

*PARTE I*  
*L'evoluzione del quadro*  
*economico-regolamentare*  
*e il ruolo dell'Autorità*



PAGINA BIANCA

## L'ecosistema digitale



PAGINA BIANCA

## 1.1. Introduzione

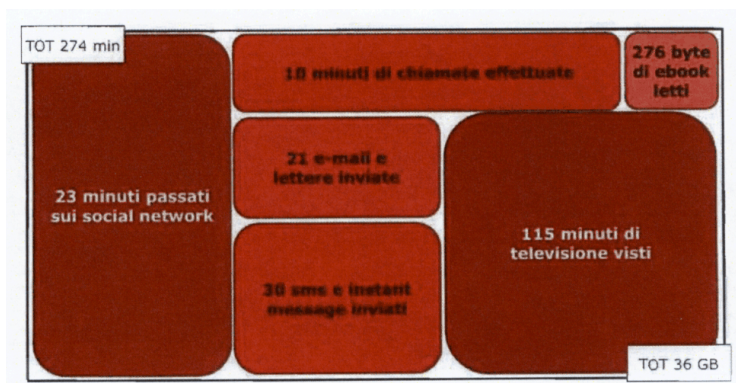
La dieta mediatica dei cittadini è composta da un numero sempre crescente di servizi digitali, che nutrono i bisogni di comunicazione, di informazione e di intrattenimento soddisfatti dagli operatori di telecomunicazione e del settore postale, dalle imprese radiotelevisive e del comparto editoriale. Le comunicazioni personali, orali e in forma scritta, si traducono in servizi vocali di telefonia e di videochiamata o in servizi testuali come sms, messaggistica istantanea, posta elettronica, oltre che nei tradizionali servizi di corrispondenza. Le comunicazioni di massa si declinano nei servizi *media* radiotelevisivi e a stampa, cui si associano i servizi di editoria elettronica e audiovisivi su internet, un'area che comprende *media* lineari e non lineari, variamente composta da servizi IPTV, web-tv, internet tv, nonché dalla *over-the-top* tv (OTT-tv) e aggregatori di video *online*. Trasversali alla storica dicotomia delle comunicazioni, personali *versus* di massa, sono i servizi di *social networking*, i giochi interattivi, i blog e le trasmissioni attraverso la nuvola (c.d. *cloud*). L'insieme di questi servizi è comunemente utilizzato dagli utenti e la dieta mediatica, pertanto, non si riferisce solo alla composizione del paniere di servizi di comunicazione utilizzati dall'utente, ma rimanda agli stili di vita e alle abitudini dei cittadini, che in questi ultimi anni appaiono in continua e profonda trasformazione.

La dieta  
mediatica

Dall'analisi dei consumi medi in Italia nel 2012, si conferma la centralità dei contenuti audiovisivi, che assorbono circa due ore delle giornate di ogni italiano, ossia il 42% dei totali 274 minuti dedicati alla comunicazione (Figura 1.1). Va tuttavia rilevato come la tradizionale unità di misura temporale (minuti) presenti un potere esplicativo ridotto nell'ecosistema digitale delle comunicazioni: difatti, l'alimentazione televisiva è accompagnata sempre più di frequente dal consumo, contemporaneo, di altri servizi mediatici (*multitasking*) e la progressiva importanza di internet tende a privilegiare il *bit* come unità di misura dell'informazione e della conoscenza. In tal senso, ogni giorno sono consumati circa 36GB a persona. Oltre ai consumi relativi all'editoria elettronica (con circa 5 mila *e-book* acquistati ogni giorno in Italia), nel paniere dell'utente medio sono altresì comprese le comunicazioni interpersonali, sia orali, con 10 minuti di telefonate, che scritte, con 30 *short e instant messaging* e 21 lettere, cartacee o elettroniche. Infine, le comunicazioni sociali svolte in Rete occupano, in media, oltre 20 minuti al giorno.

e le abitudini  
degli italiani.

**Figura 1.1.** I servizi di comunicazione – Consumi giornalieri per persona in Italia nel 2012



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat, Oecd e operatori

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

- Le trasformazioni  
in atto: Alla base dei mutamenti in corso nel tessuto sociale ed economico che delinea lo sfondo in cui opera l'industria delle comunicazioni e dell'informazione si pongono tre processi innescati da innovazioni tecnologiche – ossia la digitalizzazione dei segnali e dei supporti trasmissivi, la progressiva affermazione delle reti e dei servizi basati sul protocollo internet, nonché la diffusione di piattaforme di *social networking* – la cui portata è diversa, a ben guardare, in termini diacronici (Figura 1.2).
- all-digital Difatti, le fonti e la provenienza dei servizi elettronici disponibili e consumati dai cittadini sono costituite da reti fisiche e logiche che utilizzano in misura intensa – è oramai un dato di fatto – le tecniche di trasmissione numerica. Innanzitutto, si tratta delle reti di comunicazione elettronica che trasmettono i segnali di comunicazione interpersonale e i servizi *media*: le tradizionali reti metalliche in rame elicoidale, le nuove reti in fibra ottica e quelle mobili a banda larga, nonché le reti diffuse del segnale radiotelevisivo solo per menzionare le principali reti elettroniche fondate sui sistemi digitali. Allo stesso modo, ampio è a questo punto il ricorso a risorse digitali nelle piattaforme applicative e nei sistemi di gestione dei clienti utilizzati come bene intermedio da parte degli operatori di tlc, dei fornitori di servizi postali e delle imprese *media* impegnati nella produzione di servizi destinati agli utenti finali. Il digitale tende, dunque, nel suo processo di espansione a riempire l'insieme delle comunicazioni.
- offline vs  
online All'interno del processo di digitalizzazione delle reti e dei servizi di comunicazione elettronica – che come detto risulta in fase avanzata – una questione centrale, oggi e nel prossimo futuro, è data dal rapporto tra l'universo *offline* e quello *online*. Nascono *offline* i servizi di comunicazione, di *media* audiovisivi ed editoriali forniti per mezzo delle reti diffuse e delle infrastrutture *wireline* e *wireless*. Al fianco di questi servizi si collocano quelli disponibili *online*, che in virtù della versatilità del protocollo internet assumono talvolta le forme dei tradizionali servizi voce, video e testo, talaltra configurano nuovi prodotti nativi digitali, di comunicazione e non. L'endiadi *offline* e *online* caratterizzerà, nel prossimo futuro, lo sviluppo dell'ecosistema digitale e del sistema economico nel suo complesso.
- social  
networking. Il fenomeno riguardante la diffusione delle piattaforme di *social networking*, che incorporano una porzione crescente di applicazioni e servizi internet, benché produca effetti già allo stato attuale, appare destinato a incidere in profondità, nel medio periodo, sulle abitudini di consumo degli utenti e sulle strategie degli operatori. Tali piattaforme riassumono, del resto, due fondamentali tendenze ravvisabili nell'ecosistema di internet: la rinnovata centralità dei contenuti e la compresenza sinergica di pratiche di fruizione sociale delle comunicazioni digitali con modalità di accesso alla rete sempre più orientate a una prevalenza del *mobile* e *always on*. La pervasività delle pratiche di *social networking* appare idonea, nel lungo periodo, a rendere labili i confini tra le comunicazioni personali e quelle di massa.
- I prossimi  
sviluppi: La traiettoria che seguirà il percorso evolutivo dell'ecosistema digitale è aperta, allo stato attuale, a diversi sviluppi. I fenomeni di sostituzione sono osservati nel campo della voce e delle comunicazioni di testo, tra i servizi VoIP e di *instant messaging* forniti dagli operatori di tlc (c.d. servizi *managed*) e dagli *over-the-top* (*unmanaged*), nonché nel mondo dei *media*, tra i servizi lineari tradizionalmente appannaggio dei *broadcaster* e i servizi non lineari che sono terreno di conquista per i colossi di internet. I servizi di posta elettronica e i *social network* rappresentano in taluni casi soluzioni alternative alle tradizionali chiamate telefoniche e alle comunicazioni per corrispondenza.
- processi di  
sostituzione