

- c. costi derivanti dall'adozione di interventi volti al controllo e alla gestione della domanda attraverso l'uso efficiente delle risorse.

In base a quanto stabilito all'art. 2, comma 18, della legge n. 481/95, l'Autorità fissa quindi un valore medio ponderato del prezzo di un paniere di servizi e vincola l'operatore notificato alla variazione di tale prezzo sulla base di un determinato valore del parametro "X" (che rappresenta il recupero di produttività dell'operatore sottoposto al vincolo) e dell'indice dei prezzi al consumo.

Inoltre, secondo quanto stabilito dal comma 19, nell'ambito dell'obiettivo di recupero di efficienza di medio e lungo periodo, l'Autorità può variare – alla luce di significativi cambiamenti nella struttura dei costi, di eventi straordinari, di mutamenti nelle normative o nella struttura del servizio universale – la struttura del price cap, anche variandone la composizione del paniere di servizi a cui il meccanismo si applica.

In ogni caso, come stabilito dall'art. 4, comma 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, l'Autorità ha il compito di sorveglianza sui prezzi praticati, ovvero deve svolgere un'azione continua di monitoraggio sui prezzi al fine di garantire condizioni di effettiva concorrenza.

Il meccanismo introdotto con la delibera n. 171/99, da applicarsi per il triennio 2000-2002, ha subito alcune modifiche, principalmente per consentire il ribilanciamento tariffario richiesto dalla Commissione Europea. In particolare, la delibera 847/00/CONS ha portato a una modifica del Sub-Cap relativo ai contributi di attivazione ed ai canoni nella misura fissata all'IPC + 6%.

L'art. 2 di quest'ultima delibera prevedeva inoltre che entro il mese di ottobre 2001, l'Autorità verificasse, anche attraverso un confronto con la Commissione europea, gli effetti dell'applicazione del "price cap" al fine di conseguire un completo ribilanciamento tariffario relativamente ai contributi di attivazione ed ai canoni entro il 1° luglio 2002.

All'esito di tale verifica, l'Autorità ha proceduto, con la delibera n. 469/01/CONS, alla revisione del valore del "sub-cap" relativo ai contributi di attivazione ed ai canoni per l'anno 2002, in deroga alle previsioni del titolo IV, punto 3 della delibera n. 171/99, e comunque secondo le modalità procedurali applicabili al caso di specie.

La delibera n. 847/00/CONS (art. 3, comma 1) ha inoltre sostituito il titolo III, punto 5 della delibera n. 171/99 con il seguente testo:

"5. Relativamente alle modalità di applicazione dei vincoli di cui al titolo II, punto 2 si applica quanto segue:

a. Almeno la metà degli effetti di riduzione della spesa conseguenti dai vincoli dei "sub-cap" devono essere resi operativi nei primi 6 mesi dell'anno. Non più della metà degli effetti di incremento della spesa conseguenti dai vincoli dei "sub-cap" possono essere resi operativi nei primi 6 mesi dell'anno.

b. Relativamente al paniere sottoposto al "cap" generale, il valore medio effettivo risultante al termine di ciascun anno deve essere al massimo uguale alla media tra il valore iniziale e il valore finale del paniere. Per valore medio effettivo del paniere si intende la somma dei valori giornalieri del paniere per ciascun giorno dell'anno. Il valore giornaliero del paniere è uguale al valore del paniere ai prezzi vigenti nel giorno diviso per il numero di giorni dell'anno. Per valore iniziale del paniere si intende il valore del paniere calcolato sulla base dei prezzi vigenti nell'ultimo giorno dell'anno precedente. Per valore finale del paniere si intende il valore iniziale del paniere moltiplicato per (1 + il valore del "cap" generale sul paniere dei servizi di fonia vocale).

c. Qualora l'Autorità verifichi che il vincolo di cui al primo capoverso della precedente lettera b), non sia stato rispettato, la differenza tra il valore medio effettivo risultante al termine dell'anno e la media tra il valore iniziale ed il valore finale del paniere dovrà

essere restituita ai clienti di Telecom Italia sulla base di criteri e modalità definiti dall' "Autorità".

La modifica alla tempistica e alle modalità di applicazione del price cap si è resa necessaria per evitare un'erogazione troppo repentina o troppo ritardata dei suoi effetti, nonché per migliorare i riferimenti per la verifica della corretta applicazione del meccanismo di price cap.

2. Benchmarking internazionale

Tabella comparativa dei valori e della composizione del price cap nei principali Stati Membri dell'Unione Europea (in Austria, Grecia e Finlandia non è attualmente utilizzato).

3. Nuovo quadro regolamentare

La nuova Direttiva sul Servizio Universale (2002/22/EC) dà alle Autorità nazionali di regolamentazione gli strumenti per regolare i prezzi degli operatori fissi e mobili notificati come aventi notevole forza di mercato, tra l'altro per il tramite di meccanismi di price cap. In particolare è prevista l'introduzione di meccanismi di price cap in un dato mercato di servizi finali se tale mercato non risultasse sufficientemente competitivo e se gli obblighi imposti nell'ambito della Direttiva Accesso e Interconnessione (2002/19/EC) non hanno garantito condizioni concorrenziali tali da rendere superfluo o eccessivo un controllo tariffario.

4. Domande per la consultazione

1. Indice dei prezzi al consumo

La citata legge n. 481/95 indica le modalità di formazione dei price cap. In particolare la legge richiama la necessità di utilizzare come indice dei prezzi al consumo (IPC) il tasso di variazione medio annuo riferito ai dodici mesi precedenti dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati rilevato dall'ISTAT. Si tratta di un indice ampiamente conosciuto e pertanto valido per gli usi regolamentari. Coloro che propugnano l'adozione di un indice differente ritengono che detto indice non segua necessariamente l'evoluzione dei costi dell'operatore notificato, mentre esso sia influenzato, sia pure marginalmente, dai prezzi dell'operatore, che fanno parte dell'indice stesso.

Si richiedono commenti o proposte sull'impiego dell'IPC rilevato dall'ISTAT ai fini della composizione del meccanismo del price cap.

2. Durata

La legge n. 481/95 indica una durata minima triennale per l'adozione di meccanismi di price cap. Pur prevedendo valutazioni annuali, la durata minima tende a essere di almeno tre anni a causa delle difficoltà di valutazione dei recuperi di produttività effettivamente conseguiti dall'operatore notificato, da un lato, e in virtù dell'opportunità di migliorare l'orizzonte previsionale di applicazione dello strumento regolamentare per gli operatori, dall'altro.

Si richiedono commenti o proposte relativamente alla durata del periodo di applicazione e sulla periodicità della revisione, attualmente annuale.

3. Meccanismo del price cap

La definizione del meccanismo da utilizzare nel price cap è evidentemente uno degli elementi cruciali da ponderare.

Ogni sistema di price cap è, in pratica, composto da:

- a. i servizi di telecomunicazioni che si considera opportuno mantenere in regime regolamentato;

b. il paniere composto dai suddetti servizi, attribuendo a ciascun servizio di ciascun paniere un peso ponderato come percentuale del valore del servizio incluso nel valore totale iniziale del paniere calcolato sulla base dei prezzi di riferimento [o come aggregato totale di traffico];

c. i prezzi di riferimento di ciascun servizio inclusi nell'insieme dei panieri; tali prezzi servono come base per il calcolo dei valori parziali e totali determinanti i pesi ponderati;

d. i parametri tariffari (ad es. canoni, scatto alla risposta, prezzo al secondo o minutarario, durata media della chiamata considerata, chiamata in picco o fuori picco, ambito geografico, etc.) con i quali si determinano inizialmente i prezzi di riferimento e successivamente i prezzi unitari massimi che in ogni momento del periodo di applicazione potranno essere confrontati con i prezzi di riferimento, salvo nel caso in cui per qualunque prezzo di riferimento si possano autorizzare variazioni in alto o in basso dovute a variazioni del IPC;

e. la percentuale di diminuzione annuale (X, o recupero di produttività) che per ciascun anno del periodo di applicazione dovrà variare il valore del paniere attualizzato con la variazione del IPC;

f. gli obblighi imposti all'operatore notificato relativamente alla pubblicizzazione delle offerte di riferimento in relazione con i servizi inclusi nel paniere;

g. il procedimento di valutazione delle offerte e la verifica della corretta implementazione del meccanismo di price cap.

Si richiedono commenti su ognuno dei punti summenzionati, con particolare riferimento a:

- tipologia dei servizi di comunicazioni che si ritiene vadano assoggettati al price cap; si richiede, inoltre, come debbano essere valutati i nuovi servizi;
- metodologie di attribuzione dei pesi ponderati a ciascun servizio considerato;
- definizione dei prezzi di riferimento (tempistica e metodologia di valutazione dei prezzi di riferimento);
- definizione dei parametri tariffari da considerare per la determinazione dei prezzi di riferimento;
- percentuale di recupero di produttività ipotizzabile per ciascun anno del periodo di applicazione, specificando quali valutazioni oggettive portino alla definizione di un dato valore della X;
- valutazioni sul rispetto degli obblighi di trasparenza e di pubblicizzazione delle offerte di riferimento in relazione con i servizi inclusi nel paniere;
- definizione di eventuali sub-cap nei servizi meno competitivi;
- eventuali suggerimenti volti a migliorare la valutazione delle offerte e le attività di verifica. A questo proposito si rimanda anche all'applicazione delle Linee guida per la valutazione delle offerte predisposte con la delibera 152/02/CONS.

4. Global price cap

L'Autorità sta valutando la possibilità di introdurre un meccanismo di network cap sui prezzi di terminazione fisso mobile. Inoltre con la delibera 152/02/CONS è prevista l'introduzione di un network cap per la rete fissa, che sarà oggetto di separata consultazione pubblica. Si richiede una prima valutazione della preferibilità di un meccanismo cd di global price cap (price cap associato al network cap, eventualmente in forma di unico paniere composto da servizi finali e intermedi) o del mantenimento di dinamiche separate nell'offerta di beni intermedi, regolata dal futuro network cap, e nell'offerta di beni finali, controllata parzialmente con il meccanismo di price cap.

5. Qualità del servizio

La qualità dei servizi offerti, come ricordato all'inizio, può essere uno dei parametri rilevanti nella fissazione dei valori o nella modifica del price cap.

Si richiede di segnalare quali parametri qualitativi possano essere utilizzati per valutare le offerte anche sotto l'aspetto tecnico, relativamente ai servizi presenti nel paniere del price cap, nonché come parametri qualitativi possano essere utilizzati per la revisione periodica dei valori individuati dal meccanismo di price cap.

CONSULTAZIONE PUBBLICA NELL'AMBITO DELL'INDAGINE CONOSCITIVA CONCERNENTE LA RILEVAZIONE DEGLI INDICI DI ASCOLTO E DI DIFFUSIONE DEI DIVERSI MEZZI DI COMUNICAZIONE. DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE (17 LUGLIO 2002)

L'AUTORITÀ

ai sensi della propria delibera n. 278/99, recante "Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell'ambito di ricerche e indagini conoscitive", indice una consultazione pubblica nell'ambito dell'indagine conoscitiva concernente la rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione.

La consultazione pubblica è stata autorizzata dalla Commissione per i servizi e prodotti nella riunione del 17 luglio 2002, sulla base del seguente "documento per la consultazione" predisposto dal Dipartimento vigilanza e controllo.

L'AUTORITÀ

nell'ambito delle proprie competenze di garanzia e di vigilanza indicate nella legge 249/97, prevede all'articolo 1, comma 6, lettera b), punto 11, la cura e la rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei vari mezzi di comunicazione. Tale affermazione di competenza si concretizza nelle attività di indirizzo e vigilanza sulla correttezza delle rilevazioni effettuate da altri soggetti, sull'operato delle imprese che svolgono le indagini, nonché nella possibilità di effettuare direttamente le rilevazioni nel caso in cui la rilevazione di altri soggetti risulti non rispondente a criteri universalistici del campionamento rispetto alla popolazione o ai mezzi interessati.

Al fine di acquisire elementi di informazione e valutazione in merito alla tematica relativa;

INVITA

- gli istituti di ricerca nel settore delle rilevazioni degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione,
- le associazioni professionali operanti nel campo della stampa della radio e della televisione,
- l'Ordine nazionale dei giornalisti,
- la Federazione nazionale stampa italiana, la Federazione italiana degli editori dei giornali e le altre associazioni di editori,

- le associazioni rappresentative di soggetti titolari di concessione o di autorizzazione per la trasmissione di programmi televisivi,
 - le associazioni rappresentative di soggetti titolari di concessione per lo svolgimento dell'attività radiofonica,
 - gli esperti della materia,
 - le associazioni dei consumatori ed ogni altro soggetto potenzialmente interessato;
- a far pervenire all'Autorità una comunicazione contenente le proprie osservazioni in merito al tema oggetto di consultazione, per le parti di interesse.

Lo strumento di rilevazione è un questionario* semi-strutturato distinto in due aree tematiche finalizzato ad individuare una serie di informazioni ed eventuali linee di indirizzo volte a ottimizzare sotto l'aspetto, sia meramente statistico che qualitativo, le metodologie di rilevazioni degli indici di ascolto dei diversi mezzi di comunicazione di massa.

Modalità e termini per la partecipazione

Le comunicazioni, recanti la dicitura "Consultazione pubblica sulla Rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione", nonché l'indicazione della denominazione del soggetto rispondente, dovranno essere fatte pervenire, entro sessanta giorni dalla data di pubblicazione del presente documento nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, tramite raccomandata con ricevuta di ritorno o raccomandata a mano, al seguente indirizzo:

*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Dipartimento Vigilanza e Controllo
Centro Direzionale - ISOLA B5 - "Torre Francesco"
80143 Napoli*

Una copia dovrà essere contestualmente inviata in formato elettronico all'indirizzo e-mail indici.dvc@agcom.it, recando in oggetto la categoria di appartenenza, la denominazione del soggetto mittente seguita dalla dicitura "Consultazione pubblica sugli indici di ascolto".

Le comunicazioni devono essere strutturate in maniera da contenere le osservazioni del mittente, in maniera puntuale e sintetica, sugli argomenti di interesse contenuti nel presente documento.

Le comunicazioni pervenute non precostituiscono alcun titolo, condizione o vincolo rispetto alle decisioni dell'Autorità stessa, hanno carattere meramente informativo per i summenzionati fini conoscitivi e i risultati ottenuti verranno integralmente pubblicate sul sito web dell'Autorità, salvo espressa e motivata richiesta di riservatezza della parti.

I partecipanti sono invitati a fornire qualunque altro commento ed informazione utile, ai fini della presente consultazione, per la comprensione degli attuali sistemi di rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione.

Una sintesi elaborata dall'Autorità delle risultanze della consultazione è pubblicata, al termine dell'esame delle comunicazioni pervenute, sul Bollettino Ufficiale dell'Autorità e sul sito Web dell'Autorità stessa, all'indirizzo www.agcom.it.

Il presente documento è pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

*Il Direttore del Dipartimento
Vigilanza e Controllo
AVV. GILBERTO NAVA*

(*) Il questionario è disponibile all'indirizzo http://www.agcom.it/provv/c_p_indici_ascolto/indici_ascolto.doc.

QUESTIONARIO “LA RILEVAZIONE DEGLI INDICI DI ASCOLTO DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE”

Introduzione

Nel ringraziare per la sensibilità e l'interesse mostrato nell'aderire alla presente iniziativa, precisiamo che il contributo sarà di grande utilità anche nel caso di risposta non completa a tutti i quesiti.

Prima di rispondere al questionario, chiediamo di compilare le seguenti schede, associate alla propria categoria di appartenenza al fine di acquisire dati significativi per le analisi delle informazioni e per l'elaborazione del rapporto sulla consultazione. I dati personali acquisiti nel corso della consultazione vengono trattati, per le finalità del progetto, mediante elaborazione, interconnessione e raffronto con altri dati, nel rispetto delle previsioni della legge 675/96 recante “Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali”.

Nel caso della persona fisica (esperti del settore), si chiedono i dati personali, il titolo di studio e la professione.

Nel caso della persona giuridica e associazioni, si chiedono i dati relativi all'impresa o la tipologia delle associazioni ed i dati di chi risponde direttamente al questionario.

Categoria di appartenenza	scheda
Operatori	a
Esperti (persone fisiche)	b
Associazioni settore stampa/radio/televisione	c
Istituti di ricerca	d
Istituti Universitari	e
Associazioni Consumatori	f

Nel caso di istituti universitari si precisa che la consultazione è rivolta con particolare riferimento alle facoltà di discipline statistico-sociali, sociologiche e di scienze delle comunicazioni.

Nella categoria degli operatori sono ricomprese tutte le imprese che operano nel settore dei mezzi di comunicazione (stampa, radiodiffusione, televisione, etc)

Scheda a - Operatori

Ragione Sociale

Attività svolta nel settore

Indirizzo: Via.....civCittà.....Prov.....

Telefono:.....Email

Risponde:

NomeCognome.....

Ruolo ricoperto

Scheda b - Esperti

Nome Cognome.....
Nato il
Indirizzo: Via.....civ Città..... Prov.....
Telefono:..... Email
Professione.....

Scheda c - Associazioni

Denominazione
 Settore Stampa Settore Radio Settore Televisione Altro
Indirizzo: Via.....civ Città..... Prov.....
Telefono:..... Email
Risponde:
Nome Cognome.....
Ruolo ricoperto

Scheda d - Istituti di ricerca

Denominazione
 Settore Stampa Settore Radio Settore Televisione Altro
Indirizzo: Via.....civ Città..... Prov.....
Telefono:..... Email
Risponde:
Nome Cognome.....
Ruolo ricoperto

Scheda e - Istituti Universitari

Denominazione
 Statistica Sociologia Scienze della comunicazione Altro (specificare)
Indirizzo: Via.....civ Città..... Prov.....
Telefono:..... Email
Risponde:
Nome Cognome.....
Ruolo ricoperto

Scheda f - Associazioni Consumatori

Denominazione
Indirizzo: Via.....civ Città..... Prov.....
Telefono:..... Email
Risponde:
Nome Cognome.....
Ruolo ricoperto

“Aspetti Generali”

1. **Con riferimento alle indagini periodiche attualmente condotte in Italia in tema di readership e di audience, qual è la Vostra valutazione generale? (una sola risposta)**
 - il giudizio è completamente positivo
 - il giudizio è complessivamente positivo, anche se si rilevano elementi di criticità
 - il giudizio è solo parzialmente positivo in quanto la presenza di alcuni elementi di criticità
 - incide sulla affidabilità e qualità delle indagini
 - il giudizio è completamente negativo
 - altro (specificare)

2. **Nel caso in cui il giudizio espresso alla domanda precedente non sia stato “completamente positivo”, indicare quale, tra gli aspetti di seguito elencati, si considera di particolare criticità (una sola risposta):**
 - l’assetto societario e la struttura org.va dei soggetti che promuovono e gestiscono le rilevazioni
 - i criteri di selezione delle testate e/o delle concessionarie indagate
 - le metodologie adottate per le rilevazioni
 - l’individuazione degli istituti di ricerca che conducono le rilevazioni
 - la pubblicizzazione dei risultati delle indagini
 - la mancanza di una regolamentazione di settore
 - altro (specificare)

perchè (specificare)

3. **A Vostro giudizio, a proposito dell’“assetto societario” (con riferimento alla distribuzione del capitale sociale) dei soggetti che promuovono e gestiscono le rilevazioni, sarebbe opportuno (due possibili risposte: indicare con 1 la più importante):**
 - favorire l’ingresso di altri soggetti privati
 - favorire l’ingresso di soggetti privati in rappresentanza delle testate e delle concessionarie minori
 - prevedere la presenza di associazioni di consumatori.
 - modificare in modo sostanziale l’assetto societario
 - l’assetto societario risponde ad esigenze specifiche, pertanto non va modificato
 - altro (specificare)

4. **A Vostro giudizio, a proposito della “struttura organizzativa” (con riferimento alla composizione dei consigli di amministrazione e dei comitati tecnici) dei soggetti che promuovono e gestiscono le rilevazioni, sarebbe opportuno (due possibili risposte: indicare con 1 la più importante):**
 - favorire l’ingresso di altri soggetti privati
 - favorire l’ingresso di soggetti privati in rappresentanza delle testate e delle concessionarie minori
 - prevedere la presenza di associazioni di consumatori.

- modificare in modo sostanziale la struttura organizzativa
- la struttura organizzativa risponde ad esigenze specifiche, pertanto non va modificata
- altro (specificare)
5. **A Vostro giudizio, la platea dei soggetti rilevati dagli attuali istituti di rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione è sostanzialmente rappresentativa dei rispettivi mercati di riferimento?**
- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
6. **A Vostro giudizio, a proposito del numero delle testate e delle emittenti indagate, sarebbe opportuno (una sola risposta):**
- lasciare invariata la procedura di inclusione
- ampliare il più possibile il numero delle testate e delle emittenti indagate
- includere nelle rilevazioni tutte le testate e tutte le concessionarie radiotelevisive
- altro (specificare)
7. **Che giudizio esprimereste sull'ipotesi di adottare un doppio criterio di inclusione, ad esempio rilevare secondo le scadenze periodiche previste dalle diverse indagini le testate e le emittenti che ne fanno richiesta e includere nelle rilevazioni tutte le altre testate almeno una volta all'anno?**
- specificare
8. **Sarebbe opportuno individuare ulteriori criteri, rispetto a quelli già esistenti, di inclusione/esclusione dall'indagine delle emittenti radio-televisive e delle testate?**
- si
- no
- perchè (specificare)
9. **Sarebbe opportuno sottoporre a controllo istituzionale i criteri di inclusione/esclusione delle emittenti radio-televisive e delle testate, prevedendo al riguardo specifici indicatori ad evidenza pubblica?**
- si
- no
10. **A vostro giudizio, a proposito dell'individuazione degli istituti di ricerca che conducono le rilevazioni, sarebbe opportuno (una sola risposta):**
- prevedere la rotazione degli istituti di ricerca
- individuare gli istituti di ricerca sulla base di rigorosi criteri definiti a monte
- continuare ad affidare le indagini agli istituti che le conducono attualmente
- altro (specificare)

11. **Ritenete opportuno che gli istituti di ricerca cui è affidato il compito di condurre le rilevazioni siano tenuti a rendere noti i dati relativi al proprio assetto societario e le eventuali partecipazioni detenute nel mercato della comunicazione?**
- sì
 no
perchè (specificare)
12. **La certificazione UNI-EN-ISO 9000/ VISION-2000 può fornire ulteriori garanzie sulla esattezza dell'attuazione delle procedure del lavoro degli istituti di ricerca che conducono le rilevazioni?**
- sì
 no
perchè (specificare)
13. **A vostro giudizio, a proposito della pubblicizzazione dei risultati delle indagini, sarebbe opportuno (una sola risposta):**
- sottoporre i risultati delle indagini alla verifica di organismi istituzionali
 sottoporre i risultati delle indagini alle emittenti/testate coinvolte nella rilevazione,
 subordinando la pubblicizzazione all'autorizzazione delle stesse
 non pubblicizzare i dati
 i criteri che disciplinano la pubblicizzazione dei risultati delle indagini non vanno modificati
 altro (specificare)
14. **A Vostro giudizio, è opportuno informare circa i margini di errore connessi ai diversi sistemi di rilevazione?**
- sì
 no
perché (specificare)
15. **A Vostro giudizio, i dati sull'audience e sulla readership possono essere considerati indicatori di qualità dei prodotti mediali? (una sola risposta)**
- sì
 sì, ma solo in parte
 no
 perché (specificare)
16. **Se la risposta alla domanda n. 15 è stata "sì" oppure "sì, ma solo in parte", specificarne le ragioni:**
-
17. **Se la risposta alla domanda n. 15 è stata "no", sarebbe opportuno integrare le attuali rilevazioni con dati sul "gradimento" e/o "qualità" dei prodotti?**
- sì
 no
 perché (specificare)

18. **A Vostro giudizio, i dati rilevati attualmente sull'ascolto e sulla lettura possono soddisfare obiettivi conoscitivi diversi da quelli commerciali?**
- si
 si, ma solo in parte
 no
- perché** (specificare)
19. **Se la risposta alla domanda n. 18 è stata "sì", di quali obiettivi conoscitivi si tratta? (specificare)**
-
20. **Tenendo conto della complessità dei fattori che caratterizzano i processi di consumo dei media, sarebbe utile integrare le indagini sugli indici di ascolto con approfondimenti volti a fornire informazioni più dettagliate sul pubblico e sulle scelte di consumo?**
- si
 no
- perché** (specificare)
21. **Se la risposta alla domanda n. 20 è stata "sì", quali aspetti sarebbe interessante approfondire? (specificare)**
-
22. **Si può ritenere idoneo l'attuale regime di finanziamento delle indagini di rilevazione degli indici di ascolto dei mezzi di comunicazione?**
- si
 no
- perché** (specificare)
23. **Al fine di una maggiore copertura delle rilevazioni degli indici di ascolto, quale tra le seguenti forme di finanziamento si ritiene più adeguata?**
- Finanziamento privato secondo l'attuale regime
 Finanziamento pubblico
 Finanziamento misto pubblico/privato
 altro (specificare)
24. **Ritiene sia opportuno pubblicizzare i dati relativi ai costi complessivi dell'attività di rilevazione e gestione degli indici di ascolto e di diffusione, anche in riferimento ai costi sostenuti dagli operatori per essere ammessi al rilevamento?**
- si
 no
- perché** (specificare)
25. **Nel corso dell'ultimo decennio, il settore delle comunicazioni di massa ha subito una veloce evoluzione dovuta all'ingresso di nuovi mezzi mediatici. La pubblicità ha, di conseguenza, acquisito nuovi spazi, soprattutto nell'ambito virtuale. Quanto ritiene**

rilevante che le indagini degli indici di ascolto tengano conto del mercato pubblicitario diffuso on line?

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

26. Se la risposta alla domanda n. 25 è stata “molto” o “abbastanza”, quali dei seguenti mezzi dovrebbero essere inclusi nelle rilevazioni degli indici di ascolto al fine di garantire una più completa rappresentazione dell’attuale mercato pubblicitario dei media?

- Radio on line
- Testate telematiche
- Tv satellitare
- Siti web
- altro (specificare)

Sezione Metodologica Area “stampa”

27. Per quanto attiene alle strategie di campionamento, a Vostro giudizio sarebbe opportuno (anche più di una risposta):

- modificare la numerosità del campione
- porre maggiore attenzione all’ampiezza dei sottocampioni regionali
- modificare le strategie di selezione del campione
- definire strategie di campionamento sulla base di aree di mercato in precedenza individuate
- mantenere le strategie attualmente in uso
- altro (specificare)

28. Per quanto attiene alla scelta degli indicatori, sarebbe opportuno apportare correzioni?

- sì
- no

Se “sì”, quali correttivi apportereste? (specificare)

.....

29. A Vostro giudizio, sarebbe opportuno modificare le modalità di conduzione delle interviste?

- sì
- no

Se “sì”, perché? (specificare)

.....

30. **A vostro giudizio, il questionario risponde adeguatamente agli obiettivi conoscitivi dell'indagine?**
- si
 no
- perché** (specificare)
.....
31. **Sarebbe opportuno introdurre procedure di verifica dell'affidabilità dello strumento di raccolta dati (intervista), ad esempio sottoponendo le stesse domande ad un campione diverso (test/ri-test)?**
- si
 no
- perché** (specificare)
.....
32. **Secondo Voi, sarebbe opportuno sperimentare nuove tecniche e metodologie di indagine?**
- si
 no
- se "si", di quali tecniche e metodologie si tratta?** (specificare)
33. **Secondo Voi, sarebbe utile introdurre forme di "autocertificazione" sugli indici di lettura a mezzo di una griglia predisposta e sottoposta a verifica a cura di un soggetto terzo?**
- si
 no
- perché** (specificare)
34. **Al fine di avere un quadro esaustivo degli indici di lettura nell'ambito delle indagini sulla stampa, a Vostro giudizio sarebbe utile inserire nelle rilevazioni anche le testate telematiche?**
- si
 no
- perché** (specificare)
- Area "emittenti televisive"**
35. **Per quanto attiene alle strategie di campionamento, a Vostro giudizio sarebbe opportuno (anche più di una risposta):**
- modificare la numerosità del campione
 porre maggiore attenzione all'ampiezza dei sottocampioni regionali
 modificare le strategie di selezione del campione
 definire strategie di campionamento sulla base di aree di mercato in precedenza individuate
 mantenere le strategie attualmente in uso
 altro (specificare)

36. Come valutate il sistema Meter attualmente utilizzato? (una sola risposta)

- il giudizio è completamente positivo
- il giudizio è complessivamente positivo, anche se si rilevano elementi di criticità
- il giudizio è solo parzialmente positivo in quanto la presenza di alcuni elementi di criticità sulla affidabilità e qualità delle indagini
- il giudizio è completamente negativo
- altro (specificare)

37. Secondo Voi, sarebbe opportuno sperimentare nuove tecniche e metodologie di indagini?

- sì
- no

se "sì", di quali tecniche e metodologie si tratta? (specificare)

38. Che giudizio esprimereste sull'adozione di Meter funzionali al monitoraggio delle nuove tecnologie televisive (digitale satellitare, digitale terrestre e trasmissioni via cavo)?
(specificare)**39. Secondo Voi, sarebbe opportuno ripristinare la rilevazione di aspetti connessi alla qualità-gradimento dell'ascolto televisivo?**

- sì
- no

perché (specificare)

40. Sarebbe utile estendere ulteriormente il monitoraggio all'emittenza locale?

- sì
- no

perché (specificare)

41. Se la risposta alla domanda n. 40 è stata "sì", indicare le soluzioni tecniche possibili
(specificare)**Area "emittenti radiofoniche"****42. Per quanto attiene alle strategie di campionamento, a Vostro giudizio sarebbe opportuno (anche più di una risposta):**

- modificare la numerosità del campione
- porre maggiore attenzione all'ampiezza dei sottocampioni regionali
- modificare le strategie di selezione del campione
- definire strategie di campionamento sulla base di aree di mercato in precedenza individuate
- mantenere le strategie attualmente in uso
- altro** (specificare)

- 43. Per quanto attiene alla scelta degli indicatori, a Vostro giudizio sarebbe opportuno apportare correzioni?**
- sì
 no
- se "sì", quali correttivi apportereste?**
(specificare)
- 44. A Vostro giudizio, sarebbe opportuno modificare le modalità ed i tempi di conduzione delle interviste?**
- sì
 no
- se "sì", perché?**
(specificare)
- 45. A vostro giudizio, si può ritenere soddisfacente l'attuale modalità di raccolta, aggregazione e pubblicazione dei dati sull'emittenza radiofonica?**
- sì
 no
- perché (specificare)**
- 46. Se la risposta alla domanda n. 45 è stata "sì", quali sono a vostro giudizio gli elementi di maggiore criticità nell'attuale sistema di raccolta, aggregazione e pubblicazione dei dati sull'emittenza radiofonica?**
- (specificare)
- 47. Sarebbe opportuno introdurre procedure di verifica dell'affidabilità dello strumento di raccolta dati (intervista), ad esempio sottoponendo le stesse domande ad un campione diverso (test/ri-test)?**
- sì
 no
- perché (specificare)**
- 48. Che giudizio esprimereste sulla possibilità di modificare il sistema di rilevamento dell'audience con sistemi elettronici automatici?**
- (specificare)
- 49. A prescindere dall'utilizzo di sistemi elettronici automatici, sarebbe opportuno sperimentare nuove tecniche e metodologie di indagine?**
- sì
 no
- se "sì", di quali tecniche e metodologie si tratta? (specificare)**

Eventuali indicazioni o commenti

(specificare)

DELIBERA N. 257/02/CONS**CONSULTAZIONE PUBBLICA CONCERNENTE LA DISTRIBUZIONE IN FORMA ELETTRONICA DELL'ELENCO GENERALE DEGLI ABBONATI E L'ANALISI DEI COSTI E DEI BENEFICI DELL'INSERIMENTO DI TALE DISTRIBUZIONE NEL SERVIZIO UNIVERSALE****L'AUTORITÀ**

NELLA sua riunione di Consiglio del 31 luglio 2002;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo";

VISTA la legge 31 dicembre 1996, n. 675, recante "Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali";

VISTO il decreto legislativo 13 maggio 1998, n. 171 recante "Disposizioni in materia di tutela della vita privata nel settore delle telecomunicazioni, in attuazione della direttiva 97/66/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, ed in tema di attività giornalistica";

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 19 settembre 1997, n. 318, recante "Regolamento per l'attuazione di direttive comunitarie nel settore delle telecomunicazioni";

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 11 gennaio 2001, n. 77, recante "Regolamento di attuazione delle direttive 97/51/CE e 98/10/CE, in materia di telecomunicazioni";

VISTA la propria delibera n. 278/99 del 20 ottobre 1999, recante "Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell'ambito di ricerche ed indagini conoscitive";

VISTA la propria delibera n. 36/02/CONS recante, "Regole e modalità organizzative per la realizzazione e l'offerta di un servizio di elenco telefonico generale e adeguamento del servizio universale" ed, in particolare, l'articolo 6 in cui l'Autorità segnala al Ministero delle comunicazioni l'opportunità di una revisione del contenuto del servizio universale con riferimento all'inserimento nello stesso della distribuzione dell'elenco generale in forma elettronica;

VISTA la lettera inviata dal Ministero delle comunicazioni in data 22 luglio 2002, contenente la richiesta di ogni informazione utile per le valutazioni di competenza del Ministero circa l'opportunità di inserire la fornitura del formato elettronico dell'elenco telefonico generale degli abbonati nell'ambito del servizio universale;

CONSIDERATO che anche al fine di fornire al Ministero le valutazioni sui costi e sui benefici dell'inserimento dell'elenco informazioni abbonati in forma elettronica nell'ambito del servizio universale, anche tenendo conto dei diversi aspetti di carattere tecnico, giuridico ed economico relativi a tale specifica tematica, l'Autorità, tramite la consultazione pubblica oggetto del presente provvedimento, ritiene opportuno acquisire preliminarmente l'opinione del maggior numero possibile di soggetti interessati;

VISTO il documento per la consultazione proposto dal Direttore del Dipartimento regolamentazione;

UDITA la relazione del Commissario Alfredo Meocci, relatore ai sensi dell'art. 32 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;