

SENATO DELLA REPUBBLICA

**X Commissione Permanente
(Industria, Commercio e Turismo)**

***“Indagine conoscitiva sulla condizione
competitiva delle imprese industriali italiane”***

Audizione di Telecom Italia S.p.A.

**Franco Bernabé
(Presidente)**

(Roma, 29 novembre 2011)

Onorevole Presidente, Onorevoli Senatori,

vorrei innanzitutto esprimere un sentito ringraziamento per l'opportunità concessa a Telecom Italia di intervenire in questa importante indagine conoscitiva, al fine di fornire alcuni elementi sulla condizione competitiva delle imprese che operano nelle telecomunicazioni italiane.

Il raggiungimento dell'elevato livello di concorrenza che caratterizza il nostro settore è stato il frutto di un lungo cammino tracciato dalle direttive europee che, dalla fine degli anni '80, hanno fissato le tappe per una progressiva liberalizzazione, mirata a garantire la libertà di iniziativa economica ed il suo esercizio in regime di concorrenza.

La concorrenza è stata un traguardo importante che ha comportato cambiamenti radicali di mentalità, attitudini e modo di lavorare da parte di tutti gli operatori presenti sul mercato, con uno sforzo corale che ha visto Telecom Italia agire con la consapevolezza e la responsabilità di essere l'attore principale del settore.

Telecom Italia ha abbandonato, da tempo, l'atteggiamento di chiusura tipico del monopolio, aprendo la propria rete in modo trasparente e non discriminatorio agli operatori alternativi, consentendo, così, al nostro Paese di raggiungere il principale obiettivo posto dal legislatore europeo.

Il forte livello di competitività del settore si esprime oggi in varie forme, quali un'ampia gamma di servizi, modalità innovative di offerta, una continua spinta alla riduzione dei prezzi, il primato delle infrastrutture di rete e delle soluzioni tecnologiche.

Proprio in conseguenza della forte pressione competitiva, le telecomunicazioni stanno attraversando una fase di assestamento e consolidamento, che ha visto e vede l'uscita dal mercato di diversi operatori, sia fissi che mobili, soprattutto a causa di una accentuata spinta al ribasso sul versante dei prezzi.

I principali fattori ai quali può essere attribuito questo continuo e progressivo inasprimento della competizione sono molteplici:

- la definizione, da parte dell’Autorità di regolamentazione, di una normativa secondaria, attuativa del quadro regolamentare europeo, che ha garantito un’ampia gamma di servizi all’ingrosso per gli operatori alternativi;
- la garanzia di un regime di “equivalenza”, attraverso gli impegni pro-concorrenziali presentati da Telecom Italia, imperniati sulla separazione operativa della divisione “Open Access”;
- il rapido raggiungimento di elevati livelli di penetrazione dei servizi mobili e, più recentemente, l’ingresso degli operatori mobili virtuali;
- la crescente sostituibilità tra servizi fissi e servizi mobili che, inizialmente, interessava solo la telefonia vocale e, negli ultimi anni, riguarda anche l’accesso a larga banda;
- la presenza sul mercato dei cosiddetti “Over The Top” (Google, Facebook, Apple, Skype, Viber, What’s up), favoriti dalla sostanziale assenza di regole, da una struttura di costi molto flessibile e dall’assenza di investimenti in infrastrutture di accesso;
- la scarsa alfabetizzazione digitale di una quota rilevante della nostra popolazione che limita la crescita del mercato della banda larga e concentra la competizione sulla base di clienti già attivi;
- la necessità di stimolare un consumatore non particolarmente propenso all’utilizzo della banda larga e, per di più, reso attento e parsimonioso dalla difficile congiuntura economica degli ultimi anni.

In definitiva, quale che sia l’incidenza delle singole componenti, in Italia l’intensità della concorrenza è già particolarmente elevata e, in chiave prospettica, tenderà ancora ad aumentare.

1. L'intensità della concorrenza nei principali segmenti di mercato

Nel seguito, analizzerò gli indicatori strutturali dei quattro principali segmenti di mercato che confermano l'elevato grado di concorrenza del settore: l'accesso fisso, l'accesso mobile, il traffico voce e l'accesso a banda larga.

L'accesso alla rete telefonica fissa

Sin dai primi anni 2000, si osserva un fenomeno di riduzione del numero complessivo di accessi alla rete fissa in rame di Telecom Italia, compensato, solo in minima parte, dai nuovi accessi in fibra realizzati dagli operatori alternativi.

Tra il 2005 e la prima metà del 2011, gli accessi fisici della rete in rame si sono ridotti di circa 2 milioni, passando da 23 a 21 milioni, mentre gli accessi in fibra degli operatori alternativi (in pratica quelli di Fastweb) sono cresciuti di circa 130 mila unità, da 200 mila a 330 mila¹.

Per contro, nello stesso periodo, il numero delle linee mobili (SIM) è cresciuto di circa 20 milioni, superando i 91 milioni.

Questo scenario evidenzia che il principale "concorrente" dell'accesso alla rete fissa è costituito dal mobile.

In Italia, infatti, le cosiddette famiglie "*mobile only*" - ossia quelle prive di collegamento alla rete fissa - hanno raggiunto il 30% del totale e cioè circa 7,5 milioni, una percentuale molto superiore rispetto a quelle riscontrabili in altri Paesi europei: 19% in Spagna, 13% nel Regno Unito e 12% in Germania.

Le famiglie italiane "*fixed only*" sono, invece, solo 1,5 milioni (6%).

A fronte della perdita di accessi di rete fissa a vantaggio del mobile, favorita da una regolamentazione dei servizi all'ingrosso dell'operatore dominante² tra le più avanzate a livello europeo, si è registrato nell'ambito del fisso un significativo "travaso" di clienti al dettaglio da Telecom Italia agli operatori alternativi.

Questo fenomeno ha raggiunto, tra il 2007 e il 2008, un "picco" in cui Telecom

¹ Fonte: Agcom, Relazioni Annuali e Osservatorio Trimestrale sulle Telecomunicazioni.

² *Local Loop Unbundling, ADSL Naked e Wholesale Line Rental.*

Italia perdeva, in media, circa 30.000 clienti a settimana. Ciò ha consentito agli operatori alternativi di raggiungere, a metà 2011, circa 7,3 milioni di accessi telefonici, corrispondenti al 33% del mercato.

In questo contesto, il 3° trimestre 2011 ha segnato un'importante inversione di tendenza, in quanto la riduzione degli accessi al dettaglio su rete fissa di Telecom Italia, pari a -135 mila unità, è stata accompagnata, per la prima volta, da una diminuzione di quelli gestiti dagli operatori alternativi, pari a -40 mila unità.

In definitiva, l'accesso fisso è un mercato fisiologicamente in contrazione, il che rappresenta un *trend* non positivo per il nostro Paese, in quanto penalizza lo sviluppo della larga banda su rete fissa che, comunque, rappresenta una modalità di accesso imprescindibile, soprattutto per le imprese.

Accesso mobile

I servizi di rete mobile costituiscono un segmento di mercato in cui la competizione è talmente evidente che ogni considerazione potrebbe sembrare quasi superflua³.

L'accesa dinamica competitiva è confermata dall'andamento dei valori riguardanti il numero di SIM "dismesse" e di quelle "acquisite" dagli operatori, sia attraverso nuove attivazioni sia attraverso il servizio di "*mobile number portability*", che ammonta, per il 2010, a 48 milioni, ossia oltre il 50% delle SIM complessive.

La sola "*mobile number portability*" ha raggiunto, a giugno 2011, 32,8 milioni di operazioni, pari ad oltre il 35% delle SIM complessive.

Nel corso del 2010, i prezzi medi unitari di un minuto di traffico voce, di un SMS e di un Megabyte di traffico a banda larga, si sono ridotti, rispettivamente, del 14,4%, 10,6% e 36,1%⁴.

³ Questo primato in termini di competitività, innovazione e performance è riconosciuto anche dalle Autorità di regolamentazione di altri Paesi europei, come Ofcom. Nell'ultimo "*International Communications Market Report*", relativo al 2010, il regolatore inglese attribuisce all'Italia il gradino più alto del podio tra i principali paesi europei praticamente per tutti i principali indicatori: 1) livello dei prezzi e *trend* di riduzione dei prezzi dei servizi voce; 2) livello dei prezzi dei servizi di accesso a banda larga mobile; 3) penetrazione linee telefoniche, *smartphone*, linee 3G, connessione a banda larga mobile; 4) copertura reti 3G.

⁴ Fonte: Relazione Annuale AGcom 2011.

Con un livello di penetrazione delle SIM stabilmente attestato intorno al 150% della popolazione, il mobile è un mercato maturo che ha registrato, nel 2010, una contrazione dei ricavi di circa il 2%, dovuta alla riduzione (-6,2%) dei servizi voce, solo parzialmente compensata dalla crescita (+9,6%) dei servizi dati.

Nello stesso periodo, le linee degli operatori mobili virtuali sono aumentate di circa 800 mila unità e la loro incidenza, sul totale, è passata dal 3,5% al 4,3%.

Il traffico voce

La pressione competitiva dell'accesso mobile sull'accesso fisso si riflette, ovviamente, anche sul traffico telefonico generato dalla rete fissa.

Infatti, in uno scenario di volumi di traffico complessivo, fisso e mobile, pressoché costante dal 2006, il traffico voce originato da rete mobile è passato dal 38% al 57% del totale.

Nel 2010, nonostante una contrazione del prezzo medio unitario delle chiamate telefoniche di circa 8 punti percentuali e la diffusione di offerte "flat", il traffico voce complessivo, su rete fissa, si è ridotto di circa 8 miliardi di minuti (-7,5%)⁵.

Questo andamento dipende dal fatto che, sebbene il prezzo dei servizi di telefonia fissa sia diminuito, è in realtà aumentato, in termini relativi, rispetto a quello dei servizi sostitutivi, quali quelli di telefonia mobile e, ancora di più, quelli offerti dagli "Over The Top"⁶, mediante gli accessi Internet fissi e mobili.

La larga banda

Il mercato dell'accesso a banda larga da rete fissa, dopo aver superato la soglia dei 13 milioni di accessi a fine 2010, sembra ormai avvicinarsi ad un asintoto che corrisponde ad una penetrazione del 50% circa delle famiglie italiane, rispetto ad una media del 65% della UE15.

Si stima, infatti, che il tasso di crescita del 2011 sarà all'incirca del 2,5%, a fronte del 6,5% del 2010.

⁵ Fonte: Relazione Annuale AGcom 2011.

⁶ In modalità cosiddetta di "unmanaged VoIP".

Con questo andamento, l'Italia non potrà colmare il significativo ritardo di penetrazione della banda larga accumulato nei confronti degli altri Paesi europei. Si ricorda che, a fine 2010, a fronte del nostro 22%, la Francia registrava una penetrazione del 33%, il Regno Unito e la Germania del 32% e la media della UE15 del 30%.

Questo fenomeno si verifica nonostante la presenza di prezzi per l'accesso a banda larga largamente inferiori a quelli registrati, in media, nei Paesi europei in cui il servizio ha una penetrazione molto maggiore che in Italia: -30% per gli accessi a velocità inferiore a 10 Mbit/s e -26% per gli accessi a velocità superiore⁷.

Questa *performance* negativa è influenzata sia dalla bassa penetrazione dei PC, in quanto il 65% delle famiglie ha a disposizione un PC rispetto al 77% della media UE15, sia dallo scarso livello di alfabetizzazione e di competenze digitali, dato che solo il 56% della popolazione ha utilizzato un computer negli ultimi 12 mesi, a fronte del 77% della media UE15.

Come già evidenziato per l'accesso telefonico, anche nella banda larga le quote di mercato degli operatori alternativi continuano a crescere raggiungendo circa il 47% al 30 settembre 2011, grazie ai servizi all'ingrosso offerti da Telecom Italia.

Tuttavia, nel 3° trimestre 2011, per la prima volta, anche il mercato dell'accesso a banda larga ha presentato una contrazione di 34 mila unità. Ciò è dovuto, oltre che ai fenomeni di saturazione della domanda e della difficile congiuntura economica, alla forte pressione competitiva esercitata dalle reti mobili.

Le cosiddette "chiavette Internet" per la connessione a banda larga da mobile hanno, infatti, raggiunto circa 6 milioni di unità, con una crescita media annua del 60% da inizio 2008.

Si stima, inoltre, che circa 2 milioni di "chiavette Internet" siano in dotazione a famiglie "*mobile broadband only*".

⁷ Fonte: Elaborazioni Teligen per Telecom Italia, 2011.

2. Le nuove spinte competitive degli “Over The Top”

Come già accennato, alla concorrenza tra operatori presenti sul territorio nazionale si è aggiunto, negli ultimi anni, un nuovo, dirompente elemento di matrice internazionale.

Mi riferisco all’ingresso sul mercato di nuovi soggetti tradizionalmente operanti al di fuori del mondo delle telecomunicazioni, e per questo denominati “Over The Top”, che non dispongono di proprie infrastrutture di rete, ma forniscono, attraverso Internet, servizi di telecomunicazioni a condizioni particolarmente vantaggiose per l’utente.

Per comprendere la crescente importanza e dimensione di questi nuovi fenomeni competitivi, basti pensare che la sola Skype, in termini di volumi di traffico voce, “vale” circa due volte l’intero mercato italiano. Infatti, nel corso del 2010, gli utenti di Skype nel mondo (circa 170 milioni di utilizzatori medi mensili) hanno generato circa 207 miliardi di minuti di conversazione. Questo dato si raffronta con un traffico voce di rete fissa, complessivamente gestito dagli operatori italiani, di 96 miliardi di minuti annui.

La diffusione di Internet, con la possibilità di erogare servizi sempre più evoluti attraverso le connessioni a banda larga, ha, di fatto, esposto il nostro settore a “incursioni”, non solo da parte dei giganti mondiali “Over The Top”, ma anche di *start up* dell’informatica localizzate in una qualsiasi parte del mondo.

In altri termini, Internet ha reso il nostro settore altamente “contendibile” e “permeabile” alle pressioni competitive esterne su scala mondiale.

Questo fenomeno di mercato ha modificato radicalmente l’assetto strutturale delle telecomunicazioni e, ormai, impedisce qualsiasi forma di arroccamento degli operatori su posizioni di vantaggio consolidato.

3. Il contributo del settore alla crescita del Paese

L'effetto deflativo dei prezzi al dettaglio⁸

Nel 2010, in una congiuntura molto sfavorevole, il nostro settore ha continuato a registrare una contrazione del fatturato complessivo pari a -3,4% (confermando sostanzialmente il dato del 2009), con la rete fissa che evidenzia una contrazione del -4,1% superiore a quella del -2,7% osservabile per la rete mobile.

Si conferma, quindi, il *trend* negativo, caratterizzato da una riduzione media annua del -2,6%, già iniziato a partire dal 2006, che ha invertito l'andamento positivo registrato fino al 2005, con tassi di crescita nell'ordine del +10% annuo.

La riduzione dei ricavi è dovuta sia al calo della domanda aggregata di accesso e traffico sia, soprattutto, alla discesa dei prezzi che, tra il 1997 (alla vigilia della liberalizzazione) e il 2010, ha portato a 65 punti la forbice tra l'indice nazionale dei prezzi al consumo, aumentato di 32 punti, e l'indice dei prezzi dei servizi di telecomunicazioni, diminuito di -33 punti.

La diminuzione registrata in Italia supera ampiamente la media europea (-26%) e, in particolare, quella osservata in Germania (-31%), Francia (-16%), Regno Unito e Spagna (-14%).

Giova rilevare come la tendenza deflativa sia sempre stata una caratteristica distintiva del nostro settore rispetto alle altre *public utilities* regolamentate.

Le telecomunicazioni si confermano, infatti, l'unico comparto che ha registrato una riduzione netta dei prezzi rispetto al 2000: -12% rispetto al +29% del gas, +17% dell'energia elettrica, +40% dei pedaggi autostradali, +61% dell'acqua, +43% delle ferrovie, +30% dei trasporti urbani, +22% dei servizi postali e, infine, +29% del canone TV.

⁸ Fonte: Relazione Annuale Agcom, 2011.

L'andamento degli investimenti⁹

Gli elevati investimenti sostenuti dagli operatori di telecomunicazioni, anche nella fase successiva alla liberalizzazione del 1998, hanno consentito al nostro Paese di mantenersi sempre all'avanguardia nell'introduzione di nuove infrastrutture e servizi, sia sulla rete fissa sia sulla rete mobile.

Gli operatori hanno sostenuto, nel 2010, il 5,2% degli investimenti complessivi del terziario (con esclusione dei servizi pubblici).

Più in particolare, nel 2010, il nostro settore, nonostante il calo del fatturato (-3,4%), ha investito in immobilizzazioni circa 6,2 miliardi di euro, con una riduzione pari solo all'1% rispetto al 2009.

In termini di incidenza sul fatturato, le telecomunicazioni italiane hanno investito il 14,5% dei ricavi, ponendosi ben al di sopra di altri Paesi europei, quali Francia (11,6%), Germania (11,4%) e Spagna (10,8%) e al di sotto del solo Regno Unito (17%).

Il contributo all'occupazione

La continua spinta all'innovazione tecnologica e i conseguenti miglioramenti di produttività, insieme all'*outsourcing* di alcuni servizi, hanno comportato una inevitabile contrazione della forza lavoro direttamente impiegata nel settore.

A fine 2010, il numero di addetti era pari a circa 75.000 unità e, nel periodo 2006-2010, il tasso medio annuo di riduzione degli addetti è stato del -3,9%, con una accentuazione nel corso dell'ultimo anno (-6,3%).

Si tratta di un fenomeno strutturale che, fino ad oggi, ha avuto in Italia una dimensione meno critica rispetto ad altri Paesi europei e agli Stati Uniti, e che è destinato a continuare nel tempo.

Questo fenomeno è, infatti, dovuto sia ai guadagni di efficienza imposti dalla concorrenza, che comunque si rifletteranno nella riduzione dei prezzi e nel miglioramento della qualità dei servizi a vantaggio delle famiglie e delle imprese,

⁹ Fonte: Relazione Agcom 2011.

sia agli effetti delle nuove tecnologie caratterizzate da crescenti livelli di automazione nella configurazione, gestione ed esercizio dei servizi di rete.

Un percorso di efficienza è assolutamente necessario in uno scenario di mercato che vede, come già detto, una sempre maggiore pressione competitiva da parte degli “Over The Top” che beneficiano di strutture di costo molto più “leggere” e “flessibili” di quelle degli operatori tradizionali.

È bene ricordare, tuttavia, che l’impatto complessivo del settore sui livelli occupazionali deve essere valutato tenendo conto anche degli effetti, in termini di innovazione, indotti sugli altri settori economici dei servizi e dell’industria. Vi sono, infatti, numerosi studi, promossi anche dalla Commissione europea, che confermano l’impatto positivo della diffusione della banda larga sull’occupazione¹⁰.

4. Considerazioni conclusive

L’elevato livello di concorrenza raggiunto dal settore obbliga gli operatori a trasferire ai consumatori, in gran parte e in tempi rapidi, i risultati conseguiti in termini di riduzioni di costo.

Per quantificare l’impatto delle dinamiche competitive sono sufficienti tre numeri, -8%, -11% e -14%, e cioè le riduzioni dei prezzi medi unitari registrati, rispettivamente, dai servizi di telefonia vocale e banda larga su rete fissa e su rete mobile, nell’arco del 2010¹¹.

Questo è il contributo che gli operatori hanno fornito e continuano a fornire alle famiglie e alle imprese, anche in un periodo di congiuntura negativa.

A questo contributo si è aggiunto, nel 2011, il gettito di quasi 4 miliardi di euro, il più elevato in Europa, derivante dalla gara per l’assegnazione delle frequenze

¹⁰ Il rapporto MICUS “*The Impact of Broadband on Growth and productivity*” – realizzato per la Commissione europea - stima circa 200.000 posti di lavoro in più all’anno nella UE27, per un totale di circa 2 milioni nel periodo 2006-2015, ipotizzando un tasso di crescita nell’utilizzo dei servizi *online* (quali *eGovernment*, *eBusiness*, *eCommerce*, *eEntertainment*) nell’ordine del 4% all’anno.

¹¹ Fonte: relazione Annuale Agcom, 2011.

mobili LTE (*Long Term Evolution*).

Tuttavia, non ha trovato applicazione la disposizione legislativa che prevedeva l'assegnazione, per la promozione di misure di sostegno al settore, del 50% dell'*extragettito* dell'asta competitiva, pari a circa 800 milioni di euro, in quanto tali risorse sono state destinate, dalla recente legge di stabilità, ad altri interventi di finanza pubblica.

Come abbiamo ricordato, il 3° trimestre 2011 ha segnato, per la prima volta, due importanti inversioni di tendenza: da un lato, la riduzione del numero di accessi su rete fissa degli operatori alternativi e, dall'altro, la diminuzione del numero complessivo di linee a banda larga fissa.

Questi risultati impongono, a tutti gli operatori, riduzioni della forza lavoro: infatti, più concorrenza non significa solamente prezzi più vantaggiosi, qualità migliore e più ampia scelta per i consumatori; concorrenza significa anche crescenti pressioni sui costi che spingono le imprese a diventare sempre più efficienti.

Bisogna prendere atto che siamo di fronte ad un mercato ormai maturo che ha saputo rinnovarsi radicalmente, eliminando, via via, le inefficienze ereditate dal passato: siamo diventati un settore snello, dinamico e aperto alla concorrenza, che sceglie con oculatezza su quali progetti e tecnologie investire.

Le opportunità di crescita ci sono e vanno ricercate, come vedremo nel seguito, al di fuori dei servizi tradizionali e cioè nello sviluppo delle "*smart cities*", dei nuovi servizi mobili (quali gli utilizzi della tecnologia di *near field communications*), oltre che nella diffusione delle reti di nuova generazione.

"Smart cities"

I risparmi energetici e la riduzione delle emissioni di CO2 sono diventati un tema chiave delle politiche di sviluppo sostenibile sia a livello mondiale (protocollo di Kyoto) che europeo (Europa 2020 e Agenda Digitale).

Si stima che le città siano responsabili di più del 70% delle emissioni globali di CO₂¹².

Da qui emerge il concetto di “*smart cities*”, ovvero “città intelligenti” che, grazie agli strumenti dell’ICT e alla diffusione dei servizi digitali, possono avviare un processo di trasformazione urbana in grado di garantire alle città un livello più alto di sostenibilità non solo ambientale, ma anche economica e sociale.

La realizzazione delle “*smart cities*” rappresenta un fattore cardine per lo sviluppo del nostro settore, attraverso l’offerta di soluzioni di ICT e di “*cloud computing*” (sistemi per la “remotizzazione” di *hardware*, *software* e dati) per la gestione efficiente del territorio, l’ottimizzazione e la digitalizzazione dei servizi ai cittadini ed alle imprese.

Attraverso l’ICT si può trasformare, ad esempio, la rete pubblica di illuminazione in una rete di comunicazione dati, dove ogni punto di illuminazione può diventare un potenziale punto di accesso alla rete internet, con comprensibili vantaggi sia in termini di gestione personalizzata dei consumi elettrici (30% di risparmi sui consumi) sia di messa in opera di servizi a valore aggiunto per il controllo del territorio in tempi più rapidi e con minori investimenti.

Ad oggi, in Italia, il mercato dei servizi “*smart cities*” è in fase embrionale (circa 100 città medie italiane stanno adottando questo modello), ma con un potenziale di crescita molto elevato.

Telecom Italia sta operando attivamente per favorire la diffusione di questi servizi innovativi, facendosi promotrice di soluzioni di gestione efficiente del territorio, di ottimizzazione e di digitalizzazione dei servizi ai cittadini ed alle imprese.

“Near Field Communications”

La tecnologia *Near Field Communications* (NFC), attraverso la quale i telefoni cellulari possono essere utilizzati per effettuare, in sicurezza, transazioni economiche o di altra natura, semplicemente avvicinandoli a specifici apparati,

¹² Sono noti i *trend* che vedono oggi il 50% della popolazione mondiale vivere in contesti urbani con la previsione di raggiungere il 75% nel 2050. Il 25% del PIL a livello mondiale viene prodotto da 100 tra le maggiori città del pianeta. Allo stesso tempo, pur ricoprendo soltanto il 2% del suolo terrestre, i contesti urbani concorrono per il 75% delle emissioni di CO₂ del pianeta.

offre grandi opportunità di sviluppo, *in primis* con le applicazioni di *mobile-payment* e *mobile-ticketing*.

Anche in questo ambito gli operatori di telecomunicazioni si stanno muovendo in un'ottica di sistema, favorendo l'adozione di soluzioni e piattaforme aperte e condivise.

Lo sviluppo di piattaforme comuni tra gli operatori mobili italiani, interoperabili con quelle adottate negli altri Paesi, sia per quanto riguarda i cellulari sia per quanto riguarda le carte SIM, rappresenta un fattore fortemente pro-competitivo, in quanto elimina potenziali barriere al cambio di operatore che si potrebbero creare se il cliente, per usufruire dei servizi NFC di un altro operatore, fosse, ad esempio, costretto a cambiare telefono cellulare.

L'interoperabilità delle soluzioni tecniche adottate e l'esplicito rifiuto di soluzioni proprietarie rappresentano le caratteristiche fondanti che hanno permesso al nostro settore di rimanere competitivo, evitando derive verso soluzioni "chiuse", pseudo-monopolistiche, come sta avvenendo, invece, nel mondo degli "Over the Top".

L'adozione di piattaforme comuni consente, inoltre, di facilitare la crescita del mercato delle applicazioni che utilizzano la tecnologia NFC, in quanto permette alle imprese che sviluppano applicazioni di raggiungere l'intera platea di utenti mobili, senza la necessità di dover "confezionare" più volte la medesima applicazione per renderla compatibile con ciascuno dei possibili diversi *standard* adottabili dagli operatori mobili.

Telecom Italia è attiva sia sul fronte della promozione, commercializzazione e diffusione di cellulari e SIM che integrano la tecnologia NFC, sia sul fronte della realizzazione di una piattaforma sulla quale le aziende possano proporre le loro applicazioni, fruendo di tutto il necessario supporto ed il *know how* di cui disponiamo.

Lo sviluppo delle reti di nuova generazione

È fisiologico che le decisioni relative allo sviluppo delle reti di nuova generazione debbano, necessariamente, essere orientate dalle aspettative della domanda e dal ritorno degli investimenti.

Le scelte di investire, inizialmente, solo nelle grandi aree metropolitane del Paese, di adottare le soluzioni tecnologiche ed architetture più efficienti, di individuare oculatamente progetti pilota circoscritti ad alcune limitate aree geografiche, rappresentano in realtà un percorso ineludibile.

Telecom Italia, in continuità con il ruolo storico, che ha sempre rivestito, nello sviluppo dell'unica infrastruttura di accesso del Paese, conferma la propria determinazione a svolgere una funzione chiave nella transizione verso le reti di nuova generazione, in un contesto in cui vengano individuate le forme più idonee di *partnership* pubblico-privato, anche in considerazione dell'attuale congiuntura economica e dei rischi di investimento connessi all'incertezza della domanda.

Proposte per lo sviluppo

Il nostro Paese, soprattutto in questa fase, ha ancora più bisogno del contributo alla crescita economica che può venire da un settore nevralgico come quello delle telecomunicazioni.

Infatti, come evidenziato dall'Agenda Digitale europea, richiamata anche nelle recenti dichiarazioni programmatiche svolte dal Presidente del Consiglio, il nostro settore, con i propri investimenti e la propria forza innovativa, può fungere da traino per l'intera economia e, come si è già verificato nell'ultimo decennio, contribuire al benessere di consumatori, imprese e Pubbliche Amministrazioni.

In tale ottica, la prossima manovra per il rilancio dell'economia dovrebbe dare impulso alla banda larga e ultralarga, attraverso la definizione di un progetto strategico, attuativo dell'Agenda Digitale europea, mirato ad assicurare il conseguimento dei seguenti obiettivi prioritari:

- a) completamento del Piano nazionale banda larga per l'abbattimento del *digital divide*, secondo le indicazioni dell'Agenda Digitale europea che raccomanda di garantire, combinando reti fisse e mobili, l'accesso a banda larga di base alla totalità della popolazione entro il 2013¹³; questo obiettivo potrebbe essere raggiunto mediante il coinvolgimento di Infratel, prioritariamente nei distretti industriali già identificati da Confindustria e nelle aree rurali del territorio oggetto di obblighi di copertura radioelettrica con le frequenze LTE;
- b) promozione degli investimenti nelle reti di nuova generazione, anche in questo caso, in conformità alle indicazioni dell'Agenda Digitale che richiede di garantire la disponibilità, entro il 2020, di collegamenti a banda ultralarga almeno a 30 Mbit/s a tutta la popolazione e la connessione a 100 Mbit/s al 50% delle famiglie; questo obiettivo potrebbe essere raggiunto attraverso l'introduzione di meccanismi incentivanti, basati su forme di coinvestimento e di *partnership* pubblico-private;
- c) promozione della domanda di accesso ai servizi a banda larga e ultralarga, sia per le famiglie che per le imprese, attraverso l'introduzione di misure idonee ad accelerare il conseguimento degli obiettivi dell'Agenda Digitale relativi all'effettivo utilizzo dei servizi digitali, quali *e-commerce*, *e-governement*, *e-learning*, *e-health*;
- d) effettiva liberazione delle frequenze LTE, nella banda 790-862 MHz, da parte delle emittenti televisive locali, non oltre il 31 dicembre 2012, al fine di non penalizzare gli operatori mobili aggiudicatari che presenteranno al Ministero dello Sviluppo Economico (entro il prossimo 2 dicembre) i propri Piani di copertura radio, nell'assunto che la banda sia liberata entro la predetta scadenza;
- e) revisione della normativa in materia di emissioni dei campi elettromagnetici, almeno a livello metodologico, ossia lasciando inalterati i "valori di attenzione"¹⁴, ma aggiornando le regole di misurazione delle emissioni in linea con le normative tecniche di settore; ciò al fine di consentire agli

¹³ Giova ricordare che, a fine 2013, in assenza di un intervento pubblico, la copertura "netta" della larga banda risulterà di poco superiore al 93% delle linee telefoniche.

¹⁴ Attualmente fissati dal DPCM 8 luglio 2003 a 6 Volt/m, nonostante i valori medi europei si collochino nell'intervallo 30-40 Volt/m.

operatori mobili la razionalizzazione e modernizzazione delle infrastrutture di rete a banda ultralarga in tecnologia LTE, secondo un quadro allineato agli *standard* internazionali;

- f) recepimento, nell'ordinamento italiano, del nuovo pacchetto di Direttive europee (2009/136/CE e 2009/140/CE) che modifica sia il vigente Codice delle Comunicazioni Elettroniche, in materia di reti e servizi, sia il Codice *Privacy*, sotto il profilo della protezione dei dati personali¹⁵;
- g) eliminazione delle distorsioni concorrenziali determinate dagli "Over The Top"; attori esterni alla filiera, il cui modello di *business* differisce significativamente da quello degli operatori di telecomunicazioni e che, per localizzazione territoriale e struttura organizzativa, sfuggono alle regole europee in materia di sicurezza, *privacy*, interoperabilità delle reti, erodendo risorse al settore, con inevitabili ricadute negative in termini di investimenti e occupazione.

In definitiva, occorre che le telecomunicazioni riacquistino il loro ruolo centrale nelle politiche di sviluppo del Governo e del Parlamento.

Non si richiedono indebiti interventi dello Stato in ambiti di mercato propri dell'iniziativa privata, ma misure non distorsive della concorrenza, volte a favorire il concreto raggiungimento, da parte del nostro Paese, degli obiettivi dell'Agenda Digitale europea per la massimizzazione del potenziale economico e sociale delle reti a banda larga e ultralarga a vantaggio dell'intero sistema produttivo.

Grazie per l'attenzione.

¹⁵ Le Direttive prevedono il recepimento delle medesime, nell'ordinamento nazionale degli Stati membri, entro la scadenza del 25 maggio 2011. Al riguardo, si segnala che la Commissione europea ha inviato all'Italia una lettera di messa in mora, seconda tappa della procedura di infrazione, per il mancato rispetto della predetta scadenza.