

RELAZIONE ANNUALE 2023

SULL'ATTIVITÀ SVOLTA
E SUI PROGRAMMI DI LAVORO



Camera dei Deputati
Aula dei gruppi parlamentari

19 luglio 2023 - ore 11

PRESIDENTE
GIACOMO LASORELLA



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

RELAZIONE ANNUALE

SULL'ATTIVITÀ SVOLTA
E SUI PROGRAMMI DI LAVORO



SINTESI

PRESIDENTE
GIACOMO LASORELLA



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Presidente

GIACOMO LASORELLA

Componenti

LAURA ARIA

MASSIMILIANO CAPITANIO

ANTONELLO GIACOMELLI

ELISA GIOMI

Segretario generale

GIULIETTA GAMBA

Capo di gabinetto del Presidente

GIORGIO GIOVANNETTI

Indice

1. PREMESSA	5
2. LE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE	7
3. I MEDIA	9
4. I SERVIZI POSTALI	11
5. I SERVIZI INTERNET E LE PIATTAFORME ONLINE	12
6. CONCLUSIONI	15

1. Premessa

Desidero innanzitutto ringraziare il vicepresidente della Camera, on. Sergio Costa, per aver voluto, anche a nome del Presidente Fontana, inaugurare i nostri lavori, saluto e ringrazio per la loro presenza i componenti del Governo, gli onorevoli parlamentari, cui è precipuamente rivolta questa relazione, i presidenti delle autorità consorelle, le altre autorità civili e militari, gli esponenti delle aziende regulate e tutti voi che siete qui presenti, oltre a coloro che ci seguono da casa attraverso lo *streaming* dal nostro sito e su RAI 1; un grazie va alla RAI e al TG1 per aver voluto trasmettere la nostra relazione.

La relazione annuale è insieme il resoconto dell'attività svolta e l'esposizione del programma di lavoro per il periodo a venire.

I 12 mesi oggetto della relazione sono stati importanti e intensi.

Abbiamo festeggiato i **25 anni** dalla istituzione dell'**Autorità**, che è nata, come è noto – con un'intuizione lungimirante – “**convergente**”, mettendo, cioè, assieme ambiti allora diversi e lontani ma che l'avvento dell'era digitale ha intersecato e integrato.

Il mondo digitale, in cui siamo ormai immersi, ha modificato e sta modificando abitudini, regole economiche, strumenti del conoscere e del comunicare. Sta cambiando anche il modo di pensare.

L'AGCOM, ovviamente, non è il Parlamento – cui spetta di fare leggi – e neppure un dipartimento universitario che studia le trasformazioni socio-economiche, ma è inevitabile riflettere brevemente sulla rivoluzione in cui siamo immersi.

Nel giro di due decenni, meno di una generazione, i giornali, la televisione e le poste, cioè i settori regolati e vigilati da AGCOM, si sono profondamente trasformati.

Fino al 2001 si usavano ancora i gettoni telefonici e il sistema Android è stato creato nel 2008.

Nel 1980 in Italia si vendevano ogni giorno oltre 6 milioni di quotidiani, oggi (dati di Prima Comunicazione) se ne vendono meno di ottocentomila.

La televisione, che ha plasmato la società, influenzato la cultura e condizionato la politica, ha mutato pelle e caratteristiche.

I ragazzi nati nel nuovo secolo la guardano poco, o, meglio, la guardano in modo completamente diverso rispetto alle generazioni precedenti. La tv è sicuramente rilevante, ma non più dominante, mentre i *social media* sono sempre più influenti nella formazione dell'opinione pubblica.

Quanto alle poste, proviamo a ricordare l'ultima lettera che abbiamo spedito.

Le straordinarie innovazioni a cui stiamo assistendo affascinano e al contempo preoccupano l'opinione pubblica: il nuovo mondo dell'*always connected* incide in profondità sul tessuto sociale e trasforma i rapporti al suo interno, esercitando un effetto aggregante, ma anche polarizzante.

Cambiano anche il concetto di spazio e gli ambiti territoriali. Le sfide imposte dal *web* sono globali e la dimensione utile per affrontarle è quanto meno quella continentale, sia pure costantemente integrata dall'azione dei legislatori e dei regolatori nazionali e dalla cooperazione tra le autorità nazionali.

Nei settori di competenza dell'AGCOM, i processi di regolazione si sono sviluppati in ambito europeo sulla spinta dell'imponente azione di riforma intrapresa dalla Commissione, con la **strategia “*Shaping Europe's digital future/Plasmare il futuro digitale dell'Europa*”**, che costituisce il quadro di riferimento per le numerose iniziative legislative destinate a definire “la via europea” alla disciplina del mondo digitale.

Il primo passo in questa direzione è stato indubbiamente **l'aggiornamento delle grandi**

direttive di settore, Comunicazioni elettroniche, Copyright e Servizi di media audiovisivi. I tre atti hanno avuto lo scopo principale di estendere le normative applicabili ai servizi tradizionali ai nuovi servizi digitali e la loro attuazione, dopo il recepimento da parte del legislatore nazionale, costituisce ancor oggi la principale attività della nostra Autorità in questa consiliatura.

In tale cornice si collocano inoltre **i regolamenti europei *Digital Services Act* e *Digital Markets Act***, strumenti tra loro complementari approvati entrambi nel secondo semestre del 2022 ed entrambi destinati a definire una disciplina armonizzata applicabile ai servizi *online*, con una particolare attenzione alle imprese multinazionali di maggiori dimensioni.

I due regolamenti, ed in particolare il *Digital Services Act* (legge sui servizi digitali), di diretto interesse per l'AGCOM, introducono regimi orizzontali che si intersecano, sotto una pluralità di profili, con quelli settoriali affidati alla competenza dell'Autorità.

In parallelo, la disciplina settoriale europea si va conformando alla nuova dimensione digitale; si pensi, nel settore audiovisivo, alla **proposta di regolamento in tema di trasparenza e *targeting* della pubblicità politica e alla proposta di regolamento *European Media Freedom Act***, che mirano entrambe alla definizione di un quadro di regole comuni tra attori tradizionali e attori *online*.

Sullo sfondo, la proposta di **regolamento europeo sull'Intelligenza Artificiale (il cd. *AI Act*)**, che punta a definire regole comuni europee per l'utilizzo dei sistemi di intelligenza artificiale in tutti i settori economici e in tutte le attività sociali.

A queste iniziative se ne affiancano altre del legislatore nazionale: penso ad esempio alla recente **legge contro la pirateria digitale**, approvata in via definitiva dal Senato lo scorso 12 luglio, che consentirà ad AGCOM, anche con la collaborazione degli *internet service provider*, di disabilitare (entro trenta minuti) l'accesso ai siti che diffondono contenuti illeciti.

Il lavoro di AGCOM, come vedremo in dettaglio, anche se in modo sintetico, è complesso e a tratti anche convulso, ma di grande soddisfazione. Ciò è merito dei Commissari Laura Aria, Antonello Giacomelli, Elisa Giomi e Massimiliano Capitanio, della collaborazione del CNU, guidato da Sandra Cioffi, e di tutti i dipendenti, in rappresentanza dei quali saluto e ringrazio la Segretaria generale dott.ssa Gamba.

Inoltre, permettetemi di rivolgere un ringraziamento anche alla Commissione europea, nella persona di Roberto Viola, un italiano di grande valore che guida la Direzione generale reti di comunicazione, contenuti e tecnologie (DG CNECT) della Commissione europea.

2. Le comunicazioni elettroniche

Veniamo ai singoli settori di competenza dell'Autorità.

Iniziamo dalle **comunicazioni elettroniche**, quelle che un tempo chiamavamo telecomunicazioni.

Accanto ai tradizionali obiettivi regolamentari della promozione della concorrenza, del mercato interno e della tutela degli utenti, il nuovo codice delle comunicazioni elettroniche ha attribuito all'Autorità quello di **promuovere gli investimenti in connettività sulla banda ultra-larga**.

Tale attività è fondamentale per accompagnare l'Italia nella trasformazione digitale e richiede una stretta sinergia con le varie istituzioni nazionali ed europee.

Analizzando in dettaglio il mercato, nel periodo esaminato si sono ancora fatti sentire gli effetti della pandemia da Covid-19, a cui si sono aggiunti quelli derivanti dall'invasione russa dell'Ucraina.

Non si è peraltro arrestato il processo di trasformazione digitale: anzi, le due crisi ne hanno evidenziato la centralità per lo sviluppo economico, sociale e culturale.

Nelle comunicazioni elettroniche, come evidenziano dettagliatamente gli Osservatori trimestrali dell'Autorità, si sono ridotte ulteriormente le risorse (-3,3% rispetto al 2021), soprattutto per effetto della flessione dei ricavi nel segmento della telefonia mobile.

Si è registrata inoltre una forte pressione concorrenziale, anche per effetto dell'entrata sul mercato di nuovi operatori, in presenza di un grande dinamismo, generato dall'innovazione tecnologica.

Il valore complessivo del settore si attesta oggi intorno ai 27 miliardi di euro, evidenziandosi tuttavia per il 2022 una flessione del rapporto tra margine lordo e ricavi.

La riduzione delle risorse disponibili ha avuto effetti negativi anche sull'andamento degli investimenti: in rapporto ai ricavi, nel 2022, gli investimenti restano superiori al 25% ma si riducono in misura non marginale in termini assoluti (-7,3%, passando da 7,49 a 6,95 miliardi di euro).

Lo scorso anno i processi di riorganizzazione aziendale hanno prodotto una riduzione degli addetti diretti del settore, stimabile in circa 1000 unità, per un totale di circa 56.000 addetti a fine 2022.

Il mercato è stato caratterizzato da processi di riconfigurazione dei *player* presenti sul mercato (fusione delle attività *retail* di Linkem con Tiscali dal 1° agosto 2022), dall'entrata di nuovi operatori in segmenti di mercato precedentemente non presidiati (Iliad e PostePay nella rete fissa), nonché dal consolidamento della presenza di soggetti provenienti da altri settori (Sky).

La grande trasformazione che riguarda la rete fissa si deve alle nuove modalità di comunicazione, di organizzazione del lavoro e di consumo di media (in particolare allo *streaming* di contenuti video), che, almeno dalla fase pandemica in poi, caratterizza l'esperienza di tutti noi.

Negli ultimi 5 anni le linee in tecnologia FTTC-FTTH (*Fiber to the Cabinet - Fiber to the Home*) sono passate dal 36% a quasi il 70% degli accessi complessivi, anche se, come in passato, permangono non marginali differenze tra il Nord e il Centro, da una parte, e il Sud e le Isole dall'altra.

Il traffico dati ha registrato un incremento assai rilevante. Nel periodo 2013-2022 i volumi sono decuplicati, passando da poco meno di 5.000 ad oltre 49.000 petabyte (un petabyte equivale a un milione di gigabyte): poco più della metà di questa crescita si è realizzata nel triennio 2020-2022.

L'azione del regolatore è stata fortemente condizionata dall'incertezza relativa alla possibile

trasformazione (peraltro ancora in corso) degli assetti strutturali e proprietari dell'operatore dominante.

In tale contesto l'Autorità ha comunque proceduto, con deliberazione a maggioranza, alla definizione dei prezzi dei servizi di accesso alla rete fissa per gli anni 2022 e 2023, estendendo la validità della precedente analisi di mercato, ed ha proseguito nell'esame del progetto di reinvestimento di TIM in reti ad altissima capacità.

Anche nel protrarsi dell'incertezza, l'Autorità ha ritenuto di avviare, attraverso la posizione in consultazione pubblica, una **nuova analisi coordinata dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa**, destinata ad avere effetto per gli **anni dal 2024 al 2029**.

L'auspicio è che si possa giungere in tempi brevi quantomeno ad un quadro prospettico definito.

Quanto agli interventi per rendere più semplice ed economica l'installazione delle reti di comunicazione elettronica ad altissima capacità, l'Autorità, in attuazione di alcune specifiche previsioni contenute nella legge annuale per il mercato e la concorrenza (adottata nel mese di agosto 2022) e del PNRR, ha approvato un ulteriore e articolato *set* di linee guida per promuovere, tra gli operatori e i gestori, il riutilizzo delle infrastrutture fisiche esistenti e per favorire le condizioni per il coordinamento nella realizzazione delle nuove opere di genio civile.

Per incentivare lo sviluppo delle reti mobili di quinta generazione (5G) e dei relativi servizi, AGCOM ha avviato una ridefinizione del radiospettro e delle sue differenti utilizzazioni ai fini di un uso più efficace e innovativo delle frequenze.

Nelle comunicazioni elettroniche è intensa l'attività a **tutela dei consumatori**.

In questa prospettiva, desidero segnalare l'opera di razionalizzazione e di aggiornamento della normativa di settore attraverso la creazione di **testi unici regolamentari**.

Ne sono un esempio lo schema di nuovo regolamento in materia di contratti tra operatori e utenti, di recente posto in consultazione pubblica (delibera n. 89/23/CONS), che investe tutti i principali temi di interesse dei consumatori, nonché il testo unico sugli indicatori di qualità del servizio mobile che razionalizza ed unifica l'intera disciplina in materia di qualità dell'offerta e di carte dei servizi (delibera n. 23/23/CONS).

Ad essi si aggiunge la consultazione pubblica sulla qualità dei servizi di contatto per l'assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi (delibera n. 436/22/CONS) che ha lo scopo di aggiornare la disciplina che risale al 2009.

Sono stati aggiornati i **servizi MisuraInternet e Broadband Map** che consentono una conoscenza diretta, immediata e gratuita della copertura e della qualità della connessione di rete.

La **piattaforma per la risoluzione digitale delle controversie, ConciliaWeb**, si è affermata come modello utilizzato sia in altri settori di competenza di AGCOM, sia da altre Autorità.

A tutela dei minori AGCOM, con la fattiva collaborazione del CNU, ha approvato **le linee guida per i servizi di controllo parentale (SCP)** che devono essere utilizzati dagli operatori di comunicazioni elettroniche per bloccare domini e siti che offrono contenuti illegali e dannosi.

L'Autorità ha infine confermato le agevolazioni per gli utenti affetti da sordità e cecità, estendendo a tutto giugno 2024 il periodo di sperimentazione per il riconoscimento delle medesime agevolazioni agli utenti con gravi limitazioni delle capacità motorie.

3. I media

Passiamo al **mercato dei media**.

In tale mercato si conferma il **declino strutturale del comparto editoriale** (stampa quotidiana e periodica) e la tenuta di quello televisivo, insieme alla crescita dei ricavi di quello radiofonico.

Nel contempo, si registra un'ulteriore **crescita dei ricavi, dell'offerta e del numero di abbonati dei servizi Video on demand**, offerti su piattaforme *internet*. L'espansione di queste nuove modalità di fruizione dei contenuti audio-video è particolarmente significativa soprattutto per le nuove generazioni, peraltro in una prospettiva sempre più crossmediale.

Queste tendenze hanno effetti molteplici, investendo le dinamiche concorrenziali, la protezione dei consumatori e anche la tutela dei principi del pluralismo: in tale prospettiva esse richiedono un sempre maggiore allineamento delle tutele e, più in generale, delle regole, rispetto a quelle previste per il settore audiovisivo tradizionale.

Esaminando in dettaglio l'attuazione del Testo unico dei servizi audiovisivi (TUSMA), va ricordato che l'Autorità ha concluso il procedimento di **valorizzazione del Sistema integrato delle comunicazioni**, il cosiddetto SIC, per l'anno 2020 (delibera n. 359/22/CONS) ed ha avviato quello per l'anno 2021 (delibera n. 71/23/CONS).

Contestualmente è stato adottato il **regolamento sulle procedure istruttorie per la verifica di posizioni lesive del pluralismo** nell'ambito SIC (delibera n. 265/22/CONS) ed è stata avviata una consultazione pubblica sulle linee guida finalizzate alla definizione della metodologia da utilizzare ai fini di tali verifiche (delibera n. 94/23/CONS).

Inoltre, l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica avente a oggetto l'adozione di linee guida e di prescrizioni regolamentari volte a garantire la **prominence dei servizi di media**

audiovisivi e radiofonici di interesse generale, e di accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre (delibera n. 14/23/CONS).

Sempre in attuazione del TUSMA, è stato poi adottato il nuovo regolamento riguardante gli **obblighi in materia di opere europee e indipendenti** (delibera n. 424/22/CONS). In un'ottica di razionalizzazione dell'intero *corpus* normativo, il regolamento raccoglie tutte le disposizioni sulla materia.

Sul punto, peraltro, da ultimo, l'Autorità ha inviato una specifica **segnalazione al Governo** per una semplificazione delle norme in tema di quote europee ed un loro adattamento al nuovo contesto di mercato.

In tema di contrasto ai discorsi d'odio (*hate speech*), in attuazione dell'articolo 30 del TUSMA, l'Autorità ha approvato un nuovo regolamento in materia di **tutela dei diritti fondamentali della persona e di divieto dei discorsi di odio e di istigazione alla violenza** (delibera n. 37/23/CONS).

L'Autorità ha inoltre di recente avviato una consultazione pubblica per valutare le misure idonee a garantire il rispetto da parte degli **influencer** delle disposizioni normative e regolamentari analoghe a quelle previste per le televisioni, anche al fine di favorire una maggiore trasparenza e consapevolezza da parte dei cittadini (delibera n. 178/23/CONS).

In vista del **rinnovo del contratto di servizio RAI**, l'Autorità ha approvato le prescritte **linee guida** per il quinquennio 2023-2028, ai sensi dell'articolo 59, comma 6, del TUSMA, all'esito del perfezionamento dell'intesa con il Governo (delibera n. 266/22/CONS), indicando, tra l'altro, la necessità che il Servizio pubblico sostenga la transizione digitale sia dal punto di vista tecnologico sia dal punto di vista culturale.

Estendendo l'esperienza dei provvedimenti adottati lo scorso anno in relazione alla

trasmissione in *live streaming* delle partite di calcio di Serie A, AGCOM ha avviato, nel mese di dicembre 2022, una consultazione pubblica per determinare, d'intesa con il MIMIT, le **condizioni e i parametri di regolarità del servizio e la qualità delle immagini** che i fornitori di servizi media audiovisivi sono tenuti ad assicurare per la trasmissione di eventi di interesse sociale o di grande interesse pubblico (art. 33, comma 4, del TUSMA, delibera n. 379/22/CONS).

Per quel che concerne la **commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi**, l'Autorità ha approvato le **linee guida** trasmesse dai competenti organi sportivi, tra le quali ricordo, quelle della Lega Calcio Serie A (delibera n. 90/23/CONS), della Lega Società di Pallacanestro Serie A (delibera n. 166/22/CONS) della Lega Italiana Calcio Professionistico (delibera n. 215/22/CONS), della FIGC per il Calcio Femminile di Serie A (delibera n. 21/23/CONS).

Nell'ambito di tali linee guida l'Autorità ha raccomandato il ricorso a modalità di aggiudicazione dei diritti che, nel rispetto dell'autonomia negoziale, consentano la più ampia diffusione delle partite presso gli utenti.

Nei vari testi sono state inserite dettagliate indicazioni per il rispetto degli *standard* di regolarità del servizio e di qualità trasmissiva nonché per le rilevazioni degli indici d'ascolto, tratti anche dall'esperienza del caso DAZN. È stato chiesto inoltre alle leghe professionistiche di rendere disponibili le immagini rilevanti ai fini dell'esercizio del diritto di cronaca.

Altra materia di competenza è quella della **tutela del pluralismo radiotelevisivo**. L'Autorità, attraverso l'attività di monitoraggio radiote-

levisivo, verifica il rispetto dei principi del pluralismo e della completezza dell'informazione, mediante il computo dei tempi di parola e di notizia dedicati ai diversi soggetti politici e istituzionali dalle 15 principali emittenti televisive e dalle 16 principali emittenti radiofoniche nazionali.

Nei periodi non elettorali i risultati del monitoraggio sono analizzati con cadenza mensile, mentre durante le campagne elettorali, così come è accaduto, da ultimo, per le politiche del 2022, con cadenza settimanale.

Questa intensa attività, incentrata sugli editori radiotelevisivi tradizionali, sconta tuttavia un limite ormai evidente, dal momento che nel panorama informativo odierno si sono aggiunti numerosi soggetti, tra i quali spiccano le testate informative *online* e i *social network*, non contemplati dalla legge n. 28 del 2000.

A tal fine l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica per sottoporre alle medesime regole della *par condicio* anche le sezioni televisive delle testate *online*. AGCOM si propone inoltre di inviare una segnalazione al Governo e al Parlamento per evidenziare come le trasformazioni dei modelli di creazione e di fruizione dell'offerta televisiva, nonché l'espansione dei *social network*, abbiano modificato profondamente la realtà fotografata e normata dalla legge del 2000 e come sia quindi necessario un aggiornamento delle regole vigenti per garantire un effettivo pluralismo informativo.

L'Autorità ha infine introdotto una serie di provvedimenti per **l'alfabetizzazione digitale e mediatica** (anche attraverso la collaborazione dei Co.re.com.) e per la tutela dei soggetti più vulnerabili.

4. I servizi postali

Il **mercato dei servizi postali**, anche nel 2022, ha evidenziato una tendenza alla crescita, ormai in atto da diversi anni, connessa all'espansione dell'*e-commerce* e quindi della spedizione e del recapito dei pacchi. Ad essa fa però da contraltare il declino della corrispondenza tradizionale.

Tale dinamica ha incentivato gli operatori a fornire servizi a valore aggiunto, attraverso nuove modalità di consegna differenziate a seconda dei bisogni dell'utenza, con un incremento della produttività anche grazie all'adozione di più razionali sistemi di gestione dei flussi.

In questo scenario l'Autorità ha adottato una serie di **norme per favorire la concorrenza** e ha effettuato l'analisi dei mercati dei servizi di consegna della corrispondenza, al fine di individuare i mercati rilevanti e i livelli di concorrenzialità.

Per la prima volta, a febbraio 2023, sono state fissate le condizioni economiche e tecniche di fornitura dei servizi all'ingrosso offerti da Poste Italiane agli operatori alternativi, alla luce della nuova regolamentazione del mercato del recapito (delibera n. 30/23/CONS).

Segnalo inoltre la revisione del regolamento per il servizio di notificazione a mezzo posta degli atti giudiziari e delle violazioni del codice della strada (delibera n. 78/23/CONS), il procedimento di revisione dei criteri di distribuzione delle cassette di impostazione sul territorio nazionale (delibera n. 308/22/CONS), l'aggiornamento delle tariffe base per l'invio a mezzo posta dei prodotti editoriali che rientrano nel perimetro del Servizio Universale postale (delibera n. 454/22/CONS).

Su istanza di Poste Italiane è stato avviato il procedimento per la determinazione di nuove tariffe massime dei servizi postali universali (delibera n. 29/23/CONS). Con una successiva delibera l'Autorità ha quindi sottoposto a consultazione pubblica una nuova proposta di manovra tariffaria (delibera n. 95/23/CONS).

Intensa è stata anche l'attività a tutela dei consumatori, incoraggiando l'introduzione di procedure capaci di migliorare la gestione dei reclami, contrastare i comportamenti illeciti e garantire l'assolvimento degli obblighi di Servizio Universale da parte dell'operatore notificato.

5. I servizi internet e le piattaforme online

Osservando i **servizi digitali**, sono almeno tre le costanti che ne caratterizzano le diverse forme.

La prima è l'elevatissima concentrazione in capo a pochi *player* globali dei relativi mercati.

La seconda è l'acquisizione e il controllo di enormi quantità di dati individuali (di utenti, consumatori, lettori), gestiti normalmente attraverso l'intelligenza artificiale.

La terza è il crescente predominio sul mercato pubblicitario delle piattaforme che li gestiscono.

Questi fattori stanno stravolgendo l'assetto dei mercati, influenzando anche il pluralismo informativo.

La capacità delle grandi piattaforme di raccogliere, conservare e aggregare una grande mole di dati sugli utenti e di utilizzare sofisticate tecniche basate sull'intelligenza artificiale, per ottenerne un'accurata profilazione, le rende particolarmente attrattive per gli investitori.

Questa stessa capacità assicura alle piattaforme una posizione di assoluto rilievo anche quali aggregatori e indicizzatori di informazioni, rendendole potenzialmente dominanti nel mondo dell'informazione digitalizzata.

I motori di ricerca, i *social network* e le piattaforme di condivisione di video gestiti dai grandi *player* globali costituiscono veri e propri *gatekeeper* di accesso all'informazione in rete, non solo per i cittadini, ma anche per gli editori *online*, che sempre di più dipendono da essi per raggiungere gli utenti.

Tale situazione richiede un costante e sistematico monitoraggio, nonché l'adozione di iniziative, anche di tipo regolamentare, finalizzate ad accrescere la trasparenza del sistema dell'informazione *online* e ad assicurare una più efficace tutela dei minori.

La disciplina del *Digital Services Act* prevede puntuali meccanismi di co-regolamentazione per le attività delle piattaforme di dimensioni molto grandi, al fine di assicurare, tra l'altro, **la tutela del pluralismo informativo** e della correttezza dell'informazione e la **protezione dei minori da contenuti illegali** o nocivi, attraverso un articolato sistema di collaborazione tra Commissione europea, *Digital Services Coordinator* e regolatori nazionali dei servizi di media audiovisivi.

In attesa della piena applicazione di tali disposizioni, prevista per il prossimo mese di febbraio, l'Autorità ha continuato nell'opera di attuazione delle direttive di settore.

In particolare, il decreto legislativo di recepimento della direttiva *Copyright* ha affidato ad AGCOM diverse nuove competenze.

La prima di esse riguarda la corretta remunerazione dei prodotti editoriali i cui contenuti circolano sulle piattaforme e sui *social media*, il cosiddetto **"equo compenso"**.

A conclusione di un lungo e complesso lavoro di proficua interlocuzione con il mercato, AGCOM ha individuato, attuando per prima la normativa europea, i criteri di riferimento per la determinazione dell'equo compenso spettante agli editori.

La definizione dell'equo compenso, anche sulla base dei predetti criteri, è rimessa alla libera contrattazione delle parti, essendo l'intervento dell'Autorità previsto solo in caso di mancato raggiungimento di un accordo.

Siamo ovviamente in attesa di conoscere l'esito delle negoziazioni in corso

Sempre in tema di tutela del diritto d'autore, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica (delibera n. 44/23/CONS) lo schema di regolamento riguardante i cosiddetti **diritti connessi** (artt. 18-*bis*, 46-*bis*, 80, 84, 110-*ter*, 110-*quater*, 110-*quinquies*, 110-*sexies*, 180-*ter* della legge sul diritto d'autore).

Lo schema di provvedimento copre uno spettro di tematiche molto ampio che include alcuni obblighi di trasparenza (incluso il meccanismo di risoluzione di controversie su tali materie), l'individuazione dei meccanismi per la remunerazione di autori ed artisti, interpreti o esecutori, le c.d. licenze collettive estese e i criteri per la determinazione della rappresentatività degli organismi di gestione collettiva titolati a concederle.

È stata inoltre affidata all'Autorità l'adozione delle linee guida sui meccanismi di reclamo predisposti dai prestatori di servizi di condivisione di contenuti *online* per la contestazione della decisione di disabilitazione dell'accesso o di rimozione di specifiche opere o di altri materiali dagli utenti caricati (delibera n. 115/23/CONS).

L'Autorità, nel mese di dicembre 2022, ha avviato una consultazione pubblica avente ad oggetto alcune modifiche al regolamento del 2013 a tutela del diritto d'autore *online* intese a contrastare in maniera ancora più efficace **i fenomeni di pirateria degli eventi sportivi live**.

La legge appena approvata rafforza ancor di più il ruolo dell'AGCOM in questo settore nevralgico, confermando il percorso intrapreso ed estendendolo a **tutti gli eventi live** (contenuti trasmessi in diretta, prime visioni di opere cinematografiche e audiovisive o programmi di intrattenimento, contenuti audiovisivi, anche sportivi, o altre opere dell'ingegno assimilabili).

La possibilità di intervenire entro trenta minuti dalla segnalazione introduce, con la irrinunciabile e fondamentale collaborazione degli ISP attraverso una piattaforma tecnologica *ad hoc*, uno strumento di contrasto effettivo alla pirateria digitale che mette il nostro Paese all'avanguardia nella tutela del *copyright* sulla scorta di quanto auspicato anche recentemente dalla Commissione europea.

Il **regolamento europeo c.d. P2B (Platform to Business)** ha stabilito che i rapporti tra fornitori di servizi di intermediazione e motori di ricerca *online*, da un lato, e gli utenti commerciali, dall'altro, siano improntati all'equità e alla trasparenza.

All'esito di un'ampia consultazione pubblica, l'Autorità ha adottato le prescritte linee guida, indicando i meccanismi per la risoluzione extragiudiziale delle controversie nonché i para-

metri di posizionamento applicati dai motori di ricerca (delibera n. 406/22/CONS).

Contestualmente, sono iniziati i lavori del tavolo tecnico per promuovere l'applicazione condivisa di tali prescrizioni normative.

Nell'esercizio delle specifiche prerogative ad essa riconosciute dalla legge in materia, peraltro rafforzate dal nuovo testo unico, AGCOM ha dunque proseguito la sua azione in materia di **rilevazione degli ascolti** secondo le direttive formulate con l'atto di indirizzo di cui alla delibera n. 194/21/CONS.

I dati di ascolto esprimono la misura del successo ottenuto dalla programmazione editoriale e pubblicitaria e rappresentano, di conseguenza, un elemento imprescindibile della valorizzazione dei contenuti pubblicitari e di quelli editoriali, importanza viepiù rafforzata nel nuovo ecosistema digitale in ragione dell'emergere degli OTT.

Con la delibera n. 44/23/CONS, all'esito della consultazione pubblica avviata nel luglio 2022, AGCOM ha confermato, da un lato, l'imprescindibilità del modello JIC - *Joint Industry Committee* da parte dei soggetti che realizzano le indagini sulle rilevazioni degli ascolti, sottolineando al contempo l'esigenza di una effettiva e massima rappresentatività dell'intero settore di riferimento nell'ottica di un'auspicata inclusione dei soggetti operanti sul medesimo mercato unitamente alla trasparenza del modello decisionale. Dall'altro, la necessità di metriche univoche espressione di metodologie trasparenti, imparziali e verificabili.

In questo senso, appare irrinunciabile il ruolo di coordinamento di UPA e UNA per una graduale convergenza delle metriche in logica *cross piattaforma, cross device e cross mediale*.

Ciò vale non solo per il settore dell'audiovisivo, ma anche per il settore radiofonico, la cui situazione sarà oggetto di uno specifico approfondimento in una prossima riunione del Consiglio.

Un cenno meritano infine le ulteriori azioni dell'Autorità **a tutela della legalità online**.

Ne sono esempi il **contrasto al secondary ticketing**, ossia la rivendita di biglietti per

eventi di spettacolo su canali *online* da parte di soggetti non autorizzati, a prezzi notevolmente maggiorati. In tale ambito, va segnalato, che, per la prima volta, quest'anno, un'operazione, svolta in collaborazione con la Guardia di Finanza, ha consentito di individuare e bloccare, prima dello svolgimento dei concerti, la rivendita illecita dei biglietti.

È proseguita, inoltre, la vigilanza sul **divieto di qualsiasi forma di pubblicità del gioco d'azzardo** o comunque di giochi e scommesse con vincite in denaro. La lotta contro questo fenomeno si è concretizzata attraverso attività di vigilanza e sanzioni, talune rilevanti, anche grazie all'efficace e fattivo supporto della Guardia della Finanza.

6. Conclusioni

In conclusione, mi permetto di tornare alle riflessioni con cui ho aperto questa relazione.

La tecnologia corre estremamente veloce e la regolazione spesso le arranca faticosamente dietro. E tuttavia, soprattutto in Europa, la regolazione sta certamente cercando di accorciare le distanze.

Sono da circa un anno presidente dell'ERGA, l'organismo europeo che raccoglie i regolatori nazionali dell'audiovisivo, e da tale osservatorio posso testimoniare, oltre all'importanza della cooperazione tra le autorità nazionali, l'impegno e la visione lungimirante dell'Europa e insieme le grandi capacità italiane, che in alcuni campi, - penso alle regole imposte a DAZN - hanno aperto nuove strade che sono divenute un modello di regolazione per l'intera Unione europea.

Il *Digital Services Act*, che entra in vigore a febbraio 2024, costituirà la nuova sfida regolamentare, che ci troveremo ad affrontare nella seconda parte della consiliatura.

È da tempo in corso l'interlocuzione con il Governo, e qui saluto e ringrazio il ministro Urso, affinché AGCOM sia designata, in applicazione della normativa europea, quale coordinatore dei servizi digitali a livello nazionale, così sedendo nel *board* europeo dei coordinatori nazionali che si rapporterà con la Commissione europea, per l'attuazione del *Digital Services Act*, così come altre autorità nazionali saranno chiamate a rilevanti compiti con riferimento ad altre leggi europee.

Per AGCOM i nuovi compiti saranno una sfida importante perché implicano la necessità di individuare efficaci meccanismi di coordinamento a livello nazionale e di raccordo a livello europeo, ed è per questo che occorre prepararsi per tempo, anche attraverso una adeguata dotazione di risorse.

La chiave per affrontare la sfida del digitale è certamente nella cooperazione e nell'interazione di tutti i soggetti istituzionali ed in particolare di tutte le autorità competenti nei vari settori, coordinando gli sforzi in un'ottica di sistema.

Sono lieto di salutare i rappresentanti delle altre autorità italiane con cui abbiamo instaurato un rapporto cordiale e fruttuoso. In particolare, abbiamo rafforzato la cooperazione con l'AGCM, avviando la revisione dell'apposito protocollo d'intesa, e quella con il Garante della Privacy, soprattutto in tema di propaganda elettorale e di tutela dei minori, e proseguiremo la collaborazione con tutte le altre autorità.

Ci attendono grandi sfide, che continueremo ad affrontare e - speriamo - a vincere con l'impegno di tutto il personale di AGCOM, la collaborazione dei Co.Re.Com., per i quali abbiamo rinnovato uno storico accordo con le Regioni e le Province autonome, e il supporto della Polizia postale e della Guardia di Finanza.

Tutto questo per aiutare l'Italia a proseguire il proprio percorso nel mondo digitale con sicurezza ed efficacia.

GRAFICA • IMPAGINAZIONE • STAMPA



