

- del rispetto delle norme che regolano la fornitura del servizio nel settore postale;
- dell'attuazione, da parte degli operatori radio-televisivi, delle norme che disciplinano il versamento allo Stato del contributo/canone.

Per quanto concerne le verifiche riguardanti il corretto versamento del contributo/canone da parte degli operatori nazionali e locali del servizio di radiodiffusione sonora, gli accertamenti vengono svolti, ove necessario, con il supporto del Nucleo Speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di Finanza (cfr. anche Capitolo IV) e sulla base di una serie di approfondimenti da *desk* in ordine alle comunicazioni inviate dagli operatori nel corso del 2016 e del 2017, riferite al canone 2016.

La delibera n. 235/16/CONS, approvata il 31 maggio 2016, oltre all'inclusione degli impianti di radiodiffusione sonora analogica operanti in banda FM (87.5-108 MHz) all'interno della sezione speciale del ROC, ha definito nuove modalità per l'invio all'Autorità della comunicazione relativa al pagamento del canone di concessione da parte delle emittenti radiofoniche, prevista dall'art. 4, comma 1, del decreto 23 ottobre 2000 del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica. Il sistema informativo realizzato con tale obiettivo, in fase di ultimazione per la parte di *back office*, ha consentito di acquisire circa 600 comunicazioni telematiche e di avviare un'interlocuzione con i soggetti che non vi hanno provveduto, utilizzando come riferimento l'elenco degli operatori che hanno censito impianti nel Catasto delle frequenze radiofoniche.

Con riferimento alle verifiche sui servizi di comunicazione elettronica, le attività ispettive, condotte sovente con l'ausilio della Sezione della Polizia Postale presso l'Autorità e del Nucleo Speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di Finanza, hanno riguardato diversi operatori. In particolare, sono state effettuate attività di monitoraggio e verifica nei confronti di operatori telefonici, sia da *desk* che presso le loro sedi, in ordine al rispetto delle normative in materia di rapporto con l'utenza. Inoltre, è stata svolta un'attività ispettiva volta ad acquisire elementi informativi da utilizzare nell'ambito di verifiche di replicabilità delle offerte di servizi telefonici e di connettività dati.

In ordine al settore postale, le attività ispettive, effettuate con l'ausilio del Nucleo Speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di Finanza, sono state volte a verificare la corretta applicazione della disciplina di settore. In particolare, le attività sono state orientate sia alla verifica del rispetto delle norme poste dall'Autorità a tutela dei consumatori, sia alla verifica della sussistenza dei titoli abilitativi per poter svolgere l'attività di operatore postale.

Per quanto concerne la verifica del rispetto della normativa in materia di diritti audiovisivi sportivi, le relative attività hanno riguardato otto eventi nell'ambito dei tornei calcistici "Serie A Tim", "Serie B" e "Tim Cup". In particolare, le ispezioni hanno riguardato l'accertamento di eventuali violazioni commesse dalle società organizzatrici o dagli organizzatori delle competizioni (quali, a titolo esemplificativo, dinieghi all'accesso negli spazi idonei all'esercizio del diritto di cronaca nei confronti degli operatori di comunicazione), ovvero la verifica sull'eventuale improprio utilizzo, da parte degli stessi operatori della comunicazione, delle funzionalità di *live streaming*, che consentono la ripresa e la trasmissione degli eventi sulle principali piattaforme di *social networking*.

In materia di accertamento del regolare pagamento da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni delle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità, sono stati trattati complessivamente 123 procedimenti e, per i casi di indisponibilità dei singoli soggetti allo spontaneo adempimento, sono stati avviati 105 procedimenti di iscrizione a ruolo presso la società Equitalia S.p.A. per il recupero delle somme non pagate. L'importo riscosso per sanzioni amministrative è stato pari a 1.394.982 euro su di un importo complessivo per sanzioni amministrative pari a 2.328.230 euro.

Vigilanza sugli obblighi di comunicazione delle AA.PP. e degli enti pubblici per le spese di pubblicità e comunicazione istituzionale (art. 41 TUSMAR)

In materia di vigilanza sugli obblighi di comunicazione relativi alle spese pubblicitarie delle amministrazioni pubbliche e degli enti pubblici di cui all'art. 41, comma 1, del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (TUSMAR), con la delibera n. 4/16/CONS, l'Autorità ha chiarito alcuni aspetti

del sistema di vigilanza, facendo presente che, attraverso il nuovo sistema informatico di raccolta dati, saranno tenute a trasmettere le proprie comunicazioni le sole amministrazioni che hanno effettivamente destinato somme all'acquisto di spazi per la pubblicità istituzionale su mezzi di comunicazione di massa. Il periodo entro il quale sarà possibile trasmettere, in modalità elettronica, i moduli compilati, accedendo alla pagina *web* dell'Autorità, è stato fissato dal 1° al 30 settembre di ogni anno.

Ad esito dell'attività di monitoraggio delle comunicazioni trasmesse tramite il modello telematico "Enti Pubblici" e dell'attività preistruttoria condotta

su circa cinquanta amministrazioni, sono stati avviati procedimenti sanzionatori nei confronti di 12 amministrazioni ed enti pubblici per la presunta violazione delle quote di cui all'art. 41, comma 1, del TUSMAR. Tali procedimenti sono attualmente in corso di definizione.

Contestualmente all'analisi delle comunicazioni pervenute, l'Autorità ha inviato un atto di segnalazione al Governo, anche alla luce della cognizione di alcune criticità derivanti dall'applicazione della normativa in argomento, acquisita nel corso dell'attività svolta e delle audizioni con le amministrazioni pubbliche.

2017

CAPITOLO II

Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

PAGINA BIANCA

Introduzione

Nel 2016, il Prodotto Interno Lordo (PIL) ai prezzi di mercato ha proseguito la crescita già registrata l'anno precedente; a fine anno, il PIL è stato pari a 1.673.291 milioni di euro correnti, in aumento dell'1,8% rispetto al 2015 (cfr. Tabella 2.1). Cresce anche, seppure con tassi leggermente inferiori, la spesa delle famiglie (+1,3%). Gli investimenti, infine, mostrano ancora un buon incremento (+2,0%), seppure in rallentamento rispetto al 2015. Complessivamente, quindi, i principali indicatori della situazione macroeconomica del nostro Paese continuano a mostrare, in continuità con quanto riscontrato nel 2015, delle dinamiche di crescita.

Tabella 2.1 - L'economia italiana (mln € - valori a prezzi correnti)

	2015	2016	Var. % 2014/2015	Var. % 2015/2016
PIL	1.644.421	1.673.291	1,3	1,8
Spesa delle famiglie	1.001.164	1.013.953	1,5	1,3
Investimenti	128.142	130.648	2,5	2,0

Fonte: Istat, *Conti economici trimestrali*, IV trimestre 2016

In tale contesto, le risorse economiche del settore delle comunicazioni – che include le telecomunicazioni, i media e i servizi postali – ammontano complessivamente a circa 53,6 miliardi di euro, in aumento (1,5%) rispetto al 2015 (cfr. Tabella 2.2)⁴³. Dalla Figura 2.1 emerge che il contributo più rilevante proviene tuttora dal comparto delle telecomunicazioni, che rappresenta il 59% dell'intero settore (circa 31,9 miliardi di euro); seguono i media (televisione, radio, editoria e Internet), con un'incidenza sul totale pari al 28% (corrispondente a circa 14,7 miliardi di euro) e, infine, i servizi postali, con un'incidenza del 13% (circa 7 miliardi di euro).

Nei settori delle telecomunicazioni e dei media è possibile ravvisare, per il primo anno, un'inversione di tendenza caratterizzata da un aumento (rispettivamente dello 0,2% e del 3,9%) dei ricavi complessivi (cfr. Tabella 2.2). Per quanto riguarda i servizi postali, continua il *trend*, riscontrato nel 2015, di aumento dei ricavi totali (+2,6%).

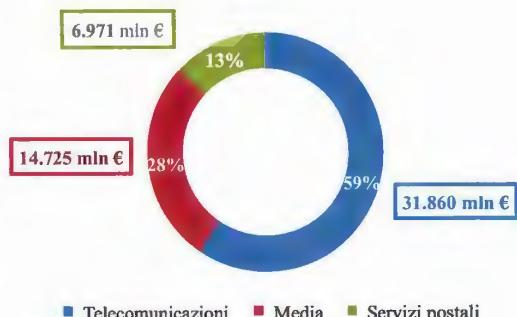


Figura 2.1 - Ricavi del settore delle comunicazioni (2016)

Sempre dalla Tabella 2.2, inoltre, è possibile trarre alcune informazioni circa il contributo di ciascun segmento economico ai ricavi del settore nel suo complesso; per le telecomunicazioni, infatti, mentre i ricavi da rete fissa mostrano ancora una contrazione, i ricavi da rete mobile esibiscono un deciso aumento (+2,4%). Per quanto riguarda il settore dei media, la componente radiotelevisiva cresce del 6,5%, mentre continua a perdere risorse il com-

Tabella 2.2 - Composizione dei ricavi del settore delle comunicazioni (mln €)

	2015	2016	Var. % 2015/2016
Telecomunicazioni	31.808	31.860	0,2
Rete fissa	16.069	15.746	-2,0
Rete mobile	15.739	16.114	2,4
Media	14.176	14.725	3,9
Televisione e Radio	8.449	8.998	6,5
Tv in chiaro	4.536	4.979	9,8
Tv a pagamento	3.294	3.381	2,6
Radio	619	639	3,2
Editoria	4.067	3.822	-6,0
Quotidiani	1.971	1.841	-6,6
Periodici	2.096	1.980	-5,5
Internet	1.660	1.905	14,8
Servizi postali	6.794	6.971	2,6
Servizio universale	1.729	1.512	-12,6
Servizi in esclusiva	329	359	9,1
Altri servizi postali	976	1.039	6,5
Corriere espresso	3.760	4.061	8,0
TOTALE	52.778	53.556	1,5

⁴³ I valori riferiti all'anno 2016 sono basati su stime effettuate dall'Autorità.

parto dell'editoria (-6%), seppur a un tasso inferiore rispetto al recente passato. L'*online*, al contrario, continua a espandersi (+14,8%), peraltro con un tasso ancora maggiore rispetto all'anno precedente. Le entrate riconducibili ai servizi postali, invece, continuano a mostrare una sensibile riduzione nella componente relativa al servizio universale (-12,6%), controbilanciata, però, dalla crescita delle attività di servizi in esclusiva e di corriere espresso (rispettivamente, +9,1% e +8%).

Per quanto riguarda l'incidenza del settore delle comunicazioni, e dei singoli segmenti che lo compongono, sul PIL si rileva una sua sostanziale costanza nel tempo (cfr. Tabella 2.3). In particolare, il settore delle comunicazioni incide, nel suo insieme, per circa il 3,2% sul PIL, con le telecomunicazioni che pesano per l'1,9%, i media per lo 0,9%, e i servizi postali per lo 0,4%.

Tabella 2.3 - Incidenza del settore delle comunicazioni sul PIL (%)

	2015	2016
Telecomunicazioni	1,9	1,9
Media	0,9	0,9
Televisione e Radio	0,5	0,5
Editoria	0,2	0,2
Internet	0,1	0,1
Servizi postali	0,4	0,4
TOTALE	3,2	3,2

Fonte: dati aziendali e Istat

Il settore delle comunicazioni elettroniche ai sensi del TUSMAR

Il TUSMAR (Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi e Radiofonici) prevede una serie di strumenti a garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione. Tra questi, si annoverano le previsioni dell'articolo 43 che, al comma 11 in particolare, individua i limiti alle quote di ricavi che le imprese, anche tramite società controllate o collegate, possono detenere contemporaneamente nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) e nel settore delle comunicazioni elettroniche. Al riguardo, il TUSMAR fa esplicito riferimento a imprese operanti nel settore delle comunicazioni elettroniche *“come defi-*

nito ai sensi dell'articolo 18 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 [...]” (di seguito, Codice delle comunicazioni elettroniche o CCE). Nello specifico, l'articolo 18 prevede che: *“L'Autorità, tenendo in massima considerazione le Raccomandazioni relative ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche, di seguito denominate “le raccomandazioni”, e le linee direttive, definisce i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche [...]”*

Nonostante l'articolo 43, comma 11, del TUSMAR si riferisca genericamente all'ampio concetto di “settore delle comunicazioni elettroniche”, il richiamo all'articolo 18 CCE impone di collegare il perimetro del settore delle comunicazioni elettroniche alla procedura per la definizione dei mercati rilevanti di prodotti e servizi prevista dal CCE, secondo cui i mercati rilevanti, suscettibili di regolamentazione *ex ante*, sono definiti dall'Autorità considerando sia le Raccomandazioni e le Linee direttive, sia i principi del diritto della concorrenza, tenuto conto delle caratteristiche e della struttura del mercato delle comunicazioni elettroniche. Le Raccomandazioni, in particolare, vengono periodicamente sottoposte ad un processo di revisione attraverso il quale la Commissione europea, nell'aggiornare i propri indirizzi alla luce dell'evoluzione tecnologica e di mercato, procede anche a ridefinire una lista di mercati che sono ritenuti immediatamente suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Tuttavia, per quanto descritto poc' anzi, la definizione dei mercati nazionali spetta alle autorità nazionali di regolamentazione che, dovendo tener conto anche dei principi della concorrenza e delle caratteristiche del mercato nazionale, possono individuare anche mercati rilevanti non individuati dalle Raccomandazioni della Commissione.

Il punto di partenza per la perimetrazione del settore delle comunicazioni elettroniche, quale base di calcolo per la valorizzazione della quota di ricavi degli operatori, è costituito pertanto dai mercati individuati dall'Autorità a norma dell'articolo 18 CCE, nell'ambito dei procedimenti di analisi dei mercati nazionali, che si sono svolti nel corso di tre cicli regolamentari, l'ultimo dei quali si è concluso nel 2016.

Tenendo conto dei cambiamenti occorsi nel tempo e, quindi, dell'esigenza di procedere per categorie omogenee di servizi, l'ambito merceologico di tali mercati – come ritenuto all'esito dell'analisi svolta ai fini del procedimento di cui alla delibera n. 178/17/CONS – ricomprende:

- 1) **i mercati dei servizi al dettaglio da rete fissa** (servizi di accesso per traffico telefonico, servizi di accesso per trasmissione dati, servizi di traffico telefonico, linee affittate);
- 2) **i mercati dei servizi all'ingrosso da rete fissa** (servizi di accesso, servizi di traffico telefonico e linee affittate);
- 3) **i mercati dei servizi all'ingrosso da rete mobile** (servizi di terminazione delle chiamate vocali su singole reti mobili, servizi di accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili, servizi di terminazione SMS su singola rete mobile);
- 4) **il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali** (vendita di servizi di operatori di reti televisive ad altri operatori su digitale terrestre).

Per quanto riguarda i mercati al dettaglio dei servizi da rete mobile, si ritiene che essi – pur rappresentando una componente non trascurabile del fatturato complessivo del comparto delle telecomunicazioni – non possano rientrare nel settore delle comunicazioni elettroniche come definito ai sensi dell'articolo 18 CCE, in quanto la loro "caratterizzazione" operata nelle analisi di mercato non è stata effettuata allo scopo di valutare l'eventuale imposizione in tali mercati di una regolamentazione *ex ante*, quanto piuttosto – in via strumentale – per valutare più compiutamente l'assetto regolamentare dei mercati all'ingrosso ad essi collegati.

Nel 2015, l'ammontare delle risorse complessive nell'intero settore delle "comunicazioni elettroniche", definito sulla base di quanto premesso, è risultato pari a 15.361 milioni di euro.

In tale contesto, i ricavi conseguiti da Telecom Italia, nel 2015, sono pari a circa 8.579 milioni di euro, corrispondenti al 55,9% dei ricavi del settore delle comunicazioni elettroniche, così come definito ai sensi dell'articolo 18 CCE.

2.1 Gli scenari nei mercati delle telecomunicazioni

Principali *trend* del 2016

- ✓ Dopo dieci anni di flessione delle risorse complessive, il settore torna a crescere.
- ✓ La spesa di famiglie e imprese in servizi di telecomunicazioni nel 2016 mostra un aumento vicino all'1%, rispetto ad una riduzione dell'1,8% registrata l'anno precedente.
- ✓ Continuano a contrarsi i ricavi da tradizionali servizi voce (-7,6%), ma crescono le risorse derivanti dai servizi dati (+5,6%).
- ✓ Gli investimenti in infrastrutture di telecomunicazioni, dopo un *trend* di crescita negli ultimi due anni, nel 2016 hanno mostrano una riduzione di circa il 5%.
- ✓ La domanda inizia a seguire l'offerta: nel corso del 2016 sono quasi raddoppiati gli accessi *ultrabroadband* (da 1,2 a 2,3 milioni).
- ✓ Con la progressiva diffusione della banda larga mobile aumenta, in maniera sensibile, il consumo di dati (+46%) da *device* mobile.
- ✓ Il quadro concorrenziale del 2016, nella rete fissa, evolve secondo dinamiche simili a quelle sperimentate negli anni precedenti: a una progressiva riduzione della quota di mercato di Telecom Italia si affianca una crescita delle quote dei principali *competitor*.
- ✓ Notevole dinamismo si osserva nel segmento dei servizi di accesso *Fixed Wireless* (FWA) i cui ricavi mostrano una crescita del 23%, anche se sotto il profilo quantitativo rappresentano un fenomeno ancora di nicchia.
- ✓ Mutano le dinamiche competitive in tutto il settore, anche se non sono ancora evidenti gli effetti, nella rete fissa, dell'entrata di Enel sul mercato della banda larga attraverso Open Fiber, e, nelle telecomunicazioni mobili, della fusione tra gli operatori Wind e H3G in WindTre (è inoltre atteso l'ingresso di Iliad nel mercato mobile proprio per effetto delle condizioni poste per l'approvazione di questa operazione di concentrazione).

Dopo dieci anni di ininterrotta contrazione, nel 2016, il settore delle telecomunicazioni ha visto i propri introiti complessivi registrare un aumento.

In termini di risorse complessive, come detto, in rapporto alle maggiori grandezze macroeconomiche (PIL e spesa delle famiglie) le telecomunicazioni mostrano nel 2016 valori inalterati rispetto all'anno precedente, mentre si riduce il rapporto relativo agli investimenti (Tabella 2.1.1).

Tabella 2.1.1 - Il settore delle telecomunicazioni nell'economia italiana (%)

	2015	2016
Ricavi (Servizi complessivi TLC/PIL)	1,9	1,9
Famiglie (Spesa TLC/Spesa complessiva)	2,6	2,6
Investimenti (Investimenti TLC/Investimenti compl.)	6,0	5,3

L'andamento generale dei ricavi nelle reti di telecomunicazioni fisse e mobili è fortemente influenzato dall'andamento dei prezzi dei servizi il quale, come si può osservare dall'indice riportato in Figura 2.1.1⁴⁴, specificamente costruito per ottenere una

misura sintetica dei prezzi dei servizi di telecomunicazioni, è stato negli ultimi anni in decisa riduzione, in controtendenza rispetto all'indice generale dei prezzi. Relativamente al 2016, è possibile riscontrare una riduzione rispetto al 2015 dell'indice dei prezzi delle telecomunicazioni (-5,6%) dovuta, in particolare, alla riduzione dei prezzi sia dei terminali mobili (-6%) – la quale, è bene precisare, è stata determinata dal notevole miglioramento delle prestazioni e della qualità media dei terminali – sia dei servizi di rete fissa (-1,6%) e di rete mobile (-3,8%)⁴⁵.

La redditività linda del settore nel 2016 (misurata dall'Ebitda), dopo una continua progressiva riduzione tra il 2010 ed il 2015, sembra essersi ripresa: da prime stime effettuate dall'Autorità sugli esercizi contabili del 2016 delle principali imprese presenti nel mercato⁴⁶, la crescita del reddito operativo lordo in rapporto ai ricavi è stimabile nell'ordine di 4 punti percentuali⁴⁷.

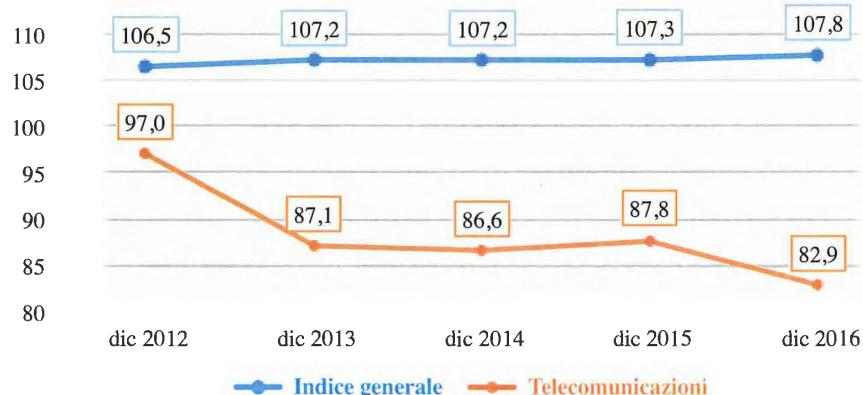


Figura 2.1.1 - Andamento dei prezzi nelle telecomunicazioni (2010=100)

⁴⁴ Fonte: elaborazioni su dati Istat. L'indice dei prezzi delle telecomunicazioni è stato costruito ponderando gli indici di prezzo relativi alle seguenti categorie di beni e servizi: "082010 - apparecchi per la telefonia fissa e telefax", "082020 - apparecchi per la telefonia mobile", "083010 "servizi di telefonia fissa", "083020 servizi di telefonia mobile", "083080 connessione internet e altri servizi", per i corrispondenti pesi annui loro assegnati all'interno del panierino dei beni e servizi che compongono l'indice generale dei prezzi.

⁴⁵ Per un maggiore dettaglio sull'andamento dei prezzi nel settore delle telecomunicazioni, e più in generale sui settori di competenza dell'Autorità, si veda l'Osservatorio sulle comunicazioni dell'Autorità al link <http://www.agcom.it/osservatorio-sulle-comunicazioni>.

⁴⁶ I dati di base fanno riferimento a: BT Italia, CloudItalia, Fastweb, Telecom Italia, Tiscali, Vodafone, WindTre. Si fa presente che da gennaio 2017 ha dato avvio alla propria attività il nuovo operatore integrato WindTre, nato dalla fusione di Wind Telecomunicazioni (Gruppo VimpelCom) e H3G (gruppo CH Hutchison). I dati esposti nel prosieguo fanno quindi riferimento alla nuova azienda (denominata WindTre o W3) e sono ottenuti cumulando, per l'anno 2016, i valori relativi ai due operatori.

⁴⁷ Per un maggior dettaglio sul tema, si rimanda al focus "Bilanci aziendali Esercizi 2011-2015 - Principali evidenze reddituali, patrimoniali e occupazionali nelle telecomunicazioni e nei servizi postali e di corriere espresso" realizzato dall'Autorità e disponibile alla pagina web <http://www.agcom.it/focus>.

Per quanto riguarda la forza lavoro, nel 2016, dopo la sostanziale invarianza registrata nel 2015, si è registrata una flessione degli addetti dell'ordine del 2%, per effetto soprattutto della razionalizzazione dei processi aziendali messa in atto dalle principali imprese.

Le dinamiche del settore

Nel 2016, come già accennato in precedenza, dopo il *trend* di riduzione registrato a partire dal 2006, le risorse degli operatori di telecomunicazione mostrano una lieve ripresa (Figura 2.1.2): la crescita è risultata mediamente pari allo 0,2%, ed è da attribuirsi ai servizi di rete mobile (+2,4%) il cui incremento, infatti, più che compensa la riduzione registrata per i servizi di rete fissa (-2%).

Se si osserva la spesa dell'utenza residenziale e affari (Figura 2.1.3), si nota un andamento molto si-

mile a quello dei ricavi complessivi: a fronte di una crescita media di circa l'1%, la spesa in servizi di rete fissa evidenzia una riduzione pari all'1,3%, mentre quella in servizi di rete mobile registra una crescita pari al 2,9%.

L'andamento dei ricavi delle due principali tipologie di servizi, telefonia vocale e accesso a banda larga, testimonia la strutturale dicotomia che ha caratterizzato l'evoluzione del settore negli ultimi anni (Figura 2.1.4). Infatti, mentre nel 2011 gli introiti derivanti da servizi voce risultavano ampiamente superiori a quelli derivanti da servizi dati (17,17 miliardi di euro rispetto a 9,55 miliardi), nel 2015 i ricavi sono arrivati a eguagliarsi, raggiungendo valori prossimi ai 10,5 miliardi di euro, mentre lo scorso anno si è registrato il "sorpasso": i ricavi da servizi dati, infatti, hanno raggiunto gli 11 miliardi di euro mentre quelli da servizi voce sono diminuiti al di sotto dei 10 miliardi.

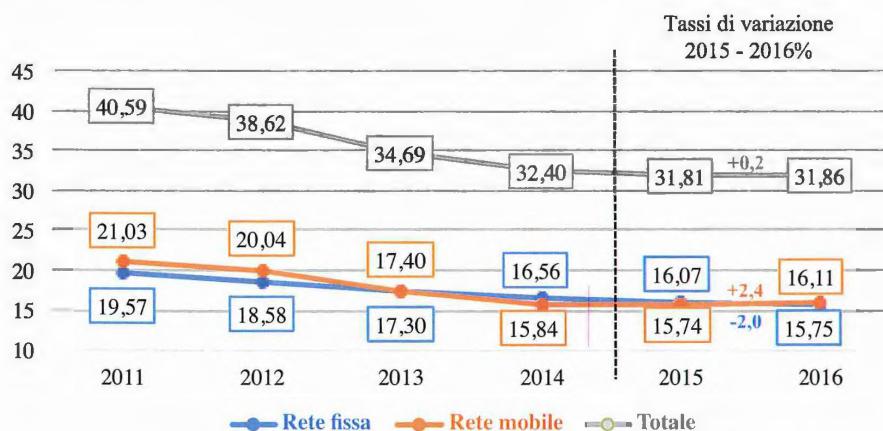


Figura 2.1.2 - Telecomunicazioni fisse e mobili: ricavi complessivi (miliardi di €)⁴⁸

⁴⁸ I dati relativi alle telecomunicazioni su rete fissa e mobile si basano su informazioni e stime che si riferiscono a un campione di imprese. Con riferimento all'anno 2016, sia per la figura in oggetto che per le figure e tabelle successive, si evidenzia come i dati possano non risultare completamente omogenei e, pertanto, non direttamente confrontabili con quanto indicato nella Relazione annuale 2016. In alcuni casi, infatti, le imprese hanno operato integrazioni e riclassificazioni dovute sia a variazioni nelle metodologie di calcolo (ad esempio i *driver* per l'attribuzione dei ricavi o degli investimenti), sia a mutamenti dei perimetri di attività economica aziendale (è questo il caso, in particolare, per quanto riguarda la fusione WindTre). Ciò ha determinato aggiustamenti in termini di importi economici talvolta di entità anche non marginale. Inoltre, nelle tabelle e figure che seguono, nel caso di dati espressi in valore, per mere ragioni di arrotondamento, la somma dei singoli addendi potrebbe non coincidere con il risultato complessivo, così come i valori relativi alle variazioni percentuali potrebbero non essere del tutto corrispondenti al calcolo effettuato sui dati indicati nelle tabelle. I ricavi lordi sono dati dalla somma della spesa finale della clientela residenziale e affari, nonché dai ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori. Salvo diversa indicazione i dati di natura economica includono anche i dati relativi agli operatori mobili virtuali e ai fornitori di servizi *Fixed Wireless Access*.

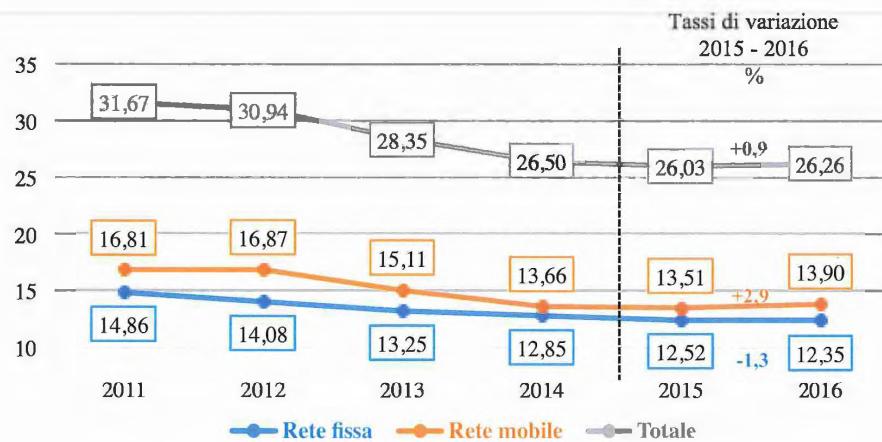
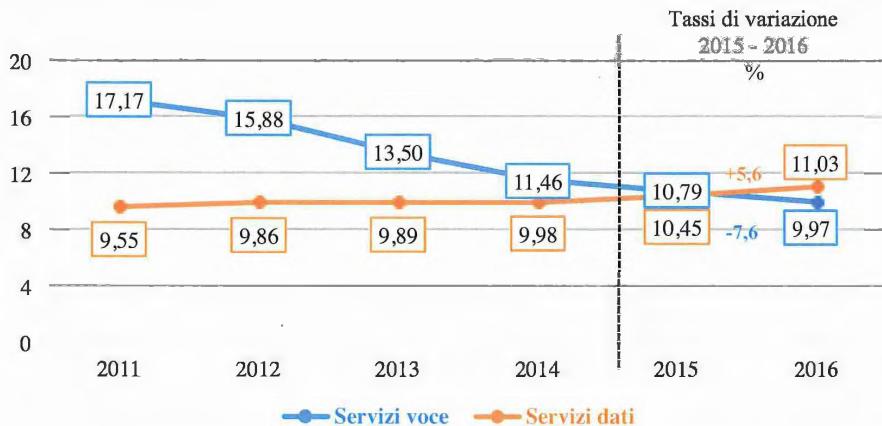


Figura 2.1.3 - Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di €)

Figura 2.1.4 - Telecomunicazioni fisse e mobili: ricavi da servizi *retail* voce e dati (miliardi di €)

I ricavi da servizi *wholesale* continuano nel complesso a diminuire (-3,1%), ma è da evidenziare come tale flessione abbia interessato, nel corso del 2016, principalmente i ricavi da servizi di rete fissa (-4,6%). I ricavi da servizi di rete mobile, infatti, sono diminuiti solo dello 0,9%, attestandosi su 2,21 miliardi di euro (Figura 2.1.5).

La dinamica dei ricavi dei servizi intermedi di rete fissa è legata sostanzialmente alla stabilizzazione dei prezzi dei servizi *wholesale* derivante dal processo di consolidamento del percorso regolamentare intrapreso dall'Autorità nel 2013 e conclusosi, nel 2015, con la delibera di analisi dei mercati dell'accesso n. 623/15/CONS, nonché alla riduzione dei volumi dei servizi intermedi che fanno maggior uso di in-

frastrutture dell'operatore *incumbent*. Quest'ultimo è del resto un fenomeno destinato ad assumere sempre più rilievo in futuro in ragione della diffusione di servizi all'ingrosso di nuova generazione i quali, per potere essere utilizzati, richiedono maggiori investimenti in infrastrutture proprietarie da parte degli operatori concorrenti dell'*incumbent*, come ad esempio il ricorso ai servizi di *sub-loop unbundling* che, durante il 2016, hanno registrato una crescita in volume di oltre l'80%. Alla dinamica dei ricavi da servizi all'ingrosso di rete fissa ha certamente contribuito la riduzione dei prezzi dei servizi di interconnessione di rete fissa e la riduzione dei volumi dei servizi di accesso *wholesale* tradizionale (ULL, VULL, *shared access*, WLR e *bitstream*).

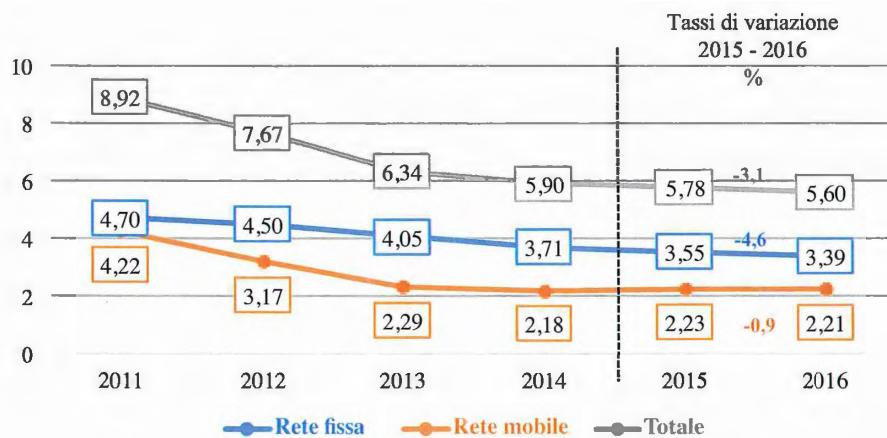


Figura 2.1.5 - Telecomunicazioni fisse e mobili: ricavi dei servizi intermedi (miliardi di €)

Sulla dinamica dei ricavi da servizi di rete mobile ha invece inciso il percorso regolatorio dei prezzi dei servizi di terminazione su rete mobile, che prevede un assestamento del prezzo a 0,98 centesimi al minuto in via simmetrica per tutti gli operatori (delibera n. 497/15/CONS).

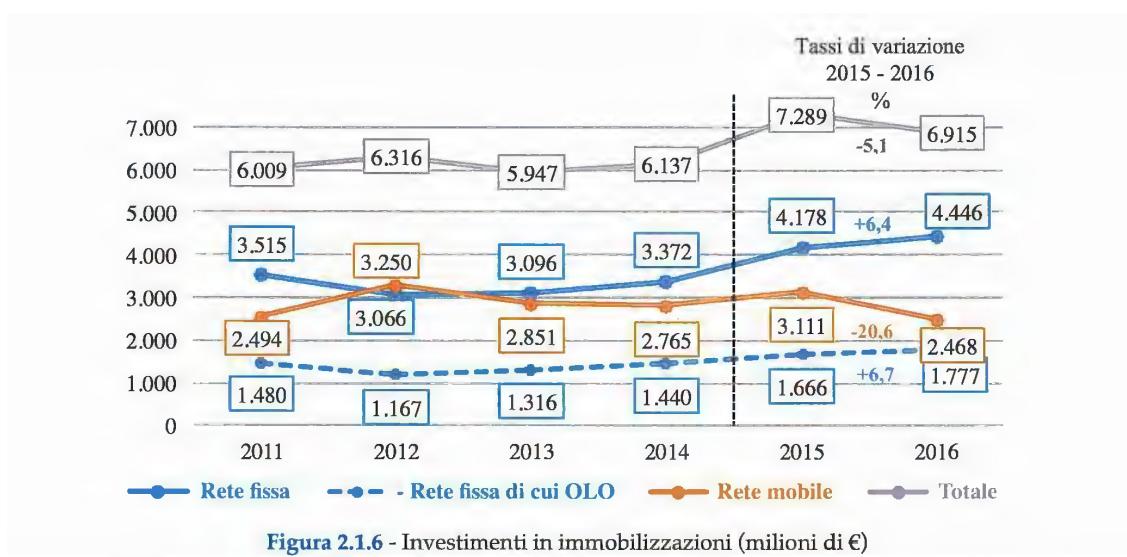
L'andamento dei ricavi *retail* per tipologia di clientela (Tabella 2.1.2) mostra una riduzione, su base annua, per il segmento affari (-2,5%), e un aumento per quello residenziale (2,5%). La dinamica crescente di tale componente dei ricavi *retail* appare dovuta non tanto ai servizi di rete fissa, rimasti sostanzialmente invariati (+0,2%), quanto a quelli su rete mobile (+3,8%), trainati dalla crescita dei servizi e delle applicazioni *online* che ha determinato una forte impennata nell'utilizzo di Internet da parte degli utenti.

Tabella 2.1.2 - Spesa finale per tipologia di clientela (miliardi di €)

	2015	2016	Var. % 2015/2016
Rete fissa	12,52	12,35	-1,3
- Residenziale	6,65	6,66	0,2
- Affari	5,87	5,69	-3,0
Rete mobile	13,51	13,90	2,9
- Residenziale	11,11	11,53	3,8
- Affari	2,40	2,37	-1,2
Totale	26,03	26,26	0,9
- Residenziale	17,76	18,20	2,5
- Affari	8,27	8,06	-2,5

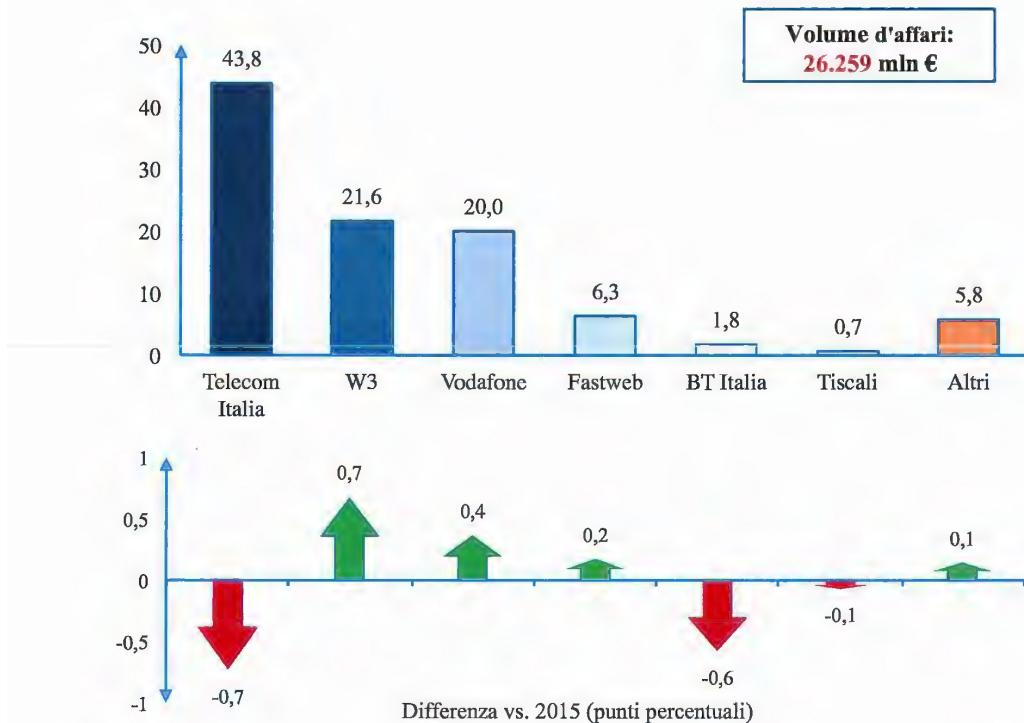
Gli investimenti complessivi in infrastrutture (Figura 2.1.6) mostrano nel 2016 una riduzione di poco superiore al 5% rispetto al periodo precedente. A tal proposito, è possibile osservare due distinte e opposte dinamiche: le attività d'investimento nella rete fissa sono aumentate di circa il 6% e, come accennato in precedenza, sono, tra l'altro, il risultato dell'attivismo degli operatori concorrenti all'*incumbent* (con una crescita del 6,7%) che puntano decisamente verso un maggior livello di infrastrutturazione. Gli investimenti in reti mobili, invece, mostrano una consistente riduzione (-20,6%) che comunque sembra essere la naturale conseguenza dei rilevanti impegni registrati negli anni precedenti per il completamento delle reti 4G. Restano stabili e marginali gli investimenti degli MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*), mentre assumono rilevanza gli investimenti realizzati dagli operatori FWA che, grazie ad un aumento superiore al 50%, nel 2016 hanno raggiunto i 220 milioni di euro complessivi.

Con riferimento alla distribuzione della spesa per servizi di rete fissa e mobile delle famiglie e delle imprese tra i principali operatori (Figura 2.1.7), nel 2016 si osserva una relativa stabilità rispetto all'anno precedente. Cresce, anche se in misura inferiore al punto percentuale, il volume di affari di WindTre (+0,7), Vodafone (+0,4) e Fastweb (+0,2), mentre arretrano Telecom Italia (-0,7), BT Italia (-0,6) e Tiscali (-0,1). Il peso dei primi tre operatori è complessivamente in aumento, rispetto all'anno scorso, arrivando a rappresentare l'85,4% della spesa complessiva, rispetto al 78,6% del 2015, per effetto,



principalmente, della fusione tra Wind e H3G. In merito, come già anticipato, si fa presente che da gennaio 2017 ha dato avvio alla propria attività il nuovo operatore integrato WindTre, nato dalla fusione di Wind Telecomunicazioni (Gruppo Vimpel-

Com) e H3G (gruppo CH Hutchison). I dati esposti nel prosieguo fanno quindi riferimento alla nuova azienda (denominata WindTre o W3) e sono ottenuti cumulando, per l'anno 2016, i valori relativi ai due operatori.



II servizi di comunicazione nell'esperienza di individui e imprese

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha dato ampio impulso alle attività di collaborazione con le Università volte, tra l'altro, all'analisi e all'approfondimento di temi di natura giuridica, sociologica e tecnico-economica rientranti nelle materie di interesse istituzionale (cfr. Capitolo IV).

In tale prospettiva, mettendo a frutto il patrimonio informativo acquisito nell'ambito del programma di ricerca "Servizi e contenuti per le reti di nuova generazione" (Screen), sono stati predisposti alcuni studi sulle abitudini e l'esperienza di consumo, da parte di individui e imprese, di diverse tipologie di servizi di comunicazione: servizi di telecomunicazioni fisse e mobili, Internet e servizi postali e, più in generale, beni e servizi digitali. Queste analisi si propongono di alimentare il dibattito sulle tendenze attuali e prospettive in una società che si orienta sempre più verso la comunicazione digitale.

Due sono le condizioni propedeutiche all'utilizzo di servizi innovativi: il possesso di *device* che consentono comunicazioni *"anywhere and anytime"* e l'accesso alla rete. I risultati dell'indagine condotta sugli individui mettono in evidenza che la penetrazione di uno *smartphone* e/o un cellulare risulta essere molto elevata (94,1%); parimenti è in forte crescita anche il consumo dei dati in mobilità, sia in termini di numero di SIM abilitate al traffico, sia in termini di volumi di traffico. Le imprese, al contrario degli individui, tendono ad utilizzare maggiormente strumenti di rete fissa, come il telefono fisso (91%) e il *personal computer* fisso (86,1%), mentre il tasso di penetrazione dei *device* che possono essere utilizzati in mobilità è più contenuto (Figura 1).

Relativamente alla possibilità di accedere a Internet, gli individui che nella fascia d'età 14-74 anni hanno dichiarato di disporre di tale accesso (da casa e/o dal luogo di lavoro) sono pari al 74%, con marcate differenze generazionali: se nella fascia più anziana della popolazione (65-74 anni) solo 33 individui su 100 accedono a Internet, nella fascia più giovane (14-34 anni) tale per-



Figura 1 - Disponibilità di *device* da parte di individui e imprese

centuale sale al 92%. Internet presenta anche un'elevata capacità di *engagement* in quanto, tra gli individui che dispongono di una connessione, più del 70% di essi si collega praticamente ogni giorno. La rilevanza che Internet ha assunto nella vita quotidiana trova ampia conferma in quanto l'accesso alla rete è ritenuto un servizio indispensabile da oltre il 90% della popolazione, più dei servizi di comunicazione tradizionali, come i servizi di telefonia vocale, ritenuti indispensabili dall'86% della popolazione.

Il solo fattore generazionale non spiega completamente il *gap* che l'Italia mostra, rispetto ad altri Paesi dell'Europa, nella penetrazione e diffusione tra la popolazione dei più moderni strumenti di comunicazione. Dalle analisi condotte, infatti, si evince che le caratteristiche legate alla conoscenza, misurate dal livello di istruzione, producono un significativo impatto sulla diffusione della "cultura digitale"; in altri termini, a parità di classe di età, un più elevato livello di conoscenza aumenta la probabilità di un maggior uso delle tecnologie digitali.

L'indagine condotta sulle imprese evidenzia che la disponibilità di accesso a Internet è maggiore di quella rilevata tra gli individui (90% vs. 74%). Lo spaccato per classi dimensionali, definite in base al numero di addetti, evidenzia come l'accesso di piccole (10-49 addetti) e medie (50-249 addetti) imprese presenta carattere di universalità, mentre si osserva ancora l'esistenza di un certo margine di diffusione tra quelle micro (<10 addetti).

Sull'importanza che le imprese attribuiscono ad alcuni servizi di comunicazione, i dati mo-

strano come Internet non fa del tutto parte del patrimonio culturale delle piccole e medie imprese italiane; infatti circa un quarto attribuisce una scarsa importanza ai servizi Internet, mentre il primo posto, in termini di importanza, è occupato dai servizi di telefonia vocale fissa e mobile (84%). Il dato sull'importanza percepita dei servizi in rete conferma la maggior fatica delle imprese a riconoscere le opportunità offerte dalla rete.

Le imprese, rispetto ai consumatori, sembrano reagire più lentamente ai cambiamenti che negli ultimi anni, con ritmi sempre crescenti, hanno interessato il mondo delle comunicazioni. Mentre gli individui risultano sostanzialmente allineati ai modelli di accesso e utilizzo dei nuovi servizi di comunicazione, e ciò emerge in particolare per le generazioni più giovani, il mondo delle piccole e medie imprese si muove ancora a un passo molto lento.

La diffusione delle tecnologie digitali ha introdotto una serie di cambiamenti anche nel rapporto con i servizi postali: se da un lato si rileva un calo di volumi nelle spedizioni di corrispondenza cartacea (lettere, documenti, ecc.) per effetto dell'affermazione delle comunicazioni elettroniche (*e-substitution*), dall'altro lato, le nuove abitudini di consumo, legate alla diffusione dell'*e-commerce*, hanno condotto a un incremento della domanda di servizi di corriere espresso per la consegna di pacchi (cfr. paragrafo 2.3).

Sebbene la tipologia di spedizione più comune in Italia sia la lettera – nella forma di corrispondenza privata o di lettere formali ad organizzazioni e individui – più di un terzo delle imprese italiane ha dichiarato di avere ridotto, nel corso dell'ultimo anno, l'utilizzo dei servizi postali di tipo tradizionale. Le modalità di comunicazione che si sono sostituite all'invio di lettere e cartoline sono in larghissima parte da rinvenire fra la posta elettronica (88,4%) o la sua variante di posta certificata (50,1%) (Figura 2). A livello di popolazione la riduzione nell'utilizzo di servizi postali tradizionali interessa un quinto degli individui. Anche in questo caso la posta elettronica (69,7%) o la sua variante di posta certificata (19,9%) prendono il posto degli invii tradizionali.

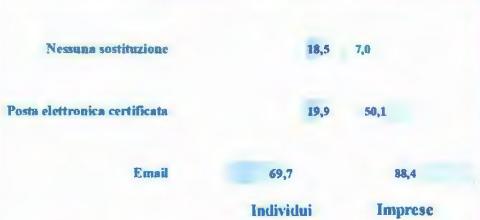


Figura 2 - Forme sostitutive dei servizi postali tradizionali tra individui e imprese che hanno ridotto l'uso di servizi postali tradizionali (%)

Il rapido susseguirsi di innovazioni tecnologiche, con le conseguenti modifiche nelle pratiche d'uso e nelle modalità di fruizione dei servizi, stimolano l'Autorità a interrogarsi sull'efficacia degli interventi regolatori: sia quelli di tutela (trasparenza delle informazioni, regole sicure per il passaggio da un operatore ad un altro, norme sui contratti, ecc.), sia quelli volti a rendere l'utente stesso più consci dei vantaggi che un mercato concorrenziale mette a disposizione.

In tal senso, uno degli aspetti oggetto di interesse è il livello di soddisfazione, inteso come misura del benessere, che individui e imprese attribuiscono ai servizi. La conoscenza del grado di soddisfazione rappresenta anche uno strumento per la definizione di nuovi azioni regolatorie, oltre che per il miglioramento di quelle già esistenti. Dall'analisi emerge, nel complesso, l'esistenza di una elevata percentuale di individui e imprese che si dichiarano soddisfatti dei servizi di comunicazione (Figura 3).

Tali risultanze sono indicative da un lato del buon funzionamento dei mercati delle comunicazioni, in cui i servizi sono offerti al pubblico con un soddisfacente rapporto qualità/prezzo, dall'altro di un legame molto forte tra fornitori di servizi e consumatori, basato sulla fiducia e sulla lealtà. Tale risultato trova riscontro anche nel fatto che più dell'80% di coloro che ritiene soddisfacente il rapporto con il proprio operatore non ha cambiato fornitore di telefonia.

In relazione al cambio di operatore di telefonia, tra coloro che hanno dichiarato il passaggio ad altro operatore, i dati suggeriscono che oltre al fattore economico, chiamato in causa da quasi il 70% degli individui e da più di due terzi delle



imprese, rilevano anche altri fattori, come la presenza di disservizi o la ricerca di servizi più consoni alle esigenze personali o imprenditoriali.

I dati sembrano suggerire un aumento della consapevolezza nelle proprie scelte e quindi la rilevanza del concetto di *"consumer empowerment"*, inteso come quell'insieme di processi in grado di aumentare il livello di informazione e di conoscenza, il potere contrattuale, la capacità di comunicare con i fornitori di servizi e di trasferire i propri *desiderata* e, quindi, di influenzare le scelte degli operatori rendendo, di fatto, gli utenti dei servizi soggetti attivi nel mercato.

I mercati di rete fissa

Nel 2016 si osserva, anche se con intensità inferiore allo scorso anno, una flessione negli introiti *retail* dell'1,3%, attribuibile principalmente alla ri-

duzione dei ricavi da servizi di telefonia vocale (-11,9%), come indicato in Figura 2.1.8. Più nello specifico, per i servizi di telefonia vocale i volumi si sono ridotti dell'8,9%, attestandosi su 45,1 miliardi di minuti: il traffico su rete fissa nazionale si è ridotto del 12,7%, mentre l'unica diretrice a crescere è stata quella relativa alle chiamate verso la rete mobile (+5,2%). Come già segnalato nella scorsa Relazione annuale, tale fenomeno può in parte essere ricondotto alla progressiva affermazione delle offerte integrate di servizi fisso-mobile proposte dagli operatori presenti sia nel mercato della telefonia fissa, sia in quello della telefonia mobile, nonché alle offerte *bundle* voce-dati degli operatori FWA.

I ricavi derivanti dai servizi dati, invece, evidenziano una crescita del 4,4%, valore sostanzialmente in linea con quanto osservato lo scorso anno. Tale dinamica è riconducibile sia all'aumento degli abbonamenti *broadband* su rete fissa, la cui consistenza media nel corso del 2016, pari ad oltre 15,27 milioni, è aumentata di quasi il 4%, sia alla crescita della porzione di abbonamenti che prevedono prestazioni di nuova generazione, in particolare connessioni a velocità elevate, per i quali, solitamente, viene corrisposto un cd. *premium price* (Tabella 2.1.3).

A tal proposito, si stima che i ricavi medi mensili per i collegamenti a banda larga siano compresi tra i 24 euro per quelli con prestazioni inferiori a 10 Mbit/s e i 42 euro per i collegamenti con velocità superiore a 30 Mbit/s, valori che, rispetto al 2015, risultano sostanzialmente stabili per i primi e in decisiva riduzione per i secondi. È inoltre interessante evidenziare come la consistenza media annua in termini percentuali degli accessi *broadband* con velocità superiore a 10 Mbit/s sia passata dal 29,1% del 2015 al 42,6% dello scorso anno.

L'aumento degli abbonati e della velocità media di connessione ha indotto una crescita del traffico dati su rete fissa, che a fine 2016 ammonta a circa 12.400 Petabyte, un valore superiore del 40% rispetto al traffico dell'anno precedente.

Relativamente al quadro competitivo del mercato dei servizi *broadband* offerti a famiglie e imprese, la quota di mercato di Telecom Italia continua a ridursi attestandosi, a fine 2016, al 45,9% delle li-

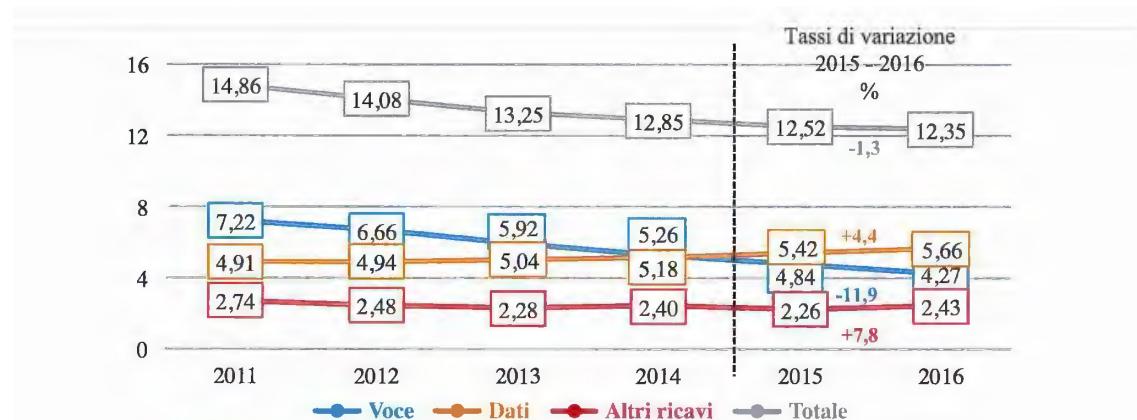
Figura 2.1.8 - Rete fissa: spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di €)⁴⁹

Tabella 2.1.3 - Accessi e ricavi broadband per classe di velocità (%)

	2015	2016	Diff.
Numero di accessi			
< 10 Mbit/s	70,9	57,3	-13,6
≥ 10 e < 30 Mbit/s	23,1	31,0	7,9
≥ 30 Mbit/s	6,0	11,6	5,7
Totale	100,0	100,0	
Ricavi			
< 10 Mbit/s	59,5	49,2	-10,4
≥ 10 e < 30 Mbit/s	29,6	33,5	3,9
≥ 30 Mbit/s	10,8	17,3	6,5
Totale	100,0	100,0	

nee; si tratta di una riduzione di 1,1 punti percentuali rispetto al 2015 (Figura 2.1.9)⁵⁰.

I fattori socio-culturali e demografici che caratterizzano la diffusione, in Italia, delle tecnologie dell'informazione, e di Internet in particolare, sembrano confermare la propria importanza nel guidare il percorso evolutivo di tali innovazioni: il 90,7% delle famiglie in cui vi è almeno un minorenne dispone di connessione a banda larga (fissa e mobile), rispetto all'88% del 2015, ma solo il 20,7% (18% del 2015) delle famiglie con ultrasessantacinquenni dispone di un accesso broadband. Allo stesso tempo, il 91,6% (89,4% nel 2015) delle famiglie con almeno un componente laureato ha una connessione a



Figura 2.1.9 - Quota di mercato di Telecom Italia nei servizi a larga banda retail (%)

⁴⁹ Nota esplicativa alla figura: i) nei servizi "Voce" sono inclusi introiti da servizi di accesso, da fornia (locale, nazionale, internazionale, fisso-mobile), Internet dial up, ricavi netti da servizi a numerazione non geografica e da telefonia pubblica; ii) nei servizi "Dati" sono inclusi quelli provenienti dalle reti a larga banda, inclusi canoni e servizi a consumo, servizi commutati di trasmissione dati e circuiti diretti affittati a clientela finale (esclusi OAO), ricavi da servizi M2M; iii) nella voce "Altri ricavi" sono inclusi i ricavi da vendita/noleggio di apparati, terminali e accessori e altre tipologie di ricavo non espressamente considerate in precedenza.

⁵⁰ I dati riportati si basano su quelli richiesti nell'ambito dell'aggiornamento della reportistica europea sulla banda larga.