



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Relazione annuale 2018

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

Presentazione del Presidente dell'Autorità

Angelo Marcello Cardani



www.agcom.it

Relazione annuale 2018

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

Roma, 11 luglio 2018

Presentazione del Presidente dell'Autorità

Angelo Marcello Cardani



Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Presidente

ANGELO MARCELLO CARDANI

Componenti

ANTONIO MARTUSCIELLO

MARIO MORCELLINI

ANTONIO NICITA

FRANCESCO POSTERARO

Segretario generale

RICCARDO CAPECCHI

Vice segretari generali

LAURA ARÌA

ANTONIO PERRUCCI

Capo di gabinetto del Presidente

ANNALISA D'ORAZIO

Signor Presidente della Repubblica, illustri Autorità, gentili ospiti,

a tutti voi rivolgo, anche a nome dei colleghi, i miei ringraziamenti per essere qui oggi e per aver accettato di partecipare alla presentazione al Parlamento della Relazione annuale sull'attività svolta nell'anno appena trascorso e sui programmi di lavoro dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Europa e mercato unico digitale

Due anni fa, in questa stessa occasione, a pochi giorni dalla scelta compiuta dalla maggioranza degli elettori inglesi, avevo sottolineato come la decisione della Gran Bretagna di uscire dalla UE avesse importanti implicazioni di ordine politico, sociale e culturale, prima ancora che economico e finanziario.

Sono trascorsi due anni da allora e i fermenti antieuropei sono cresciuti; hanno preso forma compiuta in molti dei paesi di più recente adesione all'Unione; hanno conquistato centralità nel dibattito politico, ovunque, e sono diventati più espliciti anche in paesi di più antica tradizione europeista come l'Italia. Ad un anno dalle elezioni europee del 2019 non possiamo non interrogarci sulla nostra idea di Europa e su cosa deve essere fatto, con urgenza, per consolidarla, all'insegna dei contenuti del Manifesto di Ventotene.

Dicevo due anni fa, e ribadisco oggi, che tocca alla politica trovare le reazioni e le risposte più giuste a questa deriva antieuropeista. Resto peraltro convinto che un ruolo importante e centrale compete a tutte le istituzioni che, come la nostra, vivono nel circuito dei decisori europei.

L'ulteriore sviluppo del mercato unico digitale rappresenta la cornice irrinunciabile di un qualsiasi progetto europeo, per il rilevante impatto che esercita sulla produttività, l'innovazione e la qualificazione dei territori, e per gli effetti di benessere sociale e di sviluppo nazionale che produce. Tale consapevolezza ci ha indotto a lavorare in ambito nazionale ed europeo su tutti i temi più importanti preordinati alla realizzazione di un mercato unico digitale¹. Alla base della strategia europea vi è la creazione di una "Gigabit Society" nella quale tutti i cittadini potranno disporre di una connettività ad altissima capacità in grado di garantire l'utilizzo diffuso di prodotti, servizi e applicazioni dell'ICT nel mercato unico digitale².

I nuovi obiettivi fissati dal programma europeo, dai quali la realtà italiana non può prescindere, costituiscono fondamentalmente una revisione ed un aggiornamento di quelli già fissati con l'Agenda Digitale Europea.

Riforme in itinere e riforme realizzate

Nel mese di giugno il Parlamento europeo e il Consiglio hanno raggiunto l'accordo sul nuovo Codice delle Comunicazioni³ proposto dalla Commissione che, oltre a favorire lo sviluppo delle reti 5G e

¹ Cfr. COM (2017) 228 sulla revisione intermedia dell'attuazione della strategia per il mercato unico digitale.

² Cfr. COM (2016) 587 sulla connettività per un mercato unico digitale: verso una società dei Gigabit europea.

³ Proposta di direttiva COM (2016) 590.

ad incrementare il livello di tutela dei consumatori, avrà come obiettivo primario quello di promuovere lo sviluppo e la diffusione delle reti fisse ad alta velocità. Al riguardo, il nuovo quadro regolamentare promuove i co-investimenti e la condivisione del rischio nei progetti di sviluppo delle reti di nuova generazione, favorendo sia la concorrenza infrastrutturale, sia il modello *wholesale only*, visti quali strumenti per conseguire la più ampia infrastrutturazione e il maggior grado di concorrenza.

Un accordo è stato raggiunto anche sulla riforma della direttiva servizi media audiovisivi (c.d. SMAV) introducendo significative novità nella disciplina dei contenuti audio-video, sebbene resti ancora aperto il problema delle asimmetrie tra i fornitori di servizi di media audiovisivi e le grandi piattaforme di contenuti e pubblicità *online*. La direttiva, inoltre, riforma l'architettura istituzionale vigente, in particolare con riferimento alle prerogative di indipendenza delle Autorità nazionali e al contestuale rafforzamento del loro organismo di coordinamento in sede europea (ERG-A)⁴.

Volgendo uno sguardo agli altri processi di riforma in atto nei settori di competenza dell'Autorità, segnalo che nell'ultimo anno, oltre alle proposte legislative in materia di *copyright* nel mercato unico digitale, finalizzate ad armonizzare le discipline per la tutela del diritto d'autore e a consentire il più ampio accesso alle opere da parte degli utenti dell'Unione⁵, è stato adottato il Regolamento europeo in tema di portabilità transfrontaliera dei contenuti *online* nel mercato interno⁶.

Nel settore postale, infine, si è registrato nel maggio scorso un decisivo passo in avanti sul fronte della promozione *dell'e-commerce* – attualmente frenato da un *deficit* di trasparenza e da prezzi

⁴ COM (2016) 287.

⁵ Proposta di direttiva COM (2016) 593.

⁶ Regolamento (UE) 2017/1128.

elevati – grazie al Regolamento UE relativo ai servizi di consegna transfrontaliera dei pacchi, direttamente applicabile nel nostro ordinamento. Il Gruppo dei Regolatori per i Servizi Postali (ERG-P), presieduto dall'Agcom per l'anno 2017, si è particolarmente impegnato nelle attività di monitoraggio e di analisi che hanno portato alla sua adozione. Il Regolamento, che affida ai regolatori nazionali la vigilanza sulla trasparenza dei prezzi, mira a far crescere la fiducia dei consumatori nei confronti del commercio elettronico transfrontaliero attraverso il contenimento dei prezzi e una serie di obblighi di trasparenza in capo agli operatori.

La dimensione degli ambiti sottoposti all'intervento regolatorio cresce senza sosta e diventa più complessa a fronte della dimensione globale dei mercati della varietà dei servizi e degli ambiti di tutela di utenti e consumatori.

Assetto e prospettive dei mercati regolati

I ricavi del settore delle comunicazioni e dei singoli segmenti che lo compongono (telecomunicazioni, media e servizi postali) rappresentano anche per il 2017 oltre il 3% del PIL nazionale.

Le risorse economiche del complesso dei mercati vigilati da Agcom ammontano a oltre 54 miliardi di euro, confermando il *trend* di lieve crescita (+1,2%) già osservato lo scorso anno. Cresce il peso relativo di Internet, del settore postale e, in misura meno accentuata, del settore telecomunicazioni. Tende invece a ridursi, anche se con un diverso grado di intensità, il peso degli altri comparti vigilati, ossia TV, radio ed editoria.

Più nello specifico, nel confronto tra i ricavi 2016 e i ricavi 2017 si osservano le seguenti dinamiche:

- la crescita del segmento delle telecomunicazioni è dovuta all'accelerazione registrata nella diffusione degli accessi *broadband* e

ultrabroadband da rete fissa (+3,8%), in grado di compensare positivamente la complessiva riduzione registrata per i servizi di rete mobile (-1,9%);

- nel settore televisivo, la flessione dei ricavi riguarda essenzialmente la TV in chiaro (-3,5%). La tenuta della *pay tv* è riconducibile principalmente all'andamento della spesa d'utente, il cui incremento ha parzialmente assorbito le minori entrate pubblicitarie;
- l'editoria palesa ancora risultati negativi (-5,2%). Il settore dei quotidiani, in particolare, registra una ulteriore contrazione dei ricavi dell'8,9%;
- la radio perde qualcosa nel suo complesso (-0,7%), ma in un contesto che manifesta segnali di ripresa;
- gli investimenti pubblicitari globali appaiono sempre più re-indirizzati dai media tradizionali alle piattaforme *online*, che complessivamente crescono di oltre il 12%. Google e Facebook sono naturalmente i principali beneficiari di questo *trend*;
- nell'ambito dei servizi postali, infine, continuano a contrarsi i servizi tradizionali (-12,6%), mentre cresce in misura consistente il valore dei servizi di corriere espresso, che supera i 4,5 miliardi di euro (+ 11,7%), rappresentando ormai oltre il 60% delle risorse complessive del mercato postale.

Nel settore delle telecomunicazioni il valore complessivo dei ricavi varca la soglia dei 32 miliardi di euro e torna il segno positivo degli investimenti infrastrutturali (+1,6%), grazie al *trend* di ripresa degli investimenti sulla rete fissa che compensa la fisiologica decrescita di quelli sulla rete mobile dopo i balzi in avanti degli anni passati. Detti investimenti ammontano nel complesso a 7 miliardi di euro in valore assoluto. Analogo *trend* positivo concerne la spesa complessiva in servizi da parte di imprese e famiglie (+1,7%). Quanto ai volumi di traffico, a fronte del perdurante ritrarsi del traffico

tradizionale (fonia), aumentano gli abbonati *broadband* su rete fissa di circa un milione e raddoppiano gli accessi *ultrabroadband* (da 2,3 a 4,5 milioni). La crescente domanda di contenuti video *online* su rete fissa è alla base del sensibile incremento del consumo di banda e traffico dati (+30%). Il consumo di dati da parte degli utenti è cresciuto in misura ancora maggiore (+48% circa) nella telefonia mobile. Notevole dinamismo si osserva nel segmento dei servizi di accesso *fixed wireless* (FWA), i cui ricavi mostrano una crescita prossima al 30%, con un numero di utenti che ha superato il milione. Sul mercato di rete fissa continua l'espansione geografica dell'operatore "*wholesale only*" *Open Fiber* nelle aree oggetto dei finanziamenti pubblici, mentre nella telefonia mobile abbiamo assistito al lancio delle prime offerte commerciali da parte dell'operatore *Iliad*.

Il settore media – 14,6 miliardi di ricavi complessivi nel 2017 (-0,9%) – presenta immagini differenti nei singoli comparti. Il dato complessivo sembrerebbe deporre per una sostanziale tenuta: crescono, ad esempio, i ricavi pubblicitari globali. Tuttavia, solo la scomposizione dei diversi mercati del settore è in grado di fornire una istantanea credibile. L'aumento della raccolta pubblicitaria è dovuto esclusivamente all'*online*, che cresce ancora a due cifre e vale ora 2,2 miliardi (la raccolta pubblicitaria di quotidiani, periodici e radio assieme non arriva a 1,9 miliardi), mentre quasi tutti i mezzi tradizionali registrano un andamento negativo. La televisione perde un 2% di ricavi, ma con una significativa differenza tendenziale tra *tv free* (-3,5%) e *tv pay* (-0,2%). La TV si conferma ancora il mezzo con la maggiore valenza informativa, sia per frequenza di accesso anche a scopo informativo, sia per importanza e attendibilità percepite. Crescono le forme di accesso non tradizionali alla tv; in tal senso il 2017 può essere ricordato anche come l'anno della definitiva consacrazione della "televisione liquida", con una stima di circa 3 milioni di cittadini che guardano abitualmente la tv in *streaming* e in numero 3/4 volte superiore che scaricano abitualmente conte-

nuti televisivi sui propri *device*. La televisione tradizionale manifesta comunque importanti segni di tenuta sia in termini di valore economico, come si è appena ricordato, sia in termini di ascolti, con una *audience* media nel *prime time* serale stabilmente sopra i 25 milioni di contatti, come a fine 2016.

Internet, a sua volta, cresce come mezzo di informazione, oltre che come veicolo pubblicitario. Tuttavia l'attendibilità percepita delle fonti informative *online*, come testimonia la nostra ultima ricerca sui consumi di informazione, rimane mediamente inferiore rispetto a quella delle fonti tradizionali. Altro elemento interessante consiste nella tendenza degli italiani ad accedere all'informazione *online* prevalentemente attraverso fonti c.d. algoritmiche, in particolare *social network* e motori di ricerca.

La radio, come già nel 2016, registra segnali di tenuta e consolidamento delle proprie posizioni tradizionali sia in termini di ricavi complessivi (626 milioni di euro, -0,7%), sia in termini di *audience*.

Il valore economico del settore dell'editoria quotidiana e periodica, al contrario, registra una ulteriore flessione: 3,6 miliardi di ricavi complessivi, ossia il -5,2%. Il settore nell'ultimo decennio ha perso all'incirca metà del suo peso economico. Essendo qui in gioco non solo i destini di una filiera industriale, ma anche quelli di un bene di valore strategico e sociale quale l'informazione, la crisi di questo comparto e la contestuale ascesa di Internet quale tendenziale mezzo sostitutivo, si configura quale tema di *policy* che interroga *in primis* Governo e Parlamento e che richiede una riflessione di ampio respiro.

Nel settore dei servizi postali il 2017 ha visto una crescita dei ricavi di oltre il 6% rispetto all'anno precedente. L'intero mercato vale oggi circa 7,5 miliardi di euro, grazie in particolare alla crescita del segmento dei corrieri espresso. Per contro, assistiamo ad una strutturale contrazione dei servizi di corrispondenza. I volumi sono di-

minuiti del 5,8%, fino ad un ammontare pari a 3,8 miliardi di invii. Grazie anche all'intensa attività di regolamentazione e vigilanza esercitata dall'Autorità dal punto di vista delle dinamiche concorrenziali, è stato un anno di consolidamento, in particolare nel mercato dei corrieri espresso, ma anche globalmente, con una ulteriore discesa della quota complessiva di mercato di Poste Italiane di circa il 2% rispetto al 2016.

Lo sviluppo delle reti ultrabroadband e il futuro della rete

Il 18 maggio 2018, la Commissione europea ha pubblicato il *Digital Economy and Society Index 2018 (DESI)*. Pur in un contesto di chiaroscuri che mantengono l'Italia in una posizione piuttosto arretrata rispetto alla media UE⁷, il Rapporto dà conto di dinamiche positive in particolare con riguardo alla concorrenzialità dei mercati e ai progressi nella diffusione delle infrastrutture a larga e larghissima banda in Italia. In particolare, il miglioramento delle prestazioni in termini di copertura delle reti NGA è netto ed ha portato l'Italia, in un solo anno, dal 23° posto nel 2016 al 13° nel 2017 nella classifica degli Stati membri. Altrettanto positiva è la valutazione complessiva delle iniziative regolamentari assunte dall'Autorità.

Il livello di concorrenza sulle infrastrutture risulta in crescita grazie all'ingresso nel mercato di nuovi soggetti, alle sinergie di investimento da parte degli operatori tradizionali per lo sviluppo della

⁷ Come negli anni scorsi, le sfide principali per il Paese restano la bassa connettività (intesa come numero di utenti di servizi digitali) e lo scarso tasso di penetrazione di competenze digitali tra la popolazione, con quanto ne deriva in termini di utilizzo dei servizi della società dell'informazione da parte dei cittadini (*e-government*), delle PMI (commercio elettronico) e dei consumatori in genere. È chiaro che gli effetti della rivoluzione digitale nel nostro Paese non saranno pienamente conseguiti se continueremo a trascinarci a lungo una quota rilevante di popolazione in stato di analfabetismo digitale. Cultura e alfabetizzazione digitale sono peraltro un passaporto di cittadinanza europea – anzi, di più – un ricostituente della identità europea.

fibra FTTH e FTTC ed al *trend* degli accessi FWA. Il numero totale di servizi all'ingrosso NGA è aumentato dell'80% in un anno e la copertura nel 2017 ha raggiunto l'87% delle famiglie, attestando così l'Italia al di sopra della media UE (80%). Per quanto riguarda le aree rurali, i dati di copertura NGA sono positivi in termini relativi (+23% rispetto al 2016), ma ancora insufficienti in termini assoluti, poiché la copertura del 39% è al di sotto della media UE (47%).

Gli investimenti ancora necessari per la realizzazione della "Gigabit society" e il futuro della rete di accesso di Telecom Italia sono stati argomenti al centro del dibattito politico-istituzionale nell'anno appena trascorso. Dal punto di vista della regolamentazione, l'Autorità ha posto le condizioni per l'operatività del *Nuovo Modello di Equivalence* (NME) funzionale al rafforzamento della non discriminazione tra le prestazioni di accesso dalla rete TIM agli operatori alternativi e alla propria divisione *Retail*⁸.

Parallelamente è stato avviato il quarto ciclo di analisi dei mercati di servizi di accesso che coprirà il periodo 2018-2021. In tale ambito si colloca la valutazione del progetto di separazione legale della rete di accesso proposta da Telecom Italia.

Il progresso tecnologico e l'evoluzione delle condizioni concorrenziali saranno i principali punti di riferimento che l'Autorità seguirà nella valutazione relativa all'eventuale rivisitazione della definizione dei mercati, all'aggiornamento dell'elenco degli operatori dotati di significativo potere di mercato e alla modifica delle vigenti disposizioni regolamentari. Ai fini di tale complessa valutazione si acquisiranno naturalmente le indicazioni della Commissione europea e del mercato.

⁸ Si tratta di un progetto complesso che coinvolge quattro ambiti della struttura dell'operatore SMP: organizzazione, processi, sistemi informativi e basi dati. Sono stati avviati tre tavoli di discussione con gli operatori di mercato coordinati dall'Autorità, al fine di realizzare alcuni elementi fondanti del modello NME: i) il database unico NetMap, ii) la Nuova Catena di Delivery NCD, iii) la semplificazione delle causali di scarto (KO) degli ordini.

La gestione dello spettro radioelettrico

La legge di bilancio 2018 ha affidato all'Autorità il compito di definire le procedure per l'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze per lo sviluppo del 5G⁹.

Il regolamento è stato adottato nel mese di maggio. Si tratta di un esempio di asta multibanda per lo sviluppo delle infrastrutture 5G¹⁰. Dall'assegnazione lo Stato attende un introito minimo di 2,5 miliardi di euro, per metà a valere già sull'anno corrente. Sulla base del regolamento, il Ministero dello sviluppo economico organizzerà la relativa gara che dovrà concludersi entro il prossimo settembre.

La medesima legge di bilancio 2018, a fronte dell'assegnazione nel 2022 delle frequenze in banda 700 MHz agli operatori 5G, ha disciplinato la liberazione dagli usi televisivi. Il rilascio di queste frequenze non potrà avvenire senza un complesso e articolato riassetto del sistema radiotelevisivo su piattaforma digitale terrestre nazionale e locale e non trascurando lo sviluppo della radio digitale.

Il primo passo è la recente adozione del nuovo Piano nazionale delle frequenze, in seguito ad un faticoso coordinamento internazionale (ancora in corso) per superare antichi e complessi problemi interferenziali con i paesi confinanti.

⁹ Si tratta, nello specifico, delle frequenze disponibili nelle bande 694-790 MHz, 3600-3800 MHz e 26.5-27.5 GHz. (bande cd. "pioniere"). Lo sviluppo del 5G è condizione per l'introduzione di servizi innovativi come l'*e-health* e le *connected cars* (e più in generale di soluzioni legate all'*Internet of things*), oltre che per aumentare la copertura dei servizi in aree neglette per mancanza di residenti, nonché lungo le principali direttrici di trasporto.

¹⁰ Le regole per l'assegnazione delle frequenze hanno tenuto conto della molteplicità delle esigenze da soddisfare, ma anche delle potenziali porzioni di spettro che saranno prorogate oppure liberate in un prossimo futuro, prestando particolare attenzione al rischio di accaparramento dello spettro da un lato, con introduzione di *cap*, e allo spazio minimo per nuovi entranti dall'altro. Prezzi minimi e lotti permettono sia flessibilità per diversi modelli di business che rispetto dei vincoli tecnologici.

I vincoli normativi che il Piano ha dovuto tenere presenti sono particolarmente stringenti¹¹, ma ha tuttavia conseguito l'obiettivo di disporre, in ciascuna area, di 10 reti nazionali e 4 locali, oltre ad una ulteriore rete decomponibile a livello regionale.

Resta da definire il percorso attuativo che dovrà tener conto del difficile bilanciamento degli obiettivi di efficiente uso delle frequenze, garanzia dell'equilibrio economico-finanziario degli operatori e tutela delle esigenze della domanda e dei bisogni dei consumatori.

I contenuti on-line e la produzione audiovisiva

Il periodo trascorso si è caratterizzato per alcune importanti riforme che hanno investito la disciplina che tutela il prodotto europeo, le produzioni indipendenti e la materia del diritto d'autore.

Quanto al primo aspetto, la recente approvazione del D.lgs. n. 204/17 ha profondamente ridisegnato la cornice normativa di riferimento in materia di tutela del prodotto europeo e delle produzioni indipendenti¹², confermando le competenze regolamentari in capo all'Autorità. Al riguardo, con la delibera 184/18/Cons dell'11 aprile

¹¹ Tali obiettivi sono: *a)* realizzare un *multiplex* regionale per la trasmissione di programmi televisivi in ambito locale; *b)* massimizzare il numero di blocchi coordinati destinabili in ciascuna regione alla radiofonia digitale; esclusione dalla pianificazione delle frequenze in banda III VHF e 470-694 MHz non attribuite internazionalmente all'Italia nelle aree di coordinamento; riserva all'emittenza in ambito locale di un terzo della capacità trasmissiva.

¹² Si tratta del decreto legislativo 7 dicembre 2017, n. 204 (c.d. decreto Franceschini) recante "Riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi, a norma dell'articolo 34 della legge 14 novembre 2016, n. 220". Esso costituisce una "costola" del più ampio progetto di riforma promosso con la predetta legge 14 novembre 2016, n. 220, "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo", la cui attuazione ha richiesto una ventina di interventi regolamentari ed attuativi da parte del Ministero.

scorso, Agcom ha posto in consultazione pubblica una proposta di regolamentazione ispirata a criteri di flessibilità intesi a sottrarre rigidità al sistema delle quote ed a contemperare il principio di tutela dell'opera audiovisiva europea con le esigenze di libertà (di palinsesto, di scelte economiche, di investimento) degli operatori televisivi¹³. Si tratta della medesima "filosofia" che aveva già ispirato la segnalazione al Mibact del febbraio 2016, e, ancora in precedenza, *L'Indagine conoscitiva sul settore della produzione audiovisiva* della fine del 2015.

Nel corso del 2017 ha mosso passi importanti il processo di parziale liberalizzazione del mercato dell'intermediazione dei diritti d'autore, che si affianca alla realizzata liberalizzazione di quello dell'intermediazione dei diritti connessi. Il Legislatore ha affidato all'Autorità il compito di vigilare sul nuovo mercato dell'intermediazione dei diritti d'autore e dei diritti connessi. Il regolamento approvato allo scopo dall'Autorità, all'esito di una consultazione pubblica che ha coinvolto tutti gli *stakeholders*, costituisce la cornice entro cui Agcom eserciterà la propria vigilanza.

Il 2017 è stato il quarto anno di applicazione del Regolamento per la tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, che mira a raggiungere i suoi obiettivi non solo attraverso la repressione delle violazioni, ma anche mediante la promozione dell'offerta legale e l'educazione dei consumatori alla legalità. Il Regolamento, divenuto ormai una *best practice* a livello europeo, riscuote, grazie ai risultati ottenuti, un consenso sempre più vasto. Ne è massima prova il conferimento ad Agcom da parte del legisla-

¹³ Si tratta dello "schema di regolamento in materia di obblighi di programmazione e investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti". Peraltro, negli stessi giorni abbiamo avviato altre due consultazioni pubbliche, l'una "finalizzata all'individuazione di specifiche regole dirette a evitare situazioni di conflitto di interessi tra produttori e agenti che rappresentino artisti", e l'altra sullo schema di regolamento in materia di classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi.

tore, di nuovi poteri per l'adozione di provvedimenti cautelari e per l'individuazione di misure atte a impedire la reiterazione delle violazioni. Concluse da poco la consultazione pubblica e l'interlocuzione con la Commissione europea, l'Autorità conta di approvare al più presto le conseguenti integrazioni al Regolamento.

Quanto alle dinamiche di mercato del settore *media*, il 2017 è stato l'anno della verifica del controllo/collegamento Vivendi-Tim-Mediaset e degli interventi dell'Autorità al riguardo.

Nel settore radiofonico, gli importanti processi di concentrazione verificatisi negli ultimi anni hanno suggerito l'avvio di una analisi di mercato, la cui fase 1 si è conclusa nei mesi scorsi con l'individuazione dei due mercati rilevanti nazionale e locale. Nel settore radiofonico l'Autorità, superando difficoltà oggettive e ristrettezze tecniche, intende incentivare, per quanto di sua competenza, il processo di digitalizzazione.

Nel settore della rilevazione degli indici di ascolto, anch'esso caratterizzato da grandi rivolgimenti, non possiamo dimenticare che l'anno trascorso è stato l'anno di partenza del nuovo sistema Auditel dopo i problemi degli anni precedenti: una riforma accompagnata con attenzione dall'Autorità.

Sul fronte del servizio pubblico radiotelevisivo l'anno trascorso ha visto finalmente l'approvazione del nuovo Contratto di servizio, ora quinquennale, ai cui contenuti riteniamo di aver fornito un importante contributo con le nostre Linee Guida.

Delle molte iniziative promosse, anche d'intesa con il coordinamento dei Co.Re.Com., per la tutela dei diritti degli utenti nel nuovo contesto digitale (contrasto al *cyberbullismo*, promozione della formazione digitale, misure per la tutela dei minori, raccomandazione per una qualità più avanzata della rappresentazione dell'immagine della donna nei programmi di informazione e di intrattenimento, atto di indirizzo sull'*hate speech*) dà ampio conto la Relazione.

Un ultimo tema su cui desidero richiamare l'attenzione con riferimento alla disciplina dei contenuti riguarda la nostra attività a tutela del pluralismo informativo. Si tratta di una attività che svolgiamo in modo continuativo a largo raggio e senza trascurare le dinamiche dei mercati, ma che, in ossequio all'art. 21 della Costituzione e per effetto del mandato del Legislatore, svolgiamo con particolare attenzione nel corso delle campagne elettorali. Ora, che la legge 28/2000 sia una legge datata, che avrebbe bisogno di interventi di attualizzazione lo diciamo ormai da molto tempo e anche in questa sede. Ciò detto, non riteniamo che, per tali motivi, la legge 28 possa essere applicata più blandamente. Al contrario, in assenza di regole di rango legislativo, stiamo provando a condurre un delicato e complesso esperimento di co-regolamentazione e di auto-regolamentazione. Abbiamo istituito a tal fine il *"Tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali"*, che ha l'obiettivo di promuovere l'auto-regolamentazione delle piattaforme e lo scambio di buone prassi per l'individuazione ed il contrasto dei fenomeni di disinformazione *online* frutto di strategie mirate. In quel contesto, abbiamo adottato nel febbraio scorso le *"Linee guida per la parità di accesso alle piattaforme online durante la campagna elettorale 2018"*, all'esito delle quali le piattaforme digitali hanno messo a disposizione dei propri utenti alcuni strumenti di contrasto alla disinformazione *online*. Si tratta di un lavoro *in progress* che intendiamo seguire con particolare attenzione. Ci conforta il fatto che durante la recente campagna elettorale questo lavoro ha permesso di arginare le derive più insidiose.

Quanto ai media tradizionali, ritengo che nel complesso si sia riusciti a garantire adeguatamente il principio della parità d'accesso e dell'equilibrio dell'informazione, in particolare attraverso una quotidiana opera di monitoraggio e di indirizzo. Ciò ha permesso, peraltro, di ridurre al minimo gli interventi sanzionatori, quest'anno particolarmente concentrati sulla qualità e il diritto ad essere informati più che

sull'aritmetica bilancia della *par condicio*. Resta il problema, più volte sottolineato, di una legge – la n. 28 del 2000 – che richiederebbe un aggiornamento al passo con le nuove forme di comunicazione.

Per il futuro ritengo che, pur nel rispetto dell'indipendenza delle scelte editoriali e della libertà dei palinsesti informativi, sarebbe nell'interesse del Paese e dei cittadini disporre di una informazione e comunicazione politica più vocata al contraddittorio e alla condotta responsabile, seguendo l'esempio di altri paesi le cui Autorità codificano e vigilano su regole di comportamento nei periodi elettorali e non, con il rispetto dovuto agli organi dello Stato.

La concorrenza nel settore postale

Con riferimento al mercato postale, la legge annuale per il mercato e la concorrenza ha disposto, a partire dal 10 settembre 2017, l'abolizione della riserva legale in favore di Poste Italiane sul servizio di notifica a mezzo posta degli atti giudiziari e delle violazioni al Codice della strada, portando finalmente a compimento il processo di completa liberalizzazione del mercato¹⁴. Come Autorità di settore, nel corso delle audizioni che hanno accompagnato l'*iter* di approvazione del disegno di legge abbiamo espresso *“un forte e convinto apprezzamento sulla proposta di abrogazione”* del regime di esclusiva, giudicando tale intervento in grado di *“promuovere migliori condizioni concorrenziali nel mercato”* e di allineare in tal modo la normativa nazionale al quadro europeo¹⁵.

¹⁴ La legge 4 agosto 2017, n. 124.

¹⁵ Si consideri, al riguardo, che i servizi di notifica degli atti giudiziari e delle violazioni del Codice della strada forniti da Poste Italiane lo scorso anno hanno generato ricavi pari a 412,9 milioni di euro, +15% sul 2016, per un totale di oltre 56 milioni di pezzi inviati, +8,7% sul 2016.

Nell'ambito dell'attività di riesame delle previsioni in materia di accesso alla rete di Poste Italiane, abbiamo previsto, tra le altre misure, che nelle aree di recapito in cui è presente solo la rete di Poste Italiane (c.d. aree EU2) la tariffa di accesso debba essere orientata ai costi pertinenti sostenuti dall'*incumbent* e resi opportunamente efficienti. Al fine di assicurare il rispetto del principio di non discriminazione, abbiamo inoltre avviato un separato procedimento volto alla definizione di un *test* di replicabilità delle offerte.

Sempre nell'ottica di garantire una corretta concorrenza è poi proseguita l'azione di vigilanza sull'esercizio di servizi postali. A tale proposito, abbiamo intrapreso azioni di verifica delle attività di alcune società del gruppo Amazon Eu, potenzialmente qualificabili come postali in base alla normativa europea e nazionale. Il processo di apertura del mercato alla concorrenza è stato ed è accompagnato, infine, da una costante attività di monitoraggio della qualità del servizio universale, con particolare attenzione alla verifica della capillarità e continuità del servizio.

L'Autorità a tutela dei consumatori

La tutela dei consumatori è una competenza molto sentita dall'Autorità, che ne è stata investita a pieno titolo sin dalla sua legge istitutiva. Tra i numerosi interventi regolamentari dell'ultimo anno nel settore delle comunicazioni elettroniche si segnalano, innanzitutto, quelli volti a garantire un'adeguata trasparenza delle offerte per accrescere la consapevolezza dei consumatori nella scelta e utilizzo dei servizi offerti.

La trasparenza tariffaria è stato il terreno sul quale nell'ultimo anno si sono confrontate – e ancora si confrontano – le posizioni dei principali operatori telefonici da una parte e i consumatori e l'Autorità dall'altra. Abbiamo messo in luce per primi l'opacità dell'iniziativa posta in essere dagli operatori di rimodulare a 28 giorni la

fatturazione mensile. Davanti a quella rimodulazione che di fatto si è tradotta in un artificioso innalzamento dei prezzi, il consumatore, oltre a subire un aumento inconsapevole del costo, si è trovato totalmente disorientato rispetto ai propri consueti parametri di controllo della spesa e di confronto tra le diverse offerte. È auspicabile che in futuro non si ripetano situazioni simili e mi auguro che gli operatori vogliano ricomporre un patto di fiducia con i consumatori seguendo le indicazioni dell'Autorità in tema di rimborso.

Sempre in tema di trasparenza, al fine di contrastare l'odioso fenomeno delle attivazioni inconsapevoli di servizi *premium* nella telefonia mobile, abbiamo autorizzato la sperimentazione di nuove procedure più garantiste per l'acquisto dei servizi da parte dei consumatori, sulla base di una serie di proposte avanzate dagli operatori di telecomunicazione e dai fornitori di contenuti, coinvolgendo le associazioni e i consumatori nella valutazione degli strumenti più idonei alla tutela.

Vorrei ricordare, poi, le azioni regolamentari intraprese nei riguardi degli utenti in condizione di disagio economico e sociale. Tenuto conto dell'aggravarsi dell'incidenza della povertà in Italia negli ultimi anni, abbiamo deciso di aggiornare i requisiti di accesso alle agevolazioni tariffarie per le famiglie in condizioni economiche disagiate estendendo a circa 2,6 milioni di nuclei familiari la possibilità di avvantaggiarsene¹⁶. Un nuovo sistema di agevolazioni è stato reso disponibile anche agli utenti con disabilità sensoriali¹⁷. D'intesa

¹⁶ In aggiunta al preesistente sconto del 50% sul canone di accesso alla rete telefonica, il nuovo sistema di agevolazioni prevede anche trenta minuti di telefonate gratuite verso tutte le numerazioni nazionali fisse e mobili.

¹⁷ Le agevolazioni previste dalla delibera n. 46/17/Cons consistono, per la rete fissa, in uno sconto del 50% del canone mensile per le offerte con navigazione Internet inclusa e, per la rete mobile, in due offerte specificamente dedicate alle esigenze dei non vedenti (2.000 minuti di traffico voce e un volume di traffico di almeno 10 Gigabyte) e dei non udenti (50 SMS gratuiti di traffico voce e un volume di traffico dati di almeno 20 Gigabyte).

con l'INPS, valuteremo se e in che misura estendere dette agevolazioni ad utenti affetti da altre forme di disabilità. L'Autorità è poi stata ancora in prima linea negli interventi di sua competenza a favore delle popolazioni delle aree colpite dal sisma del 2016.

Nel corso del 2017, l'Autorità ha svolto, inoltre, una costante attività di vigilanza sul diritto degli utenti ad una rete Internet priva di restrizioni arbitrarie. Tale attività ha avuto un importante effetto di *moral suasion*, inducendo alcuni operatori ad interrompere o a rimodulare alcune offerte *zero-rating* o pratiche di gestione del traffico non in linea con il Regolamento Europeo sulla *net neutrality*.

Nel 2017 è proseguita con successo l'attività di conciliazione delle controversie tra cittadini e operatori di comunicazione elettronica. In particolare, i Co.Re.Com. (con cui abbiamo – tra l'altro – sottoscritto proprio lo scorso anno il nuovo Accordo Quadro) hanno contribuito alla risoluzione di circa l'83% delle controversie, riconoscendo rimborsi a favore di famiglie e imprese superiori ai 40 milioni di euro. Le principali cause di contenzioso hanno riguardato processi di migrazione, errate fatturazioni e attivazione di servizi non richiesti. Nell'ultimo triennio i volumi di attività hanno superato le centodiecimila pratiche tra istanze di conciliazioni, definizioni e provvedimenti cautelari evasi dai Co.Re.Com.. L'introduzione del sistema centralizzato di ODR (*on-line dispute resolution*), meglio noto come "*Conciliaweb*", avrà l'indubbio vantaggio di deflazionare il carico dei procedimenti rimessi ai Co.Re.Com., senza incidere sulla garanzia di tutela a favore di tutti gli utenti, anche di quelli che vantano pretese in assoluto poco significative; elemento quest'ultimo che resta uno dei punti di forza della nostra procedura.

Nella seconda metà del 2018 verrà completata l'attuazione della nuova disciplina in materia di costi di recesso anticipato e di semplificazione delle modalità con cui gli utenti potranno esercitare tale diritto.

In tema di *net neutrality*, è giunta a termine l'istruttoria relativa all'ubicazione del punto terminale di rete e alla relazione con i servizi di accesso e assistenza ai consumatori, che porterà a breve a individuare le misure per garantire la libertà di scelta dei terminali e la trasparenza delle diverse tipologie di servizi offerti. Prosegue l'azione di vigilanza sulla corretta applicazione dei regolamenti sul *roaming* internazionale.

Sul fronte della tutela dell'utenza tanto è stato fatto, ma tanto resta ancora da fare. Restiamo comunque fiduciosi che la conoscenza del mercato maturata in questi anni dall'Autorità, unitamente ai continui e proficui rapporti con i Co.Re.Com. e le associazioni dei consumatori, ci consentiranno di venire a capo delle molteplici sfide che si presenteranno sul nostro cammino anche nel prossimo anno.

Big data e ruolo dell'Autorità

Sempre più ambiti economici e sociali sono governati da algoritmi. Parole, interazioni sociali, spostamenti, localizzazione geografica, gusti, orientamenti. Ma non basta. Sempre di più, tutti gli oggetti che ci circondano funzioneranno sulla base di algoritmi, grazie alle applicazioni 5G ed all'Internet delle cose (c.d. *IoT*).

L'impiego così massiccio di algoritmi e di automazione si fonda sull'uso dei *Big Data* e del *machine learning*. Viviamo già oggi, e sempre più vivremo in futuro, una epoca di "trasformazione in dati": già oggi possiamo affermare che *Facebook* ha "trasformato in dati" le relazioni sociali; *LinkedIn* quelle lavorative; *Twitter* le opinioni e gli orientamenti; *Amazon* le propensioni al consumo, i gusti, le capacità di spesa; *Google*, ragionevolmente, tutto questo, tutto insieme.

Sono gli algoritmi che permettono di utilizzare i dati per assumere decisioni in tempo reale e compiere velocemente processi che solo pochi anni fa richiedevano tempi molto lunghi.

A fronte di questi travolgenti cambiamenti – che avranno senza dubbio effetti molto rilevanti e largamente positivi in termini di ricadute economiche, risparmio, sostenibilità ambientale – occorrerà elaborare una vera e propria strategia italiana sull'intelligenza artificiale, anche per affrontare le complesse problematiche ad essa connesse.

Esiste innanzitutto un problema di gestione: i sistemi di raccolta dei dati prodotti dai dispositivi *IoT* restituiscono informazioni, ma - per stare all'esempio delle *smart city* - molte municipalità non hanno mezzi e *know how* per la gestione, l'analisi e l'utilizzo efficiente di questa impressionante quantità di dati. Servono professionalità e strumenti ancora non disponibili in forma sufficiente.

Un problema che preoccupa le comunità scientifiche e le *intelligence* di tutti i maggiori paesi, è quello della sicurezza. Come evitare la violazione dei sistemi? Come impedire che la circolazione di veicoli senza pilota diventi uno strumento di offesa? Rendere sicure le reti 5G è una grande sfida perché più diventiamo sofisticati, più siamo vulnerabili.

E poi c'è il grande problema dell'uso secondario di *Big Data*. Il tema della trasparenza e della neutralità dell'algoritmo. Il tema del governo eterodiretto delle opinioni pubbliche mondiali attraverso *Big Data* e *data learning*.

Nell'ultimo anno l'Autorità, muovendo dall'analisi e lo studio dei principali fenomeni che guidano la rivoluzione digitale¹⁸, ha avviato diverse iniziative che possono essere ricomprese in una più generale strategia di attenzione all'innovazione e alle traiettorie delle nuove tecnologie dei sistemi e delle applicazioni delle comunicazioni elet-

¹⁸ Eravamo partiti nel 2015 con l'indagine conoscitiva "Informazione e internet in Italia". Abbiamo proseguito nel 2016 con l'indagine conoscitiva su "Piattaforme Digitali e Sistema dell'Informazione". Nel frattempo abbiamo promosso due edizioni dell'Osservatorio sul giornalismo e chiuso una serie di studi aventi ad oggetto l'informazione online, le *app* sociali, il 5G.

troniche, quali il tavolo tecnico sulle attività *Machine to Machine* e sull'*Internet of Things*, il contributo sul *metering* per l'ARERA, l'indagine sugli sviluppi del 5G e l'Indagine congiunta con AGCM e Garante Privacy sui *Big data*. Nello scorso mese di giugno, abbiamo presentato un *Interim Report* di quest'ultima, con *focus* specifici sul prezzo implicito dei dati "scambiati" nell'ecosistema digitale e sull'evoluzione del pluralismo nell'epoca del dato profilato. Continueremo nei prossimi mesi, anche con la collaborazione delle principali piattaforme digitali, a studiare a fini regolamentari l'impatto degli algoritmi e delle metriche di *machine learning* su come le informazioni sono originate, comunicate e selezionate *on-line* sui motori di ricerca e sui *social network*.

Big Data comporta un salto di paradigma interpretativo della nostra realtà, a tutti i livelli. I dati e le ricerche sul campo ci dicono quali sono i rischi: un ecosistema governato da poche grandi multinazionali caratterizzate da un elevato grado di integrazione in tutte le fasi; elevate barriere all'entrata; tendenza al monopolio (per dare un'idea: sono solo sei le *App* installate da più di un miliardo di utenti nel mondo e tre imprese detengono otto delle dieci *app* più scaricate (*Facebook*, *Google* e *Apple*); crescenti e strutturali asimmetrie informative tra utenti ed operatori; concreti rischi di alterazione dell'ecosistema informativo planetario; allarmanti fenomeni di polarizzazione delle opinioni; crescente esposizione alle derive dell'odio (politico, razziale, religioso) e dell'abuso (*stalking*, *cyberbullismo*, omofobia). Tutto questo ha molto a che fare con Agcom. È un pezzo del nostro pane quotidiano. E non solo perché ritorna il tema della tutela del pluralismo informativo e della libertà di espressione, ma perché il discorso si allarga ad altri grandi temi quali, oltre ovviamente alla generica tutela dei consumatori nei mercati digitali, la tutela della dignità della persona, la protezione dei minori, il contrasto ad ogni forma di discriminazione e di illegalità, in poche parole i diritti inalienabili della persona e le loro tutele nell'ecosistema digitale.

E allora, se questi sono i rischi, è dovere di tutti noi interrogarsi anche su quali siano le possibili soluzioni.

Una prima direttrice di marcia riguarda la disciplina dei mercati. I paradigmi classici non bastano più a leggere e a sistematizzare lo scenario che abbiamo davanti. *Google, Apple, Facebook, Amazon* si impongono come monopolisti, anche quando la loro posizione non corrisponde perfettamente al modello consueto di chi controlla un mercato. La stessa definizione classica di mercato rilevante è ormai sottoposta a una rigorosa lettura critica da parte di autorevoli studiosi. E dunque, se le vecchie regole *ex post* ci appaiono inadatte alla disciplina di questi nuovi mercati, con tanta più forza emerge il tema di una possibile disciplina *ex ante*. Dobbiamo chiederci se e in che misura si tratta di accompagnare la regolazione che verrà verso forme tecniche di disciplina delle grandi piattaforme digitali e verso un approccio *ex ante* alla regolamentazione del dato.

Una seconda direttrice, strettamente connessa alla prima, concerne il grado di neutralità e di trasparenza degli algoritmi, sia con riferimento alle operazioni di gerarchizzazione e di indicizzazione delle *news*, sia con riguardo al potere di indurre i cittadini a determinati comportamenti (acquisti, stili di vita, opinioni). Posto che gli algoritmi non saranno mai neutrali, l'attenzione va concentrata sul tema della trasparenza, si tratti dei meccanismi che presiedono alla formazione dei suggerimenti, piuttosto che dei margini di errore che il calcolo probabilistico determina.

Infine, la terza direttrice, di grande rilievo sotto il profilo politico e sociale, che chiama in causa il Legislatore attorno ad un dilemma strategico: se l'immensa galassia *Big Data* debba restare tutta proprietaria, in nome del diritto dell'impresa e del segreto industriale; ovvero se esista una porzione più o meno rilevante di questi dati che possano essere resi trasparenti e liberamente accessibili sul presupposto della loro natura di bene pubblico.

Conclusioni

In coerenza con le preoccupazioni e gli interrogativi cui facevo riferimento all'inizio a proposito dell'idea di Europa e delle derive antieuropeiste, ritengo che le Autorità del settore dei media e delle comunicazioni elettroniche debbano concentrare in particolare la loro attenzione sul tema ampio della *e-democracy*. Un tema che concerne certamente l'affinamento della strumentazione giuridica ed economica occorrente al nostro quotidiano operare all'interno dei mercati regolati, ma che, più in generale, deve essere rivolto ad affermare la nostra idea di Paese, e la nostra idea di Europa.

Entro questa cornice, parlare di *e-democracy* significa evocare quattro importanti ambiti di intervento: *i)* quello dei diritti di cittadinanza, che trovano esplicitazione nel nostro quotidiano operare, soprattutto sul fronte della tutela dei consumatori (trasparenza delle offerte, libertà di scelta, piena consapevolezza nella maturazione degli orientamenti e delle propensioni al consumo); *ii)* quello della tutela del diritto d'autore e dei contenuti, che è battaglia culturale di salvaguardia dell'identità europea e di tutela dell'opera dell'ingegno che costituisce tanta parte di quell'identità; *iii)* quello dei diritti delle persone, che quanto al nostro operare significa soprattutto difesa della dignità di donne e uomini da ogni forma di odio e discriminazione che si manifesti attraverso l'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa; *iv)* infine, forse per noi il più importante, quello a tutela di quel bene pubblico che è l'informazione: una informazione plurale, professionale, trasparente e verificabile nelle sue fonti, autorevole e credibile quanto ai suoi contenuti. Il contrasto alla disinformazione ed alla deriva delle *fake news* acquisisce senso e sostanza solo se collocato nel contesto della difesa dei principi dei nostri ordinamenti democratici. Siamo ben consapevoli, infatti, che quei fenomeni e quella deriva mettono a rischio non solo, banalmente, la sopravvivenza dei mezzi d'informazione classici,

quanto, soprattutto, la salvaguardia dei modelli classici di formazione dell'opinione pubblica e di costruzione del consenso, e dunque, in definitiva, dei nostri assetti democratici. Nell'ottica descritta, *Digital single market* e *e-democracy* costituiscono due facce speculari e complementari di un'unica visione: l'Europa cui pensiamo e che vogliamo concorrere a difendere e consolidare.

C'è infine un tema che mi preme richiamare e su cui l'Autorità si è espressa a più riprese nel recente passato¹⁹: quello della rilevanza costituzionale dell'Informazione (con la I maiuscola). Il "diritto all'informazione" va infatti determinato e qualificato in riferimento ai principi fondanti della forma di Stato delineata dalla nostra Costituzione, i quali esigono (secondo le parole della Corte Costituzionale²⁰) che *"la democrazia sia basata su una libera opinione pubblica e sia in grado di svilupparsi attraverso la pari concorrenza di tutti alla formazione della volontà generale"*. Di qui deriva l'imperativo costituzionale che il "diritto all'informazione" garantito dall'art. 21 sia qualificato e caratterizzato: *"dal pluralismo delle fonti cui attingere conoscenze e notizie in modo tale che il cittadino possa essere messo in condizione di compiere le sue valutazioni avendo presenti punti di vista differenti e orientamenti culturali contrastanti; dall'obiettività e imparzialità dei dati e informazioni fornite; dalla completezza, correttezza e continuità dell'attività di informazione; dal rispetto della dignità umana, dell'ordine pubblico, del buon costume e del libero sviluppo psichico e morale dei minori, nonché dal divieto all'incitamento all'odio basato su etnia, religione o nazionalità ritenendo la coesione sociale, la cultura del rispetto e l'educazione alla diversità"*

¹⁹ Si vedano la delibera 424/16/CONS recante *"Atto di indirizzo sul rispetto della dignità umana e del principio di non discriminazione nei programmi di informazione, di approfondimento informativo e di intrattenimento"* e la delibera 46/18/CONS recante *"Richiamo al rispetto della dignità umana e alla prevenzione dell'incitamento all'odio"*.

²⁰ Si vedano ad esempio sentt. nn. 202 del 1976, 148 del 1981, 153 del 1987, 826 del 1988 e 112 del 1993.

elementi imprescindibili di democrazia e di crescita". Occorre ricordare quindi che l'Informazione è un valore fondante della convivenza democratica e della libera manifestazione delle opinioni e per questo va utilizzata, costruita e diffusa con estremo rigore e cautela.

Per chiudere, ricordo che l'Autorità ha celebrato a febbraio i suoi primi venti anni di attività, testimoniando la lungimiranza della scelta operata quattro lustri orsono dal Legislatore nazionale. All'approssimarsi di un nuovo quadro comunitario di regole, auspico che il Legislatore, nel dare attuazione alla nuova cornice legislativa in materia di comunicazioni elettroniche, dia prova di pari saggezza e lungimiranza. Ritengo, in particolare, che alcune linee di riforma dovrebbero essere salvaguardate e rafforzate: l'indipendenza delle Autorità nazionali di regolamentazione, la garanzia delle loro competenze e la certezza delle risorse a loro disposizione.

Ringraziamenti

Come ogni anno, in conclusione, alcuni doverosi ringraziamenti per nulla rituali: ai nostri organi di supporto, il Nucleo speciale della Guardia di finanza ed il Corpo di Polizia postale e delle comunicazioni; agli organi funzionalmente connessi, il Consiglio nazionale degli utenti e i Comitati regionali per le comunicazioni; agli organi interni di garanzia, il Comitato etico, la Commissione di garanzia e la Commissione di controllo interno.

Un mio ringraziamento personale va ai colleghi componenti del Consiglio dell'Autorità, Antonio Martusciello, Mario Morcellini, Antonio Nicita e Francesco Posteraro; al Segretario Generale Riccardo Capecci ed al mio Capo di gabinetto Annalisa D'Orazio.

Infine un sentito ed orgoglioso ringraziamento a tutte le donne e gli uomini di Agcom.



Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Centro direzionale, Isola B5 - 80143 Napoli

Via Isonzo, 21/b - 00198 Roma

www.agcom.it

