

riferimento al quale, considerando pari a 100 il livello dei prezzi nelle telecomunicazioni nel 1998, alla fine dello scorso anno quest'ultimo risultava pari a 68, quindi inferiore di nove punti rispetto alla media europea (74,3).

Le dinamiche del settore delle telecomunicazioni

Nel 2009, il settore delle telecomunicazioni ha visto accentuarsi la contrazione dei ricavi lordi già rilevata nel 2008 (-3,3% a fronte del -1,8% dell'anno precedente). Ciononostante, mentre in precedenza la flessione aveva riguardato in misura maggiore la rete fissa, lo scorso anno è il comparto mobile ad avere registrato la riduzione più intensa (-4,4%) (tabella 1.10)⁷.

Tabella 1.10. Telecomunicazioni fisse e mobili – Ricavi lordi (miliardi di euro)

	2008	2009	Var. %
Rete fissa	21,76	21,29	-2,2
Rete mobile	23,44	22,42	-4,4
Totale	45,21	43,71	-3,3

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Peraltro, in una cornice complessiva che vede la spesa finale scendere nel 2009 a meno di 34 miliardi di euro, l'analisi delle due componenti di ricavi – la spesa degli utenti finali (tabella 1.11) e i ricavi derivanti dalla fornitura di servizi intermedi (tabella 1.12) – fornisce un quadro differenziato tra rete fissa e mobile.

A fronte di una riduzione media dei ricavi da servizi finali pari al 3,2%, la flessione della rete mobile (-3,5%) è relativamente più intensa di quella registrata dalla rete fissa (-2,8%).

Tabella 1.11. Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)

	2008	2009	Var. %
Rete fissa	16,66	16,20	-2,8
Rete mobile	18,35	17,70	-3,5
Totale	35,01	33,90	-3,2

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

⁷ I dati relativi alle telecomunicazioni su rete fissa e mobile, salvo diversa indicazione, considerano le seguenti imprese: BT Italia, Cable & Wireless, Colt, Eutelia, Fastweb, H3G, Infracom Italia, Teletu (ex Opitel), Orange Business Italy, Retelit, Telecom Italia, Teleunit, Tiscali, Verizon Italia, Vodafone NV, Welcome Italia e Wind, nonché Carrefour Mobile Italia, Coop Italia, Daily Telecom, Noverca, PLDT Italy, Poste Mobile. Inoltre, sono stati stimati i dati di ricavo delle imprese degli operatori di rete fissa di minori dimensioni per le quali non si disponeva di informazioni di dettaglio, anche sulla base delle indicazioni emerse da una specifica analisi condotta sui bilanci civilistici relativi all'esercizio 2008 di circa 40 imprese. Con riferimento all'anno 2008, sia per la tabella in oggetto che per quelle successive, si evidenzia come i dati non siano completamente omogenei e pertanto non direttamente confrontabili con quanto corrispondentemente indicato nella scorsa Relazione annuale. Ciò in quanto le imprese hanno a volte operato integrazioni e ri-classificazioni dovute sia a variazioni ed integrazioni nelle metodologie di calcolo adottate che, in qualche caso, a mutamenti dei perimetri di attività economica aziendale. Inoltre, nelle tabelle che seguono, nel caso di dati espressi in valore, per mere ragioni di arrotondamento, la somma dei decimali relativi ai singoli addendi potrebbe non essere uguale a quello relativo al risultato complessivo.

Guardando invece ai ricavi "all'ingrosso" si osservano due andamenti differenti. In primo luogo, una sostanziale invarianza dei ricavi relativi alla rete fissa, a cui contribuiscono, tra le diverse tipologie di servizi, una riduzione di quelli derivanti da servizi di terminazione, nonché una significativa crescita dei ricavi da fornitura di servizi di accesso (ULL, WLR, *Bitstream* e *naked DSL*). Diversamente, una contrazione particolarmente accentuata si registra nei ricavi *wholesale* da rete mobile (-7,3%), dove l'accelerazione osservata nel 2009 sembra dettata, *inter alia*, dagli effetti della delibera n. 667/08/CONS ("Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili"). Le due distinte dinamiche sopra illustrate hanno portato i ricavi da servizi intermedi della rete fissa a superare, per la prima volta, quelli della rete mobile.

Tabella 1.12. Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro)

	2008	2009	Var. %
Rete fissa	5,10	5,09	-0,2
Rete mobile	5,09	4,72	-7,3
Totale	10,20	9,81	-3,8

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

In ragione delle risultanze dell'analisi condotta sui ricavi *retail* secondo le specifiche categorie d'utenza, residenziale e affari, la pressione concorrenziale, a differenza dello scorso anno, appare maggiormente concentrata sull'utenza affari, che segna una riduzione dei ricavi di poco inferiore al 5%, valore che per la rete fissa risulta essere più contenuto (-2,3%) (tabella 1.13).

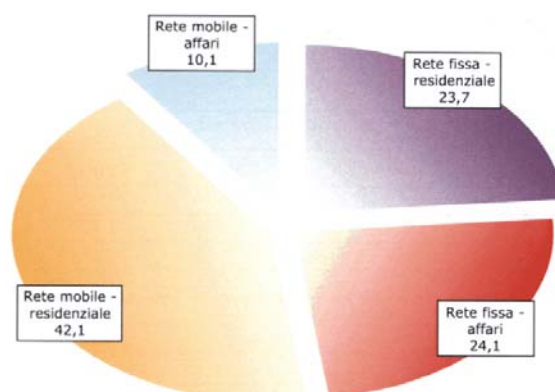
La spesa complessiva delle famiglie in servizi di telecomunicazioni è stata assorbita, in prevalenza, dai consumi di servizi di comunicazione mobile e personale (circa il 65% del totale), mentre gli esborsi delle imprese per l'acquisto di servizi di telecomunicazione sono stati concentrati sulla rete fissa (circa il 70% della spesa in materia delle imprese).

Tabella 1.13. Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)

	2008	2009	Var. %
Rete fissa	16,66	16,20	-2,8
- Residenziale	7,96	8,05	1,2
- Affari	8,70	8,15	-6,3
Rete mobile	18,35	17,70	-3,5
- Residenziale	14,89	14,28	-4,1
- Affari	3,46	3,42	-1,2
Rete fissa e mobile	35,01	33,90	-3,2
- Residenziale	22,84	22,33	-2,3
- Affari	12,17	11,57	-4,9

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Nel 2009, il segmento residenziale si conferma come la maggiore componente della domanda, facendo registrare, in virtù della riduzione della spesa dell'utenza affari, un aumento del proprio peso di 0,6 punti percentuali, passando dal 65,2% del 2008 al 65,8% (figura 1.24).

Figura 1.24. Tlc Italia - Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2009 in %)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Le imprese proseguono nel processo di integrazione delle attività di rete fissa e di rete mobile. Come è noto, oltre a Telecom Italia e Wind, storicamente presenti in entrambi i segmenti, negli ultimi anni, le principali imprese "nate" come operatori di rete fissa sono entrate nel mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale (ad esempio, BT Italia, Fastweb e Tiscali) e, al contrario, operatori mobili hanno consolidato la loro presenza nella fornitura di servizi in postazione fissa (ad esempio, Vodafone). Tale integrazione dell'offerta, dal lato dell'organizzazione e delle attività delle imprese, è causa di una non agevole determinazione puntuale di alcune grandezze rappresentative del settore, quali, ad esempio, la posizione di mercato delle imprese, la composizione degli investimenti e l'andamento dei prezzi.

Di seguito, si fornisce una prima valutazione, in forma consolidata tra rete fissa e mobile, circa la complessiva posizione delle imprese nel settore delle telecomunicazioni, misurata in termini di spesa degli utenti finali (tabella 1.14), da cui si evince che Telecom Italia ha perso, nello scorso anno, circa 3 punti percentuali, a vantaggio di Vodafone, Wind e Fastweb, ciascuno in crescita di un punto percentuale.

Tabella 1.14. Spesa finale degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%)

	2008	2009
Telecom Italia	54,6	51,8
Vodafone Italia*	19,3	20,6
Wind	11,3	12,5
Fastweb	4,0	4,7
H3G	3,5	3,7
BT Italia	2,9	2,8
Altri	4,4	3,9
Totale	100,0	100,0

* Include Teletu

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Per quanto riguarda gli investimenti, l'andamento del 2009, in netta flessione rispetto al 2008 (-7,2%), ha risentito del difficile quadro congiunturale dell'economia italiana anche se il decremento è risultato inferiore a quanto registrato negli altri settori dell'economia italiana (tabella 1.15).

Tabella 1.15. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)

	2008	2009	Var. %
Rete fissa	3.594	3.791	5,5
- di cui OLO	1.280	1.435	12,1
% OLO	35,6	37,9	
Rete mobile	3.095	2.415	-22,0
Totale	6.689	6.207	-7,2
% rete fissa	53,7	61,1	
% rete mobile	46,3	38,9	

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Inoltre, si rileva una marcata differenziazione degli specifici andamenti nella telefonia mobile e in quella fissa; su quest'ultimo versante si registra una leggera crescita degli investimenti dovuta, in particolare, allo sviluppo infrastrutturale della larga banda. Allo stesso tempo, la riduzione degli investimenti nella rete mobile appare prevalentemente dovuta alla ormai diffusa copertura della rete, in merito alla quale gli investimenti legati a manutenzione e ammodernamento della capacità trasmissiva non sono sufficienti a mantenere i volumi complessivi.

La crescente segmentazione delle offerte sia di rete fissa che mobile, sempre più orientate verso offerte congiunte voce-dati (c.d. *bundle*) e con una crescente diffusione di profili tariffari caratterizzati, in particolare per la rete mobile, dalla presenza di opzioni e promozioni rivolte a specifici e delimitati segmenti di clientela, rende assai problematico monitorare, in termini omogenei nel tempo, l'andamento dei prezzi praticati dalle imprese. A tal riguardo, i ricavi unitari, ossia il rapporto tra gli introiti derivanti dalla fornitura di servizi di comunicazione e il traffico complessivo generato dagli utenti, rappresentano una *proxy* dell'andamento dei prezzi.

Nella tabella 1.16 sono indicate, limitatamente ai servizi vocali, l'andamento, nella telefonia fissa e mobile, dei ricavi unitari osservati separatamente per il segmento residenziale e affari. In particolare, si registra una riduzione media vicina al 4%⁸, che sale ad oltre il 7% per la rete fissa, in merito alla quale, peraltro, la pressione sui prezzi sembra coerente con la maggiore competizione derivante, *inter alia*, dall'ingresso di Vodafone e dall'azione di Fastweb e Wind. La riduzione dei ricavi unitari nella rete mobile è pari al 5% circa.

⁸ La discrepanza con le indicazioni prodotte dall'Istat in merito e precedentemente illustrate circa i "servizi di telefonia", si spiega sia per le differenti metodologie adottate che per i diversi parametri merceologici di riferimento.

Tabella 1.16. *Andamento dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2008-2009, variazione %)*

	Residenziale	Affari	Res. + Aff.
Rete fissa ⁹	-7,9	-4,3	-7,0
Rete mobile ¹⁰	-4,8	-4,1	-4,8
Media F+M ¹¹	-4,4	-2,6	-3,8

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Rete fissa

Nella rete fissa, il 2009 ha confermato la tendenza, già in atto da tempo, di una flessione dei ricavi derivanti dalla fornitura di servizi agli utenti finali (-2,7%), dettata da una marcata riduzione degli introiti generati dai servizi commutati (nell'ordine dei 700 milioni di euro), solo in parte bilanciata da un aumento di quelli relativi alla commercializzazione di servizi a larga banda (tabella 1.17).

Tabella 1.17. *Rete fissa - Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)*

	2008	2009	Var. %
Servizi finali su:	12,46	12,06	-3,2
- rete commutata*	8,78	8,12	-7,6
- reti a larga banda**	3,68	3,94	7,2
Altri servizi dati**	0,74	0,71	-4,4
Altri ricavi**	3,47	3,44	-0,7
Totale	16,66	16,20	-2,8

* I ricavi (in termini di spesa d'utente) su rete commutata includono: servizi di accesso, ricavi da fonia (locale, nazionale, internazionale, fisso-mobile), internet dial up, ricavi netti da servizi a numerazione non geografica e da telefonia pubblica.

** I ricavi da reti a larga banda includono canoni e servizi a consumo. Gli "altri servizi dati" sono rappresentati da servizi commutati di trasmissione dati e circuiti diretti affittati a clientela finale (esclusi OLO). I restanti "altri ricavi" sono relativi alle attività derivanti da vendita/noleggiate di apparati, terminali e accessori e da tutte le altre tipologie di ricavo non espressamente considerate in precedenza.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

⁹ I valori sono costruiti avendo a riferimento i dati delle sole imprese per le quali si dispone di informazioni di dettaglio e sono relativi alla fonia vocale su rete commutata con riguardo, per ricavi e traffico, alle direttrici locali e nazionali di rete fissa, internazionale e verso reti mobili. Sono esclusi i ricavi da servizi a larga banda i quali, spesso offerti con modalità bundle voce+dati, contribuiscono alla riduzione dei ricavi e dei volumi da servizi di fonia vocale sulla sola rete commutata. È esclusa altresì la telefonia pubblica.

¹⁰ Sono stati considerati ricavi e minuti di traffico vocali relativi alle chiamate verso rete mobile (*off net* e *on net*), rete fissa nazionale e reti internazionali.

¹¹ Valore ponderato per i corrispondenti ricavi unitari per minuto di traffico di fonia vocale. La riduzione dei ricavi e dei volumi di traffico su rete fissa ed il corrispondente aumento osservato nella rete mobile, algebricamente, produce, in termini di variazione sui livelli di ricavi unitari, un valore medio che è inferiore a quanto rilevabile considerando separatamente le due componenti.

Per quanto concerne i servizi a larga banda, si registra una progressiva diffusione delle offerte *flat*, che ormai rappresentano quasi il 70% dei contratti stipulati per l'acquisto di servizi *broadband* (tabella 1.18)¹².

Tabella 1.18. Tipologie contrattuali dei servizi *broadband* (%)

	2008	2009
Flat	65,3	68,6
Semiflat	9,7	10,7
Consumo	25,0	20,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

I processi di sostituzione fisso-mobile e la crescente diffusione della larga banda sono alla base della progressiva contrazione dei minuti di traffico gestiti sulle reti fisse. In particolare, il consumo di servizi voce, con l'esclusione del traffico nazionale, mostra una generalizzata flessione su tutte le direttrici considerate (tabella 1.19).

Tabella 1.19. Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)

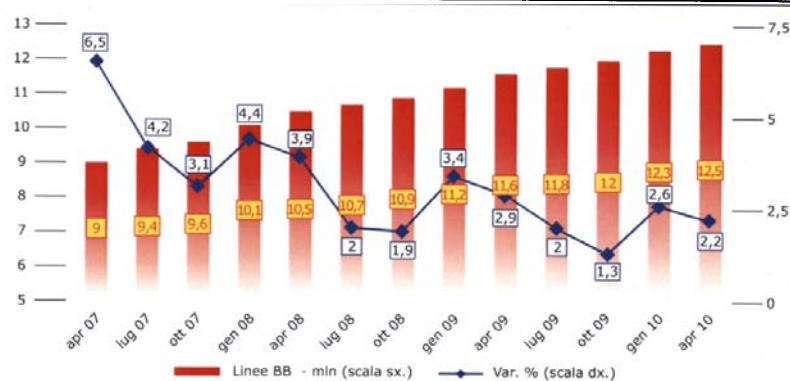
	2008	2009	Var. %
Locale	50,01	47,97	-4,1
Internet <i>dial up</i>	12,01	7,84	-34,7
Nazionale	30,48	30,70	0,7
Internazionale	4,71	3,81	-19,1
Reti mobili	14,91	13,37	-10,3
Telefonia pubblica	0,22	0,17	-25,0
Totale	112,3	103,8	-7,6

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

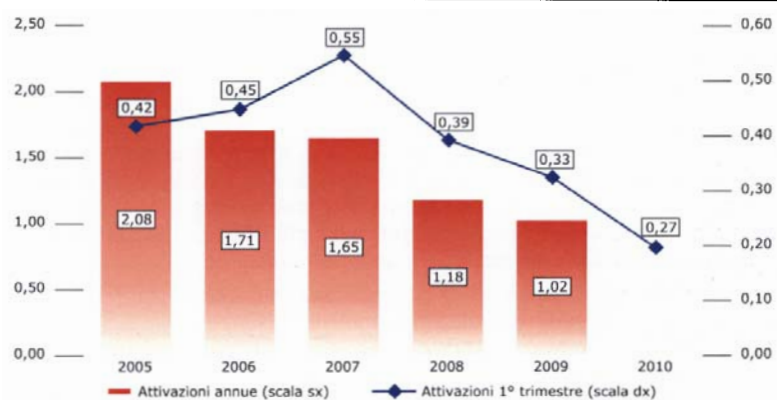
Per fornire una misura dell'intensità con la quale negli ultimi cinque anni è mutato il consumo di servizi voce su rete fissa, si stima come tra il 2005 ed il 2009 i minuti di traffico siano passati da oltre 152 miliardi a meno di 104 (-32%), con un peso specifico del traffico da accesso *dial-up* ad internet sul totale che si è ridotto da oltre il 30% al 7,5%.

Parallelamente, prosegue la progressiva diffusione degli accessi a larga banda (figura 1.25 e figura 1.26), che hanno raggiunto i 12,5 milioni a marzo 2010, evidenziando tuttavia, benché in aumento di circa un milione negli ultimi dodici mesi, tassi di crescita in riduzione nel tempo.

12 Il perimetro delle attività considerate nell'ambito dell'analisi per categorie contrattuali fanno riferimento, per gli OLO, agli accessi *Full ULL*, *xDSL Bitstream*, *Shared Access*, *Wholesale Line Rental*, *FTTH*. Il perimetro delle attività risulta diverso da quanto considerato lo scorso anno, quando era escluso il *WLR* e compresa la clientela in *Carrier Pre Selection*.

Figura 1.25. Tlc Italia – Accessi a larga banda su rete fissa (2007-2010)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Figura 1.26. Tlc Italia – Attivazioni di accessi a larga banda (2005-2010 in milioni)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Nel corso del 2009 è altresì proseguito, anche se gradualmente, l'*up-grade* dei collegamenti a banda larga forniti dalle imprese agli utenti finali. In tal senso, la quota di accessi con una velocità di trasmissione - dichiarata dalle imprese - maggiore di 2 Mbps è superiore al 75% (tabella 1.20).

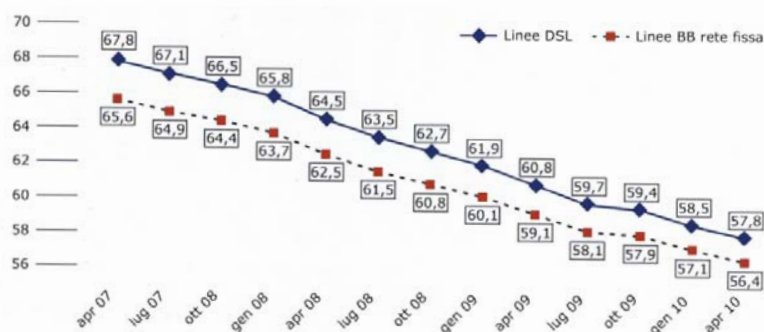
Tabella 1.20. Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (marzo 2010 in %)

	Nuovi entranti (xDSL)	Accessi complessivi (TI+OLO)	
		Linee DSL	Totale linee di accesso
>144Kbps <2 Mbps	13,4	23,2	22,8
>2Mbps <10Mbps	83,7	71,0	69,5
> 10 Mbps	2,9	5,8	7,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Avuto riguardo alla posizione delle imprese nel mercato *retail* dei servizi a banda larga, si rileva come la quota di mercato di Telecom Italia continui a diminuire, pur restando ampiamente superiore al 50% (figura 1.27)¹³.

Figura 1.27. Tlc Italia - Quote di mercato di Telecom Italia nella larga banda (%)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Nell'ultimo anno è inoltre cresciuta l'attenzione per le politiche di riduzione del *digital divide* infrastrutturale, finalizzate a garantire a tutti i cittadini l'accesso ai servizi a banda larga. A fine 2009, il livello di copertura lorda (collegamenti attestati su centrali aperte al servizio ADSL) ha raggiunto il 96% della popolazione, in incremento di circa un punto percentuale rispetto all'anno precedente. In particolare, sono 6.500 i comuni italiani che risultano coperti dal servizio, mentre i cittadini di 1.600 comuni sono ancora sostanzialmente privi della possibilità di collegarsi a banda larga, ovvero solo una parte di essi possono accedere ai servizi *broadband*¹⁴.

Accanto alla copertura *broadband* di rete fissa, nel 2009 è stata ulteriormente estesa la copertura dei servizi a banda larga mobili (HSDPA) e quella delle altre tecnologie radio (Hiperlan e WiMAX). Di fatto, la copertura HSDPA lorda (misurata in termini di popolazione residente nei comuni dichiarati coperti dagli operatori) ha superato il 90%, mentre l'Hiperlan raggiunge oltre il 15% della popolazione. La copertura WiMAX (*Worldwide Interoperability for Microwave Access*) è ancora inferiore al 5% per effetto di un processo di *roll-out* delle attività che appare più complesso del previsto.

In ragione di quanto esposto, i comuni che attualmente risultano privi di qualsiasi tipo di copertura sono poco meno di 1.000 (in cui risiede il 5% della popolazione), mentre sono quasi 5.000 i comuni interamente coperti sia da servizi ADSL che HSDPA.

¹³ I dati fanno riferimento a quelli richiesti nell'ambito dell'aggiornamento della reportistica europea sulla larga banda, il cui perimetro merceologico risulta non completamente omogeneo con quanto indicato nelle successive tabelle circa la diffusione territoriale degli accessi complessivi e a larga banda, che afferisce solo alle principali forme di accesso, escludendo, ad esempio, circuiti virtuali permanenti, linee affittate, ecc. Allo stesso tempo, nell'analisi relativa ai tassi di diffusione su base regionale, i dati comprendono anche gli accessi *virtual unbundling*, non inclusi, a loro volta, nella reportistica europea. Pertanto, il valore relativo alla quota di mercato di Telecom Italia negli accessi a larga banda su rete fissa (56,4% a marzo 2010) di cui alla figura 1.27 differisce leggermente dal corrispondente valore medio nazionale (56,2%) indicato nella successiva tabella 1.25, in quanto i due aggregati fanno riferimento a perimetri merceologici non completamente omogenei.

¹⁴ Fonte: Between, Osservatorio Banda Larga, maggio 2010.

Sulla scorta degli obiettivi fissati nell'ambito della *Digital Agenda* adottata a livello europeo che, *inter alia*, mira a garantire entro il 2013 1 Mbit/s a tutti i cittadini europei e 100 Mbit/s ad almeno il 70% della popolazione europea entro il 2020, si sta assistendo ad un'accelerazione delle iniziative volte all'innalzamento delle prestazioni effettivamente garantite.

Al riguardo, a partire dalla seconda metà del 2010, saranno disponibili le prime statistiche elaborate dalla Fondazione Ugo Bordoni, in base a misure effettuate sul territorio nazionale, relative alle prestazioni delle linee e dei servizi di accesso offerti dai vari operatori, in attuazione della delibera n. 244/08/CSP sulla qualità del servizio di accesso a internet da postazione fissa (cfr. par. 3.23).

Nel 2009, il governo ha annunciato un progetto che ha l'obiettivo di dotare la popolazione italiana di una connessione tra i 2 e i 20 Mbit/s, sulla cui scorta il 95,6% della popolazione sarà raggiunta da connessioni fino a 20 Mbps, mentre la restante quota di popolazione, nelle aree caratterizzate da una bassa densità abitativa, sarà coperta con tecnologie *wireless* con banda fino a 2 Mbps. Il fabbisogno finanziario previsto per la realizzazione del Piano e relativo al periodo 2009-2012 è pari a 1.471 milioni di euro.

Un'importante spinta allo sviluppo della copertura dei servizi a banda larga proviene anche dalle Regioni italiane, che hanno quasi tutte predisposto un piano per lo sviluppo delle infrastrutture a banda larga. Tuttavia, se la maggior parte delle Regioni si è arrestata alla promozione di politiche finalizzate a colmare la prima generazione di *digital divide* (fino a 8 Mbps), alcune stanno già avviando la progettazione di interventi rivolti alla realizzazione di reti di nuova generazione. In particolare, le Marche, la Sardegna e il Piemonte nel 2010 daranno il via agli interventi per garantire accessi a 20 Mbps alla popolazione, mentre la Valle d'Aosta sta avviando un piano di installazione della fibra ottica nelle aree meno densamente abitate.

Tra i progetti più innovativi si annoverano quelli presentati nel 2010 dalla Lombardia e dalla Provincia autonoma di Trento. Nello specifico, la Regione Lombardia è attualmente impegnata nelle attività di definizione di un piano volto allo sviluppo della rete *ultrabroadband* che interesserà il 50% della popolazione regionale residente in oltre 160 comuni lombardi ad esclusione di Milano; la Provincia di Trento, per il tramite della società pubblica "Trentino Network", con un piano che prevede l'utilizzo della rete in fibra ottica sviluppato in accordo con Telecom Italia.

Tali iniziative sono destinate a trovare integrazione con i progetti inerenti la realizzazione di reti di nuova generazione realizzati dagli operatori. Nel recente piano strategico 2010-2012, Telecom Italia ha confermato lo sviluppo del progetto NGAN, che dovrebbe consentire di raggiungere 1,3 milioni di abitazioni entro il 2012. Una prima sperimentazione è in corso nei comuni di Milano e Roma.

A maggio 2010, Fastweb, Vodafone e Wind hanno infine presentato un progetto per dotare il Paese di un'infrastruttura di rete in fibra ottica, attraverso la creazione di una società che coinvolga sia gli operatori privati che le istituzioni. Il progetto riguarda inizialmente le principali 10 città italiane (10 milioni di abitanti) da raggiungere entro cinque anni e si potrà successivamente estendere a tutte le città con oltre 20.000 abitanti, raggiungendo in tal modo il 50% della popolazione.

Con riferimento agli accessi fisici complessivi, continua la riduzione della quota di mercato di Telecom Italia¹⁵ che, a fine marzo 2010, risulta inferiore a quella registrata

15 Valori non confrontabili con quanto indicato nella tabella 1.15 della scorsa relazione, sia per il mutato perimetro merceologico considerato, sia a causa di modifiche ai sistemi di rilevazione operate dalle imprese.

a dicembre 2008 di oltre 5 punti percentuali (tabella 1.21), con un numero complessivo di accessi diretti degli OLO ormai non lontano dai 6 milioni.

Tabella 1.21. Accessi fisici alla rete fissa (in migliaia)

	dic. 08	dic. 09	mar. 10
Accessi Telecom Italia	17.372	16.116	15.931
Accessi OLO	4.667	5.583	5.730
- Full unbundling	3.664	4.273	4.366
- Virtual ULL	183	102	97
- Fibra	248	269	271
- DSL Naked	572	939	996
Accessi complessivi	22.039	21.699	21.661
Quota Telecom Italia (%)	78,8	74,3	73,5

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

La diffusione dell'accesso alla rete fissa e dei servizi a larga banda, come peraltro già evidenziato nella scorsa Relazione, appare differenziata fra le diverse Regioni italiane. Con riferimento alla penetrazione degli accessi alla rete fissa¹⁶ tra le famiglie, a fronte di un valore medio nazionale che sfiora il 72%, ad un estremo si collocano, con oltre il 75%, Lazio e Lombardia, mentre, sul versante opposto, Calabria e Basilicata rimangono sensibilmente sotto il 60% (tabella 1.22).

Tabella 1.22. Diffusione degli accessi alla rete fissa (marzo 2010, in % delle famiglie)

Piemonte	70,4	Molise	63,3
Valle d'Aosta	66,8	Campania	73,6
Lombardia	76,7	Puglia	66,7
Trentino-Alto Adige	66,8	Basilicata	57,4
Veneto	72,2	Calabria	56,0
Friuli-Venezia Giulia	71,3	Sicilia	66,2
Liguria	74,9	Sardegna	62,2
Emilia-Romagna	73,1	ITALIA	71,8
Toscana	73,8	<i>Principali Comuni</i>	81,1
Umbria	68,1	<i>Nord Ovest</i>	74,6
Marche	72,2	<i>Nord Est</i>	72,0
Lazio	78,9	<i>Centro</i>	75,6
Abruzzo	66,4	<i>Sud e Isole</i>	66,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Più in dettaglio, l'analisi dell'assetto competitivo su base territoriale conferma nel complesso le indicazioni evidenziate nella scorsa Relazione. Telecom Italia, a fronte di una quota di mercato su base nazionale intorno al 73,5%, mostra una differenziazione su base locale piuttosto marcata, dove la mancanza di grandi centri urbani ed una struttura orografica caratterizzata da diffusi rilievi montuosi, sembra alla base di quote

¹⁶ Sono compresi gli accessi fisici di Telecom Italia, per gli OLO *Full ULL*, *Virtual ULL*, *DSL Naked*, *Fibra*.

di mercato particolarmente elevate (intorno all'85%) in Calabria, Basilicata, Trentino Alto Adige e Valle d'Aosta (tabella 1.23).

Gli altri operatori evidenziano strategie di competizione principalmente su singole Regioni (ed aree metropolitane). In tal senso, se Fastweb ha una quota di mercato superiore al 10% (contro una media nazionale del 7% circa) in Lombardia, Wind detiene una particolare forza competitiva nell'Italia centro meridionale, con quote che si collocano mediamente intorno al 15% nel Lazio, in Campania, Puglia e Sicilia, mentre Tiscali, con una quota su base nazionale dell'1,6%, supera il 18% in Sardegna. La pressione competitiva si accentua con riferimento alle grandi aree urbane, dove Telecom Italia detiene mediamente poco più del 50% del mercato, ed in qualche caso (come per Milano e Napoli) è valutabile una quota di mercato anche inferiore.

Tabella 1.23. Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato al 30 marzo 2010 (%)

	Telecom Italia	Fastweb	Wind	BT Italia	Tiscali	Vodafone Italia	Altri	Totale
Piemonte	73,3	7,9	10,5	0,5	1,1	5,9	0,8	100,0
Valle d'Aosta	84,8	5,2	3,6	0,5	0,1	5,3	0,4	100,0
Lombardia	70,9	10,4	9,0	0,6	1,6	6,6	0,8	100,0
Trentino-A.A.	88,0	2,9	3,7	0,3	0,1	4,7	0,3	100,0
Veneto	80,6	3,5	6,2	0,5	0,6	8,1	0,6	100,0
Friuli-V.G.	83,4	4,2	7,3	0,3	0,3	4,0	0,5	100,0
Liguria	67,3	12,2	11,1	0,4	1,3	6,8	0,9	100,0
Emilia-Romagna	76,6	7,7	7,9	0,5	0,9	5,7	0,7	100,0
Toscana	79,6	5,1	6,8	0,6	1,3	6,0	0,6	100,0
Umbria	83,4	5,1	5,1	0,3	0,4	5,3	0,5	100,0
Marche	82,6	4,2	5,0	0,6	0,7	6,4	0,5	100,0
Lazio	64,8	10,5	14,2	0,6	2,6	6,4	1,0	100,0
Abruzzo	77,9	7,1	6,5	0,4	0,8	6,7	0,6	100,0
Molise	84,3	2,4	5,7	0,7	0,1	6,3	0,5	100,0
Campania	66,7	8,2	16,3	0,2	0,9	6,9	0,9	100,0
Puglia	69,8	6,1	14,6	0,3	0,4	7,9	0,8	100,0
Basilicata	88,3	3,1	1,9	0,3	0,5	5,4	0,3	100,0
Calabria	86,9	1,2	5,2	0,3	1,4	4,5	0,4	100,0
Sicilia	71,9	4,8	13,0	0,4	1,3	7,7	0,8	100,0
Sardegna	69,4	1,7	5,3	0,3	18,4	4,1	0,9	100,0
ITALIA	73,5	7,2	9,9	0,5	1,6	6,5	0,8	100,0
<i>Nord Ovest</i>	71,3	9,9	9,6	0,5	1,4	6,4	0,8	100,0
<i>Nord Est</i>	79,9	5,2	6,8	0,4	0,7	6,4	0,6	100,0
<i>Centro</i>	72,8	7,7	10,1	0,6	1,8	6,2	0,8	100,0
<i>Sud e Isole</i>	72,2	5,5	12,1	0,3	2,4	6,8	0,8	100,0

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Passando ad analizzare la diffusione della larga banda in termini geografici, la penetrazione tra le famiglie, che risulta a livello nazionale pari al 42,9%¹⁷, mostra risul-

17 Gli accessi a larga banda sono costituiti da quelli xDSL di Telecom Italia e, per gli OLO, da quelli unbundling dati, virtual unbundling, shared access, bitstream e fibra.

tati regionali piuttosto differenziati (tabella 1.24), con Lombardia, Lazio e Campania che presentano tassi di penetrazione intorno al 47-50%, mentre in alcune regioni del Mezzogiorno (Molise, Basilicata, Calabria e Sardegna) la diffusione del *broadband* risulta vicina, quando non inferiore, al 30%.

Si osserva peraltro come, in virtù delle maggiori economie di scala¹⁸ rispetto ad aree a superiore dispersione demografica o caratterizzate da più elevate difficoltà dovute a complessità orografiche, gli sforzi delle imprese si concentrino soprattutto nelle grandi aree urbane, dove pertanto si osservano tassi di penetrazione maggiormente elevati (valutabili in questo caso in oltre il 54%).

Tabella 1.24. Diffusione degli accessi a larga banda (marzo 2010, in % delle famiglie)

Piemonte	39,9	Molise	26,7
Valle d'Aosta	36,5	Campania	48,3
Lombardia	47,7	Puglia	39,7
Trentino-Alto Adige	36,9	Basilicata	31,8
Veneto	39,9	Calabria	31,6
Friuli-Venezia Giulia	39,4	Sicilia	40,4
Liguria	42,8	Sardegna	39,6
Emilia-Romagna	41,9	ITALIA	43,0
Toscana	42,4	<i>Principali Comuni</i>	54,6
Umbria	36,5	<i>Nord Ovest</i>	44,9
Marche	42,2	<i>Nord Est</i>	40,4
Lazio	51,5	<i>Centro</i>	46,3
Abruzzo	37,0	<i>Sud e Isole</i>	40,7

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento alla diffusione della larga banda nelle imprese, si evidenzia – in continuità con quanto rilevato nella Relazione dello scorso anno – la problematicità di disporre di stime affidabili in ragione delle difficoltà sia di raccogliere dati omogenei dagli operatori, sia di acquisire dati dettagliati a livello regionale.

Difatti, da un lato, la classificazione in un'unica categoria "affari" di realtà assai eterogenee che comprendono anche soggetti con profilo "micro-business" – come nel caso di piccoli studi professionali – può nascondere una dimensione professionale e residenziale del titolare del contratto in realtà coincidente, contribuendo ovviamente a "sopravvalutare" il segmento affari del mercato.

D'altro canto, una "sottostima" della penetrazione della larga banda nel segmento *business* può derivare dai criteri di calcolo della numerosità delle linee per impresa presenti a livello locale. Ad esempio, ad un "cliente affari" di un operatore può – secondo la metodologia utilizzata dall'istituto nazionale di statistica – corrispondere invece una pluralità di "unità locali d'impresa" appartenenti, tuttavia, ad un'unica azienda¹⁹.

18 La maggiore densità demografica delle grandi aree metropolitane riduce gli investimenti "procapite" necessari per adeguare le infrastrutture di rete all'offerta di servizi a larga banda.

19 Al riguardo, sono stati utilizzati i dati a livello regionali e comunali relativi alle "Unità locali delle imprese" (Struttura e dimensioni delle unità locali delle imprese - anno 2007, Ed. 3 dicembre 2009,

Ciò premesso, a fine marzo 2010, la penetrazione della larga banda nell'utenza affari²⁰ si stima essere pari a circa il 46% su base nazionale, con una variabilità a livello regionale meno differenziata rispetto alla diffusione presso le famiglie e con valori di poco inferiori al 60% nei grandi comuni.

Nella tabella 1.25, il precedente esercizio di disaggregazione geografica del mercato dell'accesso viene riproposto per gli accessi *broadband*, con la presentazione di quote regionali ripartite tra i principali operatori.

Tabella 1.25. Quote di mercato negli accessi a larga banda (%)

	Telecom Italia	Fastweb	Wind	BT Italia	Tiscali	Vodafone Italia	Altri	Totale
Piemonte	54,7	13,5	14,8	1,2	3,7	10,1	1,9	100,0
Valle d'Aosta	67,0	9,8	7,1	1,6	2,8	10,5	1,2	100,0
Lombardia	51,7	17,5	12,6	1,1	4,5	10,5	2,0	100,0
Trentino-A.A.	74,8	5,2	6,5	0,8	1,5	10,2	0,9	100,0
Veneto	64,2	6,2	10,3	1,2	2,7	13,9	1,4	100,0
Friuli-V.G.	68,8	7,3	11,9	1,1	1,8	7,9	1,2	100,0
Liguria	47,9	20,3	14,1	1,1	3,8	10,5	2,3	100,0
Emilia-Romagna	58,7	13,3	11,5	1,3	3,1	10,5	1,7	100,0
Toscana	63,9	8,7	10,2	1,4	4,3	10,0	1,5	100,0
Umbria	64,1	9,2	9,4	1,1	2,5	12,3	1,3	100,0
Marche	66,7	7,1	8,0	1,8	2,6	12,5	1,2	100,0
Lazio	46,3	16,7	18,8	1,1	6,1	8,7	2,3	100,0
Abruzzo	59,8	12,5	10,5	1,2	3,2	11,2	1,6	100,0
Molise	64,9	5,9	11,7	3,0	2,0	11,0	1,5	100,0
Campania	54,2	12,2	20,2	0,5	2,4	8,4	2,0	100,0
Puglia	54,6	10,0	19,2	0,8	1,9	11,5	2,0	100,0
Basilicata	70,0	5,7	5,1	1,1	3,7	13,6	0,9	100,0
Calabria	73,3	2,5	8,8	1,0	4,9	8,5	1,0	100,0
Sicilia	58,0	8,3	17,6	1,0	3,9	9,4	1,9	100,0
Sardegna	39,3	2,9	6,7	0,8	41,7	6,5	2,0	100,0
ITALIA	56,2	12,1	13,9	1,1	4,7	10,2	1,8	100,0
<i>Nord Ovest</i>	52,2	16,7	13,3	1,2	4,2	10,4	2,0	100,0
<i>Nord Est</i>	63,3	9,1	10,7	1,2	2,7	11,6	1,5	100,0
<i>Centro</i>	55,1	12,7	14,3	1,3	5,0	9,8	1,9	100,0
<i>Sud e Isole</i>	56,3	9,1	16,3	0,8	6,3	9,4	1,8	100,0

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Registro ASIA-Unità Locali). Queste, sono definite conformemente "[...]al regolamento del Consiglio Europeo N. 696 del 15 marzo 1993, secondo cui un'unità locale corrisponde a un'impresa o a una parte di un'impresa situata in una località topograficamente identificata. In tale località, o a partire da tale località, una o più persone svolgono (lavorando eventualmente a tempo parziale) delle attività economiche per conto di una stessa impresa. Secondo tale definizione sono unità locali le seguenti tipologie, purché presidiate da almeno una persona: agenzia, albergo, ambulatorio, bar, cava, deposito, garage, laboratorio, magazzino, miniera, negozio, officina, ospedale, ristorante, scuola, stabilimento, studio professionale, ufficio, eccetera. L'impresa plurilocalizzata, pertanto, è un'impresa che svolge le proprie attività in più luoghi, ciascuno dei quali costituisce un'unità locale."

20 Rapporto tra numero di abbonati affari derivanti dalle informazioni trasmesse dalle imprese e numero delle "unità locali d'impresa" secondo la definizione adottata da Istat.

Telecom Italia, a fronte di una quota di mercato media di poco superiore al 56%, detiene - stante le evidenze di marzo 2010 - posizioni di maggior peso in regioni quali Trentino Alto Adige, Basilicata e Calabria, dove la sua quota risulta vicina al 75%, mentre in altri casi - Liguria e, soprattutto, Sardegna, dove il principale *competitor* è Tiscali - la quota scende al di sotto del 50%.

In definitiva, dall'analisi dei dati - sia nazionali che regionali - emerge la posizione di rilievo dell'operatore ex monopolista e la presenza di un numero ristretto di operatori alternativi (Fastweb, Wind e Vodafone Italia) che riescono ad esercitare una crescente pressione concorrenziale su tutto il territorio nazionale con quote pari o superiori al 10%. In effetti, è opportuno sottolineare come queste tre imprese rispetto allo scorso anno abbiano complessivamente guadagnato in termini omogenei circa il 3%.

Nel 2009, con riferimento alla spesa di famiglie e imprese in servizi di telecomunicazioni su rete fissa, la quota di Telecom Italia risulta in discesa di due punti percentuali, portandosi a poco più del 64% (tabella 1.26). L'analisi della ripartizione della spesa per tipologia di clientela evidenzia una quota nel segmento residenziale (66,7%) nettamente superiore a quella del segmento *business* (61,5%), a testimonianza di una maggiore concorrenzialità di altri *competitor* su un segmento che garantisce maggiore redditività.

È altresì da notare il dinamismo di alcuni concorrenti - Fastweb e Wind in particolare - mentre Vodafone Italia²¹, a seguito di una precisa strategia di integrazione dei propri servizi, si consolida quale quinto operatore di rete fissa in Italia, e si situa ormai a ridosso di BT Italia che, pur mantenendosi sostanzialmente stabile intorno all'11,5% nel segmento affari, si vede tuttavia superare da Fastweb (11,7%).

Tabella 1.26. Spesa finale degli utenti per operatore (%)²²

	Spesa utenti		- di cui residenziali		- di cui affari	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Telecom Italia	66,1	64,1	68,8	66,7	63,6	61,5
Wind	7,0	7,7	11,2	12,4	3,1	3,2
Fastweb	8,4	9,9	7,1	8,1	9,6	11,7
BT Italia	6,0	5,8	0,0	0,0	11,5	11,6
Vodafone Italia	3,4	4,3	6,4	7,7	0,6	0,8
Tiscali	1,8	1,7	3,3	2,8	0,5	0,6
Altri	7,3	6,5	3,2	2,3	11,1	10,6
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	16,66	16,20	7,96	8,05	8,70	8,15

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Nel 2009, non considerando i ricavi da accesso, la quota di mercato di Telecom Italia nei servizi commutati e a larga banda si riduce a meno del 55% (tabella 1.27). I risultati ottenuti dagli altri operatori sembrano confermare una fase di concentrazione del

21 I dati comprendono Teletu (ex Opitel) e le attività sulla rete fissa di Vodafone.

22 Le quote di mercato relative al 2008 (così come per i valori indicati nelle successive tabelle), a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese anche a seguito della mutata struttura delle informazioni richieste dall'Autorità alle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono direttamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento.

mercato, con BT Italia, Tiscali e gli altri operatori di minori dimensioni che perdono circa un punto percentuale, mentre Wind, Vodafone e Fastweb ne guadagnano nel complesso poco meno di 3,5. In particolare, Fastweb appare particolarmente dinamico nel segmento affari, dove guadagna circa 2,7 punti percentuali.

Tabella 1.27. Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)

	Totale		- di cui residenziali		- di cui affari	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Telecom Italia	57,3	54,9	56,5	54,6	58,0	55,3
Wind	7,7	8,4	12,2	13,2	3,4	3,5
Fastweb	14,7	16,5	12,6	13,8	16,6	19,3
BT Italia	6,7	6,4	0,0	0,0	13,2	13,0
Vodafone Italia	5,5	6,2	10,1	10,9	1,0	1,3
Tiscali	3,0	2,8	5,2	4,4	0,8	1,2
Altri	5,2	4,7	3,3	3,1	6,9	6,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	8,46	8,16	4,14	4,16	4,32	4,00

Nota: I ricavi da servizi su rete commutata includono traffico vocale locale, nazionale, internazionale, internet dial up, fisso-mobile e ricavi netti da chiamate verso numerazioni non geografiche. I ricavi da servizi a larga banda includono canoni, e servizi a consumo voce e dati. Sono esclusi i canoni di accesso.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Il peso degli introiti derivanti dalla componente accesso produce naturalmente risultati assai diversi se si analizzano i soli ricavi relativi a fonia ed accesso, dove Telecom Italia nel 2009 registra una quota di mercato del 76,5, in flessione, rispetto al 2008, di meno di un punto percentuale. Tuttavia, al riguardo è da ricordare come l'aumento del canone mensile, con decorrenza dal 1° febbraio dello scorso anno, abbia certamente contribuito ad attenuare la riduzione della quota di mercato (tabella 1.28).

Tabella 1.28. Ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%)

	Totale		- di cui residenziali		- di cui affari	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Telecom Italia	77,2	76,5	79,2	78,2	74,9	74,3
Wind*	4,0	4,0	5,9	5,8	1,8	1,8
Fastweb	3,5	4,0	1,9	2,0	5,5	6,5
BT Italia	4,9	4,8	0,0	0,0	10,6	10,7
Vodafone Italia	5,1	6,1	8,9	10,6	0,8	0,5
Tiscali	0,8	0,4	1,2	0,6	0,3	0,3
Altri	4,4	4,2	2,8	2,8	6,1	5,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	8,72	8,07	4,66	4,46	4,06	3,61

* Una riorganizzazione interna ha portato ad una ridefinizione merceologica del segmento micro business, che ha comportato una riclassifica dei ricavi a vantaggio dell'utenza residenziale, producendo così - con riferimento a quanto evidenziato nella scorsa Relazione Annuale - un'apparente minore quota di mercato nel segmento affari.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

L'assetto competitivo che emerge testimonia anche il differente *business model* adottato dai concorrenti di Telecom Italia, maggiormente focalizzati sui servizi a larga banda (unico segmento del mercato telefonia fissa in crescita). In tale area, infatti, il peso di Telecom Italia scende, nel 2009, al 45,6%, con una perdita di 2,7 punti percentuali (tabella 1.29). Inoltre, la competizione appare particolarmente aggressiva nel segmento affari, dove Telecom Italia riduce il proprio peso di circa quattro punti percentuali scendendo a meno del 50% del mercato, a vantaggio di Fastweb e Vodafone, cui corrisponde un guadagno approssimativamente pari alla stessa grandezza.

Tabella 1.29. Ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%)

	Totale		- di cui residenziali		- di cui affari	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Telecom Italia	48,3	45,6	43,5	42,6	52,6	48,7
Wind	8,7	9,8	14,1	15,5	3,8	3,8
Fastweb	27,8	28,4	25,6	24,7	29,8	32,3
BT Italia	3,8	3,4	0,0	0,0	7,2	6,9
Vodafone Italia	2,8	4,7	5,0	6,9	0,8	2,3
Tiscali	4,8	4,6	9,1	7,7	0,9	1,2
Altri	3,8	3,6	2,6	2,5	4,8	4,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	3,68	3,94	1,76	2,02	1,92	1,92

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Rete mobile

Nel 2009 il mercato della telefonia mobile ha segnato una contrazione nell'ordine del 3,5%, con dinamiche, tra le diverse componenti considerate, notevolmente differenziate (tabella 1.30)²³. Mentre i servizi voce e dati mostrano un lieve arretramento (mediamente intorno allo 0,5%), gli "altri ricavi" si riducono del 18,3%; è ipotizzabile che tale risultato sia dovuto, in particolare, alla diminuzione degli introiti derivanti dalla vendita e dal noleggio di terminali e accessori (-28%), a sua volta spiegabile sia con la riduzione del tasso di sostituzione dei terminali, sia con l'acquisto dei terminali in connessione con offerte di abbonamento di lunga durata (*lock in*). Occorre poi ricordare l'importante riduzione delle sim attive osservata nel 2009 (giunte a poco più di 88 milioni, con una diminuzione di 2,3 milioni rispetto alla consistenza di fine 2008) derivante, tra l'altro, da operazioni sui canali commerciali e dall'aggiornamento della *customer base*.

²³ I dati riferiti al 2008 non sono del tutto omogenei con quelli indicati nella scorsa Relazione Annuale a seguito di mutate metodologie di calcolo operate dalle imprese in merito alle diverse tipologie di introiti considerate.