



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Relazione annuale 2017
sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

SINTESI

Gli obiettivi dell'Autorità attraverso una sintesi delle attività

L'attività dell'Autorità nel corso del 2016, da un lato, si è dispiegata lungo un percorso già tracciato dalle formulazioni strategiche delle precedenti Relazioni annuali, dall'altro, secondo un itinerario regolamentare caratterizzato da un'attenta attività di verifica sull'efficacia degli interventi nei diversi settori di competenza e dall'individuazione, nei casi richiesti, in un'ottica di continuo miglioramento della qualità della regolazione, di iniziative sempre più al passo con il contesto di riferimento.

I principali interventi qui sintetizzati, frutto del lavoro svolto nel periodo tra il 1° maggio 2016 e il 30 aprile 2017, sono stati realizzati secondo un approccio "ciclico", che privilegia, cioè, una visione complessiva e unitaria dell'attività regolatoria.

I principi ispiratori sono da rinvenirsi nella promozione della concorrenza e nella tutela del pluralismo, nell'efficiente allocazione delle risorse scarse, nella garanzia di parità di accesso ai mezzi di informazione, nella promozione della legalità nella fruizione di opere digitali, nella tutela dell'utenza e delle categorie deboli. Tutta l'attività si ispira ai principi di efficienza, efficacia e trasparenza dell'azione amministrativa.

Le azioni realizzate

Promozione di una regolamentazione pro-concorrenziale e convergente

Nel periodo di riferimento sono state condotte specifiche iniziative volte ad indirizzare, semplificare ed aggiornare i sistemi normativi, in tutti i settori di competenza; in tale quadro si collocano, ad esempio, le molteplici audizioni presso diverse Commissioni della Camera e del Senato su temi di interesse rilevante per il settore delle comunicazioni e lo sviluppo del Paese.

Per quanto concerne l'obiettivo di definizione di una regolamentazione pro-concorrenziale nel settore delle telecomunicazioni, nel corso dell'ultimo anno l'Autorità ha completato il quadro regolamentare per le reti fisse e mobili, definendo altresì le condizioni attuative degli obblighi regolamentari imposti nel precedente periodo di riferimento.

In particolare, per la rete fissa, l'Autorità ha concluso il terzo ciclo di analisi dei mercati dei servizi di interconnessione, ha avviato il quarto ciclo dell'analisi dei mercati dell'accesso e ha disciplinato le condizioni attuative dell'obbligo di non discriminazione imposto a Telecom Italia nell'ambito dell'analisi dei mercati dell'accesso avviando, altresì, due procedimenti volti a definire le procedure di *switch-off* delle centrali locali della rete di accesso e a rivedere il sistema di *Service Level Agreement* e delle penali. Per la rete mobile, è stato avviato il quinto ciclo di analisi dei mercati della terminazione vocale su singola rete mobile.

Tra le ulteriori iniziative dell'Autorità volte ad aggiornare il quadro delle regole in attuazione dei principi sanciti dal Codice delle comunicazioni elettroniche, fra cui la promozione della concorrenza e la tutela dei clienti finali, si segnalano le attività legate alla prosecuzione dei diversi tavoli tecnici.

Tra i più significativi interventi che l'Autorità ha messo in pratica al fine di regolamentare e vigilare il settore dei servizi postali, si rammentano: l'adozione di provvedimenti che, in linea con quanto previsto dalla Legge di stabilità, sono volti al contenimento della spesa pubblica; l'attività di monitoraggio della qualità del servizio universale; il riesame, avviato dall'Autorità nel corso dell'anno 2016, delle previsioni in materia di accesso alla rete e all'infrastruttura postale di Poste Italiane.

L'Autorità ha, inoltre, consolidato il proprio ruolo nello sviluppo dell'Agenda Digitale proseguendo con la propria attività di supporto tecnico/regolamentare per il conseguimento degli obiettivi strategici di sviluppo delle reti previsti dall'Agenda Digitale italiana, predisponendo le Linee guida per la definizione delle condizioni di accesso *wholesale* alle reti a banda ultra-larga destinate di

contributi pubblici e rendendo disponibile *online*, la mappatura di tutte le reti di accesso a Internet sul territorio nazionale.

Il complessivo e sinergico contesto di azioni regolamentari si completa con lo svolgimento della costante attività di vigilanza, articolata nelle sue molteplici sfaccettature.

Uso efficiente di risorse scarse

Le attività di *policy-making* in questo ambito hanno carattere continuativo: il regolatore opera costantemente per l'elaborazione e l'aggiornamento dei piani di allocazione delle risorse frequenziali, la definizione di *standard* e normative tecniche internazionali ed europee, nonché per l'ottimizzazione degli usi dello spettro.

In particolare, l'Autorità ha preso parte attivamente alla definizione delle politiche per lo spettro radio sia in ambito nazionale che internazionale al fine di assicurare un uso efficiente delle risorse frequenziali, proseguendo la partecipazione ai due principali organismi dell'Unione europea, ossia il Comitato Radio Spettro e il Gruppo per la politica dello spettro radio.

Nel settore della radiodiffusione televisiva, in considerazione del mutato contesto normativo, l'Autorità ha adottato un provvedimento che, nelle more della ripianificazione complessiva delle risorse destinate al servizio di radiodiffusione sonora e televisiva conseguentemente al *refarming* della banda 700 MHz, sospende il processo di implementazione dei cambi programmati di risorse frequenziali previsti dai vigenti Piani nazionali di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo terrestre in tecnica digitale.

Per il settore radiofonico, l'Autorità ha incluso nel Catasto nazionale delle frequenze gli impianti di radiodiffusione sonora analogica operanti in banda 87,5-108 MHz.

Tutela del pluralismo e della parità di accesso ai mezzi di informazione

Nell'ambito della propria attività di tutela del pluralismo, al fine di verificare che non si costituiscano posizioni dominanti nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) e nei mercati che lo compongono e che siano rispettati i c.d. "limiti anti-concentrativi", l'Autorità ha concluso la prima fase del procedimento volto all'individuazione dei mercati rilevanti nel settore dei servizi di media audiovisivi. Al termine di una complessa analisi ha, quindi, individuato i mercati rilevanti ai fini della tutela del pluralismo, anche alla luce del diffondersi di modalità innovative di produzione, distribuzione e fruizione dei contenuti audiovisivi su Internet.

Inoltre, sono proseguite le attività relative al procedimento volto all'individuazione del mercato rilevante nonché all'accertamento di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo nel settore della radiofonia.

In questo contesto, l'Autorità, nell'espletamento della propria consueta attività annuale, ha altresì concluso il procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del SIC per l'anno 2015.

L'impianto regolamentare è stato ulteriormente arricchito sia con attività riguardanti la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, sia con provvedimenti tra i quali si segnala un atto di indirizzo con il quale l'Autorità ha inteso richiamare i fornitori di servizi di media audiovisivi e radiofonici ad assicurare il più rigoroso rispetto dei principi fondamentali sanciti a garanzia degli utenti, avuto specifico riguardo ai soggetti a rischio di discriminazione.

In considerazione delle modifiche nelle modalità di fruizione dei media e della continua evoluzione tecnologica che interessa il settore delle rilevazioni, l'Autorità ha condotto un'indagine conoscitiva sui sistemi di rilevazione degli indici di ascolto, al fine di acquisire utili elementi per il miglioramento delle metodologie di formazione degli indici di ascolto.

In tale contesto si collocano, inoltre, le attività di vigilanza da parte dell'Autorità dei programmi mandati in onda dalle principali emittenti a carattere nazionale e, per il tramite dei Comitati regionali per le comunicazioni, anche quelle di vigilanza sulla emittenza radiotelevisiva locale.

Tutela dell'utenza e delle categorie deboli

Le molteplici attività poste in essere nel periodo di riferimento per garantire la fornitura del servizio universale e l'accessibilità dei servizi agli utenti disabili, assicurare la trasparenza tariffaria, monitorare il mercato con riferimento agli aspetti contrattuali e alle pratiche commerciali, migliorare gli strumenti a disposizione dell'utente per la verifica della qualità dei servizi resi e una efficace autotutela hanno tutte come *leitmotiv* quello della tutela e promozione degli interessi dei consumatori.

A livello regolatorio, sono state adottate misure di carattere generale in materia di trasparenza tariffaria e misure specifiche per il servizio universale e gli utenti disabili.

Nell'ambito dell'attività di vigilanza, avviata d'ufficio o sulla base delle segnalazioni ricevute, sono stati emanati diversi provvedimenti di diffida, al fine di scongiurare la realizzazione di condotte pregiudizievoli per i consumatori, nonché ordini di cessazione di comportamenti lesivi degli interessi degli utenti.

Attraverso una mirata attività sanzionatoria è stata garantita anche la repressione delle violazioni della normativa di settore quando l'opera di prevenzione non è stata sufficiente.

Le profonde trasformazioni in atto nel sistema mediale hanno accresciuto le opportunità comunicative ma, al tempo stesso, hanno posto nuove sfide sul piano della tutela degli utenti e in particolare dei minori. In quest'ottica, l'Autorità nel 2016 ha deciso di aggiornare il "Libro Bianco Media e Minori", con la finalità di rispondere alle nuove emergenze normative e regolatorie derivanti dal consumo dei media digitali.

**Diffusione
della cultura
della legalità
nella
fruizione di
opere digitali**

L'Autorità ha svolto numerose azioni volte a diffondere la cultura della legalità nella fruizione di opere digitali. Si segnalano, da un lato, le attività di comunicazione istituzionale nonché di studio e alfabetizzazione mediatica, svolte anche in collaborazione con altre istituzioni; dall'altro, quelle di natura procedimentale, volte all'accertamento e alla cessazione delle violazioni del diritto d'autore e dei diritti connessi.

Il dato crescente relativo ai casi di adeguamento spontaneo relativo alle opere oggetto di istanze è certamente un indicatore non solo di efficacia del lavoro condotto, ma anche di maggiore consapevolezza da parte dei soggetti che agiscono in rete.

**Efficienza,
efficacia e
trasparenza
dell'azione
amministrativa**

Il raggiungimento della trasparenza dell'azione amministrativa così come il miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza della stessa rappresentano il fine ultimo di una pluralità di azioni, coordinate tra loro, poste in essere dall'Autorità.

Tra queste si segnala un rinnovato impegno per la trasparenza e la prevenzione dei fenomeni di corruzione sotto la spinta delle innovazioni legislative intervenute nel tempo in questa materia: sono state avviate, infatti, le attività di revisione del Regolamento Trasparenza, ed è stato adottato un nuovo Programma per la trasparenza e l'integrità per il triennio 2017-2019. In tema di prevenzione della corruzione, l'Autorità ha avviato le attività per coordinare il vigente Piano triennale di prevenzione della corruzione al nuovo Programma triennale per la trasparenza e l'integrità.

È altresì proseguito l'impegno dell'Autorità per il conseguimento degli obiettivi di informatizzazione dei processi gestionali così come di digitalizzazione e dematerializzazione dei flussi documentali. A tal fine, è stato adottato un sistema di gestione unificata di tutta la posta interna ed esterna dell'amministrazione attraverso l'utilizzo di un unico sistema di protocollo, per

migliorare la tracciabilità degli atti interni e garantire la validità degli stessi. Per il raggiungimento dei citati obiettivi, si evidenziano anche le attività di miglioramento nella gestione delle banche dati quali, ad esempio, le iniziative in materia di aggiornamento della IES, del Registro degli Operatori di Comunicazione e del catasto delle frequenze, così come quelle per la progettazione di un sistema di conciliazione telematica delle controversie tra utenti e operatori (*Online Dispute Resolution*).

Lungo la direttrice dell'efficienza e dell'efficacia dell'azione amministrativa si è sviluppata l'attività di definizione del primo Piano della *performance* dell'Autorità, che costituisce lo strumento per dare avvio al ciclo di gestione della *performance* e si articola nelle fasi di pianificazione strategica, programmazione operativa, controllo di gestione e controllo strategico, fino a includere la gestione del sistema incentivante.

Tra le ulteriori azioni si segnala l'adozione e la messa a regime di strumenti e istituti di *better regulation* quali AIR, VIR e MOA e il costante dialogo intrattenuto con la comunità finanziaria nazionale ed internazionale, anche tramite la messa a disposizione di dati e la divulgazione di *focus* e *report* a prevalente carattere economico e statistico con l'obiettivo di fornire informazioni sui mercati di competenza dell'Autorità.

Rafforzamento del ruolo dell'AGCOM nell'ambito degli organismi internazionali

Il periodo in corso è un momento cruciale per le prospettive di disciplina dei mercati regolati dall'Autorità: la Commissione europea ha avviato una serie di processi legislativi sia nelle comunicazioni elettroniche, sia nei servizi di media audiovisivi, così come in materia di servizi postali transfrontalieri; pertanto, le azioni poste in essere nel corso del periodo di riferimento, sono volte tutte a consolidare il ruolo dell'Autorità nel sistema internazionale.

In particolare, è proseguito l'impegno dell'Autorità all'interno dei numerosi organismi internazionali cui partecipa, sia mediante il consueto apporto dei propri esperti all'interno dei *forum* dei regolatori, sia mediante l'assolvimento di compiti di coordinamento di gruppi di lavoro e l'assunzione di incarichi di *governance*.

Si segnalano, inoltre, le numerose iniziative bilaterali in corso sotto forma di gemellaggi con altre autorità di settore, nonché di collaborazione ai progetti TAIEX (*Technical Assistance and Information Exchange*) organizzati dalla Commissione europea.

Gli scenari nei mercati regolati

Nel settore delle comunicazioni (telecomunicazioni, media e servizi postali) le risorse economiche ammontano complessivamente a circa 53,6 miliardi di euro, in aumento (1,5%) rispetto al 2015.

Il contributo più rilevante proviene dal comparto delle telecomunicazioni, che rappresenta il 59% dell'intero settore (circa 31,9 miliardi di euro); seguono i media (televisione, radio, editoria e Internet), con un'incidenza sul totale pari al 28% (corrispondente a circa 14,7 miliardi di euro) e, infine, i servizi postali, con un'incidenza del 13% (circa 7 miliardi di euro).

Nei settori delle telecomunicazioni e dei media è possibile ravvisare un'inversione di tendenza caratterizzata da un aumento (rispettivamente dello 0,2% e del 3,9%) dei ricavi complessivi. Per i servizi postali, continua il *trend*, riscontrato nel 2015, di aumento dei ricavi totali (+2,6%).

Nel segmento delle telecomunicazioni, mentre i ricavi da rete fissa mostrano ancora una contrazione, quelli da rete mobile esibiscono un deciso aumento (+2,4%).

Per il settore dei media, la componente radiotelevisiva cresce del 6,5%, mentre continua a perdere risorse il comparto dell'editoria (-6%), seppur a un tasso inferiore rispetto al recente passato. L'*online*, al contrario, continua a espandersi (+14,8%).

Le entrate riconducibili ai servizi postali continuano a mostrare una sensibile riduzione nella componente relativa al servizio universale (-12,6%), controbilanciata dalla crescita delle attività di servizi in esclusiva e di corriere espresso (rispettivamente, +9,1% e +8%).

Per quanto riguarda l'incidenza del settore delle comunicazioni e dei singoli segmenti che lo compongono sul PIL, si rileva una sua sostanziale costanza nel tempo. In particolare, il settore delle comunicazioni incide, nel suo insieme, per circa il 3,2% sul PIL, con le telecomunicazioni che pesano per l'1,9%, i media per lo 0,9%, e i servizi postali per lo 0,4%.

I principali trend

I mercati delle telecomunicazioni

Dopo dieci anni di ininterrotta contrazione, nel 2016, il settore delle telecomunicazioni torna a crescere.

La spesa di famiglie e imprese in servizi di telecomunicazioni, nel 2016, mostra un aumento vicino all'1%, rispetto ad una riduzione dell'1,8% registrata l'anno precedente.

Continuano a contrarsi i ricavi dai tradizionali servizi voce (-7,6%), ma crescono le risorse derivanti dai servizi dati (+5,6%). Nel 2011, gli introiti derivanti da servizi voce risultavano ampiamente superiori a quelli derivanti da servizi dati, nel 2015 i ricavi sono arrivati a eguagliarsi, mentre nel 2016 si registra il "sorpasso" dei ricavi da servizi dati su quelli da servizi voce (Figura 1).



Figura 1 - Telecomunicazioni fisse e mobili: ricavi da servizi *retail* voce e dati (miliardi di €)

La domanda inizia a seguire l'offerta: nel corso del 2016 sono quasi raddoppiati gli accessi *ultrabroadband* (da 1,2 a 2,3 milioni).

Con la progressiva diffusione della banda larga mobile, aumenta, in maniera sensibile, il consumo di dati (+46%) da *device* mobile.

Mutano le dinamiche competitive in tutto il settore, anche se non sono ancora evidenti gli effetti, nella rete fissa, dell'entrata di Enel sul mercato della banda larga attraverso Open Fiber, e, nelle telecomunicazioni mobili, della fusione tra gli operatori Wind e H3G in WindTre (è inoltre atteso l'ingresso di Iliad nel

mercato mobile proprio per effetto delle condizioni poste per l'approvazione di questa operazione di concentrazione).

L'andamento generale dei ricavi nelle reti di telecomunicazioni fisse e mobili è fortemente influenzato dall'andamento dei prezzi dei servizi che, negli ultimi anni, è stato in decisa riduzione, in controtendenza rispetto all'indice generale dei prezzi (Figura 2).

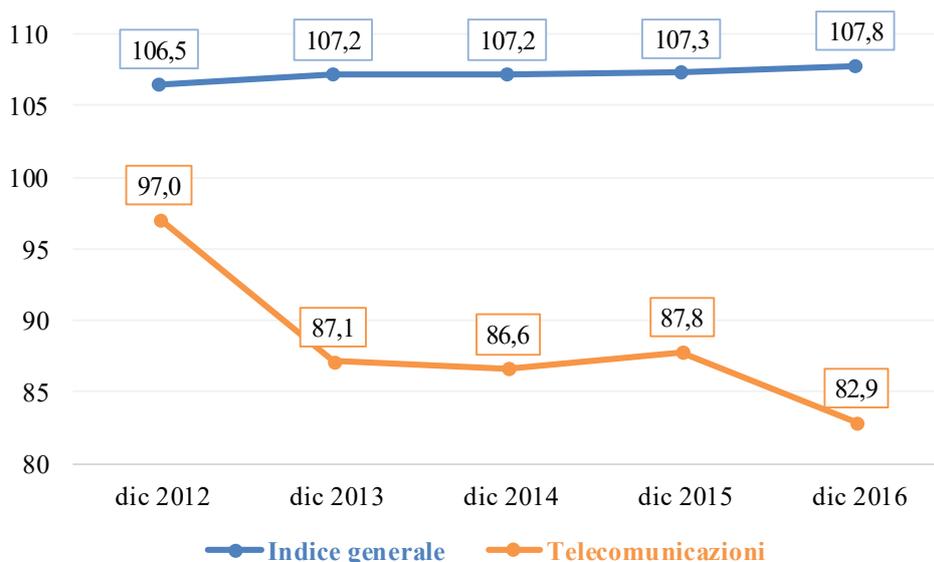


Figura 2 - Andamento dei prezzi nelle telecomunicazioni (2010=100)

Le dinamiche nel settore

Nel 2016, le risorse degli operatori di telecomunicazione mostrano una lieve ripresa: la crescita è risultata mediamente pari allo 0,2%, ed è da attribuirsi ai servizi di rete mobile (+2,4%) il cui incremento, più che compensa la riduzione registrata per i servizi di rete fissa (-2%).

I ricavi da servizi *wholesale* continuano nel complesso a diminuire (-3,1%), ma è da evidenziare come tale flessione abbia interessato, nel corso del 2016, principalmente i ricavi da servizi di rete fissa (-4,6%). I ricavi da servizi di rete mobile, infatti, sono diminuiti solo dello 0,9%.

L'andamento dei ricavi *retail* per tipologia di clientela mostra una riduzione, su base annua, per il segmento affari (-2,5%), e un aumento per quello residenziale (2,5%); tale aumento appare dovuto ai servizi su rete mobile, trainati dalla crescita dei servizi e delle applicazioni *online* che ha determinato una forte impennata nell'utilizzo di Internet da parte degli utenti.

Gli investimenti complessivi in infrastrutture mostrano nel 2016 una riduzione di poco superiore al 5% rispetto al periodo precedente. In particolare, mentre le attività di investimento nella rete fissa sono aumentate

di circa il 6% e sono anche il risultato dell'attivismo degli operatori concorrenti all'*incumbent* (con una crescita del 6,7%) che puntano verso un maggior livello di infrastrutturazione, gli investimenti in reti mobili mostrano una consistente riduzione (-20,6%) che, comunque, sembra essere la naturale conseguenza dei rilevanti impegni registrati negli anni precedenti per il completamento delle reti 4G (Figura 3).

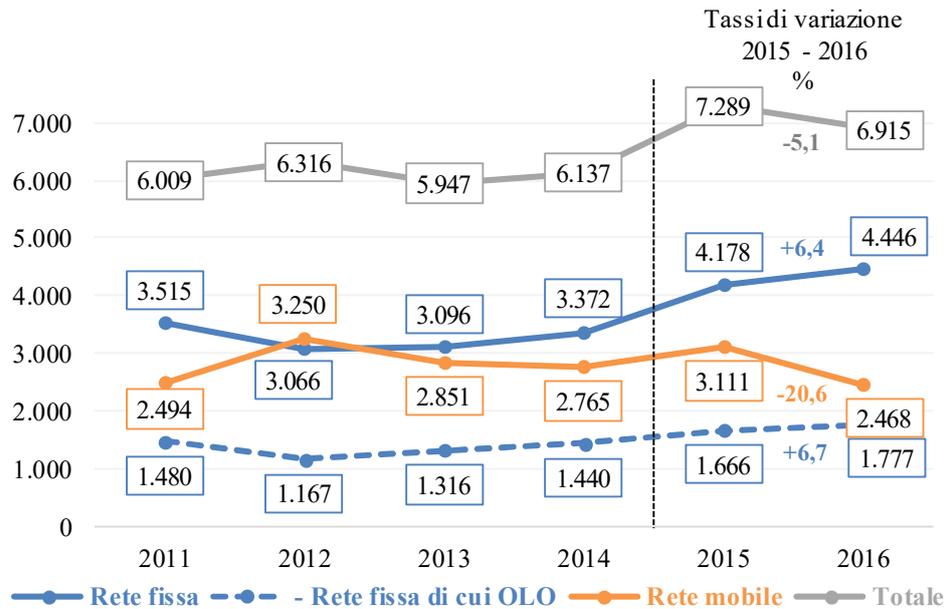


Figura 3 - Investimenti in immobilizzazioni (milioni di €)

Con riferimento alla distribuzione della spesa per servizi di rete fissa e mobile delle famiglie e delle imprese, tra i principali operatori cresce, anche se in misura inferiore al punto percentuale, il volume di affari di WindTre (+0,7), Vodafone (+0,4) e Fastweb (+0,2), mentre arretrano Telecom Italia (-0,7), BT Italia (-0,6) e Tiscali (-0,1).

I mercati di rete fissa

Nel 2016, si osserva una flessione negli introiti *retail* dell'1,3%, attribuibile principalmente alla riduzione dei ricavi da servizi di telefonia vocale (-11,9%). I ricavi derivanti dai servizi dati, invece, evidenziano una crescita del 4,4%.

Tale dinamica è riconducibile sia all'aumento degli abbonamenti *broadband* su rete fissa, la cui consistenza media nel corso del 2016, pari ad oltre 15,27 milioni, cresce di quasi il 4%, sia all'incremento della porzione di abbonamenti che prevedono prestazioni di nuova generazione, in particolare connessioni a velocità elevate.

L'aumento degli abbonati e della velocità media di connessione ha indotto una crescita del traffico dati su rete fissa, che a fine 2016 ammonta a circa

12.400 Petabyte, un valore superiore del 40% rispetto al traffico dell'anno precedente.

Nel mercato dei servizi *broadband* offerti a famiglie e imprese, la quota di mercato di Telecom Italia continua a ridursi, attestandosi, a fine 2016, al 45,9% delle linee.

La diffusione dei servizi di accesso a banda larga si attesta, su base nazionale, su valori pari a circa il 25,7% della popolazione e il 60,2% delle famiglie. La diffusione dei servizi *ultrabroadband* è pari a circa il 3,8% della popolazione e al 9,02% delle famiglie.

Permangono rilevanti differenze nella diffusione dei servizi a livello geografico (Figura 4): emerge il sostanziale divario tra le province del Meridione e quelle del Centro-Nord, ad esclusione di quelle più densamente popolate, come Napoli e Palermo.

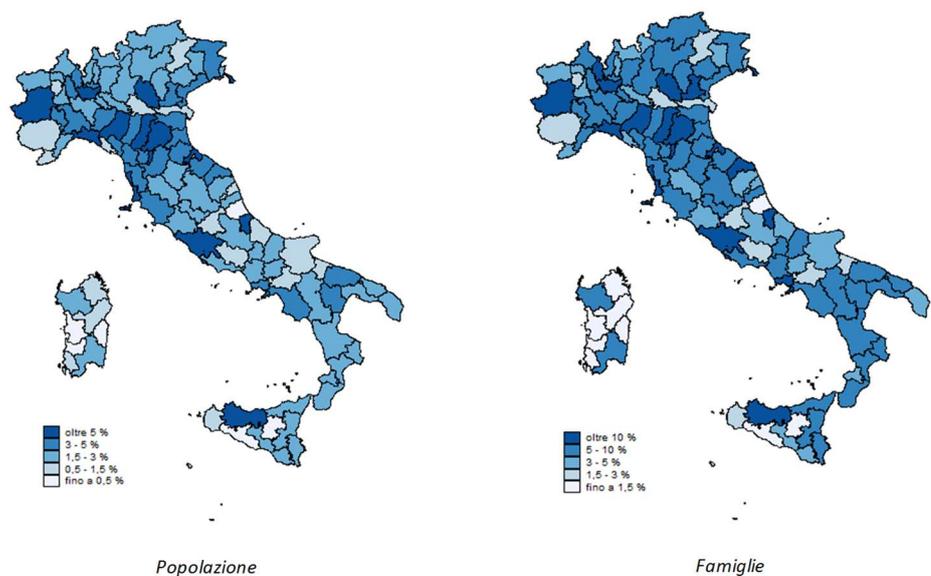


Figura 4 - Diffusione della banda ultra-larga nelle province italiane (dicembre 2016, %)

La diffusione nelle province italiane di collegamenti potenzialmente a banda ultra-larga, ossia delle linee di accesso in grado di garantire velocità superiori ai 30 Mbit/s, si presenta ancora piuttosto disomogenea (Figura 5).

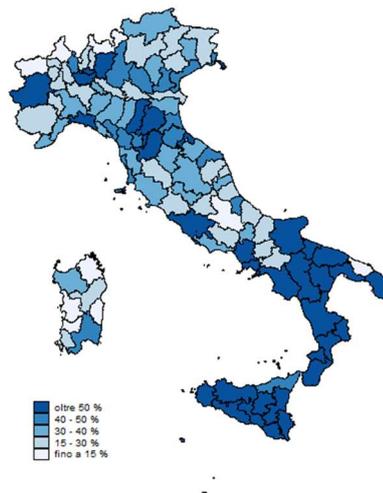


Figura 5 - Unità immobiliari raggiunte da servizi NGA (2016, %)

Le unità immobiliari “passate” in rete primaria nel 2016 hanno superato il 50% del totale, ossia 16,5 milioni di unità stimate a fronte di 32,7 milioni di abitazioni ed edifici, registrando una notevole crescita rispetto al 33% stimato nel 2015.

Sulla dinamica della copertura del territorio hanno influito, in maniera sostanziale, i piani di sostegno pubblico agli investimenti in infrastrutture a banda larga e ultra-larga, giustificati dalla bassa redditività degli investimenti nelle aree cosiddette “a fallimento di mercato” (tipicamente zone montuose, a bassa densità abitativa). Tali politiche di sostegno degli investimenti hanno consentito di aumentare il tasso di copertura delle regioni meridionali in misura sostanziale.

Se dal punto di vista della copertura potenziale, le regioni meridionali presentano un valore (in termini di numero indice) superiore alla media italiana, la situazione si ribalta se si analizza la penetrazione effettiva della banda larga e ultra-larga: le regioni centro-settentrionali mostrano valori superiori al valore medio italiano.

La diffusione delle tecnologie Internet-*based* in Italia è stimolata non solo da fattori di offerta, ma anche di domanda, quali i fattori socio-culturali e demografici.

Considerando la spesa complessiva degli utenti, il segmento residenziale risulta maggiormente concentrato rispetto a quello affari, con un peso di Telecom Italia superiore al 60%, anche se in deciso calo rispetto al 2015. Gli operatori Vodafone e WindTre, rispettivamente con una quota del 12,6% e

dell'11,3%, risultano entrambi in crescita (+0,6 e +0,1 punti percentuali), così come in aumento di 1 punto percentuale risulta la quota di Fastweb (9,4%).

Nel segmento affari, nonostante Telecom Italia mantenga la posizione di *market leader* (52,7%), la pressione competitiva esercitata dagli operatori sembra essere più intensa: Fastweb detiene oltre il 18% del segmento e BT Italia si attesta di poco sopra l'8%. Risultano in crescita (+0,8 punti percentuali) molti operatori di piccola e media dimensione, che, nel complesso, detengono il 13% del segmento.

Le imprese del settore dei servizi FWA hanno registrato una crescita dei ricavi che nel 2016 rispetto all'anno precedente ha sfiorato il 23%, raggiungendo un volume d'affari prossimo ai 200 milioni di euro. Tra i principali soggetti presenti nel segmento in esame, si segnalano in particolare Linkem ed Eolo.

I mercati di rete mobile

Il 2016 registra per la prima volta da cinque anni un aumento dei ricavi da servizi *retail* pari al 2,9%, che si articola in maniera diseguale fra le varie tipologie di servizi: i ricavi da servizi voce si riducono del 4,1%, mentre i proventi derivanti da servizi dati crescono del 6,9%.

In termini di volumi, i servizi voce nel 2016 registrano una crescita del 2,6%. A crescere sono in particolare le chiamate "*off net*" (+11,0%) e tale fenomeno risulta legato alla riduzione dei prezzi di terminazione mobile prevista dall'Autorità. Cresce anche il traffico verso la rete fissa (+1,9%), a seguito, in particolare, della progressiva diffusione di offerte commerciali che prevedono un *bundle* di servizi di rete mobile e fissa.

Con riferimento ai servizi dati offerti dagli operatori mobili, i volumi di traffico nel 2016 superano i 1.000 Petabyte (+46% rispetto al 2015). Alla base del consistente aumento del consumo di dati vi è principalmente la diffusione dei *social network* e dei servizi disponibili sul *web*; nel 2016 il consumo medio mensile è stato pari a 1,76 Gigabyte, valore con tassi di crescita in aumento: l'anno scorso l'incremento si attestava al 25%, quest'anno sale fino al 33% (Figura 6).



Figura 6 - Traffico medio mensile delle SIM che effettuano traffico dati (Gigabyte/mese)

Si amplia il divario tra le SIM che utilizzano esclusivamente servizi voce e quelle impiegate anche per navigare in rete e ciò rappresenta uno degli effetti del processo di sostituzione fra servizi di messaggistica tradizionale e servizi di messaggistica *online* indotto dalla capacità di questi ultimi di arricchire la comunicazione tra gli utenti con la condivisione istantanea, oltre che del testo, anche di suoni e immagini.

I ricavi da servizi dati mostrano una dinamica disomogenea tra i vari segmenti che compongono il settore: si registra un'ulteriore flessione degli introiti da SMS (-10%), mentre i servizi di accesso e navigazione in Internet continuano a crescere sensibilmente (+11,2%).

Nel segmento residenziale, WindTre risulta *market leader*. Nel segmento della clientela affari invece, Telecom Italia, pur perdendo 1,4 punti percentuali, rimane saldamente il primo operatore con una quota di mercato di oltre il 48%, mentre WindTre e Vodafone, sebbene in crescita, non arrivano a rappresentare, ciascuna, un quarto del mercato *business*.

Tra gli operatori mobili virtuali, i cosiddetti MVNO, PosteMobile continua a rappresentare poco meno della metà del segmento in esame.

I servizi media

Il sistema informativo sta attraversando, da alcuni anni, una fase di passaggio caratterizzata da profondi cambiamenti tecnologici e di mercato che si dispiegano in un contesto di contrazione delle risorse.

L'Autorità esercita un'attività di monitoraggio attraverso l'analisi dell'offerta informativa sia sotto il profilo delle imprese editoriali, verificando le fonti di finanziamento dell'informazione e gli assetti di mercato, sia sotto il profilo

della produzione informativa, analizzando l'evoluzione della professione giornalistica. Analogamente, tramite indagini conoscitive esamina la domanda di informazione e le modalità di accesso alla stessa da parte dei cittadini, per rilevarne l'evoluzione e le relative implicazioni.

Dal 2011 al 2015, il Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) nel suo complesso, ha subito un'importante contrazione economica (-16%), anche se con variazioni differenti da mercato a mercato. L'area radiotelevisiva si conferma il principale segmento del SIC, con un peso che nel 2015 è stato pari al 49,5%, mentre continua a ridursi quello dell'editoria, che subisce complessivamente una contrazione pari al 34% nel periodo considerato. Il settore della pubblicità *online* vede crescere nel tempo la propria incidenza.

L'analisi del sistema informativo attraverso l'Osservatorio sul giornalismo evidenzia alcune criticità, tra cui si segnalano, in particolare, lo scivolamento della professione giornalistica verso la precarizzazione, nonché l'esistenza di un *gender gap* e di barriere all'ingresso per le nuove generazioni. Si avverte, inoltre, il dispiegarsi di una dinamica, propria del mercato del lavoro italiano, *insider-outsider* che vede nell'età, nel genere e nella tipologia contrattuale un fattore discriminante.

La televisione

In un contesto segnato dal *trend* di generale contrazione degli ultimi anni, il settore della televisione è quello che ha subito le minori perdite in valori percentuali e che mostra nel 2016 i più evidenti segni di ripresa. Per il 2016, si stima che il valore delle risorse complessive del settore televisivo torni ad attestarsi sopra gli 8 miliardi di euro. La composizione dei ricavi afferenti al mezzo televisivo rispecchia quella tipica del sistema dell'informazione italiano, con la raccolta pubblicitaria che rappresenta la principale fonte di finanziamento (oltre il 40% del totale, pari a circa 3,5 miliardi di euro, riconducibili per il 90% alla Tv in chiaro), seguita dalla vendita di offerte televisive (36% dei ricavi complessivi), che nel 2016 diminuisce la propria incidenza sul totale di quasi 2 punti percentuali, in favore dei fondi pubblici (ossia, il canone per il servizio pubblico televisivo, le convenzioni con soggetti pubblici e le provvidenze pubbliche erogate alle emittenti). Questi ultimi costituiscono un'ulteriore e rilevante fonte di introiti per il settore (pesando sul totale per il 23%) (Figura 7).

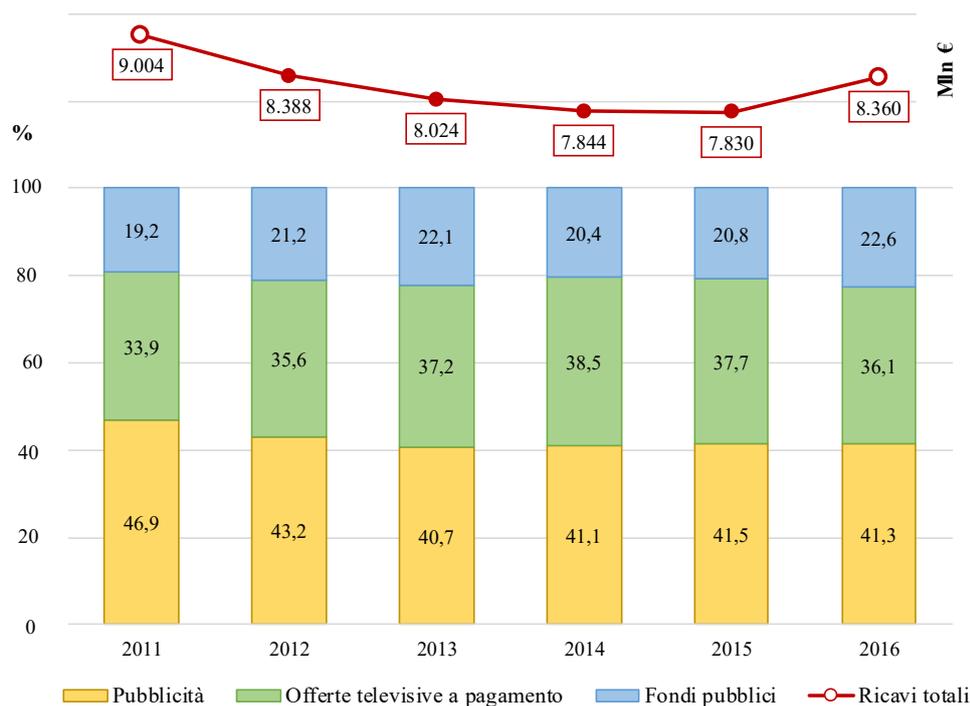


Figura 7 - Ripartizione dei ricavi complessivi della televisione per tipologia

All'interno del settore televisivo, all'esito di una complessa analisi (delibera n. 41/17/CONS), l'Autorità ha confermato la separazione merceologica tra il mercato dei servizi di media audiovisivi in chiaro e quello dei servizi di media audiovisivi a pagamento, in virtù delle ancora marcate differenze tra le due categorie di prodotti, che rendono gli stessi non sostituibili sia dal lato della domanda che dell'offerta.

Il mercato della Tv in chiaro

Nel mercato della televisione in chiaro si rileva il permanere di un livello di concentrazione elevato: oltre l'80% dei ricavi totali della televisione in chiaro è stabilmente detenuto dai gruppi RAI e Fininvest/Mediaset, con il primo che raggiunge una quota (in crescita) pari a circa la metà del totale, e il secondo che possiede una quota (in riduzione) stimata attorno a un terzo.

Il mercato della Tv a pagamento

Il grado di concentrazione del mercato della Tv a pagamento è tipicamente molto elevato, anche in considerazione della relativa struttura che risente dell'entità dei costi sostenuti per la produzione e l'acquisizione dei contenuti *premium*. Il gruppo 21st Century Fox/Sky Italia, che propone offerte a pagamento fruibili attraverso la piattaforma satellitare e *online*, si conferma di gran lunga il primo operatore (77%), mentre il gruppo Fininvest/Mediaset, che offre contenuti a pagamento sulla piattaforma digitale terrestre e sul *web*, occupa la seconda posizione (21%).

Sotto il profilo degli ascolti, considerando sia la Tv in chiaro sia la Tv a pagamento, l'andamento registrato dal 1990 al 2016 rivela da un lato una contrazione delle *audience* delle TV generaliste e una crescita degli altri operatori, con offerte prevalentemente tematiche o semi-generaliste, dall'altro come RAI e Mediaset raggiungano da sempre quote ampiamente superiori a qualsiasi altro operatore del settore.

La radio

La radio rappresenta, dopo la televisione, il secondo mezzo in termini di accesso.

Sul versante dell'offerta, il mercato radiofonico italiano è sempre stato caratterizzato da un'elevata frammentazione, con operatori aventi diversa copertura geografica, che spazia dagli ambiti iperlocali e locali fino a tutto il territorio nazionale.

Gli assetti del mercato

I recenti processi di concentrazione hanno determinato una modifica degli assetti del mercato a livello nazionale. L'operazione di consolidamento attuata dal gruppo Fininvest nel 2016 che ha acquisito attraverso R.T.I. - Reti Televisive Italiane, il controllo esclusivo del gruppo Finelco (ad eccezione di RMC), ha determinato un aumento del grado di concentrazione del settore, come indicato dall'incremento dell'indice di *Herfindahl-Hirschmann* (HHI), che passa da 989 a 1.083, pur rimanendo, comunque, al di sotto della soglia dei 2.500 punti.

Sotto il profilo economico, nel 2016, le fonti di finanziamento della radio, pari complessivamente a 639 milioni di euro, mostrano un incremento del 3% rispetto al 2015 (Figura 8).



Figura 8 - Ricavi complessivi della radio per tipologia (mln €)

La RAI, concessionaria del servizio pubblico radiofonico, conferma la propria posizione di operatore principale anche nel 2016, con una quota pari a circa un quarto del settore. Segue il gruppo Fininvest, con una quota di mercato del 13%.

Il maggior consenso degli ascoltatori è a favore delle emittenti a carattere commerciale.

I quotidiani

La stampa è il settore che evidenzia i segnali di maggiore sofferenza. I quotidiani continuano a mostrare il declino strutturale.

I ricavi complessivi subiscono una contrazione pari al 6,6%, con una riduzione maggiore dei ricavi pubblicitari (-7,7%) rispetto a quelli derivanti da vendita di copie, inclusi i collaterali (-6%), ipotizzando invariati i contributi e le provvidenze (Figura 9).

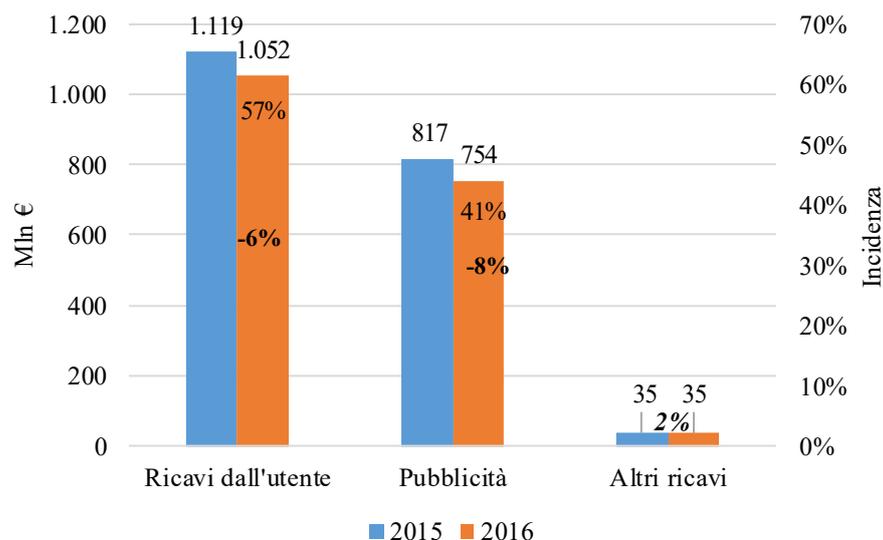


Figura 9 - Ricavi: valore, incidenza e variazioni 2016 rispetto al 2015

Si assiste allo strutturale decremento delle copie cartacee, la cui dinamica è da anni caratterizzata da un inarrestabile declino pari al 43% nel quinquennio 2011-2016.

Si evidenziano le difficoltà degli editori a valorizzare il prodotto tradizionale nel mondo digitale: le copie digitali, che costituiscono circa il 12% del totale delle copie vendute, rappresentano invece solo il 6% dei ricavi da vendita di copie, dal momento che il rapporto tra ricavo medio unitario per copia digitale e cartacea risulta ancora molto basso.

Anche il settore della stampa quotidiana e periodica è stato interessato da importanti processi di consolidamento, tra i quali si segnalano l'acquisizione, da parte della Cairo Communication, del controllo di RCS Mediagroup, e l'integrazione nel Gruppo Editoriale L'Espresso di Itedi, società editrice de *La Stampa* e, dallo scorso anno, anche del *Secolo XIX* e dell'*Avvisatore Marittimo*.

Internet (pubblicità online)

La tendenza connessa al crescente accesso e uso da parte dell'utenza di *device* mobili e delle relative applicazioni finalizzate a incrementare le funzionalità dei propri apparecchi ha prodotto conseguenze nel versante pubblicitario e, in particolare, nelle tecnologie e caratteristiche sottostanti alle modalità di vendita delle inserzioni attraverso le *app* fruite da *device* mobili.

La ripartizione degli investimenti in pubblicità *online* per *device* a livello mondiale negli ultimi cinque anni indica una crescita della spesa riferibile agli

apparecchi mobili, rispetto alla pubblicità veicolata attraverso *desktop*, che è passata dal 25% nel 2014 al 42% nel dato previsionale per il 2016.

I ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online* complessivamente realizzati (incluso anche la raccolta di pubblicità diffusa attraverso i siti degli editori dei media tradizionali) si attestano su un valore stimato pari a 1,9 miliardi di euro (Figura 10).

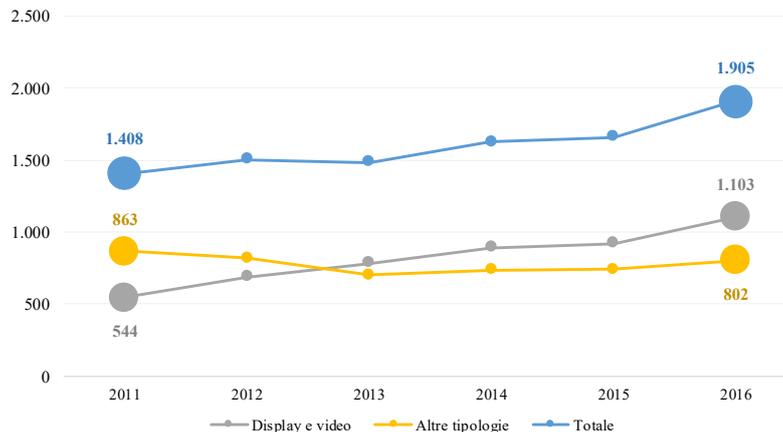


Figura 10 - Ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria *online* in Italia (mln €)

L'analisi degli assetti nazionali del settore della raccolta di pubblicità *online* evidenzia la stabile presenza di importanti *player* internazionali che gestiscono diverse piattaforme di intermediazione pubblicitaria e sono verticalmente integrati su tutta ovvero in alcuni segmenti della filiera di Internet, quali Google e Facebook che, congiuntamente, detengono ben oltre il 50% dei ricavi netti da pubblicità *online*, ossia del valore calcolato al netto della quota retrocessa ai proprietari dei siti *web*/applicazioni.

I servizi postali

Il settore postale in Italia è caratterizzato dalla presenza di un numero molto elevato di attori, circostanza che non ha uguali in Europa.

Il 44,4% dei titoli abilitativi è detenuto da imprese individuali, il 28,1% da società a responsabilità limitata e solo il 2,3% da società per azioni.

Ad eccezione dei principali operatori del settore, la maggior parte degli altri soggetti abilitati opera principalmente a livello locale, talvolta consorziandosi con altri operatori per garantire a questi ultimi una maggiore copertura territoriale.

Le risorse economiche

Nel 2016, il settore dei servizi postali in Italia ha fatturato complessivamente circa 7 miliardi di euro, con un aumento del 2,4% rispetto all'anno precedente.

Nel periodo 2013-2016 il settore ha subito una riduzione complessiva dei volumi (comune peraltro a tutti i Paesi europei) pari a circa il 22%, a fronte di un lieve aumento dei ricavi (pari a +4%). Nello specifico, mentre i ricavi e i volumi relativi al settore dei corrieri espresso crescono, nell'ambito del servizio universale, i ricavi e i volumi sono invece in calo (Figura 11).

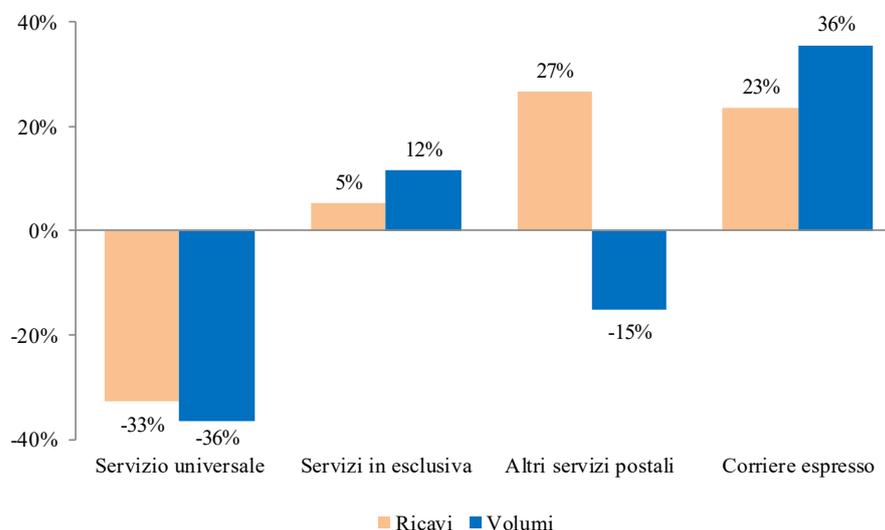


Figura 11 - Variazione percentuale dei ricavi e dei volumi dei servizi postali negli ultimi quattro anni

Investimenti e rete di accesso

Il settore postale registra un sensibile decremento degli investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali: nel 2016, questi ammontano a circa 432 milioni di euro, con una riduzione del 4,5% rispetto al valore dell'anno precedente. Al riguardo, si osserva che gli investimenti di Poste Italiane sono rimasti pressoché invariati rispetto al 2015, mentre sono diminuiti gli investimenti della maggior parte degli altri operatori.

La rete di accesso italiana ai servizi postali prevede 15.719 punti di accettazione, valore in leggero aumento (circa +3%) rispetto al 2015. La maggior parte dei punti di accettazione (81,7%) è costituita dagli uffici di Poste Italiane - unico operatore con una rete capillare su tutto il territorio nazionale - il cui numero è in diminuzione per effetto del programma di razionalizzazione. L'aumento complessivo dei punti di accettazione è dunque riconducibile alla volontà degli operatori concorrenti di aumentare i propri punti di presenza sul territorio.

I servizi postali rientranti nel servizio universale

I prodotti postali rientranti nel servizio universale hanno generato lo scorso anno ricavi per oltre 1,5 miliardi di euro, in diminuzione del 12,5% rispetto al 2015. Anche i volumi totali sono in calo, rispetto al 2015, del 16,4%.

Nell'ambito dei prodotti che rientrano nel servizio universale, la corrispondenza nazionale costituisce il 90,7% dei volumi totali.

Gli altri servizi postali

Il mercato dei servizi postali che non rientrano nel perimetro del servizio universale è caratterizzato da una apertura alla concorrenza e da una maggiore capacità delle imprese che vi operano di sviluppare servizi a valore aggiunto più conformi alle esigenze della domanda, specie quella non residenziale.

Per questa tipologia di servizi, si registra nell'ultimo quadriennio un *trend* in diminuzione in termini di volumi (-15%), mentre in termini di ricavi si registra una crescita (+26,6%); nel 2016 si osserva una diminuzione degli invii pari a circa il 9,5%, accompagnata da un aumento dei ricavi pari al 6,5%.

L'analisi delle quote di mercato in ricavi mostra che Poste Italiane, con una quota pari a circa il 72,5%, in crescita di 4,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente, continua a detenere una posizione di preminenza che risulta incontrastata dagli altri operatori.

I servizi di corriere espresso

Complessivamente, nel biennio 2015-2016, si registra un aumento sia dei ricavi, sia dei volumi - cui ha contribuito certamente in larga misura la diffusione dell'*e-commerce* - pari rispettivamente all'8% e al 12,2%. Il *trend* in aumento è confermato dai dati relativi all'intero quadriennio 2013-2016, nel quale ricavi e volumi presentano un incremento rispettivamente del 23,5% e del 35,5%.

In tema di concorrenzialità del mercato dei corrieri espresso, si registra l'assenza di un operatore dominante e la presenza invece di aziende che dispongono di quote di mercato di dimensione non trascurabile e fra loro comparabili.

L'accountability
dell'Autorità

Nell'ultimo triennio, l'Autorità ha avviato un percorso volto a valorizzare e migliorare i processi di valutazione dell'attività regolatoria.

La Relazione annuale di quest'anno, in continuità con quanto presentato nelle Relazioni annuali degli ultimi due anni, dedica un'apposita sezione alla valutazione *ex post* dei risultati della regolazione, condotta secondo il modello del programma europeo *Regulatory Fitness and Performance*.

Tale verifica rappresenta la base per la definizione delle priorità strategiche e i programmi di lavoro del nuovo ciclo regolatorio che, prendendo le mosse dalla valutazione dei risultati, consente di riprogrammare le priorità strategiche di intervento in un'ottica di continuo miglioramento, secondo gli orientamenti europei di *better regulation*.

La base per garantire la "misurabilità" degli effetti della regolazione e, quindi, una rendicontazione più puntuale e analitica dell'attività svolta, che contribuisce all'*accountability* del regolatore e alla trasparenza dell'azione amministrativa, è costituita dalla messa a punto di indicatori di impatto, che sono stati affinati nel tempo, e dal popolamento di basi di dati per le analisi quantitative.

L'assetto organizzativo

Le risorse umane

Il personale in servizio, al 31 marzo 2017, è pari a 362 unità, di cui 38 dirigenti, 195 funzionari, 102 operativi e 27 esecutivi (Tabella 1)

Tabella 1 – Personale in servizio

	Ruolo	Comando/ fuori ruolo/ distacco	Contratto a tempo determinato o di specializzazione	Totale
Dirigenti	33	2	3	38
Funzionari	170	1	24	195
Operativi	102			102
Esecutivi	27			27
Totale	332	3	27	362

L'organizzazione

L'inizio del 2017 è stato caratterizzato da significative iniziative in tema di organizzazione dell'Autorità. In particolare, dal mese di marzo 2017 si è dato avvio a una riorganizzazione strutturale dell'Autorità al fine di adeguare la struttura organizzativa ai processi di trasformazione che interessano i mercati sottoposti alla disciplina dell'Autorità, con particolare riguardo alla convergenza tecnologica e di mercato tra il settore delle comunicazioni elettroniche e quello audiovisivo, agli obiettivi stabiliti dall'Agenda Digitale europea e al loro impatto sull'attività dell'Autorità, alle future revisioni della disciplina europea di settore, alle nuove competenze attribuite dalla legge all'Autorità, nonché al mutato quadro normativo che prescrive sinergie ed economie di scala con le altre Autorità per la gestione unitaria di alcuni servizi.

Si è proceduto, quindi, a organizzare gli Uffici secondo il criterio del migliore utilizzo delle risorse e, attraverso una ripartizione delle attività che possa garantire un miglioramento in termini di funzionalità ed efficienza, di una razionale divisione del lavoro e la trasparenza verso le imprese e i consumatori. A tal fine, sono state previste unità organizzative di primo livello suddivise per ambiti di competenza più specifici.

I risultati raggiunti: un'analisi quantitativa

Nel corso dell'ultimo triennio, l'attività regolatoria negli ambiti di intervento dell'Autorità è stata sottoposta a costante monitoraggio sulla base di indicatori qualitativi e quantitativi predefiniti e periodicamente aggiornati dalle strutture competenti.

Gli indicatori di natura quantitativa, unitamente a quelli di matrice più qualitativa, risultano utili alla valutazione della rispondenza delle azioni intraprese per il conseguimento delle linee strategiche programmate.

I risultati della verifica offrono una rappresentazione sintetica delle fondamentali caratteristiche tecniche, economiche e strutturali riferite ai mercati regolati o monitorati dall'Autorità, nonché delle principali attività regolamentari e di vigilanza svolte nell'anno.

Regolazione pro-concorrenziale

La quota di mercato dell'*incumbent* e l'indice di concentrazione di *Herfindahl-Hirschmann* rappresentano due indicatori quantitativi utili alla valutazione dello stato di concorrenza nei mercati. I risultati della verifica condotta dall'Autorità nel comparto delle comunicazioni elettroniche indicano, nel segmento dell'accesso alla rete fissa, una quota di mercato attestata su valori al di sotto del 50% per i servizi a banda larga. Anche il *trend* decrescente dell'indice HHI, diminuito del 6% in un anno (per le linee di accesso), conferma un significativo aumento della concorrenza e quindi la validità dell'impianto regolamentare.

Ulteriori indicatori per monitorare l'efficacia degli interventi pro-concorrenziali sono sia il grado di copertura della rete NGA, sia il grado di penetrazione dei servizi di nuova generazione, così come l'indicatore di risalita lungo la scala degli investimenti da parte degli operatori concorrenti, che rileva il rafforzamento della presenza di operatori alternativi a quello storico.

Nel settore dei servizi postali, oltre alla citata quota di mercato e all'indice HHI, indicatori di risultato sono il numero di operatori postali - per il quale si osserva un *trend* in aumento nell'ultimo triennio - e il numero di punti di accesso *retail* alla rete postale, anch'essi in aumento.

Spettro radio

La valutazione dell'operato dell'Autorità in termini di raggiungimento di un uso efficiente delle risorse scarse è affidata, nel settore delle comunicazioni elettroniche, al grado di copertura delle reti mobili così come all'indicatore di banda assegnata.

La copertura delle reti mobili rimane su livelli superiori al 90% per ciò che riguarda i servizi 4G e raggiunge il 99% per quelli 3G. L'indicatore di banda assegnata risulta stabile all'88%.

Nel settore dei media, gli indicatori di risultato sono rappresentati dalla copertura della rete radiofonica DAB e dall'utilizzo della capacità trasmissiva *multiplex* nazionali. Sul fronte delle frequenze assegnate ai servizi radiofonici, il processo di passaggio alla radiofonia digitale (DAB) procede con l'aumento progressivo dei bacini territoriali pianificati dall'Autorità, che sono passati da circa il 14% a circa il 43% della popolazione nell'ultimo anno. Con riferimento all'utilizzo della capacità trasmissiva per la diffusione di programmi televisivi, si osserva che il numero medio di programmi per ogni *multiplex* è pari a 6,7 nel 2016, mentre continua la diffusione dei formati di compressione MPEG-4 e HEVC, che risultano utilizzati nel 20% dei programmi, con un beneficio atteso in termini di efficienza nell'uso delle frequenze.

Pluralismo

La salvaguardia del pluralismo e della parità di accesso ai diversi mezzi di informazione viene monitorata sotto il profilo quantitativo, oltre che attraverso l'analisi delle quote di mercato e degli indici di concentrazione, tramite la misurazione delle *audience* e le tirature dei quotidiani.

Dagli indicatori rilevati emerge una generale tenuta dell'assetto concorrenziale, come evidenziato dalle quote di mercato dei *leader* nei mercati della Tv, della radio e dell'editoria quotidiana, che hanno subito delle leggere variazioni, legate all'andamento dei rispettivi ambiti. Tali settori restano caratterizzati, inoltre, da livelli di concentrazione differenti (con un indice HHI pari a più di 6.000 nella Tv a pagamento, poco meno di 3.600 nella Tv in chiaro, e circa 1.000 punti nell'editoria quotidiana), in linea con le specifiche caratteristiche strutturali di ciascuno, ma che sono, comunque, in riduzione se si osserva il loro andamento nel tempo. L'unica eccezione è costituita quest'anno dal comparto della radio in cui l'operazione di concentrazione R.T.I.-Finelco ha prodotto un aumento del grado di concentrazione, che comunque rimane a un livello basso o moderato (1.083 punti).

Ulteriori indicatori di monitoraggio sullo stato complessivo del pluralismo esterno e interno producono risultati indicativi dell'adeguatezza dell'attività di vigilanza e regolamentare effettuata.

Per quanto concerne le attività di vigilanza sui contenuti, l'Autorità, nello svolgimento del monitoraggio dei programmi televisivi nazionali, ha dato avvio a una serie di procedimenti istruttori per violazioni di disposizioni a tutela dei minori, il 57% dei quali è terminato con un'ingiunzione.

Tutela del consumatore

Per dar conto dell'attività dell'Autorità a tutela del mercato e dell'utenza, sono stati sviluppati una serie di indicatori volti a tener conto sia degli aspetti più generali di qualità globale del servizio universale, sia di aspetti più specifici legati alle prestazioni in rete, quali ad esempio, i servizi di accesso ad Internet da postazione mobile.

Tra gli indicatori per valutare l'azione dell'Autorità e dei Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com.), delegati a svolgere sul territorio numerose funzioni in tema di prevenzione e risoluzione delle controversie tra utenti e operatori, si segnala la percentuale di controversie risolte con accordo tra le parti che, nel 2016, è pari a 61% per l'Autorità e 85% per i Co.re.com..

In termini monetari, l'operato dell'Autorità è misurato attraverso il calcolo del vantaggio economico diretto per i consumatori, ossia in termini di valore di rimborsi o indennizzi. A tale riguardo, nel 2016, si rileva che i consumatori hanno ricevuto nel complesso – dall'attività di risoluzione delle controversie effettuata dall'Autorità e dai Co.re.com. – più di 31 milioni di euro.

Nell'ambito del monitoraggio degli effetti prodotti dalla regolamentazione, oltre ai benefici economici direttamente legati all'azione regolamentare, l'Autorità osserva costantemente l'evoluzione dei prezzi al consumo dei settori di propria competenza, che rappresentano una misura del benessere del consumatore il cui miglioramento è atteso dall'avanzare dei processi di apertura alla concorrenza. Entrando nel merito dei diversi settori, emerge una stabilità dei prezzi dei servizi di telecomunicazione fissa – servizi base e servizi Internet – rispetto al costo della vita, mentre si registra un'ulteriore riduzione dei prezzi dei servizi di telefonia mobile. Per quanto riguarda gli altri comparti, invece, si osservano lievi incrementi dei prezzi al consumo nel corso del 2016, che sono attribuibili alle caratteristiche strutturali e congiunturali dei rispettivi mercati.

Tutela dei diritti digitali

I risultati in tema di tutela dei diritti digitali sono rappresentati dalla percentuale di adeguamenti spontanei sul totale dei procedimenti avviati, quale testimone dell'efficace opera di sensibilizzazione e diffusione di comportamenti legali: nel 2016 questo indicatore ha raggiunto il 34% dei procedimenti avviati, in aumento rispetto al 2015 di 7 punti percentuali.

Ulteriori indicatori di risultato sono i procedimenti conclusi con ordini di disabilitazione dell'accesso e i procedimenti per violazioni accidentali (con rito ordinario).

Miglioramento dei processi decisionali

Tra gli indicatori di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa per quanto riguarda l'insieme delle attività che l'Autorità svolge annualmente, anche attraverso le funzioni delegate ai Co.re.com., si

distinguono gli indicatori che descrivono funzioni che coinvolgono gli operatori del settore e gli indicatori che riguardano gli interventi dell'Autorità sul fronte della tutela degli utenti.

Riguardo alle funzioni che interessano gli operatori, nel 2016, i volumi sono rimasti sostanzialmente invariati rispetto agli anni precedenti: sono state gestite, infatti, oltre 13.000 comunicazioni al Registro degli operatori di comunicazione (ROC) e circa 5.000 all'Informativa economica di sistema (IES).

A queste attività, si affiancano quelle sul fronte dell'utenza, relativamente alle quali l'Autorità ha gestito oltre 6.000 segnalazioni solamente nell'anno 2016, mentre l'insieme dei Co.re.com. ha concluso poco meno di 100.000 procedimenti inerenti alle controversie tra utenti e operatori.

Tra gli ulteriori indicatori per la valutazione del miglioramento di processi decisionali si segnalano, a titolo esemplificativo, la percentuale di controversie utenti-operatori conclusasi nell'anno: si tratta di poco meno del 90%, valore in leggero aumento rispetto all'anno precedente.

Oltre all'aspetto dimensionale, per quanto attiene agli indicatori sulla qualità dell'azione amministrativa, si rileva come anche nel 2016 il tempo medio dei procedimenti riguardanti il ROC (pari a circa 13 giorni) è ampiamente al di sotto di quanto previsto (30 giorni).

Più rilevante è il dato concernente le sentenze del giudice amministrativo di primo e secondo grado (Tar e Consiglio di Stato) favorevoli all'Autorità, la cui entità è nel 2016 pari a circa 68%.

Attività internazionali

Nel 2016, è proseguito l'impegno dell'Autorità all'interno degli organismi internazionali cui partecipa. La numerosità delle iniziative in corso e la delicatezza della fase regolamentare hanno richiesto uno sforzo particolare affinché l'Autorità fosse presente su tutti i fronti di attività, sia mediante il consueto apporto dei propri esperti all'interno dei *forum* dei regolatori (119 nel 2016), sia mediante l'assolvimento di compiti di coordinamento di gruppi di lavoro e l'assunzione di incarichi di *governance* (19 nel 2016).