

COMMISSIONE IX
TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

26.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 14 GENNAIO 2015

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE **IVAN CATALANO**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Angelini Massimo, <i>Direttore Pubbliche relazioni di Wind Telecomunicazioni SpA</i> ...	3, 9
Catalano Ivan, <i>Presidente</i>	3	Bruno Franco (Misto-MAIE-API)	9
INDAGINE CONOSCITIVA SUL SISTEMA DEI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI E RADIOFONICI		De Lorenzis Diego (M5S)	8
		Mura Romina (PD)	8
		Nizzi Settimo (FI-PdL)	7
Audizione di rappresentanti di Wind Telecomunicazioni SpA:		ALLEGATO: Documentazione depositata dai rappresentanti di Wind Telecomunicazioni SpA	15
Catalano Ivan, <i>Presidente</i>	3, 7, 9, 14		

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Partito Democratico: PD; MoVimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Il Popolo della Libertà - Berlusconi Presidente: (FI-PdL); Area Popolare (NCD-UDC): (AP); Scelta Civica per l'Italia: (SCpI); Sinistra Ecologia Libertà: SEL; Lega Nord e Autonomie: LNA; Per l'Italia-Centro Democratico (PI-CD); Fratelli d'Italia-Alleanza Nazionale: (FdI-AN); Misto: Misto; Misto-MAIE-Movimento Associativo italiani all'estero-Alleanza per l'Italia: Misto-MAIE-ApI; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling; Misto-Partito Socialista Italiano (PSI) - Liberali per l'Italia (PLI): Misto-PSI-PLI.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
IVAN CATALANO

La seduta comincia alle 14.10.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

**Audizione di rappresentanti
di Wind Telecomunicazioni SpA.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul sistema dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, l'audizione di rappresentanti di Wind Telecomunicazioni SpA.

Ringrazio il dottor Massimo Angelini, direttore pubbliche relazioni di Wind Telecomunicazioni SpA, per aver accolto l'invito della Commissione e gli do la parola per lo svolgimento della relazione.

MASSIMO ANGELINI, *Direttore Pubbliche relazioni di Wind Telecomunicazioni SpA*. Intanto buon pomeriggio a tutti. Ringrazio la Commissione per averci dato questa opportunità.

È un momento particolare e delicato anche per il mondo delle telecomunicazioni, quindi credo che sia importante avere questo spazio per poter raccontare come si sta evolvendo il settore, e in modo particolare per dire come stiamo andando noi, prima di entrare nel merito degli argomenti che sono oggetto di questa indagine conoscitiva.

Non vi voglio annoiare, ma credo che sia giusto inquadrare due o tre aspetti che riguardano Wind, quindi vi faccio brevemente un po' di storia per rappresentarvi chi siamo — anche se sicuramente ci conoscete molto bene —, mettendovi a contorno alcuni dati che stanno a testimoniare i risultati che abbiamo realizzato negli ultimi anni.

Come probabilmente ricorderete, Wind nasce nel 1997 da una *joint-venture*, all'epoca, di Enel, France Télécom e Deutsche Telekom. Vince la gara come terzo gestore radiomobile nel 1998 e il servizio viene lanciato il primo marzo del 1999.

Dopo pochi mesi, Deutsche Telekom esce dall'azionariato e, poco più avanti, esce anche France Télécom. Nel frattempo, Wind acquisisce, da Mannesmann, Infostrada, che diventa il secondo *brand* sul fisso, e mantiene questa compagine azionaria fino al 2005, quando viene venduta ad Orascom, di proprietà del magnate egiziano Naguib Sawiris.

Fino al 2011 rimane nell'ambito del gruppo Orascom e poi viene venduta agli attuali azionisti. L'azienda si chiama VimpelCom ed è una *holding*, un gruppo presente in quattordici Paesi, fra cui l'Italia. I due azionisti principali sono i russi di Altimor, una conglomerata russa che opera in diversi settori, dall'energia, alle *construction*, alle telecomunicazioni, e i norvegesi di Telenor.

Una quota parte delle azioni fluttuano da sempre al NASDAQ. Prima erano quotate a Wall Street, a New York; da un anno e mezzo, invece, sono quotate al NASDAQ.

Come dicevo, VimpelCom è presente in quattordici Paesi. La sua storia è molto semplice, perché nasce nella ex Unione Sovietica, in Russia, come operatore, con il

marchio Beeline, ancora presente. Si sviluppa prevalentemente in quelle che avremmo definito una volta come ex repubbliche socialiste sovietiche, quindi è presente in Ucraina, in Armenia, in Kazakistan e negli altri Paesi di quell'area. Quando, nel 2011, acquisisce Orascom e Wind da Naguib Sawiris, è presente anche in un certo numero di Paesi emergenti che sono l'Algeria, il Pakistan, il Bangladesh e quant'altro; questo per darvi una fotografia del gruppo.

Vi riporto qualche dato numerico per quanto riguarda Wind, così inquadrando come è l'azienda oggi, ma soprattutto qual è stata la traiettoria che ha seguito negli ultimi anni.

Attualmente siamo presenti con i nostri due marchi, sul mobile con Wind e sul fisso con Infostrada. Nel mondo del mobile, abbiamo circa 22 milioni di clienti; mentre nel fisso ne abbiamo circa 2.900.000.

I 22 milioni di clienti del mobile ci consentono di avere una quota di mercato, in totale, intorno al 25 per cento. Dico in totale perché, se enucleassimo soltanto il segmento residenziale, quello che chiamiamo il mondo *consumer*, la quota di mercato di Wind sarebbe intorno al 28 per cento, quindi ormai molto vicina a quella dei due operatori principali: il primo, l'ex *incumbent* Telecom Italia mobile, e il secondo che è Vodafone.

Abbiamo raggiunto questi risultati in termini di quote di mercato, ma, se facciamo un breve salto a sette o otto anni fa, la situazione era profondamente diversa. Allora avevamo una quota intorno al 15-16 per cento, quindi in questi anni siamo riusciti a rosicchiare una *market share* rilevante agli altri operatori, fino a raggiungere il dato che vi ho appena detto.

Per quanto riguarda il fisso, siamo l'operatore alternativo a Telecom Italia più grande, con circa 2,9 milioni clienti. Inoltre, di questi 2.850.000, 2,4 milioni circa sono clienti in accesso diretto, che operano cioè direttamente sull'infrastruttura di rete Wind. Anche sul fisso il marchio Infostrada storicamente si afferma come primo, ancor prima che l'azienda venisse

acquisita da Wind, e oggi è molto conosciuto e molto riconosciuto sul mercato.

Faccio due considerazioni su questo mercato di riferimento, sul mondo delle telco, perché credo che sia giusto ricordare brevemente qualche numero. Questa è un'*industry* che, negli ultimi quattro anni, come tutti quanti voi ben sapete, ha perso circa — guardando soltanto al segmento mobile — 6 miliardi di fatturato. Il fatturato di questa *industry* si aggirava intorno ai 20 miliardi di euro nel 2010 e si è attestato, lo scorso anno, appena sotto i 14 miliardi di euro.

Questa perdita significativa di fatturato è legata a due fenomeni, uno dei quali è regolamentare. Come sapete, infatti, il nostro Paese si è adeguato a una direttiva dell'Unione europea relativa a un costo tecnico, ossia le tariffe di terminazione mobile, da cui consegue circa il 50 per cento della riduzione di fatturato complessivo dell'*industry*.

Il restante 50 per cento, invece, è figlio di un'accesa competizione sui prezzi che, soprattutto negli ultimi due anni, ha visto tutti gli operatori svolgere un'azione molto incisiva.

Se guardo i numeri di Wind, credo che vi siano due o tre questioni importanti da sottolineare. Abbiamo chiuso il 2013 — il 2014 lo stiamo chiudendo adesso e, pur non essendo un'azienda quotata, i nostri risultati di bilancio saranno disponibili, come sempre, all'inizio della primavera e dell'anno — con un fatturato che sfiora i 5 miliardi di euro e con un EBITDA di poco al di sotto dei 2 miliardi di euro. Va sottolineato un fatto per noi assolutamente rilevante, ossia che la marginalità della nostra azienda totale, quindi l'EBITDA sui ricavi, viaggia ormai al di sopra del 39 per cento, quindi con una marginalità estremamente interessante.

Se guardo anche gli altri due indicatori che sono fondamentali per analizzare come va l'azienda, e soprattutto il suo livello di investimento, Wind negli ultimi anni investe mediamente 850 milioni di euro l'anno sulla rete fissa e mobile. Tuttavia, il dato significativo da sottolineare è il fatto che l'azienda genera, da

sette o otto anni a questa parte, più di un miliardo di euro di *cash flow* operativo.

Prima di entrare nel merito dell'indagine e di questa audizione, svolgo due riflessioni che mi danno anche la possibilità di avvicinarmi al tema in oggetto. Tali osservazioni non riguardano solo o tanto Wind, ma il settore. Stiamo dentro un processo, che noi chiamiamo di evoluzione digitale, estremamente spinto. Ciò significa che oggi è in corso — e i dati stanno lì a testimoniarlo — un uso del fisso, ma soprattutto del mobile, piuttosto rilevante per quanto riguarda l'utilizzo dei servizi digitali.

Se guardiamo al nostro Paese, ci rendiamo conto che gli *smartphone* hanno raggiunto una penetrazione che supera il 40 per cento. Pensate che oggi, tra i possessori di *smartphone* — sono dati assolutamente acclarati —, abbiamo un consumo di servizi decisamente elevato. Immaginate che ormai il 92 per cento delle informazioni che si cercano sul *web* si trovano attraverso *smartphone*. Inoltre, il 30 per cento degli italiani, possessori di *smartphone*, fa acquisti attraverso il mobile.

Sostanzialmente, c'è una crescita dell'uso degli *smartphone* e in generale del *web* che è spintissima da ogni punto di vista; questo si riverbera in due modi sul nostro operato, il primo dei quali è il livello degli investimenti.

Immaginate che noi, come gli altri operatori che hanno vinto la gara LTE, la gara della rete 4G, di quarta generazione, abbiamo predisposto dei piani di *roll out* molto spinti, per quanto riguarda la rete.

Nel corso del 2014, come Wind, abbiamo coperto con la tecnologia LTE e garantendo il cosiddetto 21 megabit, più di 600 Comuni, cioè un livello di qualità della rete piuttosto elevato per oltre il 90 per cento della popolazione, per accompagnare il processo di crescita del traffico dati che è esponenziale.

Se guardiamo agli andamenti e ai *trend* che tutti i grandi *vendors* stanno valutando per quanto riguarda l'incremento della capacità di traffico, parliamo, da qui al 2018, di una domanda di traffico dati che

crescerà nel mondo per oltre il 60 per cento su base annua. Capite, quindi, che per assecondare questa crescita della domanda serve un livello di investimenti adeguato e importante, oltre ovviamente a regole di contorno che consentano di effettuare questo livello di investimenti nel modo che sia il più chiaro, il più tranquillo e anche il più celere possibile per quanto riguarda le aziende.

Se diamo attenzione ai temi che riguardano la nostra capacità di operare e di installare le antenne, abbiamo visto con favore sia quanto stabilito nel decreto « crescita » del 2012, sia le recenti misure prese attraversano lo sblocca Italia e non solo. Sono tutte iniziative, infatti, che vanno verso quella che noi chiamiamo la semplificazione delle procedure, che consentono agli operatori, e a noi in modo particolare, di fare le nostre installazioni, senza le quali — lo ricordo — rischiamo di non assecondare la domanda di traffico che è sempre più stringente.

Oggi, un cittadino italiano, un consumatore medio, fa un uso dello *smartphone*, se osserviamo la tecnologia mobile, estremamente consistente. Ho portato con me qualche dato numerico che vi voglio citare, senza annoiarvi, ma solo per ricordarvi di che cosa stiamo parlando. Ebbene, mediamente, circa il 46 per cento dei possessori di mobile utilizza applicazioni *social* sui propri dispositivi. Quindi, siamo nel mondo della connessione costante, che chiede parallelamente un livello di investimento e di adeguatezza dell'infrastruttura di rete facilmente immaginabile. Ecco perché sottolineiamo il fatto che è fondamentale mettere in condizione tutti di poter effettuare i piani di installazione e di *rolling* della propria rete, nel modo più semplice, tranquillo e celere possibile.

Cosa c'è dentro questa grande fruizione di domanda di traffico? Alcuni aspetti ve li ho esposti prima. Non c'è dubbio che oggi l'attività che gli *over the top*, le grandi aziende, fornitrici di contenuti, svolgono su questa partita è fondamentale. Ciò porta tantissimi clienti ad utilizzare questo

genere di servizio, spingendo la domanda di traffico ai livelli che vi ho appena descritto.

L'altro elemento da evidenziare, dando un rapido sguardo al mondo degli operatori telco e *media*, è che questa spinta è molto forte. In molti casi, sono soggetti che si cominciano a osservare. Chi fornisce contenuti e chi è proprietario delle infrastrutture di rete in molte realtà sta immaginando di fare alleanze, *partnership*, accordi e ormai si sta sempre più affermando la possibilità di garantire offerte che tecnicamente vengono chiamate *quadruple play*, cioè fisso, mobile, Internet e contenuti, che si riescono a garantire ai clienti.

Noi, come azienda presente sia sul fisso che sul mobile, naturalmente spingiamo moltissimo per poter fare queste offerte *all inclusive*, che molti altri operatori hanno seguito e che è la formula con cui una famiglia media riesce a garantire un multi accesso su «n» servizi con un unico contratto.

Oltre a questo tema, che ci sia in questo momento, anche attraverso il mobile, ma non solo, un accesso al *web* poderosissimo, in Italia e nel mondo, è un altro dato e non lo devo certo inventare io. Non c'è dubbio che anche in Italia, come nel resto d'Europa, il *web* sia diventato un vero e proprio mezzo di comunicazione e anche che questo pone una serie di interrogativi e di situazioni che riguardano le aziende circa l'uso che oggi si fa sia dell'accesso che della fruizione dei contenuti.

Quindi, tutte le iniziative che vanno nella direzione di garantire una fruizione la più possibile libera, tranquilla, priva di rischi e pericoli, soprattutto per i soggetti «più deboli» non solo ci vede favorevoli, ma anche, come avvenuto per gli altri operatori, decisamente protagonisti. A tal proposito, penso — volendo citare un fatto — all'attività che abbiamo svolto sul tema del *cyber-bullismo*, del quale si è tanto parlato anche nel nostro Paese e che ha visto gli operatori di rete attenti. Non è un'attività che si conclude, ma è un'attività *rolling*. La portiamo avanti attraverso gli

organismi istituzionali di questo Paese, ma vanno trovate tutte le formule possibili che garantiscano il più tranquillo, libero e sereno accesso ai contenuti del *web*.

Sul tema della fruizione dei contenuti e della gestione del traffico della rete c'è un ulteriore aspetto presente nella nostra memoria che ci preme sottolineare perché è un tema interessante, oggetto del dibattito. Quando si parla di telecomunicazioni, come operatori abbiamo una posizione molto chiara e mi sto riferendo alla famosa neutralità della rete o *net neutrality*. Abbiamo una posizione molto semplice e molto chiara che ascolta quello che gli altri sostengono su questi temi, ma che rispecchia anche il nostro modo di guardare all'uso, che in questo momento si fa, dei contenuti sul *web*.

Diciamo intanto che, per quanto riguarda la neutralità della rete, deve essere garantito il principio di trasparenza ai clienti. Trasparenza, semplicità e chiarezza sono i valori nella nostra offerta, del nostro posizionamento del mercato, quindi immaginate quanto per noi la trasparenza debba essere il principio chiaro in base al quale i clienti, e tutti i cittadini, vanno informati su quello che stanno consumando quando navigano.

L'altro elemento, altrettanto importante per noi, riguarda la possibilità data agli operatori di gestire in maniera intelligente il traffico, ossia in modo ottimizzato, razionale e che sposi i profili di consumo dei nostri clienti.

È evidente che oggi, e sempre di più sul mercato, si potranno acquistare, sia per quanto riguarda il *web*, ma anche il mondo dei *media*, contenuti *premium*. Sarà una tendenza sempre più spinta e anzi sta già avvenendo. Dunque, una gestione intelligente del traffico da parte degli operatori è un altro elemento che va in qualche modo salvaguardato.

Chiudo con un'ultima riflessione che riguarda il tema del digitale, di cui il *web* è uno degli assi portanti. In questo ecosistema, gli operatori di rete stanno giocando una partita fondamentale. Ricordo

che senza l'infrastruttura non parleremmo di *web* e di accesso ai contenuti come stiamo facendo in questo periodo.

Come dicevo, in questo ecosistema gli operatori hanno un ruolo fondamentale; ne siamo assolutamente consapevoli. Da questo punto di vista, noi, forse per primi, abbiamo creato una direzione, un dipartimento della nostra azienda che si chiama Wind digital e che ha la funzione, in prima battuta, di rendere il più semplice e facile possibile la fruizione di contenuti digitali e anche la relazione digitale con il cliente.

Per darvi soltanto un'idea, abbiamo clienti che hanno con noi una relazione quasi esclusivamente digitale. Ciò significa che non chiamano più il nostro *customer care*, ma dialogano con le nostre pagine di *social media* dove è possibile, non solo porre questioni, ma anche risolvere i propri problemi, qualora ci fossero. Sono clienti in grado di acquistare opzioni e piani tariffari direttamente attraverso il *web* e che quindi, in prospettiva, avranno sempre di più una relazione digitale con l'azienda.

Questo non sta avvenendo soltanto per quanto riguarda le telco, ma si verifica, ormai in un modo molto spinto, in tantissimi settori industriali. È in atto quella che molti hanno definito come una vera e propria disintermediazione della catena del valore, nel senso che nelle catene del valore di molti processi di produzione ci sono attori che scompaiono e la relazione tra cliente e azienda diventa la più immediata possibile. Non voglio fare pubblicità a nessuno, ma abbiamo «n» casi che ormai si sono affermati grazie a questo modello di *business*, che è completamente diverso e innovativo rispetto ad altri.

In questo processo, gli operatori di rete hanno un ruolo fondamentale. A mio giudizio, devono essere messi nella condizione di poterlo svolgere al meglio. Servono norme che tutelino i consumatori su tutti i profili della vita normale, del cosiddetto mondo *offline*. Penso, ad esempio, alle regole sulla *privacy* che devono trovare necessariamente una loro adeguata applicazione, per quanto riguarda il mondo digitale.

Tuttavia, in questo momento, si pone secondo me il tema di garantire il più rapido, veloce e agevole processo di sviluppo della rete che è l'unico modo attraverso il quale alla fine possiamo creare quei servizi ai cittadini che possono far crescere moltissimo la domanda digitale, sia verso i beni e i servizi privati, ma anche verso i servizi pubblici.

Questa è una chiave fondamentale. Leggo oggi che c'è la volontà addirittura di eliminare nei prossimi diciotto mesi – ma speriamo convenga nel più breve tempo possibile – la carta, nel rapporto fra cittadino e pubblica amministrazione. Come capite, per fare questo, il livello di infrastrutturazione non è solo fondamentale, ma è proprio la chiave di volta e si chiama banda larga fissa, ma anche banda larga mobile. Credo che questo sia ciò che si giocherà il nostro Paese nell'immediato futuro, non solo dei prossimi diciotto mesi, ma degli anni a venire.

Il digitale può essere, e lo è senz'altro, uno dei motori del nostro sviluppo. Va messo nella condizione di poter operare al meglio.

PRESIDENTE. Do la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti e formulare osservazioni.

SETTIMO NIZZI. Grazie per l'esaustiva relazione. Ci siamo fatti una scorpacciata di dati. Vorrei porre alcune domande, iniziando proprio dall'ultimo problema sollevato, quello della digitalizzazione dei servizi nella pubblica amministrazione, con l'eliminazione della carta.

Lei stesso ha detto che ci vorranno grossi investimenti per far questo, non soltanto da parte della pubblica amministrazione, ma anche delle aziende che dovranno dare i servizi.

Ebbene, l'anno scorso è stata fatta una gara per i servizi di telecomunicazione in questa nostra nazione e sembrerebbe che abbia vinto un vostro concorrente, con uno sconto notevole, ma forse soltanto in Italia si fanno le gare al massimo ribasso. Ormai le pubbliche amministrazioni che vogliono danneggiarsi fanno le gare al

massimo ribasso e non in base alla migliore offerta. Comunque, così è stato deciso. La gara è stata vinta da Tiscali, ma voi siete costretti, per vincere le gare, a proporre la stessa scontistica per dare quei servizi. Pensate realmente che si possano dare i servizi richiesti dalla pubblica amministrazione con una scontistica di quel genere?

In secondo luogo, lei ha parlato della trasparenza dei servizi erogati. Generalmente, quando si stipula un contratto con l'azienda, oppure tra privato e intermediario, parliamo di acquistare una formula, a seconda dei diversi megabit che si vogliono utilizzare in Internet. Si dice sempre «sino a»: sino a sette, sino a venti, sino a trenta, sino a quaranta. In realtà, non sempre viene data effettivamente quella quantità di megabit. Dipende dalla rete e dall'azienda.

Sono questioni di tipo commerciale, ma sarebbe molto meglio se venisse applicata la trasparenza in tutto nel settore, dando megabit effettivi e scrivendo esattamente che si danno cinque megabit, ad esempio, in modo da non creare problemi.

Per quanto riguarda le questioni interne, visto che avete un EBITDA del 39 per cento circa, quindi un guadagno abbastanza consistente, i *call center* li avete in Italia, oppure, come molte altre grandi aziende, sono all'estero? Lo chiedo per curiosità, non perché abbia niente in contrario a tenere i *call center* fuori dall'Italia.

Quanto ai ponti radio, sono tutti vostri, oppure c'è un sistema di connessione e organizzazione con quelli delle altre tre aziende?

ROMINA MURA. Vorrei porre una domanda relativamente ai contenuti che vengono prodotti su Internet, anche se mi rendo conto che, come ha detto lei, bisogna distinguere tra chi gestisce l'infrastruttura e chi produce i contenuti.

Ad ogni modo, all'indomani dei fatti tragici di Parigi, credo che torni di estrema attualità il rapporto che deve esserci fra la libertà di accedere alla rete, di inserirvi contenuti che sono espressione di libero pensiero e, dall'altra parte, la necessità di

garantire la sicurezza dei cittadini anche in termini di — non voglio utilizzare la parola limite che non mi appartiene culturalmente, quando si parla di informazione — verifica del fatto che i contenuti non siano un'istigazione ad atteggiamenti che rasentano l'illegalità.

Dico questo perché, in questi giorni, sono stati diffusi dati e svolti ragionamenti relativi al fatto che, per esempio nel caso del terrorismo fondamentalista islamico, spesso l'organizzazione avviene attraverso la rete. Quindi, è vero che bisogna distinguere, come avete detto, fra chi produce i contenuti e chi gestisce l'infrastruttura, e che voi non potete essere considerati i «gendarmi della rete» — così vi siete definiti nella relazione. La scuola, le famiglie, le istituzioni hanno il compito di educare a leggere, interpretare e seguire quanto detto dalla rete, però ritengo che anche gli operatori, soprattutto i principali, che vantano diversi milioni di utenti, debbano assumersi una responsabilità nella gestione dei contenuti e nel «controllo» che i contenuti diffusi non siano palesemente pericolosi per i cittadini e gli utenti.

Quindi, secondo me, occorrerebbe che gli operatori, senza un intervento legislativo, assumessero una sorta di decalogo di atteggiamenti di protezione rispetto agli utenti.

DIEGO DE LORENZIS. Ringrazio gli intervenuti. Ho delle domande molto precise, perché sono argomenti che mi interessano personalmente, ma che coinvolgono anche, indirettamente, il Parlamento. Come sapete, infatti, abbiamo una Commissione, voluta dalla Presidente Boldrini, sul *bill of rights*. Quindi, volevo avere delucidazioni in merito e probabilmente i chiarimenti che vi chiederò saranno anche oggetto di dibattito nel momento in cui sarete auditi dalla direttamente Commissione.

Si è detto che c'è una tendenza che vede saldarsi gli *over the top* e gli operatori telco. Volevo sapere se voi, nello specifico, avete già qualche relazione in atto con gli *over the top*, se avete intenzione di stringere accordi commerciali o se il vostro

business sta provando a muoversi su settori contigui di produzione multimediale o di altro tipo che possa differenziare la vostra attività, non solo come operatore telco.

La seconda riflessione che è stata fatta riguardava la *net neutrality*. Mi sembra che la posizione sia molto chiara, però non tanto condivisibile, nel senso che immaginiamo che questa neutralità non fosse garantita in passato e probabilmente l'affermarsi di compagnie come la vostra non sarebbe potuta avvenire. Quindi, alla luce di un'analisi così banale, nel momento in cui ci sono delle situazioni di predominio e di controllo di un'infrastruttura, in questo caso di Internet, ma anche di telefonia o di altro tipo, autostradale, di trasporto di gas o di qualunque infrastruttura possiamo immaginare, mi chiedo se la presenza di questi operatori non possa costituire una barriera all'ingresso di nuovi operatori e di innovatori in generale.

Per quanto riguarda gli argomenti più strettamente attinenti al lavoro della Commissione trasporti, poste e telecomunicazioni, ci sono stati due riferimenti che lei ha citato. Il primo era al fatto che ogni operatore ha una rete propria, o quasi, nel senso che parte dell'infrastruttura fisica è garantita dagli investimenti che ciascun operatore fa. Chiedo dunque la vostra valutazione in merito alla ridondanza delle radiazioni elettromagnetiche, cioè degli impianti irradianti. Probabilmente non si fa un uso efficiente di questa risorsa, perché ciascun operatore fondamentalmente duplica un'infrastruttura che è appunto ridondante.

La seconda riflessione che volevo fare, e su cui volevo avere un chiarimento, è la seguente. Lei ha fatto riferimento al decreto-legge cosiddetto «cresci Italia» che, se non sbaglio, è proprio quello che ha permesso di ridurre i limiti nella misurazione delle radiazioni elettromagnetiche, passando da una valutazione sui picchi, fatta su sei minuti, alla diluizione di queste misure sull'intero arco della giornata. È vero che questo ha semplificato molto il vostro lavoro, però anche qui, quando ci sono raccomandazioni dell'Or-

ganizzazione mondiale della sanità sui possibili impatti sulla salute umana da parte delle radiazioni elettromagnetiche, in quello spettro di frequenze, mi chiedo se anche questo possa essere valutato in maniera complessivamente positiva o se ci sono delle riflessioni da fare da parte vostra.

FRANCO BRUNO. Intanto mi associo a molte domande fatte dai colleghi. Reputo che nella risposta saranno trattate una serie di questioni. Dunque, non le riprendo più e mi limito a un tema molto ridotto e apparentemente molto limitato, svolgendo però una riflessione di partenza, sulla base della relazione che ci è stata presentata.

Ho visto che l'impianto tende a dare all'azienda che voi rappresentate una funzione e ne riconosce un ruolo nel contesto del settore. C'è un richiamo alle donne che lavorano in azienda, un'attenzione agli adolescenti e un segnale preciso sul fatto che alcuni operatori potrebbero non rispettare comportamenti che invece aziende di livello come la sua osservano.

Ebbene, uso questo contesto per farle una domanda specifica, che si riallaccia a quella che le poneva il collega poco fa, sui *call center*. Lei non pensa che ci sia un limite al fatto che aziende come la sua — di prestigio e con cui vale la pena interloquire su queste questioni — possano avvalersi di forniture da terzi, anche di servizi, su territori specifici, magari utilizzando risorse della Comunità europea, quelle che servono per la coesione sociale e poi, quando questi aiuti pubblici vengono più o meno a scemare, l'azienda tiri fuori un altro bando, faccia un altro concorso e si sposti in un altro luogo? Non pensa che ci sia un limite a questo tipo di comportamento?

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Massimo Angelini per la replica.

MASSIMO ANGELINI, *Direttore Pubbliche relazioni di Wind Telecomunicazioni SpA*. Intanto vi ringrazio per le domande

che sono estremamente stimolanti e che hanno attraversato diversi punti della nostra relazione.

In primo luogo, se penso alla gara a cui lei faceva riferimento, ossia la gara Consip, il nostro profilo di offerta è profondamente diverso da quello dell'azienda concorrente che poi ha vinto quella gara. Naturalmente, se abbiamo avuto un altro profilo di offerta incomparabilmente più elevato, è perché l'abbiamo elaborato sulla base di nostre considerazioni e delle nostre strutture di costo.

Ciascuno è responsabile dei propri conti economici, del proprio *profit and loss*, come dicono gli inglesi, per cui nella fattispecie sarà l'azienda che ha vinto quella gara a dover garantire quel livello di servizio, spero compatibilmente con una struttura di costi interni che sia coerente.

Nel nostro caso, abbiamo fatto un altro tipo di offerta perché ritenevamo, e riteniamo, di avere un altro tipo di coerenza da salvaguardare, pur nel rispetto delle logiche di gara per cui ciascuna azienda ha la sua piena autonomia manageriale e può formulare qualsiasi offerta; ci mancherebbe.

Da questo punto di vista, la mia è una non risposta. Le chiedo scusa. È evidente che se avessimo avuto un profilo di costo altrettanto aggressivo, sarei stato in grado di rispondere, ma ciascuno ha scelto il proprio. Noi eravamo distanti da quel tipo di offerta e per questa ragione non siamo stati i prescelti, ma abbiamo agito coerentemente con il tipo di servizio che quella gara richiedeva e con la nostra struttura di costi, garantendoci un livello di marginalità che fosse coerente col nostro *business*.

Vengo al secondo concetto. Mi è stata alzata una palla straordinaria e vi ringrazio, perché il tema della trasparenza ci preme particolarmente. Mi scuso per il linguaggio colloquiale, ma intendo dire che il tema della trasparenza ci appartiene. Da tempo, trasparenza, chiarezza e semplicità sono i nostri tre valori guida, quelli sui quali abbiamo costruito la nostra offerta commerciale e il nostro posizionamento d'azienda: la nostra è un'azienda che dà esattamente quello che racconta.

Credo che questo lo si debba, in un rapporto di assoluta correttezza nei confronti dei propri clienti e dei propri consumatori, ed è una cosa che nel tempo ha pagato. Come dicevo all'inizio, infatti, se guardo il *trend*, la crescita della quota di mercato che Wind ha avuto in questi ultimi otto anni, dal 2006 al 2014, ci sono dentro « n » componenti: una componente di prezzo, una legata al funzionamento del *customer care*, una legata alla rete di vendita e un tema legato alla qualità della rete, ma la somma di questi elementi ha fatto sì che i clienti ci scegliessero come operatore mobile e fisso.

Non è un caso, non lo dico per non fare uno spot, ma solo approfittando della vostra disponibilità e cortesia, che Wind è da anni prima in tutte le classifiche di *customer satisfaction*, soddisfazione del cliente, che vengono fatte da istituti terzi in Italia. Le cito la più recente, che è stata pubblicata sul *Corriere della Sera*, quest'anno, se non ricordo male a luglio, da un istituto neutro, ossia l'Istituto tedesco di qualità e finanza, che appunto ci vede al primo posto come soddisfazione del cliente su moltissime di queste componenti del servizio.

Questo discorso vale anche per quanto riguarda la capacità e la velocità che bisogna garantire ai nostri clienti. Su questo, come lei sa, spesso incidono anche altri fattori. Con riferimento al fisso, penso alla distanza che c'è fra la casa del cliente e la centrale, che è il primo punto di raccolta del traffico poi smistato sulla nostra rete; questo fattore può, in qualche caso, incidere nel ridurre la velocità che altrimenti, in condizioni normali, verrebbe assolutamente garantita.

Passo ad altri due punti interessanti e poi mi fermo sull'ultimo intervento. È chiaro che la questione dei *call center* riguarda tutti e che tutti dobbiamo procedere con estrema attenzione. Prima di fare questo mestiere — e ne vado particolarmente orgoglioso — sono stato per quattro anni, dal 2004 al 2008, direttore del settore *customer operations*, cioè il direttore di tutti i *call center* di Wind. Quando parlo di *call center* di Wind mi

riferisco sia a quelli interni — ci sono ancora tre strutture importanti, una ad Ivrea, una a Napoli e l'altra a Palermo — ma anche agli altri di cui ci serviamo.

I *call center* interni lavorano su alcune tipologie di attività, che hanno avuto una funzione fondamentale, non solo legata al costo, ma anche alla flessibilità, perché altrimenti internamente si farebbe fatica ad assecondare la crescita della domanda dei clienti nei confronti del *call center*. Noi abbiamo operato sempre salvaguardando alcuni principi, per cui credo che abbiamo sempre assicurato dei livelli di retribuzione che fossero assolutamente coerenti, e mai con meccanismi di tipo coercitivo. Siamo andati anche in *offshoring*, come si dice tecnicamente. Quindi, ci siamo rivolti a strutture che operano all'estero e l'abbiamo sempre fatto guardando ad un bilanciamento fra la dimensione italiana e quella estera, affinché non si privilegiasse l'estero. Come dicevo, abbiamo fatto questo, in qualche caso, per avere quell'ulteriore flessibilità che serve per poter governare una macchina così complessa. Immaginate, con 25 milioni di clienti, quale sia la mole di telefonate che arrivano al *call center* e la varietà delle questioni poste.

Alcune sono fantastiche per noi e sono quelle legate alle informazioni commerciali. Quelle sono le telefonate che si vorrebbero sempre avere perché possono far aderire un cliente alla propria offerta. Poi ci sono quelle meno fantastiche, ma che pure a volte vengono fatte, e che sono legate a qualche malfunzionamento nella fruizione del servizio che c'è e non potrebbe non esserci quando hai queste dimensioni qui.

Abbiamo agito sempre in modo corretto, anche rivolgendoci a determinate strutture, come diceva bene l'onorevole prima. Penso che il riferimento non fosse casuale, forse era legato alle vicende di questi giorni. Tra l'altro, non la voglio rassicurare, ma in queste ore è previsto un incontro, che avevamo chiesto da tempo, fra la nostra direzione del personale e le organizzazioni sindacali. Il caso di cui stiamo parlando è quello di InfoContact,

un'azienda che opera nel territorio calabrese da diversi anni, un nostro partner, nostro *outsourcer*, che non ha avuto una gestione aziendale esemplare, come sembrerebbe da quello che hanno scritto i Commissari; perché l'azienda è stata commissariata.

Detto questo, ci interessa il fatto che bisogna trovare delle soluzioni per salvaguardare l'occupazione ed è ciò che stiamo facendo proprio in queste ore, parlando anche alle organizzazioni sindacali, come è giusto che sia in un dialogo proficuo fra aziende e organizzazioni sindacali, per trovare delle soluzioni che garantiscano il più possibile la salvaguardia dei livelli occupazionali.

Questo lo posso dire. Non andiamo a caccia di partner che siano in grado di approfittare temporaneamente dei fondi magari comunitari o regionali che arrivano. Queste sono iniziative — ve lo dico con franchezza — che hanno il fiato cortissimo, perché dopo un po' di tempo, quando le strutture di costo di questi partner cambiano, ti rendi conto che non ci stanno più dentro, come si dice tecnicamente, e rischi di vedere saltare queste strutture.

Comportamenti del genere non ci appartengono. Abbiamo anzi privilegiato sempre un rapporto profondamente diverso per cui, da questo punto di vista, ci sentiamo nel giusto, fermo restando che, come tutte le aziende che si rispettino, dobbiamo adoperarci per ricercare quell'efficienza che ci consenta di stare sul mercato in modo ragionevole. La ricerca dell'efficienza non è spasmodica, fa parte del nostro pane quotidiano. Quando ci alziamo la mattina, dobbiamo trovare delle formule per garantire quei livelli di efficienza e risparmio che consentano all'azienda di stare sul mercato.

Vengo all'altra domanda sui temi della rete e della condivisione sulla rete. Anche in questo caso vi ringrazio, perché è un'altra straordinaria palla alzata. Infatti, il nostro amministratore delegato, Maximo Ibarra — che tra l'altro si scusa perché oggi non poteva essere qui e vi manda i suoi saluti —, poco più di due anni fa, era

l'ottobre del 2012, al convegno annuale che si tiene a Capri e che rappresenta gli Stati Generali sulle telco, ha citato il fatto che siamo vicini all'esigenza di una condivisione delle reti mobile e fissa e ha ripreso questo concetto in un'intervista pubblicata circa un mese fa su Repubblica, guardando in modo specifico al tema dello sviluppo della banda larga sul fisso.

Questo fenomeno sta avvenendo all'estero in modo molto spinto. Già oggi, noi, insieme agli altri operatori, condividiamo quelle che tecnicamente si chiamano le strutture passive, cioè i pali su cui ci sono le nostre tecnologie. Lo facciamo perché in questo modo si va incontro a diverse esigenze, una è quella di costo e di investimento di non banale rilevanza; l'altra dà una risposta ai temi che lei sollevava prima.

Credo che la *network consolidation*, come si chiama tecnicamente, cioè il consolidamento delle reti, sia una delle opportunità che gli operatori tutti hanno, per accelerare il livello degli investimenti; il che significa esattamente venire incontro all'esigenza di cui parlavamo prima, cioè la crescita esponenziale della domanda di traffico. Anno su anno, se facciamo un confronto fra il 2014 e il 2013, come Wind, abbiamo assistito ad una crescita che è quasi del 100 per cento. Uno degli scalini tipici di questa crescita di traffico avviene subito dopo l'estate, perché normalmente nei mesi di luglio ed agosto si tende, stando in vacanza e in una condizione di maggiore libertà, ad usufruire molto di più del proprio *smartphone* e del proprio *tablet*, per cui assistiamo a delle crescite esponenziali. Ecco, per assecondare una domanda di traffico che ha questo livello di incremento — e un tasso di incremento di oltre il 60 per cento l'anno, da oggi al 2018, la dice lunga su quello che deve essere il profilo di investimento che si deve mantenere — si può rispondere in questo modo.

Ahimè, lei ha giustamente citato un tema importante, però per procedere in quel senso, servono tre ingredienti fondamentali. Il primo è che gli operatori trovino gli accordi. Non sempre si persegue

questa volontà. Noi ne siamo stati i sostenitori per primi, ecco perché le dicevo che mi ha alzato una palla, in quanto il nostro amministratore delegato *in primis* ha detto questa cosa. In parte, qualche timida risposta c'è stata, ma non come servirebbe.

Un secondo ingrediente fondamentale, una volta trovata la disponibilità degli operatori, è che si può procedere a un consolidamento delle reti al di là della struttura passiva, cominciando a condividere anche alcuni elementi attivi della rete, che è un passo ulteriore ovviamente. Immaginate che oggi, in questo consolidamento delle reti, c'è anche il fatto che si possono condividere alcune attività, che chiamiamo tecnicamente ancillari, come ad esempio i servizi di manutenzione. Quindi, su questo tema c'è un *upgrade* importante di elementi che gli operatori possono fare insieme, nel rispetto dei criteri competitivi e concorrenziali che bisogna comunque salvaguardare. Pertanto — lo dico subito — nessuno sta immaginando ipotesi di cartello. Non ci appartiene per cultura e per stile manageriale.

In tutto questo, serve un terzo ingrediente fondamentale, cioè un adeguamento dei limiti elettromagnetici — non chiediamo nulla di più — agli *standard* europei. So che qui qualcuno la pensa in modo diverso da me e ovviamente rispetto le posizioni contrarie. Credo però che questo elemento, anche nel passato, abbia condizionato fortemente lo sviluppo delle nostre infrastrutture. Abbiamo avuto, ed abbiamo, i limiti più restrittivi in Europa e questo non ci ha consentito di attuare quello sviluppo delle reti che immaginavamo.

Questo è un nostro punto di vista e, figuriamoci, siamo rispettosi anche di chi la pensa in modo diverso dal nostro, ma credo che il decreto-legge «crescita» e l'ultimo decreto che il Ministro dell'ambiente ha emanato qualche settimana fa, nel cambiare le logiche di misurazione della famosa ora di picco, spalmandola nelle ventiquattro ore, ci ha dato già una prima risposta.

Noi — lo dico con franchezza, quindi magari non incontrando i favori di alcuni di voi e di questo mi scuso — vorremmo che fossimo non più aggressivi, perché non è questo l'aggettivo giusto, ma più in linea con l'Europa su questo tema. Se così facessimo e se venissero rispettati i primi due ingredienti che dicevo all'inizio, probabilmente la *network consolidation* e l'accelerazione dei piani di investimento e di dotazione di infrastrutture potrebbe essere più rapida, dando le risposte che non solo i consumatori, ma anche il Paese, credo si aspettino.

Vengo al riferimento alla libertà di accesso alla rete e alla sicurezza dei cittadini. Si sfonda una porta aperta. Al di là degli ultimi casi drammatici di Parigi, questo è uno dei temi chiave. Perché abbiamo detto che non possiamo fare i gendarmi della rete? Non voleva essere una provocazione, ma, come direbbe Sciascia, « a ciascuno il suo », nel senso che non abbiamo la responsabilità di chi può controllare cosa viene messo sulla rete, però due o tre cose possiamo farle. Intanto, sulle nostre pagine *social*, il profilo dei nostri clienti e di chi dialoga con noi si deve attenere a un decalogo di normalità.

Non le nascondo che qualche volta riceviamo anche qualche valutazione — per fortuna, sono pochissime visto che funzioniamo molto bene — di chi è particolarmente adirato, però lo fa con la giusta *fairness* che credo in questi casi sia necessaria.

Quello che possiamo fare è essere di stimolo con tutti i soggetti che a vario titolo sono coinvolti; ha fatto bene a citare la Commissione che la Presidente della Camera ha voluto fortemente su questo tema che è assolutamente caldo.

Per l'iniziativa che abbiamo portato avanti insieme alla Polizia postale sul *cyber-bullismo*, siamo andati nelle scuole. Insomma, occorre fare un'operazione dal basso per ricordare a tutti che il mondo dei *social media* è uno strumento straordinario, perché in qualche caso è stato acconsentito a che venissero accolte molte esigenze di libertà, informazione e cono-

scenza dei fatti che, senza il *web*, probabilmente avremmo ricevuto con molto ritardo. Quindi, è uno strumento di libertà e informazione fondamentale, però è altrettanto pericoloso se viene usato male.

Quello che posso dire è che il decalogo a cui si faceva riferimento noi ce l'abbiamo, nel senso che siamo convinti che sulla rete bisogna navigare rispettando alcune regole di normale educazione; se non venisse male interpretato, direi che bisognerebbe avere un comportamento quasi cavalleresco, se fosse possibile e se questo non mi facesse tacciare di altro.

In tale prospettiva, c'è il concorso di « n » soggetti. È un ecosistema digitale che ha un suo modo di funzionare importante. Può funzionare bene, ma solo se gli attori di questo sistema fanno la loro parte.

Questo mi consente di dare anche una risposta ai temi di cui parlavamo circa le possibili *partnership* fra il mondo degli *over the top* e quello degli operatori infrastrutturali. In realtà, quello cui facevo riferimento nella nostra relazione era anche qualcosa di diverso, cioè oggi stiamo assistendo al fatto che i produttori di contenuti, i proprietari di infrastrutture e gli operatori di rete si stanno parlando per trovare accordi, alleanze e quant'altro.

Vi dico quello che facciamo noi in questo momento. Di *partnership* commerciali ne facciamo, perché siamo assolutamente convinti che, in questo sistema digitale, si debba mettere il cliente nella condizione di utilizzare al meglio lo *smartphone*. Abbiamo fatto un accordo, ad esempio, con *Google play*, per dare l'accesso alla *library* di *Google* che è fatta di musica e non solo, potendo pagare direttamente con il credito telefonico.

Questo aspetto mi consente di aprire una finestra su questo tema che è per noi di grandissima sensibilità e riguarda l'utilizzo dello *smartphone* sempre più come strumento di pagamento elettronico.

Da questo punto di vista, c'è una partita fondamentale che questo Paese può giocare, basti pensare a come ha funzionato il trasporto pubblico. Forse lo saprete, ma comunque, nel 2012, tutti gli operatori sono partiti con un progetto

pilota a Firenze e, senza un centesimo di euro di pubblicità, nel giro di otto mesi, un biglietto dell'autobus su quattro è stato pagato con un telefono normale, attraverso un sms.

Questo sistema, che chiamiamo di *mobile ticketing*, è presente in ormai ventuno città e province d'Italia. Se non ricordo male, sta partendo a Milano in questi giorni e ci auguriamo che prenda avvio anche Roma. Quindi, questo strumento, per pagare parcheggi e autobus, ha una valenza pazzesca, perché consente di bypassare tutti i problemi che normalmente abbiamo, o che incontra un turista straniero, usando il trasporto pubblico. Si può procedere attraverso il credito telefonico, quindi non c'è bisogno di carta di credito, né di altro. Serve semplicemente il credito sul proprio telefono, se si ha una carta prepagata; oppure si paga con l'abbonamento, se si è clienti a contratto.

Immaginate la valenza e la forza di questo tema, ad esempio nella fruizione dei beni culturali di tutti i tipi, per i nostri musei, ma anche per l'*entertainment* più classico, come il teatro piuttosto che il cinema. È uno strumento ancora prima di arrivare a quelli che tecnicamente vengono chiamati *mobile financial services*, ossia un utilizzo ancora più evoluto che si può fare di questo *device*.

Sotto questo profilo si gioca un'altra partita importante in cui la mano del legislatore è fondamentale, perché può aiutare questi processi, all'interno dei quali c'è una variabile che è sempre più importante per noi, ossia il tempo: prima facciamo e prima mettiamo l'Italia nella condizione di avere strumenti, infrastrutture e servizi all'altezza di un Paese moderno.

Credo di aver risposto a tutte le domande, quindi se non c'è altro terminerei qui.

PRESIDENTE. Ringraziamo i rappresentanti di Wind Telecomunicazioni S.p.A. per il loro intervento, per la documentazione depositata, di cui autorizzo la pubblicazione in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna (*vedi allegato*).

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.10.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. VALENTINO FRANCONI

*Licenziato per la stampa
il 15 aprile 2015.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

ALLEGATO

CAMERA DEI DEPUTATI

XVII LEGISLATURA

COMMISSIONE TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI

“INDAGINE CONOSCITIVA SUL SISTEMA DEI SERVIZI DI
MEDIA AUDIOVISIVI E RADIOFONICI”

Audizione di Wind Telecomunicazioni S.p.A

MASSIMO ANGELINI

(Direttore Public Relations)

Roma, 14 gennaio 2015

WIND 14/1/2015

Illustre Presidente e Onorevoli Deputati,

Wind Telecomunicazioni ringrazia la Commissione per l'opportunità di esprimere le proprie considerazioni sul tema dei Servizi di media audiovisivi e radiofonici e più in generale per l'attenzione concreta che le Istituzioni stanno rivolgendo al nostro settore.

Prima di entrare nel merito dell'oggetto dell'audizione vorrei fornire un rapido cenno di descrizione di Wind, l'azienda che rappresento, per consentire di comprendere al meglio la realtà che rappresentiamo per lo sviluppo del Paese e le tematiche digitali connesse ai sistemi audiovisivi e radiofonici.

Wind Telecomunicazioni S.p.A.

Siamo uno dei principali operatori italiani di telecomunicazioni; dal 1999 offriamo servizi integrati di telefonia mobile e fissa a clienti sia Consumer sia Corporate, distribuiti tramite i marchi "Wind" (telefonia mobile) e "Infostrada" (telefonia fissa e Internet).

In termini di volumi di clientela e di infrastruttura Wind è:

- Il principale operatore alternativo nella telefonia fissa con 2,8 milioni di clienti di cui 2,1 milioni di clienti internet broadband
- Il 3° operatore sul mercato della telefonia mobile con 21,8 milioni di clienti
- Possiede e gestisce una rete in fibra ottica di circa 22.000 Km di dorsale e di circa 5.000 Km di reti metropolitane

Nel 2011 siamo entrati a far parte del Gruppo VimpelCom, uno dei principali operatori mondiali del settore delle Telecomunicazioni che opera in 14 paesi.

In Wind lavorano 6.900 persone, di cui circa la metà sono donne.

Scenario di riferimento – Ruolo delle Telecomunicazioni

Wind è sensibile al tema dello sviluppo dell'ecosistema digitale, lavora costantemente per rendere il mondo "digitale" alla portata di tutti i cittadini, coniugando convenienza, attenzione alla qualità e innovazione tecnologica, con i valori che ci contraddistinguono da sempre: trasparenza, chiarezza e semplicità.

WIND 14/1/2015

Oggi abbiamo l'opportunità di valutare insieme se le soluzioni legislative in corso, siano ancora attuali rispetto all'evoluzione del sistema dei servizi di media audiovisivi e radiofonici e alla rivoluzione tecnologica che li sta investendo, comportando una sempre più rapida convergenza degli strumenti e delle modalità di trasmissione dei servizi.

La convergenza tra ICT e media audiovisivi sta comportando una fusione progressiva tra servizi tradizionali di emittenza televisiva e Internet, con molteplici possibilità di fruizione di contenuti da tv, computer, tablet, smartphone e altri dispositivi anche weareables.

Il bisogno dei cittadini si sta orientando verso l'accesso ad una pluralità di servizi e contenuti sulla banda larga ed ultralarga. Pertanto, la disponibilità di infrastrutture di telecomunicazioni, per servizi indoor e outdoor, in grado di veicolare i più svariati servizi digitali, ivi inclusi i contenuti audiovisivi e radiofonici, è la base su cui poggerà lo sviluppo del Paese.

Gli strumenti di comunicazione digitale, ormai di uso comune per tutti i cittadini, sono di supporto sia nel lavoro sia nella vita personale di ogni giorno. Molte delle potenzialità di questi strumenti, sebbene ancora in via di definizione, hanno una portata significativa in tutti i settori dell'economia. Per esempio sono indubbie le agevolazioni che l'utilizzo di strumenti digitali potrebbero comportare in termini di efficienza dei servizi erogati dalle Pubbliche Amministrazioni e di minori costi correlati. E' inevitabile quindi che bisogna spingere per un loro sviluppo organico e diffuso.

A fronte della richiesta crescente dei servizi digitali e delle potenzialità che questi hanno per lo sviluppo del Paese, gli Operatori di Telecomunicazioni in Italia hanno investito nel fisso 53 miliardi di euro e nel mobile 61 miliardi di euro¹, a fronte di una progressiva riduzione dei prezzi al consumo dei servizi di Telecomunicazione. In EU infatti i prezzi delle Telecomunicazioni sono scesi dal 2005 di 13 punti percentuali rispetto ad altre utilities i cui prezzi invece sono aumentati nello stesso periodo di riferimento.²

Le Telecomunicazioni rappresentano quindi uno dei motori per la ripresa economica e la crescita dell'occupazione nel nostro Paese, è chiaro che senza le infrastrutture addirittura non si potrebbe parlare di digitalizzazione, per questo motivo Wind sostiene che l'innovazione digitale abbia un ruolo cardine per potenziare la competitività e lo sviluppo del sistema Italia.

¹Stima effettuata in base a dati AGCom

²Fatto 100 il prezzo al pubblico del 2005, ad inizio 2014 i prezzi in EU sono così variati: Tlc -13%, mentre per il gas +65% e elettricità +52%. Elaborazione Wind su dati Eurostat, Aprile 2014 – Periodo Gen 2005/Feb 2014

WIND 14/1/2015

Gli operatori di telecomunicazioni si trovano oggi , nella necessità di individuare regole certe che permettano di dare sostanza a piani industriali di investimento digitale di medio e lungo periodo, per il rilancio della crescita del Paese.

Uno sguardo all'uso di internet

Le persone stanno spostando la loro attenzione sempre più verso l'uso delle nuove tecnologie. Dal punto di vista della domanda è evidente come i cittadini italiani utilizzino in modo sempre più spinto i nuovi media attraverso le nuove tecnologie, pur rimanendo i mezzi tradizionali tv e radio i più seguiti.

La rivoluzione digitale è stata accolta in modo consapevole dalle persone comuni che sono riuscite a diventare “padroni” dei nuovi strumenti, dagli smartphone alle piattaforme basate sulla geolocalizzazione, dai social media ai nuovi sistemi di pagamento digitali. Inoltre queste persone condividono anche i valori creando, progressivamente, nuove forme di intraprendenza e di collaborazione. Knowledge Sharing, smart working, start-up, app economy non sono solo neologismi o astratti modelli da rincorrere, ma realtà che stanno profondamente mutando il modo di lavorare e relazionarsi nella vita quotidiana.

Nella recente relazione dell'Agcom viene messo in luce come l'uso di internet, tra il 2012 e il 2013, sia passato dal 38.2% al 55%.

Il confronto internazionale come noto avvalorza la crescente importanza dei new media: Internet, in Italia e negli Stati Uniti, costituisce il terzo mezzo per frequenza di accesso da parte dei cittadini, mentre in tutti gli altri principali Paesi europei, si colloca al secondo posto, facendo registrare il sorpasso anche sulla radio

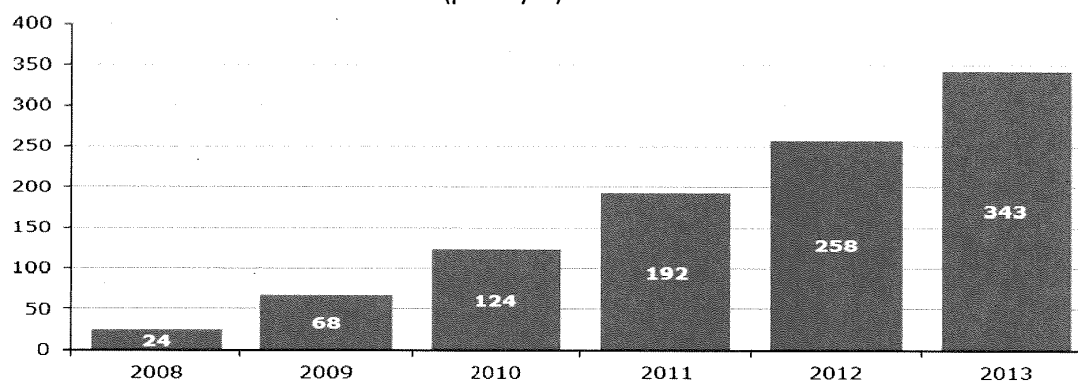
Dando un ulteriore rapido sguardo al nostro Paese, va ricordato che la penetrazione di internet è ormai vicina al 60%, sul mondo social la penetrazione è superiore 40%, mentre nella telefonia mobile a fronte di 97 milioni di linee attive si registra una diffusione del mobile internet vicina al 50%

Interessante anche sottolineare il peso che lo smatphone ha acquisito nei consumi dei cittadini italiani: oggi 4 su 10 hanno uno smartphone, il 92 % dei possessori di smartphone cercano informazioni con il proprio device e circa il 30% quelli che hanno effettuato un acquisto attraverso il proprio handset. Tutto questo profondo cambiamento è testimoniato dalla crescita poderosa del traffico dati³ che se tra il 2013 e il 2012 era cresciuto del 32% , nell'anno che si è appena concluso ha assunto ritmi e dimensioni ancora più consistenti

³ Fonte AGCom

WIND 14/1/2015

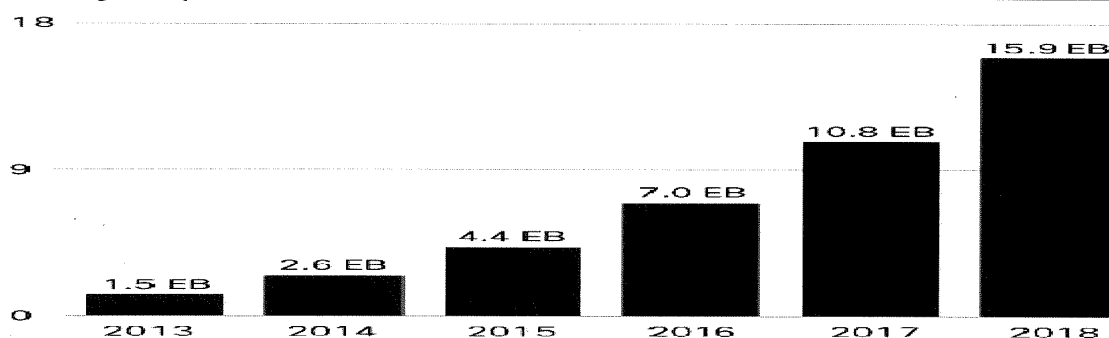
Tlc mobili. Traffico dati su rete mobile (petabyte)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni su dati aziendali

Crescita che non si arresterà, ma, come si evince da tutte le previsioni, proseguirà con tassi superiori al 60% nei prossimi anni (CAGR 2013-2018 pari al 61%, previsioni Cisco). Per completezza riportiamo il trend di previsione dell'andamento del traffico dati, da cui si estrapolano ritmi di crescita impressionanti a livello globale.

Exabytes per Month



Source: Cisco VNI Mobile, 2014

Il sistema dei servizi di media audiovisivi e radiofonici

Entrando nel merito dell'oggetto è ormai chiaro che grazie allo sviluppo di Internet, il prossimo futuro vedrà un forte avvicinamento tra società telefoniche, televisive e fornitori di contenuti.

I contenuti audiovisivi e radiofonici, possono essere esclusivi o meno, provenendo oltre che da Sky, o Mediaset Premium anche dai cosiddetti Over The Top. In Italia gli operatori pay-tv leaders di mercato, stanno già cercando di sviluppare accordi

WIND 14/1/2015

con i principali player di Telecomunicazioni per veicolare offerte cosiddette 4-play (telefonia fissa, mobile internet e televisione) ricche di contenuti via via crescenti.

Stiamo quindi assistendo ad un'ulteriore rivoluzione dell'ecosistema digitale, che dovrà passare attraverso nuove regole di governance che tutelino i cittadini e in particolare le fasce più deboli, come ad esempio gli adolescenti. Riteniamo pertanto che tra i vari principi cardini di una nuova normativa che affronti il tema in oggetto, vada favorita sia la libertà del cittadino sia il rispetto delle regole, dei valori e dei principi, anche attraverso la Rete.

Sono infatti ben noti gli effetti positivi e le enormi potenzialità realizzabili attraverso un utilizzo cosciente e responsabile. Diversamente gli effetti di un uso improprio della Rete globale possono essere devastanti.

In Rete si possono nascondere pirati informatici, pedofili, sfruttatori e persone pericolose per la nostra incolumità. Più in generale in rete possono essere compromessi i diritti inalienabili della persona.

Naturalmente tutti hanno diritto ad usare la Rete, ma parallelamente è necessario insegnare un uso corretto di Internet che deve superare il digital divide culturale che attraversa il nostro Paese. Oltre alle famiglie, un luogo di educazione digitale è certamente la scuola e tutti gli spazi di aggregazione sociale.

Va altresì detto che non devono comunque essere confusi né i ruoli, perché gli Operatori non possono essere i "gendarmi" della Rete, né le responsabilità che devono essere distinte tra gli Operatori dell'infrastruttura rispetto ai fornitori di contenuti e applicazioni.

Pensando ad esempio ai temi di tutela della privacy rispetto ai contenuti veicolati e fruiti in rete dai cittadini, riteniamo sia importante adeguare al mondo digitale quanto già esiste nel mondo c.d. "Off Line". Wind in particolare da sempre si orienta verso un' informativa privacy completa, dettagliata e trasparente, a garanzia dei diritti della persona e volta ad un consenso sempre più consapevole. Sarebbe pertanto auspicabile continuare ad adottare tutte le misure già in essere nel mondo digitale (policy privacy, condizioni generali, contrattualistica) garantendo la trasparenza, la chiarezza e la semplicità delle informazioni anche al mondo digitale.

WIND 14/1/2015

Anche a causa di evidenti lacune legislative a livello transnazionale, lo stesso livello di tutele di cui sopra non risulta applicato ai nuovi player che operano globalmente su Internet gestendo le informazioni personali prevalentemente secondo logiche di business ed indipendentemente dalla localizzazione geografica del cliente. Si cita come esempio l'operazione di cifratura delle informazioni personali che transitano sulla Rete (cosiddetta "encryption") affinché il contenuto trasmesso sia ad uso esclusivo dei suddetti player.

Per quanto riguarda il diritto all'anonimato, fatto salvo il principio costituzionale della libertà di pensiero che è inviolabile, sembra essere in potenziale contraddizione con la "security" e pertanto andrebbe bilanciato con la necessità di garantire l'incolumità delle persone (ad esempio per contrastare il fenomeno del cosiddetto "cyber-bullismo") per la quale esistono enti istituzionali a ciò deputati.

Per quanto riguarda la Neutralità della Rete, Wind desidera evidenziare alcuni aspetti:

1. Il mondo dell'economia digitale richiede elasticità delle norme in quanto l'evoluzione è veloce e gli scenari sono in continuo cambiamento. Un solo principio può quindi essere enunciato in merito alla Neutralità ed è quello di "Trasparenza", ossia che il cliente sia informato in anticipo ed in modo chiaro su qualsiasi tipo di azione di gestione che verrà attuata. Ciò deve essere ovviamente valido anche per i motori di ricerca sul Web, per i sistemi operativi e per i terminali.
2. Diversamente, ogni principio che sposi acriticamente il concetto di un servizio a misura per tutti e che impedisca ogni possibile futura evoluzione dei servizi e delle reti, ridurrebbe l'infrastruttura di trasporto a funzionare come un semplice tubo. In un Internet tipo "tutto e dovunque" (ossia "everything, everywhere") in cui le persone sono continuamente stimulate dalla ricca offerta di contenuti, servizi e applicazioni, è invece fondamentale una gestione intelligente del traffico secondo logiche di ottimizzazione. Infatti solo in tale contesto gli operatori di Rete possono continuare ad investire sulle infrastrutture a banda larga, gli OTT (i cosiddetti "Over The Top" che forniscono, contenuti, applicazioni e servizi evoluti su Internet) possono offrire servizi Premium alla loro Customer Base con la garanzia della qualità end-to-

WIND 14/1/2015

end e gli utenti, tutelati da rigorosi principi di trasparenza, possano accedere a servizi innovativi su misura. Si citano ad esempio i servizi online per la medicina, per le banche e per la scuola che possono essere implementati in maniera efficiente ed economica solo attraverso metodologie di ottimizzazione del trasporto in Internet.

3. Infine Wind desidera svolgere un'ultima considerazione sul dibattito in corso sulla Neutralità della Rete che sembra essere focalizzato esclusivamente sugli Operatori dell'accesso. Già oggi infatti esistono piattaforme on line, software e terminali che forniscono servizi chiusi che non inter operano fra loro, creando i cosiddetti "walled garden" (letteralmente giardino recintato) non garantendo apertura e pluralismo nell'ecosistema internet. A titolo di esempio si cita la possibile presentazione dei risultati sui motori di ricerca⁴ secondo logiche commerciali.

L'economia digitale invece si dovrà sviluppare anche elevando a valore i servizi offerti per un suo efficiente utilizzo, ma ciò dovrà avvenire preservando la concorrenza tra tutti gli attori della filiera evitando cioè che soggetti significativi, sfruttino la transnazionalità delle rete per restringere la concorrenza e la pluralità delle voci e dei servizi offribili su di essa.

Infine relativamente all'importante tema della gestione delle Frequenze, l'attuale assegnazione dello spettro ai gestori di telefonia mobile è sufficiente a soddisfare la domanda di servizi proveniente dai cittadini, è chiaro che se dovesse esplodere il video streaming in maniera diffusa su tutta o quasi la costumer base degli operatori mobili, da qui a 5 anni sarebbe percorribile la valutazione di una nuova assegnazione di altro spettro. Diversamente bisognerà semplicemente garantire l'assenza di interferenza per la gestione ottimizzata dello spettro già in uso.

Confidiamo, pertanto, che l'esigenza di garantire al cittadino di poter accedere liberamente al servizio televisivo non venga perseguita con modalità tali da ledere gli interessi degli operatori rispetto agli investimenti e alla relativa pianificazione già effettuati.

⁴Il motore di ricerca Google è leader mondiale sui mercati del search con una quota del 90% da *Indagine conoscitiva sul settore dei servizi internet e sulla pubblicità online dell' AgCom* - Allegato A alla Delibera n.19/14/CONS

PAGINA BIANCA

€ 2,00



17STC0009090