



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Relazione annuale 2011

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro



Indice

1. L'ecosistema digitale

1.1. Introduzione	15
1.2. La catena del valore	18
1.3. Le reti	23
1.3.1. Le reti NGAN su rete fissa	24
1.3.2. Le reti a banda larga su rete mobile	30
1.3.3. La digitalizzazione delle reti televisive e l'andamento del processo di <i>switch-over</i>	34
1.4. I servizi e le piattaforme	36
1.5. I contenuti	45
1.6. La <i>net neutrality</i>	54
1.7. Le prospettive regolamentari	59

2. Il settore delle comunicazioni

2.1. Il contesto internazionale	65
2.1.1. Le telecomunicazioni	65
2.1.2. L'audiovisivo	74
2.2. Il contesto nazionale	84
2.2.1. Le telecomunicazioni	84
2.2.2. La televisione	117
2.2.3. La radio	128
2.2.4. L'editoria	132
2.2.5. Internet	147
2.2.6. La pubblicità	156
2.2.7. L'evoluzione del quadro normativo in Italia	165

3. Gli interventi dell'Autorità

3.1. Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica	171
3.2. I servizi di telecomunicazione su rete fissa	184
3.3. I servizi di telecomunicazione su rete mobile	194
3.4. I servizi e le reti a banda larga	203
3.5. Le controversie tra operatori nelle comunicazioni elettroniche	209

3.6. Il Sistema integrato delle comunicazioni e i singoli mercati che lo compongono	215
3.7. L'Informativa economica di sistema	218
3.8. I procedimenti in materia di posizioni dominanti e di attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel SIC	220
3.9. I servizi di <i>media</i> audiovisivi	223
3.10. La televisione digitale terrestre	225
3.11. Il servizio pubblico radiotelevisivo	234
3.12. Gli obblighi connessi all'esercizio dell'attività radiotelevisiva	269
3.13. Le autorizzazioni satellitari e le autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive	274
3.14. Le comunicazioni commerciali	278
3.15. La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione	283
3.16. La pubblicazione e la diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa	286
3.17. La tutela dei minori e degli utenti	290
3.18. La tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica	295
3.19. La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e il diritto di cronaca sportiva	298
3.20. La comunicazione politica	304
3.21. Il Registro degli operatori di comunicazione	315
3.22. Il Catasto nazionale delle infrastrutture di diffusione	321
3.23. L'attività ispettiva	323
3.24. I rapporti con i consumatori e gli utenti	326
3.25. La qualità dei servizi e la trasparenza delle offerte agli utenti finali	331
3.26. Gli obblighi di servizio universale	340
3.27. Le attività di vigilanza e sanzione a tutela dell'utenza	342
3.28. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica	349
3.29. Le controversie tra utenti ed operatori	351
3.30. Le indagini conoscitive	355
3.31. La tutela giurisdizionale in ambito nazionale	361

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

4.1. I rapporti istituzionali	375
4.1.1. I rapporti internazionali	375
4.1.2. I rapporti con le istituzioni nazionali e con il Ministero dello sviluppo economico	383

4.1.3.	I rapporti con le università e gli enti di ricerca391
4.1.4.	Il programma di ricerca "Servizi e Contenuti per le Reti di Nuova Generazione"393
4.1.5.	La Guardia di finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni395
4.2.	Gli organismi strumentali e ausiliari401
4.2.1.	I Comitati regionali per le comunicazioni401
4.2.2.	Il Consiglio nazionale degli utenti427
4.2.3.	Gli organi di <i>governance</i> degli Impegni di Telecom Italia	428
4.3.	L'organizzazione dell'Autorità433
4.3.1.	L'organizzazione e le risorse umane433
4.3.2.	Il Comitato etico437
4.3.3.	Il sistema dei controlli438
4.3.4.	Il bilancio439
	<i>Acronimi</i>441

Indice delle figure

1. L'ecosistema digitale

Figura 1.1.	La catena del valore dell'ecosistema digitale.....	18
Figura 1.2.	Previsioni dell'andamento e della tipologia del traffico dati su rete mobile (2010-2015)	23
Figura 1.3.	Standard rilasciati dal 3GPP (1999-2011)	30
Figura 1.4.	Evoluzione delle reti mobili	31
Figura 1.5.	Assegnazione delle bande a 800 MHz e a 2600 MHz.....	32
Figura 1.6.	Il processo di <i>switch-over</i> in Europa.....	35
Figura 1.7.	Evoluzione dei servizi <i>online</i>	37
Figura 1.8.	Ricavi mondiali dei servizi <i>cloud</i> (miliardi di dollari)	41

2. Il settore delle comunicazioni

Figura 2.1.	I servizi tlc nel mondo – Variazione % dei ricavi (2007-2010)	67
Figura 2.2.	I servizi tlc nel mondo – ARPU mensile (2007-2010, euro).....	68
Figura 2.3.	I servizi tlc nel mondo – Abbonati internet (2007-2010, milioni)	69
Figura 2.4.	I servizi tlc in Europa – Diffusione della fibra (giugno 2010)	69
Figura 2.5.	I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi (2007-2010)	71
Figura 2.6.	I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2009-2010, euro)	71
Figura 2.7.	I servizi tlc in Europa – Ripartizione dei ricavi per paese (2010, in %).....	72
Figura 2.8.	I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010).....	72
Figura 2.9.	I servizi tlc in Europa – ARPU mensile per paese (2008-2010, euro).....	73
Figura 2.10.	I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro)	76
Figura 2.11.	I servizi televisivi nel mondo – Variazione dei ricavi per fonte di reddito e per area geografica (2010 in %)	77
Figura 2.12.	I servizi televisivi nel mondo – Variazione delle TV <i>households</i> per area geografica (2010 in %)	77
Figura 2.13.	I servizi televisivi nel mondo – ARPU in euro dei servizi televisivi a pagamento e tasso di penetrazione della <i>pay-tv</i> (2010).....	78
Figura 2.14.	I servizi televisivi nel mondo – TV <i>households</i> per tecnologia e per area geografica (2010 in %)	79
Figura 2.15.	I servizi televisivi in Europa – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro)	80
Figura 2.16.	I servizi televisivi in Europa – Ricavi per paese (2010, in %).....	81
Figura 2.17.	I servizi televisivi in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010) ...	81
Figura 2.18.	I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per paese (2009-2010, milioni) ...	82
Figura 2.19.	I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per paese e per tecnologia (2010 in %)	83
Figura 2.20.	I servizi televisivi in Europa – TV <i>households</i> per tipologia (2006-2010 in %) ...	83
Figura 2.21.	TLC e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (1997=100)	86
Figura 2.22.	Indice dei prezzi alla produzione dei servizi tlc (2006=100)	86
Figura 2.23.	Dinamica delle principali tariffe pubbliche (2000=100).....	87
Figura 2.24.	Dinamica dei prezzi nelle tlc in Europa (1998=100)	87
Figura 2.25.	Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2010 in %).....	90
Figura 2.26.	Accessi a larga banda su rete fissa (2008-2010).....	94
Figura 2.27.	Incrementi netti degli accessi a larga banda (2005-2010, milioni).....	95

Figura 2.28. Quote di mercato di Telecom Italia nella larga banda (2008-2011, %)	96
Figura 2.29. Quote di mercato nella larga banda (dic. 2010, %)	96
Figura 2.30. Rapporto tra ricavi servizi dati e servizi fonia vocale (%)	108
Figura 2.31. Terminali UMTS/HSDPA (milioni)	110
Figura 2.32. Sim-dati e <i>connect card</i> (milioni)	111
Figura 2.33. Traffico dati su rete mobile (2007=100)	111
Figura 2.34. <i>Mobile Number Portability</i> (2005-2010, milioni)	115
Figura 2.35. Analisi dinamica dell' <i>audience</i> media annuale (2000-2011)	121
Figura 2.36. Mezzi di informazione in Italia e negli USA (2010)	123
Figura 2.37. Vendite medie giornaliere di quotidiani (1995-2010 in migliaia)	137
Figura 2.38. Distribuzione degli investimenti pubblicitari <i>online</i> in Italia nel 2009	155
Figura 2.39. Distribuzione degli investimenti pubblicitari <i>online</i> negli Stati Uniti nel 2009	155

3. *Gli interventi dell'Autorità*

Figura 3.1. Numero di portabilità del numero mobile effettuate in ciascun anno (2002-2010 in milioni)	196
Figura 3.2. Operatori iscritti al Registro suddivisi per attività (31 marzo 2011 in %)	320
Figura 3.3. Numero di giornate ispettive effettuate (%)	323
Figura 3.4. Operatori interessati dall'attività ispettiva (%)	324
Figura 3.5. Campi dell'attività ispettiva (%)	324
Figura 3.6. Contatti per tipologia di soggetto (%)	327
Figura 3.7. Segnalazioni pervenute al <i>contact center</i> per tipologia di servizio (1 maggio 2010-31 marzo 2011)	328
Figura 3.8. Fonia fissa: problematiche più frequentemente segnalate	329
Figura 3.9. Fonia mobile: problematiche più frequentemente segnalate	329
Figura 3.10. Logo del sito "Misura Internet"	331
Figura 3.11. Profili di pdf rilasciati: statistiche delle velocità e dei sistemi operativi (%)	334
Figura 3.12. Tecnologie di accesso <i>wireless</i>	335
Figura 3.13. Andamento Indice di Qualità Globale (2007-2011)	340
Figura 3.14. Segnalazioni e denunce per tipologia di mittente	342
Figura 3.15. Segnalazioni e denunce per regione di provenienza (%)	343
Figura 3.16. Segnalazioni e denunce per operatore	343
Figura 3.17. Segnalazioni e denunce per principali casistiche	345
Figura 3.18. Procedimenti avviati per operatore	348

4. *L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione*

Figura 4.1. Il programma di ricerca SCREEN	394
Figura 4.2. Mappa dei Co.re.com.	401
Figura 4.3. Istanze di conciliazione (2008 - 2010 in migliaia)	405
Figura 4.4. Efficacia del processo di conciliazione (2009 - 2010, in %)	406
Figura 4.5. Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità	433
Figura 4.6. La struttura dell'Autorità	435

Indice delle tabelle

1. *L'ecosistema digitale*

Tabella 1.1. Regolamentazione dei mercati 4 e 5 in Europa (2011)	27
--	----

2. *Il settore delle comunicazioni*

Tabella 2.1. I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per area geografica (2009-2010, miliardi di euro)	76
Tabella 2.2. L'economia italiana nel 2009-2010	85
Tabella 2.3. Incidenza delle tlc nell'economia (2009-2010 in %)	85
Tabella 2.4. Le tlc fisse e mobili in Italia – Ricavi lordi (miliardi di euro)	88
Tabella 2.5. Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)	88
Tabella 2.6. Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro)	89
Tabella 2.7. Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro).....	89
Tabella 2.8. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)	90
Tabella 2.9. Spesa finale degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%)	91
Tabella 2.10. Variazione % dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2009/2010)	92
Tabella 2.11. Rete fissa – Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)	93
Tabella 2.12. Tipologie contrattuali dei servizi <i>broadband</i> (%)	93
Tabella 2.13. Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)	94
Tabella 2.14. Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (%)	95
Tabella 2.15. Accessi fisici alla rete fissa (migliaia).....	99
Tabella 2.16. Diffusione degli accessi alla rete fissa (dicembre 2010, in % delle famiglie)	100
Tabella 2.17. Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato (dic. 2010, %)	101
Tabella 2.18. Diffusione degli accessi a larga banda (dicembre 2010 in % delle famiglie)	102
Tabella 2.19. Diffusione della larga banda nelle unità abitative (dic. 2010, %)	103
Tabella 2.20. Accessi a banda larga – Quote di mercato (dic. 2010, %)	104
Tabella 2.21. Spesa finale degli utenti per operatore (%)	105
Tabella 2.22. Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)	105
Tabella 2.23. Distribuzione dei ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%)	106
Tabella 2.24. Distribuzione dei ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%)	106
Tabella 2.25. Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)	107
Tabella 2.26. Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti)	108
Tabella 2.27. Componente <i>on-net</i> dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale).....	109
Tabella 2.28. Ricavi da servizi voce per direttrice (miliardi di euro)	109
Tabella 2.29. Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro)	110
Tabella 2.30. Ricavi unitari per SIM attiva (euro/anno)	112
Tabella 2.31. Ricavi unitari per <i>user</i> (euro/anno)	112
Tabella 2.32. Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati (euro/cent)	113
Tabella 2.33. Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%)	113
Tabella 2.34. Quote di mercato nei servizi voce e dati (%)	114
Tabella 2.35. Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (migliaia).....	114
Tabella 2.36. Sim attive per operatore.....	114
Tabella 2.37. <i>Mobile Number Portability</i> : distribuzione tra operatori (%)	116
Tabella 2.38. Utenti di operatori mobili virtuali	116
Tabella 2.39. Ricavi voce e dati nella telefonia mobile virtuale	117

Tabella 2.40. Ricavi complessivi della televisione.....	119
Tabella 2.41. Ricavi complessivi della televisione per tipologia	120
Tabella 2.42. Ricavi per operatore	121
Tabella 2.43. Ascolti televisivi per piattaforma	122
Tabella 2.44. Mezzi per informarsi (marzo 2010, % individui che si informano)	122
Tabella 2.45. <i>Audience</i> dei principali telegiornali italiani nel 2010.....	123
Tabella 2.46. Offerta televisiva nazionale in chiaro (2010): i principali canali	125
Tabella 2.47. Tv gratuita – Quote di mercato dei principali operatori (%).....	126
Tabella 2.48. Tv a pagamento – Quote di mercato dei principali operatori (%).....	128
Tabella 2.49. L’offerta radiofonica nazionale	130
Tabella 2.50. Radio – Ricavi da attività caratteristiche.....	131
Tabella 2.51. Radio – Ricavi complessivi per impresa.....	132
Tabella 2.52. Ricavi complessivi dell’editoria	134
Tabella 2.53. Editoria – Ricavi da attività caratteristiche.....	135
Tabella 2.54. Editoria – Ricavi complessivi per impresa (%)	136
Tabella 2.55. Editoria quotidiana – Ricavi da attività caratteristiche	137
Tabella 2.56. Quotidiani – Diffusione media giornaliera nei principali paesi (2008-2009)	138
Tabella 2.57. Quotidiani – Abbonamenti su totale vendite nei principali paesi (%)	139
Tabella 2.58. Quotidiani in Italia per tipologia	140
Tabella 2.59. Diffusione dei principali quotidiani in Italia (ordinati per tiratura netta annua 2009)	142
Tabella 2.60. Editoria quotidiana – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%).....	144
Tabella 2.61. Lettura dei periodici per tipologia (2010)	145
Tabella 2.62. Editoria periodica – Ricavi da attività caratteristiche	146
Tabella 2.63. Editoria periodica – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%).....	146
Tabella 2.64. Internet – Utenti attivi (gennaio 2011)	147
Tabella 2.65. La fruizione di internet in Italia.....	148
Tabella 2.66. Le prime 10 società sul <i>web</i> in termini di <i>audience</i> (febbraio 2011)	149
Tabella 2.67. Utilizzo delle fonti di informazione <i>online</i> (2010 in % individui che si informano su internet)	150
Tabella 2.68. I primi 15 siti sul <i>web</i> in termini di <i>audience</i>	151
Tabella 2.69. I primi 15 siti degli operatori dei <i>media</i> classici (gennaio 2009 – gennaio 2011)	153
Tabella 2.70. Stima della distribuzione della raccolta pubblicitaria <i>online</i> per categoria.....	154
Tabella 2.71. Stima del settore della raccolta pubblicitaria <i>online</i> in Italia	156
Tabella 2.72. Ripartizione dei ricavi da pubblicità (nazionale e locale) per mezzo	157
Tabella 2.73. Numero inserzionisti (pubblicità nazionale e locale) per mezzi classici e internet (display).....	157
Tabella 2.74. Investimenti pubblicitari (pubblicità nazionale) per mezzi classici e internet (display).....	158
Tabella 2.75. Ripartizione investimenti pubblicitari mezzi classici e internet (display), valori percentuali (2010)	160
Tabella 2.76. Principali centri <i>media</i> attivi in Italia (2010).....	163

3. Gli interventi dell’Autorità

Tabella 3.1. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile a partire dal 1° luglio 2010 (eurocent/min, IVA esclusa)	187
Tabella 3.2. Controversie tra operatori di comunicazione elettronica (1 maggio 2010 - 30 aprile 2011)	214

Tabella 3.3.	Ricavi complessivi del SIC e delle relative aree economiche (2008-2009)	217
Tabella 3.4.	Principali soggetti operanti nel SIC (2008-2009, in %).....	217
Tabella 3.5.	Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni	220
Tabella 3.6.	La struttura dell'indice di servizio pubblico	236
Tabella 3.7.	L'importanza dei generi ai fini del ruolo di servizio pubblico	237
Tabella 3.8.	L'immagine della Rai come servizio pubblico	238
Tabella 3.9.	L'immagine della Rai come impresa	239
Tabella 3.10.	I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Rai.....	241
Tabella 3.11.	I valori dell'IQP di Rai Uno	242
Tabella 3.12.	I valori dell'IQP di Rai Due	242
Tabella 3.13.	I valori dell'IQP di Rai Tre	243
Tabella 3.14.	I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Rai	244
Tabella 3.15.	I valori dell'IVP di Rai Uno	245
Tabella 3.16.	I valori dell'IVP di Rai Due	245
Tabella 3.17.	I valori dell'IVP di Rai Tre.....	246
Tabella 3.18.	IQP e IVQ dei programmi di Cultura, scienza, ambiente.....	247
Tabella 3.19.	IQP e IVQ dei programmi di Attualità	248
Tabella 3.20.	IQP e IVQ dei Telegiornali.....	248
Tabella 3.21.	IQP e IVQ dei programmi di Approfondimento informativo.....	249
Tabella 3.22.	Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri	250
Tabella 3.23.	Rai – Offerta delle reti televisive generaliste terrestri (%)	251
Tabella 3.24.	Rai – La programmazione per minori delle reti televisive generaliste terrestri...	251
Tabella 3.25.	Rai – Programmi per rete finanziati con il canone	252
Tabella 3.26.	Rai – Programmi per genere e rete finanziati con il canone e sottotitolati	259
Tabella 3.27.	Rai – Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3 (1 gennaio - 31 dicembre 2010)	264
Tabella 3.28.	Portali Rai – Fruizione mensile e giornaliera	265
Tabella 3.29.	Portali Rai – Il pubblico (media mese 2010)	265
Tabella 3.30.	Portali Rai – Tipo di connessione (%).....	265
Tabella 3.31.	Portali Rai – Domini di provenienza	266
Tabella 3.32.	Portali Rai – Contenuti pubblicati nel 2010.....	266
Tabella 3.33.	Rai – Contabilità separata 2009 (milioni di euro).....	268
Tabella 3.34.	Obblighi vigenti in capo ai fornitori di servizi di media audiovisivi lineari.....	269
Tabella 3.35.	Classificazione delle istanze di deroga pervenute.....	271
Tabella 3.36.	Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi.....	274
Tabella 3.37.	Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite.....	275
Tabella 3.38.	Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva.....	280
Tabella 3.39.	Diritti di cronaca sportiva – Procedimenti sanzionatori	300
Tabella 3.40.	Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale	308
Tabella 3.41.	Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di informazione politica ...	309
Tabella 3.42.	Periodo elettorale 2010 – Provvedimenti in materia di sondaggi politico-elettorali	310
Tabella 3.43.	Provvedimenti adottati nel periodo non elettorale in materia di informazione politica	312
Tabella 3.44.	Procedimenti registrati nel Registro (maggio 2009-marzo 2011)	319
Tabella 3.45.	Codici di classificazione delle segnalazioni	346

Tabella 3.46. Procedimenti sanzionatori avviati e relativi provvedimenti adottati	346
Tabella 3.47. Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie	351
Tabella 3.48. Fattispecie di disservizio indennizzabili	353

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

Tabella 4.1. Pareri resi all'AGCM in merito alle operazioni di concentrazione e alle fattispecie di abuso di posizione dominante.....	387
Tabella 4.2. Co.re.com. Abruzzo – Controversie operatore-utente.....	408
Tabella 4.3. Co.re.com. Basilicata – Controversie operatore-utente.....	409
Tabella 4.4. Comitato provinciale per le comunicazioni di Bolzano – Controversie operatore-utente	410
Tabella 4.5. Co.re.com. Calabria – Controversie operatore-utente	411
Tabella 4.6. Co.re.com. Campania – Controversie operatore-utente	412
Tabella 4.7. Co.re.com. Emilia Romagna – Controversie operatore-utente	413
Tabella 4.8. Co.re.com. Friuli Venezia Giulia – Controversie operatore-utente.....	414
Tabella 4.9. Co.re.com. Lazio – Controversie operatore-utente.....	415
Tabella 4.10. Co.re.com. Liguria – Controversie operatore-utente	416
Tabella 4.11. Co.re.com. Lombardia – Controversie operatore-utente	417
Tabella 4.12. Co.re.com. Marche – Controversie operatore-utente.....	418
Tabella 4.13. Co.re.com. Molise – Controversie operatore-utente	419
Tabella 4.14. Co.re.com. Piemonte – Controversie operatore-utente	420
Tabella 4.15. Co.re.com. Puglia – Controversie operatore-utente	421
Tabella 4.16. Co.re.com. Toscana – Controversie operatore-utente.....	423
Tabella 4.17. Comitato provinciale per le comunicazioni di Trento – Controversie operatore-utente	424
Tabella 4.18. Co.re.com. Umbria – Controversie operatore-utente.....	425
Tabella 4.19. Co.re.com. Valle d'Aosta – Controversie operatore-utente.....	426
Tabella 4.20. Co.re.com. Veneto – Controversie operatore-utente	427
Tabella 4.21. Autorità – Pianta organica.....	436
Tabella 4.22. Autorità – Personale in servizio	436

