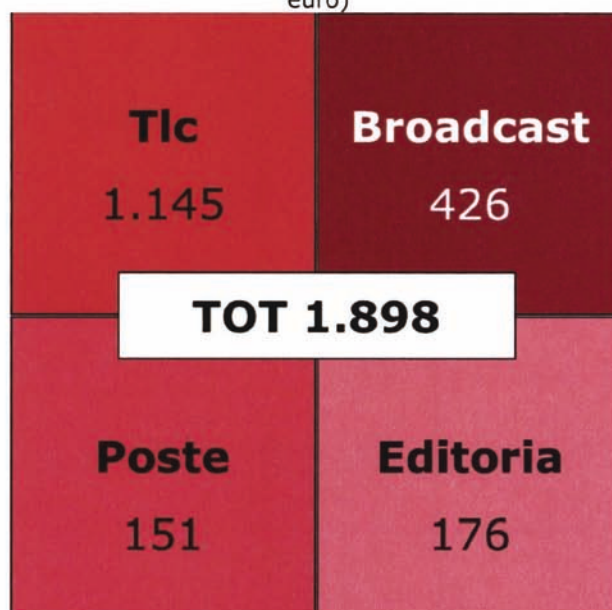
Il settore delle comunicazioni nel mondo

1.1. Gli scenari economici e tecnologici

Nel 2013, i diversi comparti delle comunicazioni hanno totalizzato ricavi per quasi 1.900 miliardi di euro, con la componente delle comunicazioni elettroniche (tlc e *broadcasting*) che assorbe circa l'80% delle risorse complessive, mentre l'editoria e i servizi postali, settori tradizionalmente legati alla carta – ancorché oggi aperti alla produzione di servizi digitali – realizzano meno del 20% del fatturato (Figura 1.1).

I ricavi del settore delle comunicazioni

Figura 1.1. Scenari. Ricavi dei mercati delle comunicazioni nel mondo (2013, mld di euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate, PWC, IPC e WIK

I ricavi delle comunicazioni elettroniche sono a loro volta concentrati nel settore delle telecomunicazioni (fisse e mobili), che fattura 1.145 miliardi, ossia il 60% delle risorse dell'intero ecosistema, mentre la componente *broadcasting* (tv e radio) produce circa un quarto (426 miliardi di euro) dei redditi dell'industria. All'interno del settore delle comunicazioni elettroniche, i ricavi imputabili all'ecosistema internet sono ormai significativi: considerando i servizi di accesso a internet da rete fissa per le tlc e mobile la componente *online* dei servizi a richiesta per il *broadcasting*, essi rappresentano oltre un terzo del totale.

e dei singoli comparti:

Nell'ambito delle comunicazioni tradizionalmente cartacee, i ricavi sono invece distribuiti in maniera più uniforme: il fatturato registrato dai fornitori di servizi postali e dagli editori di quotidiani e periodici, a livello mondiale, si attesta per entrambi intorno ai 160 miliardi di euro. Anche in questi settori, in ogni caso, si osserva un crescente rilievo dei ricavi derivanti dai servizi digitali erogati *online*: difatti, nell'editoria i ricavi da *internet advertising* continuano a crescere (+17% secondo i dati PWC), come pure i servizi IT nel settore postale, che sono cresciuti di oltre mezzo miliardo negli ultimi 5 anni.

Nel complesso, il settore mondiale delle comunicazioni registra nell'ultimo anno un aumento nominale dei fatturati sia a livello globale, nell'ordine dei tre punti percentuali, sia nei singoli comparti, con tassi compresi tra un massimo del 5% registrato nell'area del *broadcasting* e lo stato stazionario osservato nell'editoria.

- le tic;

Più in dettaglio, nel settore delle telecomunicazioni (vedi Tabella 1.1), la componente mobile rappresenta la parte prevalente dei ricavi in tutte le macro-regioni considerate. Il *trend* è d'altronde evidente da diversi anni: i ricavi della componente fissa risultano in diminuzione (per effetto del progressivo arretramento della componente voce) e non risultano compensati dai maggiori introiti garantiti dai servizi di accesso a internet, mentre i ricavi da telefonia mobile (specialmente per il segmento dati) sono costantemente in aumento.

Tabella 1.1. Scenari. Ricavi dei mercati delle telecomunicazioni (2013, mld di euro)

Settore	EU	NA	LA	MEA	AP	TOT	Δ13/12
Telecomunicazioni	296	270	126	91	362	1.145	2,7%
Fisse	138	125	50	21	127	461	0,5%
Voce	61	57	29	11	41	199	-6,0%
Dati	77	68	21	10	86	262	6,0%
Mobili (voce+dati)	158	146	76	70	234	684	4,2%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

- il broadcasting;

Avuto specifico riguardo al settore del *broadcasting* (vedi Tabella 1.2), la televisione rappresenta la componente prevalente. Nel 2013 i ricavi da servizi *pay* (sia in abbonamento che *on demand*) hanno ormai raggiunto la metà degli introiti del comparto, essendo l'altra parte rappresentata dai ricavi della raccolta pubblicitaria (40%) e dal finanziamento pubblico (9%). L'analisi per area geografica presenta peraltro alcune differenze rispetto al quadro generale: nell'Asia-Pacifico (AP) i ricavi degli abbonamenti sono inferiori dell'*advertising*, mentre nell'area del Medio Oriente e dell'Africa (MEA) i finanziamenti al servizio pubblico radiotelevisivo superano quelli dell'intero continente americano, ossia del Nord America (NA) e dell'America Latina (LA). Inoltre, se si considera l'andamento dei ricavi nel tempo e si distingue in base alla loro tipologia, si evidenziano tre tassi di variazione diversi: la componente dovuta agli abbonamenti presenta una crescita significativa (mediamente, +8% negli ultimi tre anni), quella da pubblicità cresce in maniera più ridotta (mediamente, +4% nello stesso arco temporale), mentre i ricavi da canone sono rimasti sostanzialmente stabili (+1%). In particolare, riguardo ai mercati televisivi in Europa (EU), che quest'anno hanno generato redditi pari a 93 miliardi di euro, i ricavi da abbonamenti continuano a rappresentare la componente maggioritaria per il quarto anno consecutivo; i ricavi da finanziamento pubblico, dal canto loro, incidono per circa un quarto del totale.

Tabella 1.2. Scenari. Ricavi dei mercati del *broadcasting* (2013, mld di euro)

Settore	EU	NA	LA	MEA	AP	TOT	Δ13/12
Broadcasting	101	161	43	15	106	426	5,2%
Televisione	93	149	40	14	98	394	5,3%
Canone	21	1	0	2	10	34	1,3%
Pubblicità	33	53	20	5	48	159	3,8%
Pay	39	95	20	7	40	201	7,5%
Radio	8	12	3	1	8	32	0,1%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate e PWC

- l'editoria;

Analizzando il settore dell'editoria (Tabella 1.3), si osserva la prevalenza della componente relativa ai quotidiani rispetto ai periodici. Inoltre, appare significativo come i ricavi del settore risultino bilanciati sui due versanti, quello degli inserzionisti e quello dei lettori: l'apporto della raccolta pubblicitaria è leggermente superiore alla metà dei ricavi con riferimento ai quotidiani (52%), mentre il suo contributo nei periodici si attesta intorno al 47%.

Tabella 1.3. Scenari. Ricavi dei mercati dell'editoria (2009-2013, mld di euro)

Settore	2009	2010	2011	2012	2013	Δ13/12
Editoria	179	179	178	177	176	0%
Periodici	59	59	59	59	59	0%
Vendita di copie	33	33	32	31	31	0%
Pubblicità	26	26	27	28	28	1%
Quotidiani	120	120	119	118	117	0%
Vendita di copie	56	56	56	56	56	1%
Pubblicità	64	64	63	62	61	-1%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati PWC

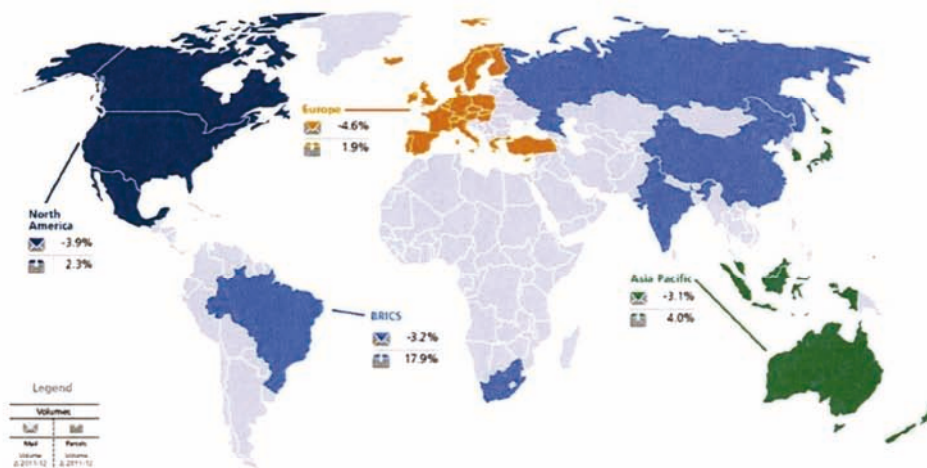
Osservando il settore dei servizi postali (Tabella 1.4), infine, si evince come il segmento della corrispondenza e quello dei pacchi siano equivalenti in termini di ricavi. È da sottolineare, tuttavia, la variabilità di questo dato: l'incidenza degli introiti da corrispondenza sul totale spazia, difatti, dal 10 al 90% a seconda della macro-regione considerata (stime IPC) e in media si attesta attorno al 50%, che d'altronde è il valore registrato a livello europeo. D'altro canto, un dato universalmente riconosciuto è la tendenza ormai consolidata della diminuzione dei volumi e dei ricavi dei servizi di corrispondenza, cui si accompagna una crescita dei volumi e dei ricavi del segmento dei pacchi (Figura 1.2).

- i servizi postali.

Tabella 1.4 Scenari. Ricavi dei mercati dei servizi postali (2013, mld di euro)

Settore	TOT	Δ13/12
Poste	151	1,0%
Corrispondenza	76	-1,1%
Pacchi	75	2,2%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati PWC, IPC e operatori

Figura 1.2. Scenari. Variazione dei volumi di corrispondenza e di pacchi (2012, %)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati IPC

All'aumento generalizzato, ancorché con tassi di crescita contenuti, degli introiti del settore mondiale delle comunicazioni e dei singoli comparti – le telecomunicazioni, il *broadcasting*, l'editoria e i servizi postali – corrisponde, tuttavia, una sostanziale stabilità registrata nei ricavi delle imprese europee attive in questo nevralgico ambito merceologico. In particolare, nel 2013, i redditi prodotti dai servizi sia di telecomunicazione che televisivi rimangono pressoché costanti (con variazioni nell'intorno del punto percentuale), come per i servizi postali (nei quali