

AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 6 ottobre 2004

Avvio del procedimento per l'accertamento della sussistenza di posizioni dominanti, ai sensi dell'articolo 14 della legge 3 maggio 2004, n. 112. (Deliberazione n. 326/04/CONS).

L'AUTORITA'

Nella riunione del Consiglio del 4 ottobre 2004 e, in particolare, nella sua prosecuzione del 6 ottobre 2004;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante istituzione dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo, ed, in particolare, l'articolo 2 concernente il divieto di posizioni dominanti;

Vista la direttiva n. 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (di seguito Direttiva quadro);

Visto il decreto-legge 24 dicembre 2003, n. 352, convertito, con modificazioni, con legge 24 febbraio 2004, n. 43;

Vista la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante «Norme di principio in materia di assetto radiotelevisivo e della RAI-Radio Televisione italiana S.p.a., nonche' delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione» ed, in particolare, l'articolo 14, comma 2;

Visto il regolamento in materia di costituzione e mantenimento di posizioni dominanti nel settore delle comunicazioni, adottato con delibera n. 26/99 del 23 marzo 1999;

Considerato quanto segue;

I. La legge n. 112/2004 e le previsioni in materia di concorrenza e pluralismo.

1. Il quadro normativo di riferimento in materia di sistema radiotelevisivo risulta profondamente innovato dall'entrata in vigore della legge 3 maggio 2004, n. 112, recante «Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radio Televisione italiana S.p.a., nonche' delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione».

2. La legge n. 112/2004, in particolare l'articolo 3, prevede tra i principi fondamentali del sistema radiotelevisivo la «garanzia della liberta' e del pluralismo».

Inoltre, l'articolo 5, comma 1, della medesima legge include tra i principi da salvaguardare al fine di garantire il pluralismo del sistema radiotelevisivo la «tutela della concorrenza nel mercato radiotelevisivo e dei mezzi di comunicazione di massa e nel mercato della pubblicita' e tutela del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, vietando a tale fine la costituzione o il mantenimento di posizioni lesive del pluralismo [...]».

3. La legge n. 112/2004, al Capo II, definisce una specifica disciplina a tutela della concorrenza e del mercato il cui ambito di applicazione viene fissato all'articolo 2, comma 1, lettera g), introducendo il Sistema Integrato delle Comunicazioni (di seguito SIC) come «il settore economico che comprende le seguenti attivita': stampa quotidiana e periodica; editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di Internet; radio e televisione; cinema;

pubblicità' esterna; iniziative di comunicazione di prodotti e servizi; sponsorizzazioni».

4. Prendendo a riferimento il SIC, gli articoli 14 e 15 della legge n. 112/2004 introducono le nuove norme in materia di divieto di posizione dominante «nel sistema integrato delle comunicazioni e nei mercati che lo compongono» prevedendo, all'articolo 14, comma 2, un'analisi con criteri basati sul diritto della concorrenza non soltanto del SIC, ma anche di ciascuno dei mercati rilevanti che ne fanno parte, che tenga conto «[...] fra l'altro, oltre che dei ricavi, del livello di concorrenza all'interno del sistema, delle barriere all'ingresso nello stesso, delle dimensioni di efficienza economica dell'impresa nonché degli indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi, dei prodotti editoriali e delle opere cinematografiche o fonografiche».

L'esigenza di avviare le necessarie verifiche e adottare le misure per impedire la costituzione (e quindi anche il mantenimento) delle eventuali posizioni dominanti nei singoli mercati che compongono il sistema integrato delle comunicazioni è ribadita anche dall'articolo 15, comma 2, che espressamente ne sancisce il divieto.

5. Per la valutazione della posizione dominante nel SIC, oltre ai principi del diritto della concorrenza la legge introduce, all'articolo 15, comma 2, un criterio a soglia percentuale analogo a quello previsto dalla legge n. 249/1997, seppur riferito ad un insieme di risorse differente, prevedendo che «Fermo restando il divieto di costituzione di posizioni dominanti nei singoli mercati che compongono il sistema integrato delle comunicazioni, i soggetti tenuti all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione costituito ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera a), numero 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249, non possono né direttamente, né attraverso soggetti controllati o collegati ai sensi dell'articolo 2, commi 17 e 18, della citata legge n. 249 del 1997, conseguire ricavi superiori al 20 per cento dei ricavi complessivi del sistema integrato delle comunicazioni».

6. La legge n. 112/2004 abroga, conseguentemente, le parti della legge n. 249/1997 relative ai tetti antitrust e, in particolare, l'articolo 2, comma 8, ma lascia inalterato il divieto di costituzione di posizione dominante nel SIC e nei mercati rilevanti in esso inclusi e conserva in capo all'Autorità la competenza a provvedere ai sensi dell'articolo 2, comma 7, della legge n. 249/1997.

7. All'Autorità sono, pertanto, assegnati dalla legge n. 112/2004 i seguenti compiti:

a) valutare periodicamente d'ufficio ovvero su segnalazione le posizioni dominanti nei mercati rilevanti e nel SIC (ai sensi dell'articolo 14, comma 2 della legge n. 112/2004) e, se del caso, intervenire ai sensi dell'articolo 2, comma 7, della legge n. 249/1997 (come previsto anche all'articolo 14, comma 3, della legge n. 112/2004). I mercati rilevanti vanno individuati conformemente ai principi concretamente applicabili alla fattispecie in esame di cui agli articoli 15 e 16 della direttiva quadro, che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, e tenendo in considerazione le raccomandazioni e gli orientamenti espressi dalla Commissione;

b) verificare le quote di risorse nel SIC (ai sensi dell'articolo 15, comma 2, della legge n. 112/2004) e, qualora accerti che un'impresa, o un gruppo di imprese, operanti nel SIC, si trova nella condizione di potere superare, prevedibilmente, i limiti di cui all'articolo 15, intervenire (ex articolo 14, comma 3, della legge n. 112/2004) con un pubblico richiamo, ovvero provvedendo ai sensi della

legge n. 249/1997, articolo 2, comma 7, in caso di accertato superamento delle soglie.

8. Le disposizioni di cui agli articoli 14 e 15, comma 2, della legge n. 112/2004 prevedono tre tipologie di accertamento: le prime due riferibili alla costituzione di una posizione dominante, rispettivamente nel SIC e nei mercati che lo compongono, l'altra concernente il superamento dei limiti in materia di risorse economiche acquisibili dai diversi soggetti. Tali accertamenti, che si basano su metodologie ed ambiti di riferimento non necessariamente coincidenti e che possono, pertanto, dar luogo, per quel che concerne i soggetti coinvolti, a risultati differenti, sono da considerarsi autonomi.

Il tenore letterale dell'articolo 14, comma 2, conferma tale interpretazione ponendo tali tipologie di accertamento sullo stesso piano: «verifica che non si costituiscano, nel sistema integrato delle comunicazioni e nei mercati che lo compongono, posizioni dominanti e che siano rispettati i limiti di cui all'articolo 15 della presente legge».

Tale assunto riceve ulteriore conferma dalla formulazione dell'articolo 15, dove è previsto che i limiti ai ricavi conseguibili nell'ambito del SIC trovino applicazione fermo restando il divieto di costituzione di posizioni dominanti nei singoli mercati.

Ne deriva che le verifiche riguardanti le due tipologie di limiti appaiono, sul piano procedimentale, come indipendenti l'una dall'altra. In altri termini, l'analisi del livello di concorrenza nei mercati rilevanti ed il controllo del rispetto del tetto fissato ai ricavi conseguibili nel SIC, possono costituire due ambiti di analisi paralleli e autonomi.

9. L'articolo 13, comma 1, della legge n. 112/2004 riguarda specificamente l'ambito d'intervento dell'Autorita': «L'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni, nell'esercizio dei compiti ad essa affidati dalla legge, assicura il rispetto dei diritti fondamentali della persona nel settore delle comunicazioni, anche radiotelevisive». Principio fondamentale del settore radiotelevisivo, sancito dall'articolo 3, comma 1, è la tutela del pluralismo a garanzia del quale viene posto al l'articolo 5, comma 1, lettera a) l'attuazione del principio di tutela della concorrenza. Di conseguenza, la tutela della concorrenza nel sistema radiotelevisivo si qualifica come uno degli strumenti di attuazione dei principi generali della legge n. 112/2004. Alla luce di tali considerazioni e delle informazioni già acquisite su tale settore, l'azione dell'Autorita' è indirizzata prioritariamente sull'analisi del settore televisivo.

10. Il quadro normativo di riferimento in materia di sistema radiotelevisivo ha fatto propri i principi di tutela del pluralismo e della concorrenza: d'altra parte, la Corte costituzionale, in più occasioni, trattando di questioni afferenti il sistema radiotelevisivo, ha operato un puntuale richiamo a quei principi. Infatti, la Corte costituzionale si è pronunciata più volte sul tema del pluralismo nel settore televisivo, da ultimo con la sentenza n. 466 del 20 novembre 2002, affermando che la tutela di questo principio «rappresenta uno degli "imperativi" ineludibili emergenti dalla giurisprudenza costituzionale in materia. Questa Corte ha, infatti, costantemente affermato la necessita' di assicurare l'accesso al sistema radiotelevisivo del "massimo numero possibile di voci diverse" (sentenza n. 112 del 1993), ed ha sottolineato l'insufficienza del mero concorso fra un polo pubblico e un polo privato ai fini del rispetto delle evidenziate esigenze costituzionali connesse all'informazione (sentenze n. 826 del 1988 e

n. 155 del 2002). L'obiettivo di garantire, tra l'altro, il pluralismo dei mezzi di informazione e' stato sottolineato, in una prospettiva piu' ampia, anche a livello comunitario in recenti direttive (2002/19/CE, 2002/20/CE, 2002/21/CE, 2002/22/CE)».

II. Caratteristiche strutturali del mercato televisivo.

11. L'attivita' di verifica delineata dall'articolo 14, comma 2, e dalle disposizioni seguenti della legge n. 112/2004 ha come punto di partenza la definizione dei mercati rilevanti inclusi nel sistema integrato delle comunicazioni, in conformita' ai principi di cui agli articoli 15 e 16 della Direttiva quadro. In particolare, l'articolo 15, comma 1, della Direttiva quadro dispone che i mercati rilevanti vengano individuati in base ai principi del diritto della concorrenza; l'articolo 14 della legge n. 112/2004 prevede che la verifica della costituzione di posizioni dominanti - nel SIC e nei mercati rilevanti che lo compongono - sia effettuata tenendo conto tra l'altro dei «ricavi, del livello di concorrenza all'interno del sistema, delle barriere all'ingresso nello stesso, delle dimensioni di efficienza economica dell'impresa nonche' degli indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi, dei prodotti editoriali e delle opere cinematografiche o fonografiche».

12. L'applicazione di questi principi porta ad una prima valutazione del grado di competitivita' dei mercati rilevanti individuati in base a caratteristiche omogenee relative ai prodotti e servizi ed all'area geografica: un'ulteriore segmentazione puo' essere attuata al fine di individuare mercati distinti soprattutto in relazione alle caratteristiche della domanda, ma tenuto conto anche delle caratteristiche dell'offerta.

In altri termini, la metodologia prevede una definizione dei mercati rilevanti in due fasi: la prima volta ad individuare un mercato con caratteristiche strutturali omogenee - tale definizione di mercato tende a coincidere con quella di settore economico - la seconda volta a segmentare il mercato principale - soprattutto in funzione della domanda - con l'obiettivo di individuare singoli mercati rilevanti, ai fini di un'analisi del grado di concorrenza degli stessi.

13. L'Autorita' dispone di due strumenti informativi attraverso i quali svolge un monitoraggio sistematico dei mercati da essa regolati: il Registro degli operatori di comunicazione (ROC) costituito ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera a), n. 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249, e l'Informativa economica di sistema (IES) istituita dall'articolo 1, commi 28, 29 e 30, della legge n. 650/1996 e disciplinata dalla delibera n. 129/03/CONS del 16 aprile 2003. In particolare le analisi sui dati contabili trasmessi attraverso la IES sono state utilizzate dall'Autorita' per lo svolgimento di attivita' sia istruttorie sia di studio.

14. Tra le attivita' facenti capo al SIC, nel corso degli ultimi anni sono state oggetto di una specifica attivita' di monitoraggio da parte dell'Autorita' quelle relative al settore radiotelevisivo. Questa circostanza deriva dal fatto che alcune delle norme abrogate della legge n. 249/1997 (specificamente, gli articoli 2, comma 8 e 3, commi 6, 7, 9 e 11) dettavano - per questo mercato - una specifica disciplina finalizzata alla tutela del pluralismo e della concorrenza.

15. L'Autorita' ha avuto, altresì, occasione di analizzare ulteriormente le dinamiche del settore televisivo attraverso la verifica sullo stato di sviluppo della televisione digitale terrestre, approvando in data 30 aprile 2004 la Relazione tecnica

sulla complessiva offerta dei programmi televisivi digitali terrestri ai sensi della legge n. 43/2004. In particolare, l'accertamento tecnico effettuato, sulla base dei parametri indicati e tenendo anche conto delle tendenze in atto sul mercato, ha avuto un esito positivo in merito all'effettivo sviluppo dell'ordine allo sviluppo del mercato televisivo. La Relazione conclude, infatti, che, anche ai fini della diffusione delle nuove tecnologie, rimane aperto il problema «della garanzia dell'accesso alle reti e della distribuzione delle risorse economiche per consentire un equilibrato sviluppo del sistema anche con l'ingresso di nuovi soggetti. Rimane infine da verificare l'effettiva realizzazione del principio di neutralità tecnologica fra le varie piattaforme, affinché non si operino indebite discriminazioni da parte di fornitori di contenuti con rilevante potere di mercato, mediante accordi di esclusiva od altre privative commerciali che favoriscano indebitamente alcune piattaforme tecnologiche a danno di altre e quindi, in ultima analisi, a detrimento del grado di concorrenza e di pluralismo».

16. Se dal punto di vista delle risorse tecniche (principalmente le risorse frequenziali), l'analisi svolta sulle piattaforme digitali terrestri ha evidenziato, in prospettiva, l'attenuazione delle difficoltà di accesso al mercato televisivo, a diverse conclusioni la relazione è pervenuta per quel che concerne gli ostacoli all'accesso di natura giuridica e di natura economica.

17. Strettamente correlate agli ostacoli di natura tecnica, le barriere di natura giuridica derivano dalla necessità di ottenere un apposito titolo abilitativo per l'utilizzo delle limitate frequenze trasmissive. Tale barriera si riferisce naturalmente alle trasmissioni su piattaforme terrestri e potrà in parte essere superata con l'aumento della capacità trasmissiva consentita dalle reti digitali.

18. Con riferimento alle barriere di ordine economico, i nuovi operatori devono poter disporre di elevate fonti di finanziamento non solo per la realizzazione delle infrastrutture tecniche di trasmissione, ma anche per l'acquisizione dei contenuti di maggiore interesse. L'accesso al mercato risulta particolarmente oneroso in ragione della limitata disponibilità di tali contenuti, nonché del livello raggiunto dai relativi costi di acquisizione. La situazione è aggravata dall'elevato grado di concentrazione che caratterizza il mercato televisivo italiano e, quindi, dalla capacità degli operatori maggiori di acquisire o comunque di disporre di contenuti di particolare pregio.

19. Le risorse economiche del mercato televisivo, come è noto, sono costituite dalla pubblicità, dal canone di abbonamento al servizio pubblico e dagli abbonamenti alla televisione a pagamento. La principale fonte di finanziamento è la pubblicità, ove la possibilità di collocare spazi pubblicitari presso gli inserzionisti varia in funzione dei livelli e delle caratteristiche dell'audience di una determinata rete.

In merito, si osserva che il mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo viene per prassi considerato distinto dal mercato della raccolta pubblicitaria attraverso altri mezzi di comunicazione (radio, stampa, Internet, ecc.) in quanto le caratteristiche tipiche del mezzo televisivo rendono la pubblicità televisiva non sostituibile con quella effettuata attraverso altri mezzi di comunicazione.

III. L'analisi concorrenziale del settore televisivo.

20. Al fine di verificare l'esistenza di elementi atti a delineare il ricorrere di eventuali posizioni dominanti ai sensi della

legge n. 112/2004, ossia secondo i principi della concorrenza, l'Autorita' ha esaminato gli andamenti delle quote di mercato spesso utilizzati come indicatori del potere di mercato.

In particolare, la Commissione europea, nel documento n. 2002/C165/03 sulle linee guida, pubblicato in data 11 luglio 2002 nella Gazzetta Ufficiale della Comunita' europea, evidenzia che:

e' improbabile che imprese con una quota di mercato inferiore al 25% siano in posizione dominante;

una quota di mercato intorno al 40% puo' far presumere l'esistenza di una posizione dominante;

la detenzione di una quota di mercato superiore al 50% e' di per se una prova dell'esistenza di una posizione dominante.

Tali indicatori devono essere ulteriormente analizzati considerandone l'andamento nel tempo, cosi' da evidenziare le corrette dinamiche concorrenziali.

21. Con riferimento alle risorse del settore televisivo, si rileva che l'ammontare dei proventi delle emittenti e' cresciuto nel 2003, su base annua, del 5,9 per cento, attestandosi ad un valore di 5.758 milioni di euro; parallelamente, la raccolta netta delle concessionarie di pubblicita' ha registrato una crescita dell'8 per cento, raggiungendo i 405 milioni di euro. L'insieme delle risorse per il 2003 risulta pertanto pari a 6.165 milioni di euro, cosi' ripartito:

Risorse del settore televisivo
anno 2003
(valori euro milioni)

Pubblicita'		3.773		61,2%
Canone		1.303		21,1%
Abbonamenti		1.049		17,0%
Convenzioni		40		0,7%
Totale		6.165		

22. Quanto alle offerte televisive a pagamento, risulta confermata la fase di espansione di questo settore, che registra nel 2003 un tasso di crescita, nella raccolta di abbonamenti, del 18,3 per cento.

23. Per quel che concerne l'andamento della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo, nel 2003 si evidenziano segnali di netta ripresa dopo la crisi del 2001 alla quale era seguita una fase di stasi nel 2002; in particolare, tale risorsa presenta un tasso di crescita del 4,4 per cento rispetto all'anno precedente.

24. L'analisi concorrenziale della distribuzione delle risorse economiche nel segmento di attivita' specifico evidenzia una concentrazione a favore dei gruppi RAI e Mediaset. Inoltre, le quote di mercato percentuali sul totale delle risorse del mercato - costituite da pubblicita', canone di abbonamento al servizio pubblico e abbonamenti alla televisione a pagamento - e' riportato nella tabella seguente:

Quote di mercato emittenti televisive

(valori %)	2001	2002	2003
RAI	42,2	41,8	39,5
RTI	34,9	34,0	34,3
Telepiu'	11,8	12,7	6,8 (1)
Stream/Sky Italia	3,8	4,4	12,2
Gruppo la 7 (TIM)	1,4	1,3	1,6
Altri	5,9	5,8	5,5

(1) Il dato relativo a Telepiu' si riferisce alle attivita' del primo semestre 2003, poiche' a far data dal 30 giugno 2003 Telepiu' e' confluita in Sky Italia.

25. Per quel che concerne le risorse nel mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo, si rileva una ampia differenza fra i primi due attori del mercato, Publitalia '80 e Sipra, con la concessionaria di RTI che duplica la percentuale di risorse raccolta dalla concessionaria pubblica, la quale manifesta anche una flessione nel periodo considerato. Si riporta, di seguito, una tabella in cui le quote di mercato sono calcolate sulla raccolta lorda delle concessionarie relativa alla pubblicita' venduta sul mezzo televisivo.

Quote di mercato concessionarie
di pubblicita'

(valori % sulla raccolta lorda)	2001	2002	2003
Publitalia '80	61,6	61,2	62,7
Sipra	29,6	29,7	27,7
H.M.C.	1,3	1,0	-
MTV Pubblicita'	0,9	1,0	1,3
Cairo	1,4	1,4	2,9
Altre	5,2	5,6	5,5

26. La distribuzione delle risorse pubblicitarie risulta difficilmente modificabile anche in considerazione della concentrazione degli ascolti. Infatti, il valore della raccolta pubblicitaria e' fortemente influenzato dalla diffusione del messaggio pubblicitario, legato alla quota di audience raggiunta dai singoli palinsesti televisivi. In questo contesto, le emittenti con quote di audience piu' basse riscontrano maggiori difficolta' nella vendita di messaggi pubblicitari. A cio' si aggiunga la forte fidelizzazione del telespettatore ai palinsesti proposti da RAI ed RTI, che circostanza la quale costituisce un ulteriore rafforzamento del vantaggio competitivo degli stessi soggetti. Si riporta di seguito una tabella relativa alle rilevazioni della media annuale degli ascolti realizzati dalle principali emittenti.

Share principali gruppi editoriali
(percentuale)

	2000	2001	2002
RAI	47,31	47,02	46,43
RTI	43,39	43,19	42,96
Totale . .	90,7	90,21	89,39

Tutto cio' premesso;

Considerato che gli elementi di analisi concernenti il Sistema Integrato delle Comunicazioni nella sua complessita' consentiranno all'Autorita' di procedere alle successive attivita' procedurali delineate all'articolo 14, commi 2 e 3, e all'articolo 15, comma 2, della legge n. 112/2004 anche alla luce delle conclusioni del procedimento avente ad oggetto il mercato televisivo;

Ritenuto di assumere come mercato rilevante per l'attivita' procedimentale da avviarsi quello televisivo e le relative fonti di finanziamento, ferma restando la possibilita' di valutare un'eventuale ulteriore segmentazione in conformita' ai principi enunciati negli articoli 15 e 16 della direttiva n. 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002;

Ritenuto che le risultanze dell'analisi svolta, con particolare riferimento ai livelli rappresentati dalle quote di mercato, dagli indici di share e dalle caratteristiche strutturali del mercato televisivo comprensivo delle relative fonti di finanziamento, sono indici presuntivi di posizione dominante in capo ai soggetti RAI s.p.a., RTI s.p.a. e Publitalia '80 s.p.a.;

Ritenuto, pertanto, di procedere all'accertamento, nel mercato individuato come rilevante, della sussistenza di posizioni dominanti ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 112/2004 ai fini dell'adozione dei provvedimenti di cui all'articolo 2, comma 7 della legge n. 249/1997;

Udita la relazione dei commissari Alfredo Meocci e Vincenzo Monaci, relatori ai sensi dell'articolo 32 del regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorita';

Delibera:

Articolo 1.

1. Ai fini dell'accertamento della sussistenza di posizioni dominanti nei singoli mercati che compongono il sistema integrato delle comunicazioni e' avviato, ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge 3 maggio 2004, n. 112, un procedimento finalizzato all'accertamento della sussistenza di posizioni dominanti nel mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento e all'eventuale adozione dei provvedimenti di cui all'articolo 2, comma 7, della legge n. 249/1997.

2. Il procedimento di cui al comma 1 e' disciplinato dal regolamento approvato con la delibera n. 26/1999 di cui in premessa.

3. Il responsabile del procedimento e' il direttore del Dipartimento vigilanza e controllo il quale opera d'intesa con il Servizio analisi di mercato e concorrenza, con il Servizio giuridico e con il Dipartimento regolamentazione.

4. Il termine di conclusione del procedimento e' fissato in sessanta giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Il presente provvedimento e' notificato alle societa' RAI s.p.a., RTI s.p.a. e Publitalia '80 s.p.a., ed e' pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale dell'Autorita' e sul sito web www.agcom.it

Roma, 6 ottobre 2004

Il presidente: Cheli