

Relazione annuale

26 luglio 2021

1. Desidero innanzitutto **salutare l'onorevole vice presidente della Camera, on. Maria Edera Spadoni**, che è qui, per così dire a fare, gli onori di casa, e, tramite lei l'onorevole Presidente della Camera. Saluto i membri del Governo, gli altri parlamentari presenti, e tutte le autorità, nonché tutti coloro che assistono a questa presentazione via streaming o attraverso il collegamento televisivo.

È per me un **grandissimo onore ed una grandissima emozione** essere qui a illustrare la prima relazione al Parlamento di questa consiliatura di Agcom.

E ciò sia per una ragione personale, perché in questo palazzo ho vissuto oltre trent'anni di vita professionale da consigliere parlamentare, prima di assumere questa alta funzione di Presidente dell'Agcom; sia per una ragione oggettiva, perché questa è la prima occasione per presentare in modo solenne al Parlamento, che di tutte le autorità costituisce la principale istanza di legittimazione, questi primi mesi di attività del nuovo Consiglio dell'Agcom, insediatosi il 2 ottobre 2020, del quale faccio parte insieme ai colleghi Laura Aria, Antonello Giacomelli, Elisa Giomi ed Enrico Mandelli, che sono qui a fianco a me e condividono, ciascuno nella propria autonomia di giudizio e di valutazione, l'onore e l'onere del percorso che fin qui è stato svolto dall'Autorità e le sfide che attenderanno l'Autorità in futuro.

L'**Agcom**, come è a tutti noto, in virtù di una felice intuizione del legislatore del 1997 nasce come **autorità "convergente"**, volta cioè a regolare una serie di settori destinati a convergere, le reti di comunicazioni elettronica, l'audiovisivo, ora

sempre più il digitale e anche le poste (che, come ci insegna l'esperienza di Amazon, appartengono a pieno titolo a questo processo evolutivo).

Questa convergenza, allora largamente futuribile o quantomeno solo teorica, è oggi pienamente realtà.

Gli italiani lo hanno ampiamente sperimentato nel difficilissimo periodo della pandemia, che ha costituito uno straordinario momento di accelerazione di questo processo, nel quale tutti sono stati chiamati a confrontarsi da una lato con l'evoluzione delle tecnologie relative ai contenuti, dall'altro con l'importanza di potere usufruire di una connessione adeguata, rapida e sicura, e continueranno a sperimentarlo sempre di più nei prossimi mesi, a partire, ad esempio, dalla fruizione delle partite del campionato di calcio di serie A e della Champions League.

Non ho citato questo esempio a caso ma perché AGCOM ha ritenuto di adottare proprio di recente un Atto di indirizzo con il duplice scopo di evitare fenomeni di congestione della rete, conseguente ai picchi di traffico, che potrebbero verificarsi in corrispondenza della trasmissione simultanea di uno o più eventi calcistici, e di garantire una migliore qualità del servizio.

Quella di contribuire a governare questa fase complessa, caratterizzata da una tumultuosa transizione verso il mondo digitale, a maggior ragione in relazione all'attuazione del PNRR, costituisce una delle sfide più importanti che attendono Agcom in questa consiliatura. È Agcom in piena sintonia con le altre istituzioni della Repubblica, tra le quali in primo luogo il Parlamento oltre che, naturalmente, nel loro ambito il Governo e le altre autorità.

Proprio per rendere più agevole la lettura e la comprensione del percorso svolto (che, considerato l'arco temporale in esame, da aprile 2020 ad aprile 2021, si riferisce anche parzialmente all'attività della precedente consiliatura) abbiamo ritenuto, innovando rispetto al passato, di articolare la relazione lungo i quattro

principali settori di attività: appunto comunicazioni elettroniche, media, poste e digitale (incidentalmente questa articolazione per settori è anche l'asse portante della riforma organizzativa varata qualche giorno fa, ma ne parlerò più avanti).

2. Il **settore delle comunicazioni elettroniche** comprende la telefonia tradizionale, quella mobile e satellitare, le trasmissioni radiotelevisive terrestri e satellitari e della rete internet. È un comparto in **grandissima evoluzione tecnologica**, con un fortissimo impatto sul cittadino e con effetti rilevanti sul quadro economico e sociale.

Anche la **normativa** di riferimento è in **rapida trasformazione** ed è determinata in gran parte dalle decisioni dell'Unione europea, da ultimo con il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche, una direttiva che è in corso di trasposizione nel nostro ordinamento.

Gli **effetti della crisi pandemica** si sono fatti sentire anche su questo settore, che ha mostrato una **flessione**, in termini di risorse complessive, del 4,8%. La contrazione è più marcata nella rete mobile (-5,9%), mentre la rete fissa mostra riduzioni più contenute (-3,8%). Ciò nonostante, comunque, il settore nel suo complesso ha mostrato una maggiore resilienza ed una migliore capacità di tenuta rispetto all'andamento del sistema economico in generale.

Analizzando le cifre più in dettaglio, nel mercato della rete fissa emerge **l'importanza dei servizi dati**, i cui introiti sono cresciuti del 2,9%, mentre sono ulteriormente calati quelli derivanti dai servizi vocali (-21,8%).

Tale tendenza è riconducibile alla crescita degli abbonamenti a banda larga e a banda ultra larga - strettamente connessa al forte incremento del traffico *online* - la cui consistenza media ha raggiunto lo scorso anno 17,9 milioni (+2,8%). La rete

internet è stata la grande protagonista dell'anno appena trascorso: un anno di pandemia in cui l'uso della rete si è ampliato e intensificato.

Attualmente la copertura del territorio nazionale, considerando l'infrastruttura qualitativamente capace di garantire prestazioni in termini di velocità di connessioni migliori, ovvero la fibra ottica (tecnologia FT), risulta pari al 33,7% delle famiglie italiane, in crescita rispetto al 30% del 2019.

Guardando all'attuale situazione della diffusione dei servizi a banda larga sul territorio italiano, a fine 2020 gli accessi *broadband* e *ultrabroadband*, residenziali e affari, hanno superato 18,1 milioni di unità, pari ad un rapporto di 30,4 linee ogni 100 abitanti. Tale indicatore è pari a 20,4 linee per 100 abitanti per le connessioni con capacità maggiori di 30 Mbit/s (16% nel 2019) e scende a 15,6 linee (11,7% lo scorso anno) con riguardo a quelle con velocità superiore a 100 Mbit/s.

Sussistono, tuttavia, ancora **differenze molto significative tra i diversi territori del Paese** e, in particolare, tra Centro Nord e Sud e, come si usava dire, tra città e campagna.

Pur tuttavia, gli ingenti investimenti pubblici e privati attualmente in campo ed un contesto di concorrenza crescente nei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa lasciano intravedere una situazione infrastrutturale in forte evoluzione.

Il Piano nazionale ripresa e resilienza (PNRR) recentemente approvato in via definitiva con Decisione di esecuzione da parte del Consiglio europeo prevede infatti 6.7 miliardi di euro per le reti ultraveloci (fibra ottica, FWA e 5G). Si tratta di investimenti complementari (e non sostitutivi) rispetto alle concessioni già approvate nelle aree bianche (o con bandi 5G) accompagnati da un percorso di semplificazione normativa volto a garantire, in coerenza con una logica competitiva, il più rapido e capillare sviluppo delle reti di

telecomunicazione nelle aree ancora prive di copertura, con l'obiettivo ultimo di assicurare entro il 2026, ai cittadini, scuole ed imprese l'accesso a servizi digitali di alta qualità fino ad 1 Gigabit (anticipando così di quattro anni l'obiettivo della nuova strategia europea Digital Compass).

Per quanto riguarda i **servizi di rete mobile**, le risorse complessive generate hanno visto nel 2020 una **contrazione** media dell'8,2% e si sono attestate a 10,86 miliardi di euro, **nonostante un significativo incremento sia del traffico voce sia del traffico dati**.

Di rilievo è anche l'aumento del numero **delle SIM di tipo M2M (machine-to-machine)** (per i non addetti ai lavori quelle della cosiddetta *internet* delle cose) che, a fine 2020, hanno superato i 26 milioni di unità, con applicazioni concentrate principalmente nei settori della mobilità e delle *utilities*.

Passando al **quadro concorrenziale**, il mercato della telefonia mobile si conferma un **ambito altamente concentrato** in cui tre operatori (TIM, Vodafone e Wind Tre), con quote tra loro relativamente simili (intorno al 30%), rappresentano poco meno del 90% del mercato. Va tuttavia osservato come nel 2020 TIM e Vodafone abbiano perso nel complesso 3,8 punti percentuali a favore di Iliad e degli operatori di reti mobili virtuali, che ne hanno guadagnati 3,5 (4,6 se si considera il solo segmento residenziale).

Ritornando alla rete fissa per quanto riguarda le **analisi di mercato relative alle infrastrutture**, l'Autorità ha identificato **due distinti mercati rilevanti** a carattere subnazionale: **Milano**, nel quale in virtù del livello di concorrenza infrastrutturale e di servizi, l'Autorità ha revocato gli obblighi regolamentari imposti nell'ambito della precedente analisi di mercato e il **resto d'Italia**, ove permane invece un mercato regolato.

Peraltro, in virtù del maggior livello di concorrenza riscontrata, l'Autorità ha introdotto una differenziazione dell'obbligo di controllo di prezzo in **24 comuni c.d. contendibili**, prevedendo, per il primo anno di validità del provvedimento, la rimozione dell'obbligo di fissare prezzi orientati ai costi.

Il mercato delle infrastrutture di rete fissa è stato interessato dalla **proposta di separazione legale volontaria di TIM della propria rete di accesso**, con la creazione di una **società separata denominata FiberCop**. L'Autorità ha condotto un'analisi preliminare del progetto volta a verificarne l'affidabilità e la serietà, nonché la potenziale idoneità a migliorare le condizioni di concorrenza nel settore, ritenendolo ammissibile per un vaglio più approfondito e, attualmente, dopo una consultazione pubblica del mercato, sta approfondendo la questione in vista delle sue determinazioni.

Tim ha anche notificato all'Autorità un'**offerta di coinvestimento** in reti VHCN, che prevede la **realizzazione di una nuova rete ad altissima capacità in fibra ottica** fino ai locali degli utenti finali o alla stazione di base mediante contitolarità ovvero condivisione del rischio a lungo termine attraverso cofinanziamento o accordi strutturali di acquisto. Dopo aver ritenuto il progetto ammissibile e dopo averlo sottoposto a consultazione pubblica (market test) ai sensi dell'art. 79 del Codice Europeo l'Autorità effettuerà le sue valutazioni.

Riguardo ai **servizi direttamente resi da Agcom al cittadino**, di grande rilievo è stata la realizzazione (con risorse esclusivamente interne) di una **banca dati delle infrastrutture nazionali di telecomunicazione (Broadband Map)** in formato aperto, che consente agli utenti (cittadini, imprese, istituzioni) di visualizzare l'offerta dell'accesso ad Internet sull'intero territorio nazionale, attraverso valutazioni comparative sulle diverse tecnologie e velocità disponibili.

La *Broadband Map* è stata anche uno strumento propedeutico all'assegnazione di fondi pubblici finalizzati alla diffusione delle reti a banda larga e ultra-larga, come nel caso del **Piano Voucher banda ultra-larga**.

Nella medesima ottica di tutela degli utenti finali e di trasparenza informativa l'Autorità ha implementato, con la collaborazione della fondazione Bordini, i **progetti *MisuraInternet* e *MisuraInternet Mobile***, condotti in collaborazione con la fondazione Bordini.

In particolare il progetto *MisuraInternet*, che costituisce una ***best practice europea***, offre agli utenti la possibilità di misurare l'effettiva qualità delle connessioni fino ad 1 Gbps. Le misure così ottenute hanno valore probatorio e sono utilizzabili in sede di reclamo o contenzioso, mentre il dato aggregato, pubblicato con periodicità semestrale, fornisce un quadro realistico e trasparente della effettiva qualità del servizio offerto.

Per quanto riguarda le reti, una delle più grandi sfide tecnologiche cui occorre prepararsi è quella del 5G, tecnologia che, grazie all'elevata capacità di banda e alla bassa latenza, consentirà di creare contemporaneamente una molteplicità di reti dedicate, flessibili e intelligenti mediante tecniche di virtualizzazione (*Network Slicing*) in modo dinamico e sinergico attorno ai nuovi servizi, dalla mobilità alla medicina a distanza, integrate con gli oggetti fisici connessi, rendendo possibile una vera e propria internet delle cose e abilitando così nuovi modelli di business e mercati. **Dopo la definizione, nella scorsa consiliatura, delle regole per l'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze disponibili nelle bande di frequenza c.d. "pioniere" per lo sviluppo del 5G, l'Autorità, oltre a monitorare le varie sperimentazioni delle tecnologie effettuate dalle imprese, ha avviato una indagine conoscitiva sulle possibili modalità di utilizzo locale, diretto o indiretto, dello spettro radio da parte dei settori c.d. verticali - manifatturiero, edilizio, salute, agricoltura e mobilità (con particolare riguardo alle soluzioni**

digitali per la mobilità connessa e automatizzata) – quali potenziali primi beneficiari della trasformazione digitale *5G driven* (ancora una volta un elemento di convergenza tra reti e contenuti).

Connessa al 5G vi è la questione del cosiddetto *refarming* della banda 700, vale a dire la **liberazione della banda dai segnali audio video ai fini del suo utilizzo nella telefonia mobile**, che costituisce la **premessa necessaria** per l'avvio dell'**utilizzo della nuova tecnologia**.

Tale questione si interseca evidentemente, nell'ottica convergente di cui ho detto sopra, con il processo di riassetto del sistema radiotelevisivo su piattaforma digitale terrestre (nazionale e locale) nell'ambito delle risorse spettrali residue (da 174 a 230 MHz), attraverso l'adozione dello standard DVBT-2, che dovrà concludersi, secondo le intese in sede europea, il 30 giugno 2022.

Si tratta come è evidente di una novità molto rilevante per il cittadino, oltre che sul piano dell'evoluzione tecnologica, anche poiché il nuovo *standard* comporterà la necessità di dotarsi di un apposito *decoder*, o di televisori di ultima generazione.

Il Legislatore ha demandato all'Autorità la **definizione delle regole di passaggio dall'uno all'altro sistema di frequenze e dall'una all'altra tecnologia trasmissiva, fissando anche l'aggiornamento del piano di numerazione automatica dei canali (LCN – Logical Channel Numbering)** del servizio televisivo digitale.

La parte attuativa e operativa di questo processo è affidata al Ministero dello sviluppo economico, con il quale vi è peraltro la massima collaborazione.

Passando al tema dell'attività regolamentare un elemento molto importante che mi preme segnalare è l'avvio del **procedimento istruttorio per l'adozione delle Linee guida in materia di accesso ai condomini** per la realizzazione di reti in fibra ottica, che rappresenta una delle iniziative regolamentari per realizzare gli

obiettivi strategici di connettività fissati, per il 2025, dalla Commissione europea. Le linee guida sono state scritte con lo scopo di evitare ogni inutile duplicazione della rete in fibra ottica dell'immobile, e, nel contempo, a favorirne la realizzazione di nuove nel rispetto della normativa tecnica vigente.

In questo anno l'Autorità ha trattato, tra gli altri, **due importanti procedimenti regolamentari** aventi ad oggetto la tutela delle categorie deboli e l'acquisizione e la prova del consenso all'acquisto dei servizi premium.

Quando al primo l'Autorità ha disposto l'avvio di una **consultazione pubblica su una serie di misure riservate alle persone con disabilità**.

Con riferimento al secondo, l'Autorità ha adottato un insieme di **misure relative ai servizi *premium* acquistabili dagli utenti mediante credito telefonico o documento di fatturazione**, intese a garantire consapevolezza e documentabilità dell'acquisto, al fine di contrastare il persistente fenomeno delle attivazioni inconsapevoli, fraudolente o comunque non legittime.

Il 2020 è stato, infine, un anno importante per l'**attività di risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche**.

La grande novità è rappresentata dal **nuovo ConciliaWeb 2.0, una piattaforma telematica e interattiva** per la risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di telefonia e Pay Tv, gestita interamente da Agcom, che consente al cittadino in modo completamente automatizzato e da remoto la possibilità di sollevare e di risolvere controversie. Si tratta di un modello innovativo che sta raccogliendo i consensi dei cittadini e l'interesse di altri settori della PA per farne un modello da utilizzare in altri ambiti.

3. Passando al **settore dei media** va detto che i servizi digitali come i media *on demand*, il *video streaming* e la *broadband TV*, le piattaforme *social*, i servizi *Over-the-Top*

stanno trasformando radicalmente la tradizionale nozione di contenuto audio-video, così come le dinamiche del mercato, le opzioni tecnologiche e le abitudini di consumo. Il fenomeno è globale, ma viene ovviamente declinato in ciascun Paese in modo diverso.

In Italia l'effetto più evidente (e più preoccupante) è quello dell'**indebolimento dell'industria italiana dei media**, il cui valore economico è in calo da oltre un decennio. Ciò conferma non solo la fragilità della nostra industria culturale, ma segnala probabilmente anche un vuoto di politica industriale da colmare in un settore che gode di grande prestigio nel mondo quanto a sapienza tecnica e qualità dei contenuti.

Il **Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) per l'anno 2019** ha evidenziato un valore pari a 18,1 miliardi di euro, l'1,01% del PIL, con una riduzione dell'1,4% rispetto al 2018, in controtendenza rispetto al trend di crescita che ha interessato, nel medesimo periodo, l'economia nazionale. Tra le diverse aree economiche che compongono il SIC, quella dei servizi di media audiovisivi e radio conferma il primato, con un peso del 48%. Sebbene in diminuzione, il comparto editoriale, costituito da quotidiani, periodici e agenzie di stampa, mantiene la seconda posizione. Prosegue il trend di crescita dell'area dell'editoria elettronica e pubblicità *online*, che nel 2019 si avvicina al 20% del totale (+2% rispetto all'anno precedente). Seguono, con quote sensibilmente inferiori, il c.d. *below the line* (ossia, le iniziative di comunicazione e le sponsorizzazioni), il settore cinematografico e la pubblicità esterna.

Anche nel 2019 nessuno tra i principali soggetti ha realizzato ricavi superiori al tetto del 20%.

La televisione si conferma il mezzo principale per l'acquisizione di informazioni, anche se è sempre più evidente lo spostamento, sempre più

rapido, verso le piattaforme online. I dati indicano, inoltre, una progressiva diminuzione nell'uso dei quotidiani e della radio per informarsi.

Nonostante la crescita delle audience e del consumo di informazione, rilevato almeno per televisione e Internet, i risultati economici sono fortemente negativi per tutti i mezzi di comunicazione e le analisi mostrano una flessione degli introiti pubblicitari causata sia dalla minore disponibilità di spesa degli inserzionisti sia dall'abbassamento dei prezzi di vendita degli spazi pubblicitari, ad eccezione di quelli dell'*online*.

Tutto ciò si traduce in una riduzione complessiva dei ricavi per i media, che alla fine del 2020 scendono a 11 miliardi, con una perdita rispetto al 2019 di oltre 1 miliardo, corrispondente a una variazione negativa del 9,5%, in analogia con il generale quadro macroeconomico (con una variazione del PIL pari a -9%). I periodici sono il comparto editoriale che ha sofferto di più, con una riduzione della raccolta pubblicitaria pari al 36,6%, seconda solo a forme pubblicitarie come il *transit* o l'*outdoor*.

I primi tre operatori, (Sky, RAI e Fininvest), canalizzano comunque più dell'80% delle risorse.

L'anno appena trascorso ha evidenziato, anche in connessione con la pandemia, un incremento significativo **dell'offerta televisiva a pagamento** sul *web* sia da parte di operatori tradizionali (RAI e Mediaset) sia nuovi (Netflix, Amazon Prime, Dazn, Disney+), che raggiungono una quota pari al 21% e costituiscono le uniche offerte in aumento (+7 punti percentuali), determinando peraltro anche la riduzione della concentrazione del relativo mercato (l'indice HHI passa da 7.242 punti a 6.624).

Nel **settore radiofonico**, nell'ultimo anno si è registrata una contrazione degli ascolti e dei ricavi, ma anche un cambiamento delle **abitudini degli italiani** a causa della riduzione degli spostamenti in auto, dell'ampio ricorso al lavoro agile.

Nell'**editoria quotidiana**, l'Autorità ha censito 105 testate, per un valore complessivo di 1.103.826.466 copie (-13,4% rispetto al 2019). Anche nel 2020, nessun editore ha superato la soglia di legge stabilita al 20% della tiratura globale.

La crisi strutturale della stampa tradizionale si sta rilevando sempre più marcata e mostra di non aver beneficiato particolarmente della accresciuta domanda di informazione dovuta alla crisi pandemica. Nel secondo trimestre 2020, solo il 17,6% degli italiani ha scelto in media di informarsi sui quotidiani, secondo un *trend* in discesa che è comune a tutta l'Unione europea.

Anche i ricavi degli editori derivanti dalla raccolta pubblicitaria online mostrano una flessione, in controtendenza rispetto a quanto realizzato dalle piattaforme, che invece esibiscono una crescita importante in questo ambito.

In questo scenario l'Autorità è stata particolarmente attenta a vigilare sul **pluralismo nei suoi singoli aspetti**.

Partendo da quello che è definito **pluralismo esterno**, monitorando i principali indicatori di concorrenza si è registrata una sostanziale stabilità negli anni della concentrazione e delle quote di mercato degli operatori leader nei diversi ambiti.

In ambito nazionale è intervenuto il decreto legge 7 ottobre 2020, n. 125, che ha inteso fornire una prima risposta, in via transitoria, in attesa di una compiuta riforma, alla sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea del 3 settembre 2020, che – nel pronunciarsi su una serie di questioni pregiudiziali sollevate dal Tar del Lazio – aveva stabilito la contrarietà al diritto europeo della disposizione di cui all'articolo 43, comma 11, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi (TUSMAR).

In attuazione della nuova normativa, **l'Autorità, il 15 dicembre 2020, ha avviato due procedimenti, rispettivamente, nei confronti della società Vivendi S.A., in ragione delle partecipazioni azionarie detenute dalla stessa nella**

società **Telecom Italia S.p.A.** e nella società **Mediaset S.p.A.**, e nei confronti della società **Sky Italian Holdings S.p.A.**, in ragione dell'attività svolta, attraverso le società direttamente e indirettamente controllate, nel SIC e nelle comunicazioni elettroniche. Ulteriori istruttorie sono state avviate in data 31 marzo 2021, al fine di verificare le posizioni detenute dal gruppo **Fininvest S.p.A./Mediaset S.p.A.** e dal gruppo **Telecom Italia S.p.A.** **Tutti questi procedimenti sono stati conclusi dall'Autorità, a maggioranza, con un provvedimento di archiviazione.**

In materia di **monitoraggio radiotelevisivo**, in attuazione di una recente sentenza del Consiglio di Stato, l'Autorità ha definito **nuove modalità per l'accesso civico generalizzato ai dati di monitoraggio elementari** (tv e radio) del pluralismo politico-istituzionale, stabilendo di procedere con cadenza trimestrale alla pubblicazione sul proprio portale dei dati elementari. Più in generale, l'Autorità ha deciso di rendere più fruibili e trasparenti i dati sull'andamento dell'informazione televisiva e radiofonica dedicando una nuova sezione del sito alla pubblicazione dei *report* relativi ai tempi dei soggetti politici e istituzionali rilevati mensilmente nei notiziari e nei programmi di approfondimento, secondo una nuova grafica unitamente ad ulteriori elaborazioni ancorate a dati di ascolto, target di pubblico e argomenti trattati.

Per quanto riguarda il **Servizio pubblico** la vigilanza di AGCOM si è principalmente concentrata in tre settori: **tutela del pluralismo** (il cosiddetto pluralismo interno), **vendita degli spazi pubblicitari** e applicazione delle **disposizioni in tema di contabilità separata.**

Inoltre, parallelamente all'attività regolamentare **in occasione delle campagne elettorali amministrative e referendarie**, dopo la formazione del governo Draghi, l'Autorità ha adottato un **Atto di indirizzo sul rispetto dei principi a tutela della correttezza, completezza, imparzialità e pluralismo dell'informazione**, in riferimento all'attuale contesto politico-istituzionale. Fermi

restando i criteri consolidati in tema di rispetto del pluralismo, l'Autorità ha auspicato, nell'ambito dell'autonomia editoriale dei fornitori di servizi di media audiovisivi e radiofonici, una corretta rappresentazione, nei programmi di informazione, delle posizioni espresse da tutte le diverse forze politiche per realizzare un effettivo e leale contraddittorio e per dare adeguato rilievo alle posizioni delle **forze politiche che non sostengono l'attuale Governo** e anche alle **diverse posizioni dell'amplissima maggioranza di governo**.

La delibera e le raccomandazioni dell'Autorità sono state sostanzialmente **condivise dalla Commissione parlamentare** per l'indirizzo generale e la **vigilanza** dei servizi radiotelevisivi.

Per ciò che attiene al **pluralismo sociale** (che comprende il tempo di parola dei diversi soggetti nei telegiornali e più in generale nei programmi, offrendo un'immagine complessiva dello spazio disponibile sul mezzo televisivo alle diverse istanze sociali, politiche e culturali presenti in Italia) è significativo rilevare che, rispetto allo scorso anno, c'è stato un deciso aumento del tempo di parola della categoria "altri soggetti", che arriva nel 2020 al 30% circa nei tg e quasi al 51% nei programmi, e una parallela notevole riduzione del tempo di parola dei partiti, passato in un anno dal 45% circa al 22% circa nei tg, ciò in evidente relazione al rilievo assunto dalla discussione sulla situazione epidemiologica e sulle sue conseguenze, sanitarie, economiche e sociali.

Relativamente al **pluralismo culturale**, l'Autorità ha vigilato sul rispetto delle soglie minime di legge delle quote di programmazione e investimento in opere europee e di produttori indipendenti; si evidenzia, nello specifico, il superamento di tali soglie, particolarmente significativo per gli investimenti, risultati superiori al 96% rispetto al minimo previsto.

Un discorso a parte merita la **questione dell'assegnazione dei diritti per la trasmissione degli eventi sportivi**. Negli ultimi anni si è registrata una crescente

presenza, anche in questo settore, delle piattaforme: dapprima con *Amazon* e, più di recente, con *Dazn* che, come accennato sopra, ha acquistato i diritti televisivi per le partite di calcio di Serie A per le stagioni 2021-2024. Tanto più alla luce dell'accordo tra *Dazn* e *TIM* che, con quest'ultima nel ruolo di partner tecnologico, conferisce una inedita posizione alla piattaforma distributiva, la cui offerta di contenuti, in espansione, appare ora in grado di competere anche sul fronte della qualità e della continuità del servizio.

Per garantire il buon funzionamento della **gestione e dell'intermediazione dei diritti d'autore e dei diritti connessi** da parte degli organismi di gestione collettiva, l'Autorità svolge attività di vigilanza e sanzionatorie in base alle disposizioni del decreto legislativo n. 35/2017 il cui articolo 28 prevede obblighi di trasparenza in capo alle c.d. *collecting societies* che gestiscono i diritti d'autore o i diritti connessi per conto di più di un titolare di tali diritti.

Dal 2019 l'Autorità dispone di uno **specifico regolamento, con relativo presidio sanzionatorio, per assicurare concreta attuazione ai principi dell'ordinamento in materia di rispetto della dignità umana e di contrasto ai linguaggi di odio e di discriminazione di razza, sesso, religione o nazionalità.** Il regolamento, peraltro, tiene conto del mutato contesto tecnologico, sociale e di mercato in cui operano i media e dei cambiamenti registrati anche nelle modalità di svolgimento del dibattito pubblico.

Nel corso del 2020, l'attività di monitoraggio ha consentito l'accertamento di più violazioni cui è conseguita l'adozione di quattro diffide e l'invio di una comunicazione di violazione episodica.

Nel settore del sistema degli ascolti televisivi, l'Autorità ha proseguito il monitoraggio sulle **innovazioni metodologiche introdotte da Auditel a partire dal 2019 sui *device* digitali.**

Relativamente alla **misurazione dell'audience online**, l'Autorità ha vigilato sulle prescrizioni rivolte alla società Audiweb, nell'avvio del progetto metodologico Audiweb 2.0.

Nel panorama delle c.d. *audi* significativa rilevanza assume, in un'ottica di razionalizzazione del sistema, una prospettiva di integrazione tra i JIC (Joint Industry Committee) operanti nel mondo dell'editoria tradizionale e in quello digitale. Anche alla luce della sospensione del progetto di fusione Audiweb-Audipress, con la creazione di una nuova società, denominata AUDICOMM, in considerazione delle sfide poste dalla digitalizzazione dei media, l'Autorità ha adottato un **Atto di indirizzo in materia di sistemi di rilevazione degli indici di ascolto nel nuovo ecosistema digitale**, invitando i soggetti che realizzano le indagini sulle rilevazioni degli ascolti a ricorrere al modello JIC per garantire una **effettiva rappresentatività dell'intero settore di riferimento e procedere ad una progressiva convergenza e integrazione degli attuali sistemi di rilevazione, al fine di addivenire a metriche univoche, alla piena integrabilità delle tecnologie e delle metodologie di rilevazione e alla condivisione degli asset di misurazione (delibera n. 194/21/CONS)**.

In materia di **pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa**, l'Autorità, nell'ambito della propria attività istituzionale, ha vigilato sul rispetto delle disposizioni del regolamento allegato alla delibera n. 256/10/CSP verificando la completezza e la correttezza dei documenti informativi che devono corredare la pubblicazione dei sondaggi, tanto su testate quotidiane o periodiche, quanto sul mezzo radiotelevisivo.

4. Per quanto riguarda il **settore postale**, va segnalato innanzitutto che si tratta di un **settore in grande trasformazione**, con particolare riferimento al **settore dei**

pacchi, anch'esso investito di riflesso dalla trasformazione digitale, che coincide con una **profonda crisi nel mercato della corrispondenza**.

Le statistiche internazionali evidenziano che i **volumi di corrispondenza** nel decennio 2007-2017 hanno subito, a livello globale, una **flessione del 31%**. In questo contesto l'Italia è tra i Paesi europei in cui si è ridotta maggiormente corrispondenza cartacea ed è verosimile che questo andamento negativo proseguirà nei prossimi anni per effetto della diffusione della digitalizzazione, ulteriormente accelerata dalla pandemia Covid-19. A fronte di questa tendenza, va evidenziato un **fortissimo incremento della spedizione dei pacchi**. Dal 2016 al 2020 a fronte di un raddoppio dei volumi dei servizi di consegna dei pacchi, gli invii di corrispondenza si sono ridotti di un terzo; nell'ultimo anno i pacchi sono cresciuti di quasi 27 punti percentuali, mentre, i servizi di corrispondenza si sono ridotti di circa 5 punti percentuali.

In termini assoluti, nel 2020 il settore postale nel suo complesso (corrispondenza e pacchi) ha registrato in Italia circa 3,2 miliardi di invii, in calo del 9,5% rispetto al 2019.

Il **fatturato complessivo** del settore postale nel 2020 è stato **pari a 6,8 miliardi** di euro, **con un aumento del 4,8%** rispetto all'anno precedente, riconducibile prevalentemente alla crescita dei ricavi da pacchi non rientranti nel servizio universale. In base a questi risultati il peso del settore postale sul PIL è stato per il 2020 pari allo 0,41%.

L'esame del mercato postale conferma un **elevato grado di concentrazione**, ancorché l'offerta di servizi postali sia realizzata, oltre che dal fornitore del servizio universale (Poste Italiane), da numerosi operatori alternativi, tuttavia di ridotte dimensione, poco strutturati e prevalentemente rivolti al mercato locale.

In questo quadro di mercato, il 16 novembre 2020 Poste Italiane S.p.A. ha annunciato la sottoscrizione di un **accordo per l'acquisto dell'intero capitale sociale di Nexive Group S.r.l.**, operazione che ha un impatto estremamente rilevante sull'assetto competitivo del mercato postale. Si tratta, infatti, dell'acquisizione del maggiore concorrente nei mercati della corrispondenza in termini sia di quote di mercato (in volumi e ricavi), sia di copertura della popolazione. A seguito dell'operazione Poste Italiane, tale da dar luogo, in sostanza una ri-monopolizzazione del settore.

Nella regolamentazione del settore postale assume un ruolo centrale il **Contratto di programma**, di durata quinquennale, che disciplina i rapporti fra il **Ministero dello sviluppo economico (MISE) e Poste Italiane** per l'erogazione del servizio postale universale. Il 1° gennaio 2020 è entrato in vigore il Contratto per gli anni 2020-2024, che riguarda, tra l'altro le **modalità di erogazione del servizio universale e le norme che si applicano alla rete degli uffici postali e all'apertura degli** stessi, su cui l'autorità è chiamata a vigilare.

Nel segmento dei servizi di recapito di **pacchi** sono presenti sia operatori postali tradizionali, sia corrieri; alcuni dei quali operanti esclusivamente o prevalentemente in ambito nazionale. Tra tutti gli operatori, Amazon Italia Transport è l'unica piattaforma online verticalmente integrata nel settore della consegna pacchi e, al contempo, rappresenta uno dei principali clienti di molti operatori postali.

In considerazione dell'importanza dei servizi di consegna pacchi durante l'emergenza sanitaria, l'Autorità ha avviato un'istruttoria sulle misure da adottare per incentivare l'utilizzo e l'installazione degli armadietti automatici (*locker*) per la consegna (e la raccolta) dei pacchi, anche attraverso la formulazione di proposte e segnalazioni agli altri soggetti coinvolti, sia pubblici (es. ministeri, enti locali), sia privati (es. condomini).

Nel corso del 2020 l’Autorità ha proseguito le **attività di analisi dei mercati** postali avviate nel corso del 2019. In particolare, il 1° luglio 2020 ha pubblicato l’*Interim report* relativo al mercato dei servizi di consegna dei pacchi, individuando i mercati rilevanti e valutandone il livello di concorrenzialità e proprio in questi giorni si appresta ad esaminare i possibili rimedi regolamentari nel mercato dei pacchi.

Sempre in tema di analisi di mercato, l’Autorità, a seguito della conclusione della consultazione pubblica, ha individuato i **mercati rilevanti dei servizi di consegna della corrispondenza**.

5. Infine l’ultimo settore di riferimento, ma, come dicono gli inglesi, certamente non il meno importante (anzi, forse, in prospettiva il più importante), è il **settore digitale**.

Come si è detto, la pandemia ha accelerato il processo di digitalizzazione. Sono cambiate, in tempi più rapidi del previsto, abitudini di comunicare, acquistare, informarsi e divertirsi, ponendo internet al centro della vita di migliaia di cittadini. In questo contesto, sempre più i fornitori di servizi online si impongono come snodo centrale di un complesso sistema di relazioni economiche e sociali con imprese, cittadini e consumatori, comunemente definito ecosistema digitale, ovvero come ha detto Luciano Floridi, una *infosfera*. Ciò sta trasformando la natura stessa dei mercati delle comunicazioni e dell’informazione influenzandone i relativi assetti.

Su questa materia vi sono ancora competenze puntuali e frammentarie, che la precedente consiliatura ha cercato di estendere anche attraverso una preziosa opera di interpretazione delle norme. Mi riferisco, in particolare, al settore del diritto d’autore, del contrasto al gioco d’azzardo, della classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi, nonché all’*hate speech* e alle attività di prevenzione e contrasto del fenomeno del cyberbullismo.

Ciò anche se, come dirò tra breve, proprio in questo periodo è in corso, sia a livello nazionale, sia al livello europeo, un **poderoso sforzo di elaborazione normativa**.

L'Autorità è da tempo impegnata in attività di contrasto alla **pirateria digitale** e di promozione della cultura della legalità a tutela dei diversi mercati, fortemente danneggiati da fenomeni di violazioni massive e sistematiche del diritto d'autore online. Con la legge 17 luglio 2020, n.77 (c.d. Decreto Rilancio), il Legislatore ha riconosciuto in capo all'Autorità il potere di ordinare, su istanza del titolare dei diritti, di porre fine alle violazioni del diritto d'autore e dei diritti connessi (art. 195-bis, comma 1). La disposizione è indirizzata ai fornitori di servizi della società dell'informazione che utilizzano, anche indirettamente, risorse nazionali di numerazione, ivi compresi i soggetti che permettono la condivisione di contenuti tra utenti attraverso applicazioni di messaggistica istantanea.

L'Autorità ha inoltre esercitato le competenze acquisite in seguito alla riforma intervenuta con la legge di bilancio 2017 in materia di **accertamento e contrasto** – con presidi sanzionatori *ad hoc* – di attività illecite o non autorizzate messe in opera **nel mercato secondario dei biglietti di eventi di intrattenimento** (*c. d. secondary ticketing*), venduti tramite reti di comunicazione elettronica da soggetti diversi dai titolari dei sistemi di emissione.

Sotto altro profilo, l'Autorità, in applicazione da quanto previsto dal c.d. Decreto dignità, ha vigilato e sanzionato sulla **pubblicità relativa a giochi** o scommesse con vincite di denaro, nonché al gioco d'azzardo. Segnalo in particolare un procedimento sanzionatorio nei confronti di *Google Ireland*. Un provvedimento innovativo per molti aspetti.

Sulla materia del digitale - come si è detto - è in atto un **processo di profonda ridefinizione delle regole**, sia a livello europeo, sia, di riflesso, a livello nazionale,

nel quale peraltro i diritti dell'utente rilevano non solo nella sua qualità di consumatore ma anche e soprattutto in quella di cittadino.

La rete, un tempo fuori da ogni tipo di regola, si trova oggi al centro di una nuova strategia regolamentare europea e nazionale nella quale ogni soggetto, come parte attiva nella costruzione dell'ecosistema digitale, è chiamato ad assumere le responsabilità derivanti dal proprio ruolo.

Parafrasando il titolo di un fortunato saggio di un autorevole costituzionalista americano, il Prof. **Balkin (l'autore si riferisce alla libertà di manifestazione del pensiero, ma la prospettiva può essere allargata all'insieme dei diritti in rete)**, si può certamente ritenere che il rapporto tra autorità e libertà, nella rete, non è più articolato secondo una dinamica dualista, nel rapporto tradizionale tra stato e cittadino, fosse quest'ultimo singolo utente, giornalista o editore, ma, in questo nostro **ventunesimo secolo**, esso ha assunto le **forme di un triangolo**, dove in un angolo vi sono gli stati-nazione e l'Unione europea; nel secondo angolo vi sono coloro che esprimono il proprio pensiero, i mass media tradizionali, le organizzazioni della società civile, ma nel terzo vi sono inevitabilmente le aziende private titolari della infrastruttura di Internet, comprese le aziende di social media, i motori di ricerca e così via.

In questa prospettiva il tema di fondo è proprio questo: **quale bilanciamento effettuare tra libertà e controllo**, in vista della tutela del complesso dei diritti del cittadino? In secondo luogo, a chi affidare tale tutela, ed in particolare, in che misura, a quali condizioni e sotto quali controlli affidarla direttamente alle stesse piattaforme, evitando il rischio di creare delle nuove autorità private dai poteri troppo estesi, con il rischio di quella *collateral censorship* evidenziata proprio da Balkin. E, prima ancora, come far sì che i cittadini non finiscano irretiti nelle cosiddette **camere di risonanza e nelle cascate digitali**, terreni di cultura di notizie contraffatte e discorsi d'odio, il cui funzionamento e le cui dinamiche sono state ampiamente illustrate da Cass

Sunstein, cercando di creare le condizioni per un effettivo pluralismo, anche informativo, sulla rete?

La legge di bilancio 2021 ha assegnato all’Autorità le competenze in materia di applicazione del **Regolamento *Platform to business***. Tale Regolamento introduce a favore degli utenti commerciali specifiche misure per garantire equità, trasparenza e mezzi per la risoluzione delle controversie nella fruizione dei servizi di intermediazione online e dei motori di ricerca online.

Un ulteriore banco di prova per il nostro Paese sarà quello della **trasposizione nel nostro ordinamento delle tre più importanti direttive di settore, a seguito** dell’approvazione della legge di delegazione europea 2019-2020 (legge n. 53/2021), tramite appositi decreti legislativi, ai quali ho già accennato: oltre all’attuazione della direttiva sul **Nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche**, che consentirà di introdurre misure per lo sviluppo della connettività e per potenziare gli investimenti in reti a banda ultra-larga, cui ho già accennato, penso in particolare alla attuazione della nuova **direttiva SMAV**, che è particolarmente importante sia sul piano dei contenuti che del metodo.

Per quanto riguarda i contenuti, il recepimento della direttiva estenderà alle piattaforme di *video sharing* una serie di disposizioni già in vigore per i fornitori di contenuti audiovisivi, per quanto riguarda la protezione dei minori, i discorsi d’odio e le comunicazioni commerciali. **I fornitori di piattaforme di video sharing** dovranno adottare misure adeguate per proteggere sia i minori da alcune tipologie di contenuti (programmi, contenuti generati dagli utenti, pubblicità), se tali contenuti possono nuocere al loro sviluppo fisico, mentale o morale; sia il grande pubblico, se tali contenuti istigano alla violenza o all’odio, o se la loro diffusione costituisce un’attività di reato. Inoltre, le pubblicità sulle piattaforme di condivisione video dovranno essere riconoscibili e non usare tecniche subliminali, che ledano la dignità umana o che possano nuocere ai minori.

Sul piano del metodo di questi strumenti di tutela è incoraggiata dalla direttiva attraverso la promozione di **procedure di autoregolamentazione** e di **coregolamentazione**, che potranno costituire l'occasione per anticipare alcuni dei meccanismi di coregolamentazione prefigurati nel DSA, di cui dirò tra breve.

La tutela dei consumatori di servizi di media audiovisivi, lineari e non lineari, sarà inoltre assicurata anche mediante il ricorso a **procedure di risoluzione extragiudiziale delle controversie e meccanismi di indennizzo in caso di disservizi**.

Un cenno merita infine la nuova **direttiva europea sul diritto d'autore**, la cui delega per il recepimento è anch'essa contenuta nella legge di delegazione n. 53/2021, che mira, tra l'altro, a dirimere, incoraggiando un adeguato accordo tra le parti, la annosissima questione del rapporto tra editoria elettronica e piattaforme.

Oltre a quanto detto sopra, è in atto un **processo di revisione del quadro normativo europeo**.

Nell'anno di riferimento della presente Relazione, l'Unione europea ha impresso un'accelerazione a tale processo, a partire dalla **comunicazione *Shaping Europe's digital future*** che formalizza l'intenzione di ripensare le norme del mercato interno per i servizi digitali, sulla premessa che detti servizi, quando offerti dalle grandi piattaforme online, determinano un cambiamento radicale nei flussi economici, nelle relazioni sociali e nell'esercizio di alcuni diritti fondamentali, assicurando certamente nuove opportunità di crescita al mercato unico, ma amplificando, al contempo, determinati rischi per cittadini e utenti.

Per rafforzare le tutele di cittadini e consumatori europei, a seguito di un processo di consultazione pubblica, cui anche Agcom ha partecipato, la Commissione europea ha varato **due proposte di regolamento: il *Digital Services Act (DSA)* e il *Digital Markets Act (DMA)***, pubblicate il 15 dicembre, e due

piani d'azione – lo *European Democracy Action Plan* (EDAP) e il *Media Action Plan* (MAP) – pubblicati il 3 dicembre.

Più in dettaglio:

- il *Digital Services Act* propone un **rafforzamento del regime delle responsabilità per i fornitori di servizi digitali** e introduce strumenti normativi *ex ante* al fine di assicurare un maggiore controllo delle grandi piattaforme online che agiscono come guardiani dell'accesso ai servizi offerti sulla rete; in particolare, il DSA disegna un quadro orizzontale di competenze e responsabilità per i prestatori di servizi intermediari in materia di **notifica e rimozione dei contenuti illegali** e prevede misure di **trasparenza in relazione alle modalità di moderazione dei contenuti, alla pubblicità online e ai processi algoritmici**;
- il *Digital Markets Act* propone un **regime regolamentare ex ante**, articolato su una serie di divieti, obblighi e restrizioni volti a promuovere la **concorrenza**, oltre a rimedi ad hoc da applicarsi, caso per caso, in capo a piattaforme individuate come gatekeeper nella fornitura di una specifica serie di servizi online, definiti nei termini di core platform services;

Si tratta di due dossier legislativi estremamente importanti, che mirano a tracciare quella che potremmo definire la **“via europea” alla disciplina delle piattaforme digitali**, che mirano a sviluppare un ecosistema digitale più sano ed equilibrato e una maggiore *accountability* di tutte le piattaforme online.

- lo *European Democracy Action Plan* è articolato lungo tre direttrici che si configurano come altrettanti obiettivi irrinunciabili della democrazia futura nel nuovo contesto digitale: a) **promuovere elezioni libere e regolari**; b) **sostenere mezzi di informazione liberi e indipendenti**; c) **contrastare la disinformazione**. La **finalità** ultima è assicurare che i cittadini europei siano in grado di partecipare al

sistema democratico maturando scelte consapevoli, nel pieno esercizio dei diritti di cittadinanza digitale;

- il **Media Action Plan** è inteso a sostenere – in particolare facilitando e ampliando l’accesso ai finanziamenti, e stimolando gli investimenti delle aziende nella direzione della doppia transizione digitale e green – **la ripresa e la trasformazione del settore dei media e dell’audiovisivo**, particolarmente colpiti dalla crisi epidemica, in quanto essenziali per la democrazia e la diversità culturale dell’Europa.

In ragione della propria missione convergente, **l’Autorità sta seguendo tutti i processi istituzionali e regolamentari in tema di piattaforme digitali. Peraltro** proprio la sua natura convergente la pone in condizione di avere una visione più completa rispetto ad altre autorità europee di singoli settori

Sul finire di aprile 2021, la Commissione europea ha altresì presentato una **proposta legislativa in materia di Intelligenza Artificiale (IA)**, *Artificial Intelligence Act*, con l’intento di assicurare che l’utilizzo dell’IA avvenga nel rispetto dei diritti fondamentali e dei valori europei e, nello stesso tempo, promuovere lo sviluppo di questa tecnologia, prevedendo una regolamentazione equilibrata e proporzionata.

Una delle questioni affrontate dal *Digital Service Act* e dal regolamento sull’intelligenza artificiale è, in particolare, quella della **trasparenza della decisione algoritmica e vale a dire la cosiddetta *algorithmic accountability***.

La nuova frontiera della garanzia del pluralismo passa, infatti, in larga misura, per la **trasparenza delle decisioni algoritmiche** (in modo compatibile con il rispetto dei relativi segreti industriali), secondo un concetto lato di neutralità della rete che si estenda anche al pluralismo informativo *online* che, appunto, è intermediato da grandi piattaforme che selezionano e suggeriscono contenuti

Peraltro va segnalato che alcuni Paesi come la **Francia** hanno espressamente conferito *ex lege* una funzione di garanzia in materia di trasparenza algoritmica una autorità indipendente, il CSA (*Conseil supérieur de l'audiovisuel*).

Insomma, un panorama variegato e complesso, che merita di essere investigato sotto molteplici aspetti.

In questo processo sarà **centrale il ruolo delle autorità di settore**, ed in particolare, **per la nostra parte, quello di Agcom**, che, oltre ad esercitare le sue competenze attuali, che già nella precedente consiliatura si sono allargate a diversi aspetti del mondo digitale, sarà chiamata ad attuare i nuovi strumenti normativi europei e nazionali, proprio in quella prospettiva di convergenza cui accennavo all'inizio.

Uno dei primi atti della nuova consiliatura è stato quindi quello di avviare un'**ampia indagine conoscitiva relativa ai servizi offerti sulle piattaforme online**.

Più specificamente, nella prospettiva di definire il proprio posizionamento nel dibattito europeo e internazionale, nonché di determinare le aree d'intervento e le linee direttrici che guideranno le prossime azioni dell'Autorità nel sistema digitale, l'indagine è volta a:

- a) realizzare una **classificazione dei servizi offerti sulle piattaforme online**;
- b) individuare, **per ciascuna tipologia di servizio, le potenzialità, le problematiche e gli effetti** che le stesse sono suscettibili di produrre sotto il profilo sociale, economico e giuridico;
- c) operare una **ricognizione, in un'ottica comparativa, del contesto regolamentare nazionale, europeo e internazionale**. Le evidenze che emergeranno nel corso dell'indagine potranno fornire indicazioni utili anche per l'applicazione della normativa in vigore (si pensi al citato Regolamento P2B) o di

prossima attuazione (come la riforma della direttiva SMAV, a valle del processo di recepimento nazionale).

Un altro modo per prepararsi alle sfide è ovviamente la **predisposizione di una adeguata struttura amministrativa**. Quella di Agcom è particolarmente impegnata e qualificata: questa consiliatura ha proprio di recente deliberato, a larga maggioranza, una **riorganizzazione che si fonda su una distribuzione più omogenea e trasparente delle competenze articolata, in particolare, lungo le quattro aree principali di attività dell’Autorità (e sull’individuazione di una specifica direzione per il settore digitale), oltre che su un principio di rotazione dei dirigenti**. Tale riorganizzazione sarà accompagnata da un **concorso rivolto proprio ad acquisire competenze “fresche” e qualificate in tema di piattaforme digitali**. Nel contempo l’Agcom si propone anche di **rinnovare il proprio sito internet** per una interazione sempre più trasparente ed efficace con i cittadini e con gli operatori.

6. Quanto detto fino ad ora evidenzia l’ampiezza del lavoro che Agcom svolge ogni giorno. È il risultato dell’impegno di donne e uomini di grande capacità, profonda dedizione all’istituzione e di moltissimo entusiasmo.

Il Consiglio ed io siamo consci della nostra missione: accompagnare il Paese verso la transizione digitale. Uno slogan che si concretizza nella possibilità di garantire al cittadino comunicazioni veloci, reti efficienti, pacchi consegnati in tempi giusti, una informazione e un intrattenimento offerti a prezzi equi e nel rispetto del pluralismo e dei valori della Costituzione, oltre ad una rete *internet* che costituisca un luogo di scambi e di relazioni improntato alla libertà e al rispetto dei diritti.

Il futuro che ci attende è incerto, ancora di più in un'epoca in cui tutto sembra cambiare in modo rapido e imprevedibile.

L'attività del regolatore sarà particolarmente significativa anche in questa complessa e delicata fase di attuazione del PNRR.

Il nostro impegno è che il passaggio all'era digitale avvenga in modo sereno, equo e, per quanto possibile, non traumatico.

Ringrazio ancora i colleghi commissari e ringrazio tutti voi per l'attenzione.