

Relazione annuale 2017

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

Roma, 11 luglio 2017

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

ANTONIO PRETO (fino al 3 novembre 2016)

Segretario generale

RICCARDO CAPECCHI

Vice segretari generali

LAURA ARÌA

ANTONIO PERRUCCI

Capo di gabinetto del Presidente

ANNALISA D'ORAZIO

Illustri Autorità e gentili ospiti,

a tutti voi rivolgo un ringraziamento per essere qui oggi e per aver accolto l'invito a partecipare alla presentazione del nostro rapporto annuale.

L'anno trascorso ha visto l'Autorità protagonista di molti eventi significativi per il sistema italiano delle comunicazioni e dell'informazione. È stato l'anno di importanti operazioni di consolidamento (Wind/3; Vivendi/Mediaset; Mondadori/Mediaset/Finelco; Gruppo l'Espresso/Itedi) ma anche quello dell'ingresso di nuovi operatori nel mercato (Iliad, Open fiber). L'anno di progressione della crescita dell'uso di servizi e applicazioni attraverso la piattaforma Internet e di conseguenza di rafforzamento dei giganti del web (Google, Apple, Facebook, Microsoft) anche nel nostro mercato. È stato l'anno dell'avvio operativo dei progetti finanziati dai fondi pubblici destinati allo sviluppo della banda ultralarga e l'anno di forte slancio negli investimenti privati in innovazione e realizzazione delle reti di alta qualità. L'anno del rinnovo della Convenzione Stato-RAI e del dibattito sul futuro dell'impresa pubblica radiotelevisiva in un contesto digitale e multimediale. E anche l'anno in cui consumatori e cittadini hanno invocato a gran voce un nuovo ruolo e nuove protezioni dentro l'economia e la società digitale. Richieste in positivo, in risposta alla complessità derivante

dalla crescente quantità e qualità dei servizi o all'esigenza di alfabetizzazione digitale e riduzione dell'esclusione sociale (*digital divide*); all'opposto si invoca tutela contro i fenomeni devianti e devianti del web quali *hate speech, fake news, cyberbullismo*. Nuove prestazioni e nuove tutele, qualità e capacità di protezione più avanzate sono le sfide, e al tempo stesso i doveri, che l'Autorità è chiamata ad assumere, con l'aiuto del legislatore invitato a conferire con urgenza ad Agcom le competenze necessarie ad affrontare le "nuove" garanzie nelle comunicazioni nell'ecosistema digitale.

È stato purtroppo anche l'anno della scomparsa del nostro collega Antonio Preto a cui va il nostro pensiero e un nostro speciale ringraziamento.

Vorrei partire – con il supporto di alcune immagini video – dall'analisi dei mercati e delle loro dinamiche, che sono fortemente condizionate dalle decisioni dell'Autorità, per poi concentrarmi su alcune tematiche che hanno caratterizzato la nostra attività nell'anno appena trascorso e sulle prospettive nell'immediato futuro.

Cosa facciamo e come si muovono i nostri mercati

Nell'approssimarsi del ventennale dell'Agcom, è giusto richiamare le principali linee di azione, anche al fine di delineare le possibili direzioni verso nuove e necessarie competenze.

Agcom regola le telecomunicazioni fisse e mobili, la TV, la radio, i servizi video su richiesta, i servizi postali, le radiofrequenze utilizzate da dispositivi wireless, l'informazione. Sostiene la concorrenza e l'innovazione e aiuta aziende e consumatori italiani a ricevere servizi di comunicazione e prodotti digitali efficienti e di qualità e a proteggerli da abusi e frodi.

Nella nostra azione siamo indipendenti dai governi e dagli interessi delle imprese, ma pienamente responsabili verso il Parlamento e gli italiani nel conseguimento della nostra missione: per questo ci confrontiamo apertamente e costruttivamente con le Istituzioni e il pubblico. Forniamo pareri tecnici (ad esempio sulla revisione del contratto di servizio pubblico radiotelevisivo), rispondiamo a quesiti posti nelle audizioni dinanzi alle Commissioni parlamentari, forniamo conoscenza e informazione (dati, studi e ricerche) e in alcuni casi agiamo come rappresentanti formali in coordinamento con il Governo (come nei negoziati internazionali sullo spettro, nella Cabina di regia per l'attuazione del Piano BUL, nell'analisi della distribuzione degli uffici postali). E tutta la nostra azione si rivolge a consumatori e imprese nei mercati di nostra competenza, mercati che si distinguono per dinamismo e creatività.

I ricavi nei mercati di nostra pertinenza rappresentano il 3,2% del PIL; negli ultimi anni mostrano un andamento variabile e nell'ultimo anno un'inversione di tendenza rispetto al quadriennio precedente: i ricavi complessivi riprendono infatti a crescere (+1,5%) dopo anni in diminuzione. La quota prevalente di ricavi è quella del mercato dei servizi di telecomunicazioni (60% del totale di cui 31% mobile e 29% fisso), seguita dai media (inserzionisti, utenti per servizi a pagamento, contributi pubblici) con una quota del 27% e dai ricavi dei servizi postali, con il 13% del totale. La spesa media annua nei servizi di comunicazioni (telecomunicazioni, televisione, radio, quotidiani e periodici, servizi postali, altri servizi di comunicazione online) rappresenta la seconda spesa delle famiglie dopo la casa. La quota prevalente è destinata alla linea/scheda telefonica e all'accesso a Internet su reti fisse e in mobilità, seguita da servizi e prodotti audiovisivi in diverse modalità, dall'acquisto di quotidiani e periodici e infine dai servizi postali. I servizi IT e di comunicazione rappresentano fattori

produttivi e organizzativi fondamentali per le imprese e la pubblica amministrazione e in aumento al crescere dei processi interni di digitalizzazione.

Nel 2016 gli investimenti in telecomunicazioni registrano un leggero calo dovuto soprattutto al rallentamento del comparto radio-mobiliare. L'anno segna, invece, un nuovo record degli investimenti privati nelle infrastrutture di telecomunicazioni fisse. Questi crescono del 6% nell'ultimo anno e del 32% nel biennio 2015-2016. Nel 2017 prosegue la crescita degli investimenti privati a cui si aggiungono i fondi pubblici destinati al secondo Piano di sviluppo della banda ultra larga partito nel 2015 e che ha visto la prima assegnazione (circa 700 mil€) a giugno di quest'anno in seguito all'aggiudicazione del primo bando di gara.

La sinergia pubblico-privato rappresenta un'opportunità per recuperare il ritardo rispetto ad altri Paesi europei nella realizzazione delle reti e, di conseguenza, nell'uso di servizi di accesso ad alta qualità (almeno 30 Mbps di capacità di download) da parte degli abbonati. La copertura nazionale con reti a banda ultralarga fa un deciso balzo in avanti nel 2016 – dal 41% delle unità abitative nel 2015 al 72% lo scorso anno – consentendo all'Italia un sostanziale avvicinamento agli obiettivi dell'Agenda digitale europea. Analizzando i dati di diffusione dei servizi (utilizzo) il nostro divario con l'Europa – sebbene si restringa rispetto al 2015 – resta ancora decisamente elevato. La percentuale di popolazione abbonata a reti a banda ultralarga passa dal 5% nel 2015 al 12% nel 2016, tuttavia restiamo al 25° posto della classifica europea e ben al di sotto del valore medio di utilizzazione (media UE 37%). Allo sviluppo delle reti non sempre corrisponde una maggiore penetrazione (come nel caso delle Regioni del Sud e della Sicilia), a dimostrazione di altre difficoltà nella diffusione dei servizi, tra cui (ma non solo) la capacità di spesa. La situazione di realizzazione si presenta più grave nelle aree rurali (bassa densità di popolazione, case e sedi industriali

sparse), per cui si richiede una maggiore sinergia: sebbene anche in questo caso si sia passati dal 3% nel 2015 al 16% nel 2016, siamo molto al di sotto della media UE (40%). Un minore divario mostra, infine, la copertura media nazionale delle reti radiomobili di ultima generazione 4G, che raggiunge nel 2016 una quota dell'86% contro una media europea dell'84%.

I dati sulla disponibilità territoriale dell'accesso alle reti di telecomunicazioni sono resi disponibili dall'Autorità, in formato Open data, non soltanto attraverso il proprio osservatorio trimestrale, ma anche attraverso una nuova modalità, pensata per il consumatore finale, che permette di conoscere, con una granularità ricondotta al proprio indirizzo di residenza, l'offerta disponibile di servizi fissi e mobili, per ciascun tipo di tecnologia¹.

La garanzia dell'accesso ad Internet di alta qualità per tutti è ancora lontana, anche se – anche per effetto della regolazione – la situazione è nettamente migliorata negli ultimi tre anni (durata del ciclo della regolamentazione), come mostrato dal grafico (accesso a Internet >30 Mbps passa dall'1% del 2013 al 15% nel 2016; 10-30 Mbps da 18 a 37% <10 da 81% a 48%). L'Autorità ha inteso anche favorire l'innovazione, non solo nei profili di accesso (promozione dell'equivalence e regolamentazione dei prezzi e della qualità dei nuovi servizi xDSL all'ingrosso, disciplina dell'accesso al cabinet, il vectoring e il MOV, regolazione delle reti GPON-FTTH e delle infrastrutture fisiche), ma anche nelle altre componenti del sistema di telecomunicazioni attraverso la migrazione amministrativa *Ethernet*, la regolamentazione del *backhauling*, gli interventi in materia di *Net Neutrality* e la promozione dello sviluppo del protocollo di interconnessione IP, l'attuazione dei sistemi di numerazione per lo sviluppo *dell'Internet of Things*.

¹ Accessibile dal nostro sito www.agcom.it

La diffusione è stata stimolata dalla scelta degli operatori verso una politica dei prezzi *retail* particolarmente aggressiva. Il mercato italiano mostra infatti, rispetto a paesi comparabili², prezzi più alti nei collegamenti tradizionali (<10Mbps; <20GB data) e prezzi mediamente più bassi per i servizi di accesso da postazione fissa (internet e linea telefonica) di migliore qualità (>10Mbps, >25GB). Occorrerà lavorare per colmare il divario geografico in termini di disponibilità delle reti a banda larga e garantire la coesione territoriale (funzionale a creare le condizioni per territori connessi e intelligenti), ma anche per evitare il paradosso che in aree non dotate delle nuove infrastrutture i consumatori siano danneggiati anche sotto il profilo dei prezzi dei servizi tradizionali offerti. La concorrenza aggressiva per la conquista dei clienti sulle nuove reti non deve, inoltre, avvenire a scapito degli investimenti addizionali in innovazione e maggiore copertura; così come non dovrebbe essere ostacolata la concorrenza dinamica e potenziale. A questi obiettivi daremo la priorità con il nuovo ciclo della regolamentazione 2018-2020.

Diverso l'andamento dei prezzi nel mobile in cui la differenza tra prezzi italiani e prezzi dei paesi comparabili aumenta al crescere della qualità dell'accesso alla rete e dei volumi (voce, dati, capacità) compresi nell'offerta commerciale.

Nel 2016 il mercato dei media registra ricavi per 14,9 miliardi di € di cui il 49% derivanti da investimenti pubblicitari, il 37% da vendita di servizi e il 14% da canone e contributi pubblici. I ricavi pubblicitari per mezzo subiscono una contrazione del 7% negli ultimi cinque anni, ad eccezione della pubblicità *online* che cresce del 27%. Il comparto chiude, tuttavia, il 2016 in rialzo rispetto al 2015 (+5%), con risultati diversi nei singoli mezzi: quotidiani e periodici registrano una riduzione del valore delle risorse pubblicitarie (-6%), la radio e la televisione una ripresa, più contenuta per la radio

² Ofcom, Comparative international pricing, 2016.

(+0,8%), maggiore per la televisione (+7%), mentre la componente *online* continua a crescere con tasso a due cifre (+15%).

I ricavi per servizi mostrano un peso preponderante dei servizi video, rispetto a radio e news anche sulla piattaforma Internet. Il mercato della televisione lineare e multicanale attraversa una fase di incertezza che pesa sugli investimenti. Due fattori contribuiscono ad alimentarla: il futuro percorso di razionalizzazione dello spettro e il necessario sviluppo dei nuovi sistemi di trasporto e compressione (orizzonte 2022³) unitamente alle difficoltà di previsione della domanda dei servizi in un orizzonte di lungo termine coerente con il ciclo di innovazione tecnologica (2030). Difficoltà dovuta tra l'altro alla continua trasformazione delle modalità di fruizione di contenuti audiovisivi e di informazione (film, eventi sportivi, fiction, documentari, musica, notiziari, intrattenimento), anche per effetto del ricambio generazionale (non più nativi ma tutti digitali).

La radio è – più di altri mezzi di comunicazione – dipendente dai ricavi pubblicitari e, nonostante tutto, rappresenta ancora un punto di riferimento importante per gli inserzionisti. Giocano a favore del buon andamento dell'*audience* della radio gli investimenti in nuove tecnologie che hanno facilitato l'accesso in mobilità e migliorato la qualità del segnale audio. La radio digitale DAB+ sta inoltre ampliando gli spazi di trasmissione per nuove emittenti. Un ulteriore elemento di successo rispetto ad altri media è la maggiore flessibilità dello strumento che si presta più facilmente di altri ad essere utilizzato come mezzo di interazione con il pubblico nei *social media*.

I quotidiani e i periodici rappresentano il mezzo (cartaceo o digitale) in cui si concentra la produzione di informazione (circa 42% dei giornalisti e lavoratori del settore), seguito da televisione e radio (circa 28%) e dalle testate native digitali (circa 23%). Le redazioni

³ Rispetto al calendario definito dall'Unione Europea.

si concentrano nel Lazio e in Lombardia, mentre risultano più rare al Sud. L'occupazione dei giornalisti TV e radio sul territorio, oltre alla presenza regionale del servizio pubblico (circa il 2% dell'occupazione complessiva nazionale), vede la presenza di TV locali radiofoniche e televisive con una radicata storia e vocazione territoriale. A fronte del dato professionale, il settore registra una perdita complessiva dei ricavi negli ultimi cinque anni, non solo pubblicitari ma anche derivanti e dalla vendita delle copie (-24%). La riduzione delle risorse disponibili, unitamente alle perdite generate dalla maggiore difficoltà di gestione dei diritti d'autore delle news online, ha comportato una riduzione degli investimenti e, non solo una contrazione, ma anche un peggioramento, dell'occupazione. Dai risultati del secondo osservatorio sul giornalismo realizzato dall'Autorità emerge chiaramente un netto scivolamento della professione verso la precarizzazione, un gender gap – sia negli aspetti puramente remunerativi, sia nell'avanzamento di carriera – e la presenza di forti barriere all'ingresso per le nuove generazioni.

La pluralità ma anche la qualità dell'informazione rappresentano condizioni imprescindibili di un sistema democratico, la contrazione e il depauperamento di un bene essenziale richiede l'attenzione di tutti gli attori in campo, specie in un momento storico nel quale la domanda e l'offerta di informazione di qualità sul web sembra minacciata da fenomeni di camere di risonanza (*echo chambers*), polarizzazione e strategie di disinformazione.

Anche il mercato dei servizi postali risente degli effetti della digitalizzazione e della crescita dell'uso di servizi attraverso Internet. A fronte di una sostanziale riduzione dei servizi tradizionali, si registra un persistente aumento dei servizi di consegna legati agli acquisti *online* (consegna pacchi). I corrieri arrivano a detenere nel 2016 una quota di mercato pari al 58%.

La crescita dell'uso di Internet e la diversificazione delle modalità di fruizione della piattaforma Internet sono un fenomeno comune

al resto del mondo. Sebbene l'Italia sia ancora al penultimo posto della classifica dell'UE, la percentuale della popolazione che utilizza Internet è cresciuta di 3 punti percentuali nel 2016 (arrivando al 60%). La piattaforma è utilizzata meno della media UE per acquisti, servizi bancari e VoD, nella media per *social network*, mentre unico indice sopra la media è il consumo di contenuti digitali (musica, video, giochi online). Sostanziali risultano le differenze generazionali: se nella fascia più anziana della popolazione (65-74 anni) solo 33 individui su 100 accedono a Internet, nella fascia più giovane (14-34 anni) tale percentuale sale al 92%. I risultati dell'indagine svolta dall'Autorità⁴ mettono in evidenza il peso dei *device* mobili (*smartphone* e *tablet*) nell'uso del web, in particolare da parte delle generazioni più giovani. Internet presenta un'elevata capacità di *engagement* in quanto, tra gli individui che dispongono di una connessione, più del 70% di essi si collegano praticamente ogni giorno, percentuale che cresce per le fasce di età più giovani, le quali mostrano anche una maggiore propensione a connettersi fuori casa. Gli adulti over 50 dedicano più tempo ai video (*time shifted*, VoD) e all'informazione (quotidiani digitali, *news online*), mentre quelli nella fascia 16-24 alla comunicazione, soprattutto *social*, al gioco e alla musica.

L'uso di Internet è ritenuto un servizio indispensabile da oltre il 90% della popolazione e questo porta le Autorità a interrogarsi sui modelli di regolamentazione per garantirne la fruibilità (disponibilità della connessione, garanzia dell'accesso a utenti con disabilità) e sull'adeguatezza degli strumenti regolamentari a tal fine. Al tempo stesso occorre interrogarsi sui fenomeni patologici o controindicativi dell'uso eccessivo (fino a creare dipendenza) o incontrollato (ore e forme di utilizzo dei minori e degli adolescenti) di Internet e affron-

⁴ Rapporto sul consumo di servizi di comunicazione: esperienze e prospettive, Agcom, ottobre 2016

tare – anche in una logica educativa e di sostenibilità – gli effetti negativi sulla società e sui singoli individui.

Tante sono le attività svolte dall'Agcom nell'anno appena trascorso, di cui la nostra Relazione dà conto con un'articolata descrizione del lavoro svolto e dei risultati ottenuti. Vorrei oggi concentrarmi su alcuni temi caldi dell'agenda dell'Autorità che hanno caratterizzato l'anno trascorso e che condizioneranno il nostro futuro lavoro.

Focus tematico 1 Agcom e operazioni di concentrazione

Nel 2016-2017 l'Italia è stata terreno di importanti operazioni di concentrazione o consolidamento che hanno interessato i mercati delle comunicazioni e dell'informazione. Il fenomeno rispecchia la situazione internazionale in cui la convergenza nei servizi (economie di scopo nel offerte *quad play*) e la crescente importanza della dimensione di scala (costi di produzione dei contenuti, costi di realizzazione delle infrastrutture) spingono le imprese alla crescita esterna. La concentrazione orizzontale o verticale, nazionale o internazionale, per gli operatori esistenti di telecomunicazioni, radio-televisivi e dell'informazione è anche una risposta al cambiamento della domanda e della catena del valore, a fronte delle opportunità e dei benefici per la società e i consumatori, ma al tempo stesso delle sfide per gli operatori delle comunicazioni e dei media esistenti, generate dai grandi colossi mondiali dei contenuti digitali e del web.

Ma – per i mercati e le comunità nazionali – la contrazione dell'offerta significa anche riduzione degli effetti positivi di un maggior numero di imprese sulla competitività delle offerte e sul pluralismo dell'informazione e dei mezzi di comunicazione. L'Autorità svolge in questi casi funzioni di controllo o di regolazione, a tutela di beni collettivi e di servizi rilevanti per i consumatori e i cittadini italiani.

Le operazioni dell'anno trascorso hanno visto, nelle telecomunicazioni, la realizzazione della joint venture tra Hutchison (h3g) e VimpelCom (Wind), con una riduzione del numero di operatori di rete nel mercato radiomobile. L'operazione, proprio per limitare gli effetti negativi derivanti dalla concentrazione, è stata approvata con la fissazione di impegni da parte della Commissione europea (a cui l'Autorità ha prestato supporto e assistenza in tutte le fasi del procedimento). Tra le condizioni, l'ingresso dell'operatore Iliad sul mercato italiano, che dovrebbe diventare commercialmente operativo alla fine dell'anno. L'Autorità supporterà la Commissione nel controllo dei diversi passaggi e condizioni degli Impegni che dovranno garantire l'entrata e accelerare l'operatività del nuovo soggetto. Sempre nelle telecomunicazioni, Enel Open Fiber ha acquistato il controllo congiunto con Cassa Depositi e Prestiti di Metroweb, dando vita alla nuova società Open Fiber (50 Enel-50% CDP), operatore concentrato nel business delle infrastrutture di rete in fibra (*wholesale only*). L'Autorità regola prezzi e qualità dei servizi di accesso all'ingrosso offerti dalla società nelle aree in cui ha ottenuto i finanziamenti pubblici per la realizzazione e gestione delle reti a banda ultralarga. In generale, l'Autorità dovrà tener conto degli effetti della concorrenza infrastrutturale nelle diverse aree territoriali nell'analisi di mercato e conseguente definizione dei rimedi per il periodo 2018-2020, in relazione alla quale è già stata avviata una prima richiesta di informazioni agli *stakeholders*.

Operazioni di concentrazione orizzontali nazionali si sono verificate anche nel mercato nazionale della Radio con l'acquisizione da parte di RTI (gruppo Fininvest) del Gruppo Finelco (RCS) e nel mercato dei quotidiani con la fusione GEDI-Itedi. In quest'ultimo caso l'Autorità ha svolto le attività per la rilevazione delle quote di mercato e il controllo delle posizioni dominanti a livello nazionale e per area territoriale. Di interesse anche l'operazione di concentrazione orizzontale in ambito europeo tra BskyB-Sky Deutschland-Sky Italia

e la nascita di Sky Europe seguita nel 2016 dall'acquisto del 100% di Sky Europe da parte di Century Fox, segnale del rafforzamento delle integrazioni verticali nella filiera della produzione e della diffusione dei contenuti.

Infine il 2016-2017 è stato il periodo dell'acquisizione del 30% della partecipazione nel capitale sociale di Mediaset e dell'acquisizione del controllo di fatto di Telecom Italia da parte del Gruppo Vivendi. Telecom Italia è il principale operatore italiano delle comunicazioni elettroniche e detiene nei mercati che lo compongono una quota superiore al 40%. Mediaset, controllata di fatto dal gruppo Fininvest, è leader nel mercato italiano della televisione e radio commerciale e detiene una quota superiore al 10% del SIC. L'Autorità è intervenuta, in applicazione della normativa in materia di controllo delle posizioni dominanti a tutela della concorrenza e del pluralismo (in particolare art. 43, comma 11, del TUSMAR) che richiede il rispetto di limiti di concentrazione inter-settoriale, a fronte della specificità dei due gruppi e della loro presenza dominante in diversi mercati collegati a quelli dei servizi di comunicazioni elettroniche e della televisione. Sebbene la questione non sia ancora conclusa, è importante sottolineare in questa sede che si tratta del primo caso nella storia in cui l'Autorità si è trovata ad applicare la normativa specifica e cionondimeno abbia agito tempestivamente al fine di chiarire le regole a garanzia della concorrenza e del pluralismo nei mercati di riferimento.

Focus tematico 2: Agcom e servizi pubblici

Il periodo luglio 2016- giugno 2017 si caratterizza come periodo di riflessione sul futuro dei servizi pubblici o di interesse generale di competenza dell'Autorità: il servizio postale universale, il servizio universale nelle telecomunicazioni, il servizio pubblico radiotelevisivo.

Il contratto di programma Stato-Poste se da un lato prevede, per il triennio 2016-2019, “obiettivi di razionalizzazione e di efficienza di gestione” nella fornitura del servizio postale universale (corrispondenza e pacchi), dall’altro delinea una serie di possibili nuovi “servizi al cittadino, alle imprese e alle pubbliche amministrazioni” da affidare a Poste italiane. L’intento pubblico è quello di perseguire obiettivi di coesione sociale ed economica dei territori e al tempo stesso provare a dare valore e recupero di efficienza sfruttando la capillarità della rete e la prossimità degli uffici postali al servizio degli utenti e delle comunità locali.

Il Parlamento europeo, nell’ambito della discussione sulla riforma del codice delle comunicazioni elettroniche (c.d. *Telecom Single Market*) si sta interrogando sull’opportunità di migliorare il servizio minimo garantito di accesso alla rete fissa di telecomunicazioni prevedendo Internet ad alta velocità quale standard universale. Il Regno Unito con una recente riforma (*Digital Bill, 2017*) ha fissato in 10Mbps la velocità minima in download della c.d. “rete di sicurezza”, in previsione di garantire a tutta la popolazione (ovunque sul territorio e a condizioni economiche sostenibili) il diritto al nuovo standard di connessione. Anche Agcom a sua volta intende proporre al legislatore una variazione del contenuto e delle prestazioni dell’attuale servizio universale di accesso alla rete fissa di telecomunicazioni ed è in procinto di concludere l’analisi ed inviare i risultati al Ministero per lo Sviluppo Economico.

L’anno trascorso sarà ricordato anche per il rinnovo della Convenzione Stato-RAI⁵. La Convenzione delinea la cornice in cui si collocano missione e obblighi del servizio pubblico radiofonico,

⁵ DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI 28 aprile 2017, recante “Affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ed approvazione dell’annesso schema di convenzione”, G.U. del 23 maggio 2017.

televisivo e multimediale per i prossimi dieci anni e, quindi, in uno scenario cambiato e in continua trasformazione sotto il profilo della domanda e dei bisogni sociali a cui dare risposta. Al tempo stesso si conferma il modello pubblico-privato, consentendo a RAI di svolgere attività commerciali nel mercato in concorrenza, sebbene in misura contenuta⁶ e tale da non generare distorsioni sul mercato. Sui principi, criteri e condizioni della Convenzione dovrà incardinarsi il contratto di servizio quinquennale. Anche attraverso l'iniziativa dell'Autorità, sarà importante definire con chiarezza la base su cui RAI dovrà operare, sia nei servizi/prodotti verso i consumatori che pagano il canone (servizio pubblico in affidamento), sia rispetto alle attività commerciali ed editoriali svolte nel mercato libero. Un ruolo più difficile in un sistema "misto" senza una scelta legislativa chiara sulla separazione (per canale, per fascia oraria, per contenuto della programmazione, come avviene in altri servizi pubblici europei) delle attività coperte dal canone del servizio pubblico, che rappresenta il 74% delle risorse complessive.

In questa nuova prospettiva occorre innanzitutto pensare a rendere operativo il servizio pubblico. Occorre rendere trasparente il valore (pubblico) economico e qualitativo delle linee editoriali; diversificare la produzione multiplatforma e valorizzarne i contenuti per gli italiani e per la cultura italiana all'estero; rinnovare i linguaggi adattandoli ai bisogni del pubblico e ai temi e generi di servizio pubblico; stabilire in modo chiaro le modalità di attuazione dell'obbligo di produzione e investimento per il sostegno allo sviluppo dell'industria nazionale della cultura e dell'audiovisivo (anche

⁶ Il TUSMAR e la Convenzione prevedono che la RAI possa svolgere, direttamente o attraverso società collegate, di attività commerciali ed editoriali, nel mercato audiovisivo purché non pregiudichino il migliore svolgimento dei pubblici servizi concessi e concorrano alla equilibrata gestione aziendale. Le attività "libere" non possono avere consistenza prevalente e devono essere remunerate esclusivamente con ricavi diversi dal canone.

con proprie produzioni); fissare le condizioni e gli obblighi per lo sviluppo della rete a copertura universale e "regionalizzata" rispetto alla capacità di trasmissione dei servizi media audiovisivi del servizio pubblico e alle frequenze assegnate nei prossimi cinque anni. Non possiamo sottovalutare, infine, gli oneri di servizio pubblico rivolti alle diverse categorie sociali e protette (disabilità sensoriali, minori, rappresentatività socio-politica). In secondo luogo sarà decisivo, rispetto al passato, delineare perimetro e gradi di libertà in cui RAI potrà muoversi con una logica imprenditoriale concorrenziale, nei rapporti con tutti i soggetti di domanda (inserzionisti, consumatori a pagamento, acquirenti di beni proprietari quali i diritti sulle opere o la capacità trasmissiva) garantendo un *level play field* rispetto al mercato, ma soprattutto non dimenticando la missione prevalente di servizio pubblico. Il ruolo che l'Autorità può rivestire in questa fase, attraverso i propri suggerimenti al Governo, è di estrema importanza per delineare il contratto di servizio pubblico su base nazionale ma anche ponendo una nuova attenzione ai territori, così da poter esercitare una efficace ed efficiente attività di vigilanza, ad essa riservata.

Focus tematico 3 Agcom e consumatori

Il principale compito dell'Autorità è far sì che i mercati delle comunicazioni si adoperino per il bene di ogni singolo consumatore. A tal fine Agcom promuove la concorrenza attraverso misure e regole di comportamento *ex ante* e assicura il funzionamento dei mercati a favore del consumatore e a tutela dei diritti; garantisce servizi minimi, prestazioni standard e miglioramenti qualitativi; protegge i consumatori da danni e frodi. In linea generale la concorrenza in sé è uno strumento di garanzia per il consumatore (alto numero di operatori e varietà dei servizi offerti generano prezzi bassi, alta qualità e innovazione). Questo non è vero per qualsiasi mercato, certo

non lo è per i mercati di competenza dell'Agcom se il legislatore ha inteso istituire una Autorità il cui compito principale è quello di agire *ex ante* per far sì che i mercati funzionino efficacemente per i consumatori, rispettino standard e livelli qualitativi prestabiliti (regolamentazione dei servizi) e che il consumatore, categorie di consumatori o singoli individui siano protetti da danni (tutela e controllo di diritti prestabiliti).

A 20 anni dalla liberalizzazione dei mercati delle comunicazioni elettroniche e dieci dalla liberalizzazione dei servizi postali, da un lato resta fermo il diritto ai servizi minimi garantiti (servizio universale), dall'altro è ancora forte il compito dell'Autorità nelle attività di controllo del potere delle imprese e del cattivo funzionamento dei mercati nei confronti dei consumatori rispetto alle condizioni previste dalla regolamentazione di settore. Nel mercato delle telecomunicazioni, il 20% delle segnalazioni ricevute dai consumatori nel 2016 (tra l'altro aumentate di quasi 10 volte rispetto al 2015) riguarda malfunzionamenti o danni derivanti dalla modifica dei piani tariffari o delle condizioni contrattuali sottoscritte. Oltre a rappresentare l'effetto di mercati concorrenziali altamente concentrati (i primi tre operatori sono controparte contrattuale per oltre l'80% della domanda di servizi fissi e mobili), il fenomeno evidenzia problematiche in termini di non esaustività e scorrettezza delle informazioni, mancanza di trasparenza e asimmetria tra contraenti a cui l'Autorità ha fatto, e ancor più dovrà fare, fronte definendo specifiche misure. La seconda fattispecie (19% delle segnalazioni) è rappresentata dalle lamentele dei consumatori durante la fase di migrazione e passaggio a nuove soluzioni di accesso (es. da 7 Mbps a 30 Mbps) o a nuovo operatore a parità di servizio. La quota elevata di segnalazioni, costante rispetto al 2015, è in massima parte dovuta a problematiche nella relazione tra operatori nel processo di migrazione e a problemi di funzionamento del sistema di gestione ordini e organizzazione delle attività, funzionali al cambio operatore

o servizio, sulla rete di Telecom Italia. Le principali aspettative di miglioramento sono legate agli effetti delle recenti decisioni dell'Autorità in materia di organizzazione dei servizi accessori (attivazione e manutenzione) sulla rete di Telecom Italia e di realizzazione del Nuovo Modello di *Equivalence*, le cui regole dovranno condurre ad un miglioramento delle prestazioni attraverso il contenimento dei comportamenti di imparzialità e ad un aumento della qualità delle prestazioni. La terza fattispecie (14% delle segnalazioni) riguarda gli addebiti ingiustificati (es. costi fissi di invio della bolletta, costi "inconsapevoli" del terminale o di prodotti connessi all'uso) e l'aggravio dei costi di recesso. A tale proposito occorre evidenziare che tali fattispecie non solo generano un danno per il consumatore (come mostrano le denunce), ma possono rappresentare – se non trasparenti e note al momento della sottoscrizione di un'offerta commerciale – un ostacolo al cambiamento del contratto nel medio-lungo termine, soprattutto se complementari a prezzi promozionali e al miglioramento della qualità dei servizi acquistati.

La conoscenza e l'informazione non solo da parte degli operatori, ma anche dell'Autorità, sono strumenti fondamentali di tutela. Il consumatore si muove in un mercato complesso, ricco di offerte difficili da comprendere, spesso inconsapevole di avere diritto a un servizio universale o a standard di riferimento e l'Autorità ha il dovere di migliorarne la consapevolezza nelle scelte.

Al controllo della complessa varietà commerciale si aggiunge, infine, per l'Agcom, l'evoluzione della regolamentazione: mi riferisco, per esempio, al mantenimento del prezzo nazionale quando si va all'estero (*Roam Like At Home* a partire dal giugno di quest'anno, e a condizioni e deroghe sottoposte al controllo dell'Agcom) e a tutte le attività, da poco intraprese e su cui si focalizzerà il nostro lavoro di analisi e di regolamentazione, per la garanzia di un'Internet aperta attraverso le regole di *Net Neutrality* da rispettare nelle offerte commerciali ai consumatori. Partendo dalla trasparenza sulla

qualità di accesso, ai problemi di deterioramento della qualità o di instradamento/gestione del traffico di particolari servizi o applicazioni, fino alle attività di vigilanza sull'interconnessione dati e la migrazione all'IP e di promozione della diffusione di terminali per un'Internet aperta e sicura. Al riguardo, nel corso delle proprie audizioni in Parlamento, l'Autorità ha segnalato la necessità di porre alcuni correttivi alla legge italiana in corso di approvazione, al fine di evitare possibili incongruenze tra le norme nazionali e il regolamento europeo che mira all'armonizzazione.

Infine nel mercato delle comunicazioni elettroniche, l'88% dei casi di controversia tra imprese e consumatori si è concluso con una risoluzione, raggiunta per il 61% dei casi attraverso un accordo o una transazione conciliativa mentre solo nel 14% dei casi si è giunti ad una decisione arbitrale.

Nel mercato dei servizi postali le segnalazioni, in crescita rispetto al 2015, sono principalmente rivolte alle offerte del fornitore incaricato del servizio universale. Anche l'attività di risoluzione delle controversie è più che raddoppiata rispetto allo scorso anno; il numero dei casi concluso con decisione è, nella fattispecie, del 32%.

Nella gestione delle controversie tra operatori e utenti è importante l'attività svolta dai Co.Re.Com., che operano su nostra delega nei singoli territori regionali e con cui siamo in procinto di sottoscrivere il nuovo accordo quadro.

Focus tematico 4 Agcom e Internet da infrastruttura di libertà a controllo dei diritti individuali, della qualità e della sicurezza

Internet è un bene comune e una "rete di libertà": libertà di espressione e di comunicazione, accesso alla conoscenza e partecipazione, libertà d'impresa e di innovazione. A questo titolo occorre garantirne accessibilità, buon funzionamento e neutralità. E questo

– come visto – è compito dell’Agcom. Ma Internet è, nei livelli più alti, una piattaforma che richiede all’Autorità – alla luce delle sue funzioni di controllo degli effetti della concentrazione dei poteri economici sul pluralismo e sulla qualità dell’informazione – uno sforzo di natura diversa, con l’intento di interrogarsi sui rimedi più efficaci per limitare alcuni fenomeni dannosi generati dalla Rete e sulla fiducia riposta nella capacità dei sistemi e dei gestori della comunicazione in Rete di autoregolarsi. L’Agcom ha nel corso dell’anno appena trascorso aperto il dibattito per affrontare anche questi temi.

Un fenomeno certamente di estrema gravità è la diffusione voluminosa, istantanea e incontrollata di notizie deliberatamente falsificate o manipolate.

Nell’architettura del cyberspazio possono generarsi e moltiplicarsi informazioni manipolate e falsificate, con effetti anche gravi derivanti dalla loro diffusione attraverso la Rete. Come ha scritto Charles Spurgeon⁷ ben 162 anni fa, “mentre le bugie fanno il giro del mondo, la verità si sta ancora infilando le scarpe”. La velocità della Rete deve permettere alla verità e, meno prosaicamente, all’informazione di qualità di correre più veloce della disinformazione, di interessare le nostre menti e di attrarre la nostra attenzione.

La libertà di espressione e il libero mercato delle idee non hanno nulla a che fare con la diffusione di notizie false. Nel sistema dei media (inclusi gli editori online) queste ultime incontrano degli ostacoli alla loro diffusione grazie all’organizzazione del sistema dell’informazione⁸; alle regole sul diritto di cronaca (che tutelano

⁷ Charles Haddon Spurgeon (1834-1892), Sermone del 1° Aprile 1855; citazione spesso attribuita dai mezzi di informazione a Mark Twain.

⁸ I giornalisti nei media sono professionisti iscritti ad un albo professionale ed esercitano l’attività alle dipendenze di un’impresa editoriale per cui diffondere informazioni deliberatamente manipolate o falsificate determina alti rischi di perdita del valore derivanti dal cambiamento dell’immagine del giornale/testata (pochi consumatori si fidelizzerebbero a continue bufale) oltre ad elevati danni in termini di reputazione. La

l'interesse pubblico dell'informazione, ma anche la loro corretta esposizione, la verifica delle fonti e la verità dei fatti pubblicati); all'esercizio del diritto di rettifica da parte del singolo che si ritenga leso per la falsità dei fatti (ingiuria, denigrazione) o di intervento da parte dell'Autorità in caso di lesione di diritti della persona (ingiurie, denigrazione) o di istigazione all'odio. Nelle comunicazioni e nella diffusione di informazioni in Rete attraverso i *social network* non si hanno queste tutele e al tempo stesso il web non si presta inequivocabilmente ad essere una piazza di confronto delle opinioni.

La diffusione di notizie false sul web è ancor più pericolosa a causa della velocità con cui si realizza; tali notizie, infatti, diventano virali e generano effetti che possono essere estremamente gravi a livello sociale (in quanto in grado di influenzare la libera costruzione delle opinioni e plagiare le coscienze dei più deboli) e individuale, arrivando ad avere conseguenze a volte anche drammatiche⁹. Il problema non sono le troppe bugie, sono, paradossalmente, le troppe verità che si fronteggiano antagoniste, senza dialogo. Verità antagoniste che appaiono prigioniere del tifo, della polarizzazione, del pregiudizio di conferma. Occorre a questi fenomeni porre rimedio, come avviene con i limiti alla libertà di espressione e alla libera circolazione delle idee nei media "riconosciuti", garantendo che le piattaforme online non offrano opportunità di diffusione virale di forme illegali di informazione manipolata, di incitamento all'odio, di denigrazione. Attualmente il dibattito vede schierarsi da un lato i promotori dell'autoregolamentazione, attraverso rimedi proposti dai gestori delle piattaforme online (a cui possono essere ricondotte le soluzioni messe in campo da *Google* o *Facebook* attraverso, per esempio, la costituzione di *black list* e la sottrazione di introiti pub-

diffusione di informazioni attraverso i media, inoltre, non consente di nascondersi dietro l'anonimato, in quanto il giornalista o il giornale sono responsabili della notizia diffusa.

⁹ Si pensi agli adolescenti o alle persone colpite da ingiurie e calunnie diffuse in rete che si sono spinte fino al suicidio.

blicitari alle pagine web che falsificano o manipolano notizie). Dall'altro i sostenitori di rimedi attuati attraverso interventi legislativi o regolamentari volti sia a costituire organismi deputati a definire regole per l'individuazione, la verifica e la rimozione delle informazioni false o calunniose, sia a fare obbligo alle piattaforme di rimuoverle¹⁰. Depone a favore di un intervento normativo la preoccupazione per l'eccessivo potere delle piattaforme online. Ci si chiede, infatti, come sia possibile fidarsi della promessa dei colossi del web di sviluppare algoritmi finalizzati a rimuovere le informazioni false e virali se questi stessi colossi sono anche i principali "utilizzatori" gratuiti dell'informazione attraverso i motori di ricerca e la gestione degli algoritmi che determinano la gerarchia delle preferenze. Inoltre, sembra legittimo dubitare che, in assenza di un controllo esterno e terzo, questi operatori siano disponibili a sacrificare i ricchi introiti pubblicitari a favore di costi (tra l'altro indiretti perché danneggerebbero in via diretta gli inserzionisti) per il contenimento dei danni in reputazione.

È vero che le soluzioni di controllo ed *enforcement* sono estremamente difficili da attuare, soprattutto perché dovrebbero essere condivise a livello globale, ma è altresì auspicabile che, anche laddove si optasse per soluzioni di autoregolamentazione, queste partano dal basso e consentano la partecipazione dei veri danneggiati dalle notizie false e virali o dalla diffamazione: innanzitutto i consumatori fuorviati e i singoli individui lesi, in secondo luogo l'informazione plurale, garantista e di qualità difesa dalla nostra Carta Costituzionale.

¹⁰ Importante, in tal senso, la recente decisione della Corte europea dei diritti dell'uomo del 16 giugno 2015 nel caso Delfi AS contro Estonia (sentenza che ha fatto giurisprudenza, ndr) che ha stabilito che l'imposizione di una sanzione a carico di un giornale online per aver ospitato dei commenti diffamatori, poi rimossi, postati a margine di un articolo dai visitatori del sito non costituisce una violazione dell'articolo 10 della Convenzione europea dei diritti dell'uomo che tutela e garantisce la libertà di espressione. La sentenza ha ribadito il principio dei "limiti" alla libertà di espressione, e la loro prevalenza anche rispetto al libero commercio online, ricadenti sull'editore online, pur se le notizie erano state postate in forma anonima.

Occorre in ogni caso un forte investimento culturale nella *digital literacy*, trasformandoci tutti in ricercatori di verità e di informazione di qualità. Nessuna regola, nessuna forma di autoregolamentazione può sostituire il nostro attivismo intellettuale, la nostra capacità di ascolto dell'altro, la volontà di discutere punti di vista lontani dal nostro.

Conclusioni: l'agenda digitale dell'Agcom per l'anno che verrà

Vorrei congedarmi da voi, inclusi quanti ci stanno seguendo da casa, da un *tablet*, da uno *smartphone* o da un *pc*, ricordando che anche chi ci segue a distanza rientra nel novero dei nostri interlocutori naturali. Tante e appassionanti sono le sfide che ci attenderanno nell'"anno che verrà", ma tra queste credo che la nostra attenzione e il nostro comune sforzo debbano essere quelli di garantire una tutela efficace nei confronti dei soggetti più deboli nella catena della comunicazione. Mi riferisco *in primis* ai minori e in particolare ai più giovani che spesso spendono gran parte del loro tempo non più, e comunque non solo, davanti alla tv, ma davanti ad un *device* connesso alla rete. Se nel corso degli anni passati la televisione lineare era il mezzo di comunicazione di massa principale da regolamentare, vigilare e se del caso sanzionare, oggi gli strumenti si sono moltiplicati frammentando il tradizionale concetto di palinsesto in milioni di cataloghi e siti da poter esplorare. In tale contesto, l'Autorità presenterà il nuovo libro bianco sul rapporto tra media e minori quale *vademecum* non solo per i *broadcaster*, ma anche e soprattutto per i genitori: sono proprio loro chiamati ad uno sforzo supplementare di comprensione dei loro figli, esposti come mai nella storia ad una infinità di informazioni, dati e stimoli della rete.

Altra sfida di centrale importanza sarà l'avvento dei nuovi sistemi *wireless* e mobili di quinta generazione (5G) e le attività che l'Autorità è chiamata a svolgere per accompagnare tale processo. È in fase

conclusiva l'indagine conoscitiva sulle prospettive di sviluppo dei sistemi wireless e mobili di quinta generazione. Uno degli aspetti determinanti per il futuro sviluppo del 5G è l'aumento della capacità delle reti che richiede la disponibilità di nuove bande di frequenza. Nel 2016 l'Europa ha pubblicato una prima opinione sullo spettro destinato al 5G¹¹ in cui si ritiene che la nuova tecnologia possa svilupparsi in tutte le bande mobili già armonizzate al di sotto di 1 GHz, per consentire coperture su scala nazionale. Si tratta delle bande radiomobili tradizionali già assegnate ed impiegate dai servizi mobili (800 e 900 MHz) e della banda 700 MHz, non ancora generalmente assegnata in Europa (ad eccezione di alcuni Paesi quali Francia, Germania, Finlandia), in quanto soggetta ad una separata *roadmap* sulla base di una specifica decisione europea che prevede la liberazione della banda proteggendo, attraverso il riposizionamento, gli attuali usi televisivi. L'opinione europea ha, inoltre, individuato le due bande a 3.4-3.8 GHz e 26 GHz come prioritarie per i successivi (più immediati) sviluppi, per cui sono in corso le analisi per definire condizioni tecniche armonizzate per l'uso dello spettro a supporto dell'introduzione di sistemi terrestri *wireless* di nuova generazione. L'Autorità dovrà impegnarsi da un lato nelle attività che, congiuntamente con quelle di competenza del Ministero, dovranno portare a definire il *master plan* per la liberazione della banda 700 MHz e al tempo stesso valutare in maniera complementare e integrata le diverse opportunità per il mercato derivante dalla disponibilità temporale effettiva delle diverse bande (3.4-3.8 e 26 GHz) da assegnare eventualmente ai servizi di accesso a banda larga 5G (*wireless* e mobili).

Nell'anno trascorso l'Autorità ha condotto un'indagine conoscitiva ad ampio spettro sul tema dello sviluppo delle piattaforme digitali e dei servizi di comunicazione elettronica, dei media e dei servizi

¹¹ RSPG Opinion on spectrum related aspects for next-generation wireless systems (5G)", November 2016

audiovisivi *online*. Uno degli elementi emersi dall'indagine, a cui dedicheremo energie nel prossimo futuro, è la necessità di affrontare, sotto il profilo regolamentare e della tutela del consumatore nei mercati di competenza di Agcom, il tema del "valore" e dei prezzi impliciti dei dati personali dei consumatori *online* senza trascurare i temi della qualità dell'accesso (*net neutrality*) e della sicurezza (identificazione, sistemi di pagamento). Oltre all'attività propedeutica alla regolamentazione settoriale, è stata avviata un'indagine conoscitiva congiunta sul tema dei *Big Data* con i colleghi dell'Anti-trust e della Privacy con l'intento di affrontare l'argomento in modo trasversale e coordinato.

Un'attività a cui dedicheremo maggior tempo e risorse è quella del migliore ed esteso utilizzo dei dati sulle rilevazioni degli indici di ascolto, dei dati derivanti dalle attività di monitoraggio dei servizi media audiovisivi e radiofonici e in generale di dati e informazioni sul consumo della comunicazione e dell'informazione in Italia per lo svolgimento di analisi funzionali alle nostre attività istituzionali.

Tra le prossime attività ci saranno, infine, il Regolamento per l'esercizio delle recenti competenze che il legislatore ci ha attribuito in tema di gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi¹² e – laddove fossero approvati i decreti attuativi – quelle relative al contrasto del *secondary ticketing*. L'Autorità, nell'ambito delle sue prerogative, ha riservato grande attenzione alla tutela della proprietà intellettuale di contenuti e opere digitali e alla protezione del diritto d'autore *online*, coinvolgendo tutti gli attori del settore. Con queste nuove competenze il legislatore ha dunque inteso rafforzare i compiti istituzionali dell'Agcom in materia di tutela

¹² DECRETO LEGISLATIVO 15 marzo 2017, n. 35 recante "Attuazione della direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno", G.U. del 27 marzo 2017.

dei diritti dei produttori e dei consumatori nella comunicazione e nel commercio *online*.

Vorrei concludere sottolineando un aspetto che emerge da tutta la presentazione. Il mondo della comunicazione è cambiato. Non è più soltanto quello della carta stampata o digitale, della televisione lineare o della radio analogica, ma è anche quello della Rete. Sarà dunque importante per tutti noi continuare a studiare i fenomeni emergenti (come le *fake news*, l'incitamento all'odio, il *cyberbullismo*), ma è anche il momento di prendere coscienza che si sono affermati nuovi attori e nuove problematiche nella scena e che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha bisogno del sostegno del legislatore per avere nuovi strumenti adatti ad affrontarle, ricordando a tutti loro una frase, scolpita nella sala Consiglio dell'Autorità, del nostro amato e compianto collega Antonio Preto: *"A questo servono le regole: non a limitare le nostre libertà, ma a garantirle e tutelarle"*.

Ringraziamenti

Mi sento, in chiusura, in dovere di ringraziare i nostri organi di supporto, il Nucleo speciale della Guardia di finanza ed il Corpo di Polizia postale e delle comunicazioni; gli organi funzionalmente connessi, quali il Consiglio nazionale degli utenti e i Comitati regionali per le comunicazioni; gli organi interni di garanzia, il Comitato etico, la Commissione di garanzia ed la Commissione controllo interno.

Da ultimo, un sentito ringraziamento alle donne e agli uomini di Agcom.

Grazie a loro e grazie a tutti.



Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Centro direzionale, Isola B5 - 80143 Napoli

Via Isonzo, 21/b - 00198 Roma

www.agcom.it