

3.1.4.I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori

In ordine al profilo sanzionatorio le attività dell'Autorità, in materia di reti e servizi di comunicazione elettronica, si sono sviluppate secondo due linee d'intervento:

- i. la prosecuzione dei procedimenti di verifica della corretta esecuzione degli impegni assunti in precedenti anni a seguito dell'avvio (2009-2010) di procedimenti sanzionatori in tema di MNP (che hanno riguardato, Vodafone, Telecom e Wind) e NP su rete fissa (2012) nei confronti di Telecom e Fastweb;
- ii. l'avvio di nuovi procedimenti sanzionatori (accertamento e contestazione) su ipotesi di violazione della normativa in materia di comunicazioni elettroniche, ai sensi dell'art. 4 della delibera n. 136/06/CONS.

Verifica degli
impegni inerenti
alla MNP

A tale riguardo appare utile richiamare che alle società Wind (contestazione 8/08/DIR) e Vodafone (contestazioni 2/09/DIR, 5/09/DIR e 9/09/DIR) era stata ascritta la violazione dell'articolo 4, comma 9, della delibera n. 19/01/CIR avendo tali operatori - a seguito della ricezione di richieste di *mobile number portability* da operatori *recipient* - impropriamente utilizzato i dati acquisiti sui propri clienti per fini commerciali e promozionali. Sotto diverso profilo, alla società Telecom Italia è stato addebitato un comportamento analogo, avendo quest'ultima proceduto all'illegittimo annullamento di richieste di portabilità inoltrate dall'operatore *recipient*, in violazione dell'articolo 5, comma 17, della delibera n. 78/08/CIR (contestazioni 6 e 8 del 2009).

A fronte delle contestazioni mosse le società hanno presentato, nei termini regolamentati, sotto forma di impegni un insieme di misure valutate, dal Consiglio dell'Autorità, come idonee ad apportare miglioramenti all'assetto concorrenziale e, come tali, approvate dallo stesso con rispettive delibere nn. 533/09/CONS, 187/10/CONS e 186/10/CONS. Rileva a tale riguardo che il Consiglio ha imposto un periodo di 3 anni di monitoraggio sugli impegni assunti, decorrenti dalla adozione dei rispettivi atti deliberativi. Per tale ragione le attività istruttorie di verifica sono giunte nella fase conclusiva tra i mesi di giugno 2013 e gennaio 2014.

Le attività connesse al controllo delle tre distinte unità di monitoraggio, incaricate di vigilare sulla corretta esecuzione degli impegni, sono state svolte per il tramite di riunioni bimestrali e di periodiche analisi dei *report* mensili prodotti dalle società e contenenti gli andamenti delle causali di rifiuto e di scarto di ordini di MNP. Durante tali riunioni è stato altresì verificata l'assenza di impropri scambi - tra divisioni aziendali della stessa società - dei dati relativi ai clienti richiedenti MNP, per finalità di *retention* o per qualsiasi altra attività promozionale e/o commerciale sulla richiesta di MNP. A tali attività istruttorie si sono aggiunte anche quelle di verifica della eventuale presenza di doglianze da parte degli operatori *recipient*.

Giunte, come premesso, le attività di monitoraggio nella fase conclusiva, l'Autorità ha avviato le valutazioni in merito alla possibile archiviazione dei relativi procedimenti sanzionatori.

Verifica degli
impegni inerenti
alla NP su rete
fissa

Un secondo gruppo di impegni, anche questi soggetti a monitoraggio tramite le rispettive unità nominate con delibera, riguarda procedimenti sanzionatori avviati nel 2011 (procedimento n. 3/11/DIR) e nel 2012 (procedimento n. 1/12/DIR).

In particolare il primo procedimento, avviato con la contestazione n. 3/11/DIR a carico di Telecom Italia, ha riguardato la violazione delle procedure di portabilità del numero su rete fissa per numeri geografici di cui all'articolo 5 della delibera n. 35/10/CIR, con particolare riferimento alla mancata gestione degli ordinativi di *number portability* (NP) afferenti a GNR (gruppo a numerazione ridotta) espressi nel tracciato *record* come radicali, nonché alla non conformità dei sistemi della società ad alcune specifiche tecniche delle procedure di NP pura. La proposta di impegni di Telecom Italia è stata giudicata dall'Autorità idonea a migliorare le condizioni della concorrenza rimuovendo le conseguenze anticompetitive dell'illecito attraverso idonee e stabili misure, ai sensi dell'articolo 12-ter della delibera n. 136/06/CONS e, con

delibera n. 110/12/CONS, essa è stata approvata, con conseguente sospensione del procedimento sanzionatorio n. 3/11/DIR. È stata inoltre creata, con la stessa delibera, un'unità di monitoraggio incaricata di vigilare, per un periodo di 3 anni, sulla corretta esecuzione degli impegni e costituita da 4 membri di cui, tre nominati da Telecom Italia ed uno nominato dall'Autorità. Tale unità di monitoraggio ha svolto, nel corso dello scorso anno, ulteriori e programmati incontri mensili.

Il secondo procedimento sanzionatorio (contestazione n. 1/12/DIR) riguarda la violazione, da parte di Fastweb, delle disposizioni di cui alle delibere nn. 274/07/CONS, 1/09/CIR e n. 96/10/CIR. La stessa, nel corso dei contatti con clienti, ha utilizzato i dati contenuti nella richiesta di migrazione per fini diversi dalla conclusione del passaggio, allo scopo di svolgere attività di promozione commerciale con finalità di *retention* e, inoltre, ha proceduto allo scarto illegittimo di ordinativi di migrazione. La proposta di impegni di Fastweb è stata giudicata dall'Autorità idonea a migliorare le condizioni della concorrenza rimuovendo le conseguenze anticompetitive dell'illecito attraverso idonee e stabili misure e, con delibera n. 363/12/CONS, essa è stata approvata, con conseguente sospensione del procedimento sanzionatorio n. 1/12/DIR. Anche in tal caso, tra le misure approvate e rese esecutive dal Consiglio con l'atto deliberativo n. 363/12/CONS, è stata prevista l'istituzione di una unità di monitoraggio, della durata di 1 anno e costituita da tre membri, due indicati dalla società e uno nominato dall'Autorità, incaricata di vigilare sulla corretta esecuzione degli impegni. Le attività di verifica sono state completate, attraverso l'indizione di riunioni bimestrali periodiche, richieste di informazioni, analisi ed invio di documentazione, a fine 2013. È, pertanto, in corso di valutazione l'archiviazione del procedimento sanzionatorio in esame.

Nel corso dell'anno l'Autorità ha inoltre avviato nuove attività di accertamento nei confronti di Telecom Italia, culminate con l'avvio di un procedimento sanzionatorio (procedimento n. 1/13/DIR) per aver omesso la preventiva comunicazione delle informazioni necessarie per la verifica, da parte dell'Autorità, della replicabilità delle offerte ADSL al dettaglio commercializzate.

Nuove attività di
accertamento e
contestazione

Nello specifico, il procedimento ha riguardato la mancata comunicazione dell'estensione della promozione "*sconta e raddoppia*", valida per clienti Telecom su linea fissa e riservata ad alcuni profili di offerte mobili (comprendenti quindi voce, sms e dati) denominati *TIM medium*, *TIM full medium*, *TIM large* e *TIM full large*, anche al profilo mobile "*Internet Start*".

Nel corso del procedimento sanzionatorio la società è stata ascoltata in audizione e ha inviato la propria memoria difensiva, rivendicando la legittimità del proprio operato.

L'Autorità ha ritenuto di non accogliere le argomentazioni di Telecom Italia e, con delibera n. 144/14/CONS, le ha ingiunto il pagamento di una sanzione pecuniaria pari a 15.000 euro per aver Telecom, con il comportamento tenuto, impedito all'Autorità di conoscere le caratteristiche tecniche ed economiche dell'offerta, per i relativi *test di prezzo*, nei 30 giorni precedenti al suo lancio.

Tuttavia tale comportamento è stato giudicato in termini di ridotta gravità, considerato che nell'istruttoria si è accertato che l'offerta risultava in ogni caso replicabile e, dunque, non in grado di apportare pregiudizio al mercato. Inoltre la società, oltre a rimuovere tempestivamente *motu proprio* l'offerta commerciale in questione, inserita per errore nei propri sistemi, ha anche tenuto un atteggiamento collaborativo nel corso del procedimento. La sanzione ha, pertanto, riguardato la sola omessa comunicazione dei dati richiesti, ai sensi della normativa vigente.

3.2.I servizi *media*

3.2.1. Le analisi dei mercati

Il sistema delle
fonti informative

Fra i compiti istituzionalmente rimessi all'Autorità rientra il monitoraggio dei mercati che compongono il settore delle comunicazioni: a tal fine, l'Autorità ha approntato una molteplicità di strumenti e metodologie, in grado di tenere conto della peculiare struttura a due versanti dei *media*. In particolare, l'analisi dell'offerta – sia di spazi pubblicitari sui mezzi classici e internet, sia di prodotti e servizi editoriali e di intrattenimento radiotelevisivo – è realizzata mediante l'Informativa economica di sistema (IES) (vedi *infra* par. 3.2.1.2), che rappresenta un sistema censuale di acquisizione di dati di natura anagrafica, in valore (ricavi e costi) e in volume (tirature e diffusione delle testate, programmi radiotelevisivi).

L'analisi della domanda nei due versanti (inserzionisti e utenti) è stata, invece, monitorata rispettivamente attraverso l'Osservatorio sulla domanda di pubblicità classica e sul *below the line* e le indagini di mercato *ad hoc* sulla fruizione dei mezzi di comunicazione da parte dei consumatori. In particolare, la prima edizione dell'analisi sul consumo mediatico è stata realizzata nell'ambito del procedimento di individuazione dei mercati rilevanti del SIC (delibera n. 555/10/CONS), mentre la seconda rilevazione è stata utilizzata per uno specifico approfondimento condotto nell'indagine conoscitiva sui servizi *internet* e sulla pubblicità *online* (vedi *infra* par. 3.2.1.3).

Tali strumenti, analogamente a quanto si verifica a livello internazionale, rappresentano un'occasione di analisi dei settori oggetto di regolazione, oltre a costituire un servizio di informazione e di condivisione dei dati a disposizione dell'Autorità a favore di tutti i soggetti interessati (imprese, istituzioni e utenti).

La disponibilità di questi strumenti consente all'Autorità di procedere annualmente alla valorizzazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (vedi *infra* par. 3.2.1.1), di analizzare i mercati che lo compongono nell'ambito della Relazione Annuale (vedi *supra* par. 2.3), nonché di comprenderne tendenze e dinamiche attraverso indagini conoscitive specifiche, quali quella appena conclusa sui servizi internet (vedi *infra* par. 3.2.1.3), o quella appena avviata (delibera n. 113/14/CONS) su "*Informazione e internet in Italia. Modelli di business, consumi, professioni*".

Tali indagini conoscitive rispondono a un'esigenza di comprensione dei fenomeni evolutivi in atto nel settore dei mezzi di comunicazione di massa e si pongono nell'ambito di una serie di iniziative di monitoraggio del *web*, stante la crescente rilevanza ai fini del pluralismo informativo di internet.

3.2.1.1. Il SIC e i singoli mercati che lo compongono

Il perimetro del
SIC

L'Autorità, con la delibera n. 114/14/CONS, ha concluso il procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) per l'anno 2012, avviato al fine di quantificare il valore economico del SIC e, parimenti, teso a verificare il rispetto del limite del 20% di cui all'art. 43, comma 9, del TUSMAR. I ricavi che l'Autorità è tenuta a considerare ai fini della predetta attività di valorizzazione sono indicati nel successivo comma 10 dello stesso articolo.⁹⁷

⁹⁷ L'art. 43, comma 10, del TUSMAR, precisa che "[i] ricavi di cui al comma 9 sono quelli derivanti dal finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo al netto dei diritti dell'erario, da pubblicità nazionale e locale anche in forma diretta, da televendite, da sponsorizzazioni, da attività di diffusione del prodotto realizzata al punto vendita con esclusione di azioni sui prezzi, da convenzioni con soggetti pubblici a carattere continuativo e da provvidenze pubbliche erogate direttamente ai soggetti esercenti le attività indicate all'articolo 2, comma 1, lettera s), da offerte televisive a pagamento, dagli abbonamenti e dalla vendita di quotidiani e periodici inclusi i prodotti librari e fonografici commercializzati in allegato, nonché dalle agenzie di

Al riguardo, si precisa che l'art. 43, comma 10, del TUSMAR, è stato oggetto di un intervento normativo ad opera del decreto legge 18 maggio 2012, n. 63, convertito con modificazioni dalla legge 16 luglio 2012, n. 103, che ha apportato alcune significative integrazioni ai ricavi che l'Autorità deve rilevare nella sua attività di valorizzazione del SIC. In particolare, il suddetto decreto, all'articolo 3, comma 5-bis, prevede che «[a]ll'articolo 43, comma 10, del testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, dopo le parole: "dall'editoria elettronica e annuaristica anche per il tramite di internet" sono inserite le seguenti: ", da pubblicità online e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione».

Di conseguenza, in seguito a tale modifica, l'Autorità, nel ciclo di valorizzazione relativo all'anno 2012, ha per la prima volta incluso nel valore del SIC anche l'area economica della pubblicità *online*, comprensiva della pubblicità relativa al *search*, ai *social network*, nonché di quella operata attraverso dispositivi mobili.

Per quanto concerne gli aspetti di carattere metodologico, si rileva che, al fine della valorizzazione della dimensione economica del SIC, è stato possibile utilizzare - per i servizi di *media* audiovisivi, radio, editoria quotidiana, editoria periodica, agenzie di stampa, editoria annuaristica e altra editoria elettronica, pubblicità *online* e pubblicità cinematografica⁹⁸ - i dati e le informazioni comunicate dai soggetti obbligati all'Informativa economica di sistema (vedi *infra* par. 3.2.1.2), che hanno consentito all'Autorità di procedere a una valorizzazione a carattere censuale. Si è fatto ricorso a fonti esterne, in conformità con i precedenti cicli di analisi, al solo scopo di valorizzare l'area della pubblicità esterna⁹⁹, esclusa dall'ambito di operatività della IES. Con riferimento alle iniziative di comunicazione di prodotti e servizi e alle sponsorizzazioni (rientranti nel cd. *below the line*), l'Autorità, in mancanza di fonti esterne che forniscono un dato puntuale¹⁰⁰, ha proceduto a elaborare una stima dei ricavi alla luce di studi e rapporti disponibili relativi all'andamento di tali settori.

Dall'analisi dei dati raccolti è emerso che, nel 2012, il valore complessivo del SIC è stato pari a circa 19 miliardi di euro, rispetto ai 20 miliardi di euro circa raggiunti nell'anno 2011 (vedi Tabella 3.6). Ciò equivale a un decremento annuo del settore delle comunicazioni pari al 6,2%, andamento negativo ancora più marcato di quello registrato dall'intera economia nazionale nel 2012, anno in cui il PIL italiano ha subito una diminuzione in termini reali del 2,4%.

Il SIC 2012

Tabella 3.6. Ricavi complessivi del SIC e delle relative aree economiche

Aree economiche	Ricavi (mln euro)		Incidenza sul totale 2012 (%)
	2011*	2012	
1. Servizi di <i>media</i> audiovisivi e radio anche sul <i>web</i>	9.719,73	9.021,74	47,32
2. Editoria quotidiana e periodica (e agenzie di stampa) anche sul <i>web</i>	6.290,68	5.415,45	28,41
3. Editoria annuaristica e altra editoria	478,82	450,62	2,36

stampa a carattere nazionale, dall'editoria elettronica e annuaristica anche per il tramite di internet, da pubblicità on line e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione, e dalla utilizzazione delle opere cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico".

⁹⁸ Per quanto concerne le altre tipologie di ricavo relative all'area economica del cinema, si è fatto ricorso a fonti esterne.

⁹⁹ Al fine di valorizzare tale area di attività, si è proceduto ad una specifica richiesta di informazioni rivolta alla Federazione Italiana Sviluppo Pubblicità Esterna (FISPE).

¹⁰⁰ L'associazione di settore Assocomunicazione - principale fonte per la valorizzazione di tali ambiti di attività - ha infatti comunicato di sospendere il processo di valorizzazione degli investimenti in attività di *marketing* e di comunicazione di relazione a partire dal 2010.

elettronica anche sul web			
4. Pubblicità online**	672,33	1.503,30	7,89
5. Cinema	1.076,52	939,57	4,93
6. Pubblicità esterna	428,00	374,00	1,96
7. Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi	620,00	508,40	2,67
8. Sponsorizzazioni	1.037,00	850,34	4,46
Totale	20.323,08	19.063,42	100

* Con riferimento all'anno 2011, i ricavi relativi ad alcune aree economiche non corrispondono ai valori delle medesime aree contenuti nella delibera n. 220/13/CONS, in ragione dell'utilizzo di un diverso criterio di ripartizione dei suddetti ricavi. **Il dato riferito all'anno 2012 non risulta comparabile con quello relativo all'anno precedente, in quanto, non essendo ancora intervenuta, nel 2011, la modifica dell'art. 43, comma 10, del TUSMAR, ad opera del decreto legge 18 maggio 2012, n. 63, il valore relativo a tale anno non include tutte le tipologie di pubblicità online.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali e fonti varie

Dall'analisi condotta nell'ambito del procedimento sopra menzionato, nel corso del quale, coerentemente con l'obiettivo fissato dalla legge, si è valutata la distribuzione delle quote dei principali operatori nel SIC, è inoltre emerso come nessuno dei soggetti considerati abbia realizzato, per il 2012, ricavi superiori al limite di cui all'articolo 43, comma 9, del TUSMAR, ossia al 20% del SIC (vedi Tabella 3.7).

Tabella 3.7. Principali soggetti operanti nel SIC

Incidenza sulle risorse complessive del SIC	
	2012 (%)
Fininvest(*)	14,92
Mediaset	13,16
Arnoldo Mondadori Editore	1,74
21st Century Fox	14,26
Sky Italia	13,96
Fox International Channels Italy	0,30
RAI Radiotelevisione Italiana	13,2
Gruppo Editoriale L'Espresso	4,13
RCS Mediagroup	3,68
Altri operatori	49,81
Totale	100

* La presente quota include anche i ricavi realizzati dalla società controllata Mediamond s.p.a.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Più in dettaglio, le imprese che fanno riferimento al gruppo Fininvest (Mediaset e Arnoldo Mondadori Editore), nel 2012 raggiungono complessivamente il 14,92%, seguite dal gruppo 21st Century Fox con il 14,26% - costituito da Sky Italia (13,96%) e Fox International Channels Italy (0,30%) e Rai con il 13,20%. Seguono poi, con una quota di gran lunga inferiore, il Gruppo Editoriale L'Espresso (4,13%) e il gruppo RCS Mediagroup (3,68%). La rimanente quota del SIC, pari al 49,81%, per l'anno 2012, è riconducibile ai restanti operatori (tra gli altri, Seat Pagine Gialle, Google, Cairo Communication, Gruppo 24 Ore, Caltagirone Editore, Monrif, Class Editori e De Agostini).

Confrontando tali dati con quelli relativi al 2011 (cfr. delibera n. 220/13/CONS, Allegato A), si rileva che tutti i gruppi registrano una diminuzione delle proprie quote, a eccezione di 21st Century Fox.

3.2.1.2. L'Informativa Economica di Sistema

L'Informativa Economica di Sistema (IES) è uno strumento di valorizzazione e analisi dei mercati *media*, alimentato annualmente dalle comunicazioni cui sono obbligati gli operatori di tali settori, e riguarda i dati anagrafici ed economici relativi all'attività svolta dagli operatori interessati nei predetti ambiti. I dati rilevati attraverso l'Informativa Economica di Sistema presentano carattere di elevata attendibilità, stante la capillare opera di informazione presso gli operatori del settore e la costante attività di assistenza alle società nella compilazione del modello per la dichiarazione, nonché la rigorosa attività di controllo dei dati da parte dell'Autorità. In virtù del suo carattere censuale, l'Informativa Economica di Sistema rappresenta per l'Autorità una fonte informativa primaria ed essenziale che consente di assolvere precisi obblighi di legge, tra cui, come anticipato nei paragrafi precedenti, le analisi dei mercati nel loro complesso e la valutazione annuale delle dimensioni economiche del SIC (v. par. 3.2.1.1).

La struttura della
IES

Con riferimento a quest'ultimo profilo, in seguito alle modifiche introdotte dalla legge n. 103 del 2012, si è reso necessario riformare, con la delibera n. 397/13/CONS, l'ambito di rilevazione dell'Informativa Economica di Sistema. Al riguardo, rileva principalmente l'introduzione dei ricavi da pubblicità *online* nell'ambito dei ricavi afferenti al SIC di cui all'art. 43, comma 10, del TUSMAR che ha implicato, a partire dalla rilevazione relativa all'anno solare 2012, l'estensione del perimetro della IES, in modo da ricomprendere tutti i soggetti che realizzano qualunque tipologia di ricavo pubblicitario sul mezzo internet, inclusi gli operatori che gestiscono motori di ricerca e *social network*.

Attualmente, i soggetti obbligati alla comunicazione sono, quindi, gli operatori di rete, i fornitori di servizi di *media* audiovisivi e radiofonici, i fornitori di servizi interattivi associati e/o di servizi di accesso condizionato, i soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione, le imprese concessionarie di pubblicità (compresi i soggetti che esercitano attività di pubblicità *online* e pubblicità cinematografica), le agenzie di stampa a carattere nazionale (compresi i soggetti i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento, a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di trasmissione utilizzato, ad almeno un editore a carattere nazionale che realizzi un prodotto ai sensi della legge n. 62 del 2001), gli editori di giornali quotidiani, periodici o riviste, altre pubblicazioni periodiche e annuaristiche e altri prodotti editoriali anche in formato elettronico.

Le modifiche
apportate nel
2013

Inoltre, l'ampliamento dell'ambito di riferimento dell'Informativa Economica di Sistema a settori in cui si realizzano transazioni che possono coinvolgere soggetti con sede legale all'estero, ha reso necessario includere nella rilevazione anche i ricavi derivanti dalla vendita di beni e servizi realizzati sul territorio nazionale e contabilizzati all'estero.

L'adeguamento della IES agli intervenuti mutamenti legislativi ha quindi comportato una ridefinizione dei soggetti obbligati e ha offerto l'occasione per una complessiva razionalizzazione delle informazioni acquisite per adempiere a precisi obblighi di legge e per garantire l'aggiornamento della base statistica degli operatori di comunicazione, con l'obiettivo ulteriore di migliorare l'efficienza nel monitoraggio e nell'analisi di tali settori.

3.2.1.3. L'indagine conoscitiva sul settore dei servizi internet e sulla pubblicità online

Con la delibera n. 19/14/CONS, l'Autorità ha concluso il percorso di analisi e monitoraggio di internet, come auspicato agli esiti dell'indagine conoscitiva sulla raccolta pubblicitaria (di cui alla delibera n. 551/12/CONS), volto alla comprensione degli assetti competitivi dei settori che compongono la filiera produttiva del *web* e a offrire una valutazione prospettica dell'intero ecosistema di internet.

Le finalità dell'indagine

Sebbene i mezzi tradizionali, e in particolare la televisione, rivestano ancora un ruolo prioritario per gli individui ai fini informativi, internet sta assumendo progressivamente maggiore rilievo. Stanti le evidenti ricadute sul pluralismo informativo e sull'intero sistema economico, nell'indagine è stato effettuato uno studio di tipo orizzontale e verticale dell'ecosistema di internet che risponde alla duplice esigenza di effettuare una rappresentazione rigorosa e puntuale delle dimensioni economiche del settore della pubblicità *online*, così come richiesto dalle recenti modifiche del dettato normativo (v. parr. 3.2.1.1 e 3.2.1.2), nonché di monitorare un ambito che si caratterizza sia per la costante spinta innovativa e la crescente importanza per l'economia e la società di un Paese avanzato, sia per la complessità delle relazioni tra i vari ambiti di mercato appartenenti alla filiera di internet.

Le fonti informative

Sotto il profilo metodologico, sono state utilizzate tutte le informazioni a disposizione dell'Autorità. In primo luogo, sono stati studiati e rielaborati i dati acquisiti mediante la complessa e articolata attività condotta nel corso del procedimento (invio di numerose richieste di informazioni, espletamento di diverse audizioni) che ha coinvolto i principali attori del settore presenti, sia dal lato della domanda, sia da quello dell'offerta (associazioni di categoria, editori tradizionali e nuovi attori attivi nell'offerta *online*, concessionarie di pubblicità, gestori di piattaforme di intermediazione pubblicitaria, nuovi operatori *online*, operatori di comunicazione elettronica). Inoltre, l'Autorità ha utilizzato il proprio patrimonio informativo e in particolare i dati forniti dalle imprese (anche *online*) nell'ambito dell'annuale comunicazione alla IES. Infine, sono state esaminate e rielaborate le informazioni derivanti dalle indagini, dai *report* e dagli studi nazionali ed internazionali più accreditati sotto il profilo scientifico (fra cui quelle afferenti alla misurazione delle *audience*). È stato inoltre condotta una specifica indagine su un campione (rappresentativo della popolazione italiana) di 10.000 cittadini, volta ad investigare il comportamento dei consumatori nella fruizione dei diversi mezzi di comunicazione, tradizionali e digitali.

La struttura dell'indagine

Il percorso di analisi è partito da un inquadramento del settore sotto il profilo storico e teorico volto a comprenderne il funzionamento e l'articolazione della filiera industriale, nonché la fase evolutiva attuale (Capitolo 1). Sono state, pertanto, verificate le condizioni della domanda sotto il profilo dell'accesso e dell'uso di tali servizi *web* da parte degli utenti, studiando le determinanti e i fattori che spingono a domandare (o a non domandare) servizi *web*, nonché le modalità di fruizione della rete e le forme di remunerazione, anche implicita, dei relativi servizi *online* (Capitolo 2). L'analisi competitiva dell'offerta dei servizi *web* sia orizzontali (motori di ricerca, portali e *social network*) sia verticali (servizi informativi), stanti le relazioni di interdipendenza, è stata preceduta da un resoconto circa la dinamica e la struttura dei mercati a monte (sistemi operativi, apparati di accesso alla rete e ai *browser* di navigazione; v. Capitolo 3).¹⁰¹ La rilevanza del settore della raccolta pubblicitaria *online* quale primaria fonte di finanziamento dei servizi, in particolare quelli informativi (Capitolo 4), ha richiesto, oltre a un'analisi della filiera pubblicitaria, anche la valorizzazione delle risorse economiche propedeutica alla comprensione dei relativi assetti (Capitolo 5). Nel Capitolo 6, infine, viene formulata un'analisi complessiva e prospettica del settore, enucleando le caratteristiche dell'intero ecosistema di internet, nonché le maggiori criticità riscontrate nell'indagine.

Le risultanze dell'indagine

Con riferimento al funzionamento di internet e degli ambiti specifici che compongono la relativa filiera, l'indagine ha consentito di appurare una serie di evidenze sinteticamente descritte.

In primo luogo, sebbene i mezzi tradizionali rappresentino ancora la principale fonte attraverso cui i cittadini-utenti si informano attivamente, l'analisi sul nuovo mezzo ha evidenziato la rilevanza del *web* ai fini del pluralismo informativo, nonché

¹⁰¹ Non sono stati oggetto di analisi sia tutta la parte della filiera afferente le reti di comunicazione elettronica (su cui l'Autorità è più volte intervenuta), sia i servizi audiovisivi *online* su cui è stato avviato uno specifico approfondimento.

per la crescita economica di un Paese avanzato (si rimanda al par. 2.3 per un approfondimento sui servizi di informazione diffusi attraverso i mezzi di comunicazione tradizionali e mediante il *web*).

In secondo luogo, l'esame dell'evoluzione storica e delle caratteristiche economiche del nuovo mezzo ha consentito di appurare la straordinaria complessità dell'ecosistema di internet, che può essere osservata sotto differenti punti di vista. Un primo elemento di complessità è rappresentato dall'ampiezza, varietà e differenti caratteristiche economiche degli ambiti caratterizzanti i tre livelli in cui può essere idealmente scomposta la filiera produttiva (infrastrutture, tecnologie e servizi per la navigazione e uso del mezzo, servizi e contenuti), caratterizzati, altresì, da una relazione di stretta interdipendenza. Un altro elemento di complessità concerne l'andamento ciclico del processo evolutivo di internet, che ha visto storicamente l'alternarsi di momenti di apertura, in concomitanza con l'introduzione di innovazioni radicali (i *personal computer*, i *browsers*, i motori di ricerca, ecc.) a fasi di chiusura, dovute all'evoluzione dei mercati e alle condotte attuate dalle imprese *leader*. Nel complesso, tuttavia, questo andamento ciclico, sebbene abbia comportato processi di consolidamento industriale e la fuoriuscita di numerosi operatori, non ha, fino a oggi, compromesso la natura aperta, flessibile e non proprietaria di internet.

L'ecosistema di
internet

L'indagine ha consentito di appurare, infine, assieme all'accelerata dinamica innovativa del comparto, la presenza di criticità che richiedendo una costante azione di monitoraggio, nonché una riflessione circa l'opportunità di interventi *ad hoc*. Dette criticità attengono, in particolare, ai seguenti aspetti:

- possibili rischi di esclusione digitale riconducibili alle peculiarità sotto il profilo socio-demografico degli utenti del *web*;
- strutture di mercato, con riferimento ad alcuni ambiti, tendenti alla concentrazione industriale;
- un processo di integrazione verticale tuttora in corso (attraverso operazioni di M&A e processi *greenfield*), volto ad acquistare posizioni rilevanti in snodi strategici del mondo internet; e (segnalate) pratiche potenzialmente anticompetitive (*leveraging*) che meritano una attenta quanto complessa attività di monitoraggio;
- problematiche, specie con riferimento alla produzione di informazione primaria, connesse al finanziamento dell'informazione *online* e di quella tradizionale;
- presenza di regimi fiscali differenti che alterano l'assetto dei mercati, nonché limitano la capacità di monitoraggio delle Autorità e una loro eventuale azione di regolamentazione.

3.2.2. La regolamentazione e la vigilanza

3.2.2.1. I procedimenti in materia di posizioni dominanti e di attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel SIC, di limiti anticoncentrativi in materia di autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi, di trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive e dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive

Posizioni dominanti e operazioni di concentrazione e intese nel SIC
Per quanto concerne i procedimenti in materia di posizioni dominanti e le attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel sistema integrato delle comunicazioni, l'Autorità, ai sensi dell'articolo 43 del Testo unico come declinato dall'articolo 4 del regolamento approvato con la delibera n. 646/06/CONS del 6 novembre 2006, è tenuta a verificare che non si costituiscano, nel SIC e nei mercati che lo compongono, posizioni dominanti e che non siano superati i limiti stabiliti dai commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12 del medesimo articolo. Tale attività si concretizza a

seguito di notifica di una delle predette operazioni da parte dei soggetti che operano nel Sic e, su segnalazione di chi vi abbia interesse o, periodicamente, d'ufficio.

Alla data del 30 aprile 2014, per quanto concerne le operazioni di concentrazione e le intese superiori alle soglie di fatturato di cui all'art. 4, comma 1, del citato regolamento, sono state assunte n. 3 delibere di non avvio dell'istruttoria da parte del Consiglio dell'Autorità e 1 determina di non avvio dell'istruttoria da parte della Direzione servizi *media*. I dati attestanti il volume di attività espletato nel periodo di riferimento, con riguardo alle attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel SIC, sono riportati nella Tabella 3.8.

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.

Operazioni sottoposte a verifica	25
Assunte con delibera	3
Assunte con determina	1
Operazioni infragruppo	12
Provvedimenti in trattazione	9

Fonte: Autorità

Limiti anticoncentrativi in materia di autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi

Per quanto riguarda i limiti anticoncentrativi previsti in relazione alle autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi, l'Autorità provvede a svolgere tali verifiche d'ufficio, entro e non oltre il 30 ottobre di ciascun anno, ai sensi dell'articolo 23 del regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale, allegato alla delibera n. 353/11/CONS.

Le regole

In particolare, i limiti anticoncentrativi in materia di autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi sono disciplinati dall'articolo 43, commi 7 e 8, del Testo unico e sono così ripartiti: 1. all'atto della completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze radiofoniche e televisive in tecnica digitale, uno stesso fornitore di contenuti, anche attraverso società qualificabili come controllate o collegate ai sensi dei commi 13, 14 e 15, non può essere titolare di autorizzazioni che consentano di diffondere più del 20% del totale dei programmi televisivi o più del 20% dei programmi radiofonici irradiabili su frequenze terrestri in ambito nazionale mediante le reti previste dal medesimo piano; 2. fino alla completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze televisive in tecnica digitale, il limite al numero complessivo di programmi per ogni soggetto è del 20% ed è calcolato sul numero complessivo dei programmi televisivi concessi o irradiati anche ai sensi dell'articolo 23, comma 1, della legge n. 112 del 2004, in ambito nazionale su frequenze terrestri indifferentemente in tecnica analogica o in tecnica digitale.

Al fine di agevolare l'attività di verifica, il regolamento allegato alla delibera n. 353/11/CONS prevede che i soggetti autorizzati alla fornitura di programmi televisivi hanno l'obbligo di comunicare all'Autorità, entro il 30 giugno di ciascun anno, il numero dei programmi autorizzati alla diffusione. Viene altresì chiarito che, nel rispetto di quanto previsto dalle definizioni di cui all'articolo 2, comma 1, lettere e), g) ed h) del Testo unico e dello stesso articolo 43, commi 7 e 8, ai fini del calcolo dei programmi non si considerano: a) le trasmissioni meramente ripetitive o consistenti in immagini fisse; b) le trasmissioni differite dello stesso palinsesto; c) la prestazione, a pagamento, di singoli programmi, o pacchetti di programmi audiovisivi lineari, con possibilità di acquisto da parte dell'utente anche nei momenti immediatamente antecedenti all'inizio della trasmissione del singolo programma, o del primo programma, nel caso si tratti di un pacchetto di programmi.

Infine, il regolamento specifica che un programma destinato alla fruizione del pubblico esclusivamente verso terminali mobili (ossia irradiato mediante rete DVB-H) corrisponde ad 1/10 di un programma trasmesso sul digitale terrestre (ossia

irradiato su rete DVB-T), mentre un programma diffuso in HD (che non costituisca *simulcast* o trasmissione differita dello stesso palinsesto) corrisponde a 1,5 degli altri programmi trasmessi in SD, sia con riferimento al totale dei programmi irradiati sia con riferimento al totale dei programmi irradiati da uno stesso soggetto.

Nel merito, occorre rilevare che nel corso dell'anno 2012 (30 giugno) si è perfezionato il passaggio definitivo al digitale terrestre, con la conseguente completa attuazione del piano nazionale delle frequenze televisive in tecnica digitale. Ne discende pertanto che le verifiche sul rispetto delle soglie anticoncentrative a partire dall'anno 2013 devono essere condotte utilizzando i citati parametri indicati al comma 7 dell'articolo 43 (sistema a regime) e non più secondo quelli di cui al comma 8 (relativi al periodo transitorio).

Tuttavia, in considerazione della prima applicazione del nuovo regime e ai fini di un completo riscontro dei limiti in questione, con riferimento all'anno 2013 le attività di verifica sono state effettuate avendo a riferimento entrambi i parametri sopra citati.

e i controlli
relativi al 2013

In particolare, l'Autorità, ha proceduto a svolgere un controllo a incrocio tra i dati dichiarati dai diversi fornitori di servizi di *media* e quelli presenti nel Registro operatori della comunicazione, all'esito del quale è emerso che nessun fornitore o gruppo di fornitori supera le soglie anticoncentrative previste dall'articolo 43, comma 7 (sistema a regime) e comma 8 (regime transitorio).

Trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

Ai sensi dell'art. 1, comma 6, lett. c), n. 13, della legge 31 luglio 1997, n. 249 e dell'articolo 3 del regolamento allegato alla delibera n. 646/06/CONS, l'Autorità autorizza i trasferimenti di proprietà delle società che esercitano l'attività radiotelevisiva. In particolare, l'autorizzazione in questione deve essere richiesta in tutti i casi in cui si realizza una cessione di azienda, un trasferimento di quote o di azioni e qualsiasi altro atto o fatto che ha per effetto l'acquisizione in capo ad altro soggetto del controllo o del pacchetto di controllo della società che esercita l'attività radiotelevisiva, sia esso di maggioranza assoluta o relativa, nonché nel caso di qualsiasi altro atto o patto - indipendentemente dalla modalità con cui si perfeziona - che determini il medesimo effetto nella forma di un'influenza dominante ai sensi dell'art. 43, comma 15, del Testo unico. Pertanto, ai sensi della normativa vigente, non ogni mutamento societario è soggetto ad autorizzazione da parte dell'Autorità, ma soltanto quel cambiamento che comporta una modifica nella titolarità dell'azienda - mediante cessione dell'intera azienda televisiva - o che comporta modifiche strutturali degli assetti societari, in modo tale che si determini una trasformazione della situazione di fatto o di diritto inerente al controllo o al collegamento della società che esercita l'attività radiotelevisiva. In questo senso, non integrano la fattispecie dei trasferimenti di proprietà le operazioni che si sostanziano nella voltura del titolo abilitativo (autorizzazione per i fornitori di servizi *media* audiovisivi), nella cessione del solo marchio identificativo della programmazione o della numerazione LCN.

Nel merito, nel corso del periodo di riferimento, sono state adottate 13 delibere di autorizzazione al trasferimento di proprietà delle società che esercitano l'attività radiotelevisiva.

Autorizzazioni al
trasferimento di
proprietà

Trasferimenti dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive ai sensi dell'art. 14-ter del Codice delle comunicazioni elettroniche

Il Codice delle comunicazioni elettroniche disciplina all'articolo 14-ter, commi 5 e 6, la procedura di trasferimento dei diritti individuali d'uso delle radiofrequenze. In particolare, ai sensi del comma 5 dell'articolo 14-ter, l'intenzione di un operatore di trasferire i diritti d'uso delle radiofrequenze deve essere notificata al Ministero dello sviluppo economico, il quale sentita l'Autorità comunica entro novanta giorni

dalla predetta notifica il nulla osta alla cessione dei diritti, ovvero i motivi che ne giustificano il diniego.

Per quanto concerne l'attività in capo all'Autorità, essa si risolve nel verificare che la concorrenza non sia falsata in conseguenza dei trasferimenti di diritti d'uso e che l'utilizzazione dei diritti d'uso trasferiti non risulti in contrasto con i vincoli di pianificazione previsti dalle relative delibere. Nello specifico, l'Autorità rilascia al Ministero competente un parere sul trasferimento oggetto del procedimento, previa acquisizione delle valutazioni di competenza dell'Autorità garante della concorrenza del mercato, ai sensi del comma 6 dell'articolo 14-ter del Codice delle comunicazioni elettroniche.

I pareri sui trasferimenti dei diritti d'uso delle frequenze

Nel merito, nel periodo di riferimento, è stato trasmesso uno schema di parere all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, per l'acquisizione delle valutazioni di competenza, e n. 4 pareri al Ministero dello sviluppo economico.

Revisione del regolamento in materia di posizioni dominanti nel settore radiotelevisivo di cui alla delibera n. 646/06/CONS

Al fine di svolgere le istruttorie in materia di posizioni dominanti nel settore radiotelevisivo, l'Autorità si è dotata di un apposito regolamento di procedura, recato prima dalla delibera n. 26/99/CONS del 23 marzo 1999 e poi, a seguito dell'entrata in vigore dell'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 recante il "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici", dalla delibera n. 646/06/CONS del 9 novembre 2006 (di seguito il regolamento).

Il regolamento si caratterizza per essere diretto a disciplinare differenti procedure relative a diverse competenze dell'Autorità (procedure in materia di trasferimenti di proprietà; di notifiche delle operazioni di concentrazione e intese; di accertamento sull'esistenza di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo, nonché dirette a verificare il superamento di limiti anticoncentrativi). Tuttavia, l'evoluzione normativa e giurisprudenziale, nonché la necessità di recepire alcuni orientamenti applicativi che si sono consolidati in via di prassi, hanno giustificato l'avvio di un procedimento per la revisione delle procedure recate dal regolamento in questione.

La revisione del regolamento in materia di posizioni dominanti

Pertanto, con delibera n. 727/13/CONS del 19 dicembre 2013, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica lo schema del nuovo regolamento recante la disciplina dei procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive e dei procedimenti di cui all'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

In particolare, nello schema di regolamento in questione, l'Autorità ha ritenuto di prevedere, ai fini delle verifiche di cui all'articolo 43, comma 2 del Testo unico (*posizioni dominanti*), anche alla luce della recente giurisprudenza formatasi in materia, una procedura di impostazione regolamentare interamente nuova, che include in un'unica sequenza procedurale le attività di individuazione e analisi del mercato rilevante, di accertamento della sussistenza di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo, nonché di eventuale adozione delle misure previste dall'articolo 43, comma 5 del Testo unico. Al fine di garantire la massima partecipazione di tutti i soggetti interessati è stato previsto un meccanismo di consultazione pubblica avente a oggetto uno schema di provvedimento recante le valutazioni e le decisioni cui è pervenuta l'Autorità all'esito dell'istruttoria. Inoltre, in considerazione della natura degli accertamenti da svolgere, nonché per ragioni di economia procedurale, è stato semplificato l'iter del procedimento diretto a verificare la sussistenza di una posizione vietata, ai sensi dell'articolo 43, commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12, del Testo Unico (*limiti anticoncentrativi*).

3.2.2.2. Il rilascio di autorizzazioni per i servizi di media e per le emittenti satellitari

Le autorizzazioni per i nuovi servizi di media

A seguito delle modifiche apportate al Testo unico dal decreto legislativo 15 marzo 2010, sia la prestazione di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica (art. 21, comma 1-*bis*), sia la fornitura di servizi di *media* audiovisivi a richiesta (art. 22-*bis*) sono soggette ad autorizzazione rilasciata dall'Autorità sulla base della disciplina stabilita con propri regolamenti. I suddetti regolamenti sono stati approvati dal Consiglio dell'Autorità con le delibere n. 606/10/CONS e n. 607/10/CONS del 25 novembre 2010.

La prestazione di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica

In attuazione della previsione di cui all'art. 21, comma 1-*bis* del Testo unico, la delibera n. 606/10/CONS reca la disciplina dell'attività di fornitura di servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici, anche a pagamento, su altri mezzi di comunicazione elettronica, svolta sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di *media*, il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche, in concorrenza con la radiodiffusione televisiva, e i cui ricavi annui derivanti da pubblicità, televendite, sponsorizzazioni, contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati, provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento, sono superiori a centomila euro.

Nel periodo di riferimento, e rispetto al precedente periodo, il volume di attività attinente l'adozione dei provvedimenti di rilascio delle autorizzazioni in questione non ha subito alcuna variazione e si riassume nei dati riportati nella Tabella 3.9.

Tabella 3.9. Servizi di *media* audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica

	1/5/12 - 30/4/13	1/5/13 - 30/4/14
Soggetti autorizzati	3	3
Autorizzazioni per la prestazione di servizi di <i>media</i> audiovisivi	4	4
Autorizzazioni per la prestazione di servizi di <i>media</i> radiofonici	17	17

Fonte: Autorità

L'art. 9, comma 1 del regolamento consente inoltre, senza alcun onere, ai fornitori di servizi di *media* audiovisivi o radiofonici su reti di diffusione terrestre, via satellite o di distribuzione via cavo, in possesso del relativo titolo abilitativo in corso di validità, e previa notifica, inclusiva anche dei dati tecnici necessari, da effettuarsi all'Autorità ed al Ministero competente, la ritrasmissione simultanea integrale su altri mezzi di comunicazione elettronica, fatto salvo il rispetto dei diritti di trasmissione acquisiti.

Il volume delle notifiche pervenute, con riguardo a tale ambito di competenze nel periodo di riferimento e rispetto al corrispondente periodo precedente, viene riportato nella Tabella 3.10.

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

	1/5/12 - 30/4/13	1/5/13 - 30/4/14
Società notificanti	46	11
Notifiche di ritr.ne in simulcast di servizi di <i>media</i> audiovisivi	19	14
Notifiche di ritr.ne in simulcast di servizi di <i>media</i> radiofonici	29	5

Fonte: Autorità

La fornitura di servizi di *media* audiovisivi a richiesta

La delibera n. 607/10/CONS disciplina l'attività di fornitura di servizi di *media* audiovisivi non lineari, anche a pagamento, svolta sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di *media*, il cui obiettivo principale è la fornitura di un catalogo di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico attraverso reti di comunicazioni elettroniche, in concorrenza con la radiodiffusione televisiva, e i cui ricavi annui derivanti da pubblicità, televendite, sponsorizzazioni, contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati, provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento sono superiori a centomila euro.

Nel periodo 2013/2014 è pervenuta una segnalazione certificata di inizio attività.

Le autorizzazioni satellitari

Le procedure per il rilascio dei titoli abilitativi in favore delle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della convenzione europea sulla televisione transfrontaliera – stipulata a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificata con legge 5 ottobre 1991, n. 327 – sono disciplinate dal regolamento approvato dall'Autorità con la delibera n. 127/00/CONS del 1° marzo 2000.

Il volume di attività attinente l'adozione dei provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite dei programmi televisivi si riassume nei dati riportati nella Tabella 3.11. Al fine di un semplice raffronto, si riportano per ciascuna fattispecie, a fianco dei dati riguardanti il periodo temporale in esame, i risultati conseguiti nell'anno precedente.

Tabella 3.11. Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi

	1/5/13 - 30/4/14	1/5/12 - 30/4/13
Domande di autorizzazione, rinnovo, voltura presentate	46	88
Autorizzazioni rilasciate	21	11
Autorizzazioni rinnovate	8	50
Autorizzazioni volturate	17	15
Provvedimenti in trattazione	1	12

Fonte: Autorità

Dalla lettura comparata dei dati relativi alle autorizzazioni trattate nelle due annualità si registra un aumento nel numero delle nuove autorizzazioni a fronte del decremento nel numero delle autorizzazioni rinnovate (al riguardo occorre segnalare che il numero delle autorizzazioni rinnovate nel precedente periodo è stato in gran parte dovuto al fatto che nel 2012 andavano in scadenza le autorizzazioni rilasciate alla società Sky Italia). Infine, a fronte del pressoché stabile numero delle autorizzazioni volturate, si segnala un notevole aumento del numero delle autorizzazioni decadute che, complessivamente, da n. 181, come rilevate al 30 aprile 2013, sono passate a n. 228, a conferma della difficoltà che sta attraversando anche il sistema della televisione satellitare, come peraltro già rilevato nel

precedente periodo. Alla data attuale, la consistenza globale del settore dell'emittenza televisiva via satellite trova sintesi nel numero complessivo dei programmi e dei soggetti autorizzati riportati nella Tabella 3.12.

Tabella 3.12. Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite

Totale programmi autorizzati – rinnovati	387
Totale soggetti autorizzati	114
Totale autorizzazioni decadute	228

Fonte: Autorità

Onde consentire l'esercizio di una funzione generale di monitoraggio del settore, i dati anagrafico-tecnici dichiarati dai soggetti istanti – e con riguardo a ciascuno dei provvedimenti di autorizzazione rilasciati – sono acquisiti in uno specifico *database*, che consente la gestione delle singole posizioni e la loro attualizzazione mediante l'annotazione delle successive pertinenti variazioni.

In applicazione delle disposizioni regolamentari vigenti, ai soggetti titolari di autorizzazione compete, infatti, di comunicare ogni eventuale variazione intervenuta rispetto alle informazioni o ai documenti forniti per il procedimento iniziale. Per tale aspetto, i dati maggiormente incisi da processi di trasformazione si sostanziano, massimamente, nel mutamento dell'assetto societario delle società emittenti, nella modifica delle denominazioni dei programmi diffusi e nel cambiamento del sistema tecnico di trasmissione.

Alle predette fattispecie si aggiungono, poi, gli atti conseguenti alle comunicazioni delle variazioni tecniche, che le emittenti sono tenute a fornire all'Autorità ai sensi del predetto regolamento.

Per quanto attiene al profilo della vigilanza, nel periodo temporale in esame è proseguita l'attività di controllo nei confronti delle emittenti satellitari che, in violazione della disciplina normativa vigente, diffondono in chiaro, anche durante le ore diurne, programmi a contenuto erotico/pornografico diretti, principalmente, a pubblicizzare numerazioni a tariffazione speciale per servizi a sovrapprezzo.

Tale attività si avvale della costante collaborazione e del supporto tecnico della Polizia delle comunicazioni e del Nucleo speciale della Guardia di finanza.

In linea più generale, infine, nell'ottica di un rafforzamento degli strumenti della vigilanza, mirato al perseguimento di una obiettiva parametrizzazione del sistema dell'emittenza televisiva satellitare e degli attori che in esso operano, nel periodo in esame è continuata, nei confronti delle società autorizzate alla diffusione di trasmissioni televisive via satellite, l'attività già in precedenza avviata e diretta ad acquisire informazioni e dati in ordine sia all'ubicazione degli apparati di *up-link* dalle stesse utilizzati, sia alle società partner che rendono ad esse disponibile la necessaria capacità trasmissiva.

3.2.2.3. La televisione digitale terrestre e la radio digitale

Modifiche e integrazioni al regolamento recante la nuova disciplina della fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale, di cui alla delibera n. 664/09/CONS

La delibera n. 664/09/CONS del 26 novembre 2009 ha introdotto la nuova disciplina della fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale. In particolare, il regolamento allegato alla delibera in questione definisce la fase di avvio dei mercati come il periodo intercorrente tra la data di entrata in vigore del regolamento e: 1) il raggiungimento della copertura di cui all'art. 13, comma 5, lettere c) e d); 2) la diffusione commerciale dei ricevitori per la ricezione dei programmi radiofonici numerici mediante ricevitori domestici non inferiore al 50% della popolazione e al 70% degli autoveicoli di nuova immatricolazione dotati di autoradio.

In tale fase di avvio, stante l'esigenza di ottimizzare l'utilizzazione delle risorse radioelettriche scarse, l'articolo 12 del regolamento allegato alla delibera n. 664/09/CONS ha stabilito che i diritti di uso delle radiofrequenze per le trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale in ambito nazionale e locale siano rilasciati esclusivamente a società consortili che risultino:

- esclusivamente partecipate, con quote paritetiche, da concessionari per la radiodiffusione sonora in ambito nazionale che hanno ottenuto l'autorizzazione per l'attività di fornitore di programmi radiofonici in tecnica digitale (art. 12, comma 4);

- (in ambito nazionale), partecipate da almeno il 40% delle emittenti legittimamente esercenti l'attività di radiodiffusione sonora in tecnica analogica in ambito nazionale, che siano anche titolari di autorizzazione per la fornitura di programmi radiofonici in ambito nazionale (art. 12, comma 5);

- (in ambito locale) partecipate da almeno il 30% delle emittenti legittimamente esercenti - nello stesso bacino di utenza o sub bacino di utenza - l'attività di radiodiffusione sonora in tecnica analogica in ambito locale, che siano anche titolari di autorizzazione per la fornitura di programmi radiofonici in ambito locale (art. 12, comma 6).

In ogni caso, è garantita alle emittenti autorizzate alla diffusione dei programmi radiofonici nazionali, che non partecipano al capitale delle società consortili assegnatarie del diritto di uso delle frequenze, la capacità necessaria a irradiare i propri programmi con parità di trattamento rispetto alle emittenti che partecipano al capitale sociale.

Con la delibera n. 180/12/CONS del 4 aprile 2012, l'Autorità ha approvato il piano provvisorio di assegnazione delle frequenze per il servizio radiofonico digitale terrestre nella Regione Trentino Alto Adige, progetto pilota nella provincia autonoma di Trento, dando impulso all'avvio del mercato della radiofonia digitale, anche al fine di trarre informazioni utili ai fini delle successive attività di pianificazione e gestione delle risorse per il servizio radiofonico digitale su tutto il territorio nazionale. In particolare nella delibera, oltre a individuare i blocchi di frequenze e i relativi utilizzatori, è stato previsto che il Ministero dello sviluppo economico, entro 60 giorni dalla pubblicazione sul sito *web* dell'Autorità della delibera in questione, assegna a tutti i soggetti aventi titolo i diritti di uso per un progetto pilota nel bacino di utenza corrispondente alla provincia di Trento, secondo i criteri e le procedure di cui agli artt. 12 e 13 del citato regolamento, tenendo conto della necessità di assicurare l'uso efficiente delle risorse e la compatibilità tra reti locali che operano in differenti bacini.

Tuttavia, al momento dell'assegnazione dei diritti di uso delle frequenze per il servizio radiofonico digitale in ambito nazionale, ai fini dell'avvio del progetto pilota in questione, si sono riscontrate una serie di criticità a causa del mancato raggiungimento da parte di alcune società consortili della percentuale di partecipazione prevista dall'articolo 12, comma 5, del regolamento.

Revisione del
regolamento DAB

Considerato che la situazione di fatto venutasi a creare ha determinato l'impossibilità di procedere all'assegnazione dei diritti di uso relativi a un blocco trasmissivo destinato alle emittenti radiofoniche nazionali, con conseguenti ritardi nella fase di avvio dei mercati nonché inefficienze nell'uso delle risorse frequenziali, l'Autorità, con delibera n. 567/13/CONS del 15 ottobre 2013, è intervenuta per modificare e integrare la disciplina prevista dal regolamento allegato alla delibera n. 664/09/CONS, mediante l'introduzione di una procedura alternativa di rilascio dei diritti di uso delle radiofrequenze per le trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale. Tale procedura prevede che venga svolta una selezione comparativa, gestita dal Ministero, nel caso in cui il mancato raggiungimento della percentuale di rappresentatività del 40% da parte della società consortile non consenta di procedere all'assegnazione dei diritti d'uso secondo le modalità previste dall'articolo 12 del regolamento allegato alla delibera n. 664/09/CONS. Rimane comunque salva la possibilità per le società consortili di ottenere i diritti d'uso secondo le modalità ordinarie, nel caso in cui conseguano, in qualsiasi momento entro la conclusione

della procedura di selezione comparativa, la predetta percentuale di rappresentatività, anche attraverso fusioni o accordi tra le medesime società partecipanti alla selezione comparativa.

Inoltre, ritenendo condivisibili le osservazioni emerse in sede di consultazione pubblica, al fine di garantire il rispetto del principio della parità di condizioni di avvio, sviluppo ed esercizio ordinario dell'attività di radiodiffusione sonora in tecnica digitale tra tutti i soggetti operanti nel mercato (sancito dall'articolo 2 del medesimo regolamento), è stato previsto, in capo alla società consortile che risulterà aggiudicataria del diritto d'uso a seguito della selezione comparativa, un obbligo di riserva esclusiva di capacità trasmissiva in favore dei fornitori di contenuti soci della società consortile non aggiudicataria (pari a 72 unità di capacità del blocco di diffusione per ciascuno dei fornitori, secondo quanto previsto dall'articolo 14, comma 3, lettera b) del regolamento allegato alla delibera n. 664/09/CONS), nonché ribadita la necessità che la società consortile aggiudicataria è tenuta al rispetto del principio di parità di trattamento tra tutti i fornitori di contenuti da essa trasportati.

Procedimento di analisi sulle condizioni e modalità di utilizzo della capacità trasmissiva per la diffusione di contenuti audiovisivi, sulle principali piattaforme trasmissive, avviato con delibera n. 438/13/CONS

Con la delibera n. 438/13/CONS del 18 luglio 2013 l'Agcom ha avviato un'analisi delle condizioni e modalità di utilizzo della capacità trasmissiva per la diffusione di contenuti audiovisivi sulle principali piattaforme trasmissive.

Come esplicitato al considerando n. 93 della delibera n. 277/13/CONS, l'Autorità ha preso atto della richiesta della Commissione europea di prevedere, al fine di garantire il rispetto delle misure concordate con il Governo italiano nel 2009, misure che garantiscano l'accesso al 40% della capacità trasmissiva sul quinto *multiplex* detenuto o acquisito dagli operatori anche al di fuori della procedura di gara indetta con la delibera n. 277/13/CONS. In questo senso, sempre nel predetto considerato, dopo aver evidenziato che la fissazione di un obbligo di cessione della capacità trasmissiva avente carattere generale e permanente è rimesso esclusivamente alla potestà legislativa, l'Autorità ha stabilito che, nell'ambito delle proprie competenze, avrebbe verificato – attraverso un'analisi di mercato della capacità trasmissiva – le modalità più opportune per introdurre tali misure.

Pertanto, con la delibera n. 438/13/CONS del 18 luglio 2013, l'Agcom ha ritenuto di dare corso alle previsioni contenute del citato considerando 93 della delibera n. 277/13/CONS, avviando un'analisi delle condizioni e modalità di utilizzo della capacità trasmissiva per la diffusione di contenuti audiovisivi sulle principali piattaforme trasmissive, onde disporre di elementi di valutazione ai fini dell'eventuale introduzione dell'obbligo di cessione del 40% della capacità trasmissiva.

Il perimetro dell'analisi, in corso di svolgimento, si concentra dunque sulle modalità e le condizioni di cessione della capacità trasmissiva sulle principali piattaforme trasmissive utilizzate per diffondere contenuti audiovisivi: digitale terrestre (DTT), satellite (*Direct to home* - DTH), reti di telecomunicazioni fisse (IPTV). In particolare, è oggetto di approfondimento la struttura dell'offerta di capacità trasmissiva da parte degli operatori di rete, nonché la domanda di capacità da parte degli editori televisivi sulle differenti piattaforme trasmissive.

Con l'intento di acquisire ragguagli di natura qualitativa e quantitativa, e al fine di comprendere le modalità e le condizioni di cessione della capacità trasmissiva, sono state predisposte e inviate numerose richieste di informazioni agli operatori di rete nazionali operanti sulle piattaforme trasmissive digitali (terrestre, satellitare e cavo-IPTV) e ai fornitori di contenuti nazionali non verticalmente integrati con gli operatori di rete.