

**COMMISSIONE IX**  
**TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI**  
**RESOCONTO STENOGRAFICO**  
**INDAGINE CONOSCITIVA**

31.

**SEDUTA DI MARTEDÌ 10 MARZO 2015**

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **MICHELE POMPEO META**

**INDICE**

	PAG.		PAG.
<b>Sulla pubblicità dei lavori:</b>		Bruno Bossio Vincenza (PD) .....	9
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i> .....	3	Coppola Paolo (PD) .....	10
<b>INDAGINE CONOSCITIVA SUL SISTEMA DEI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI E RADIOFONICI</b>		Nizzi Settimo (FI-PdL) .....	10, 12
<b>Audizione di rappresentanti di Telecom Ita- lia S.p.A.:</b>		Patuano Marco, <i>Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.</i> .....	5, 10, 11, 12, 13
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i> .	3, 9, 10, 13, 14	Piepoli Gaetano (PI-CD) .....	10, 13
Bonaccorsi Lorenza (PD) .....	13	Quintarelli Giuseppe Stefano (SCpI) .....	9, 11
		Recchi Giuseppe, <i>Presidente di Telecom Italia S.p.A.</i> .....	3, 14
		<b>ALLEGATO: Documentazione depositata dai rappresentanti di Telecom Italia S.p.A.</b> ...	15

**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; Misto-Alternativa Libera: Misto-AL.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE  
MICHELE POMPEO META

**La seduta comincia alle 14.20.**

**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 e la trasmissione diretta sulla web-tv della Camera dei deputati.

**Audizione di rappresentanti di Telecom Italia S.p.A.**

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 Telecom Italia S.p.A.

La delegazione è composta dall'ingegner Recchi, presidente, dal dottor Marco Patuano, amministratore delegato, e ne fanno parte il dottor Franco Brescia, il dottor Ivan Dompé e il dottor Marco Signoretti.

Avverto i nostri ospiti e ricordo ai colleghi che alle 15 è prevista la ripresa dei lavori in Assemblea con immediate votazioni, il che ci costringe a regolare gli interventi in modo molto preciso. Questo incontro giunge a conclusione del ciclo di audizioni svolte all'interno della nostra indagine conoscitiva, che terminerà con l'audizione del Governo.

I nostri ospiti hanno depositato un documento, che metto a disposizione dei colleghi per facilitare l'audizione, natural-

mente dal solo punto di vista del contenimento dei tempi e non certo della chiarezza.

Darei subito la parola ai nostri ospiti, per avere poi il tempo di porre qualche domanda, che potremmo, se i tempi non fossero sufficienti, anche far pervenire per iscritto, pregando i nostri ospiti di rendere le risposte in tempi rapidi, per poter procedere all'elaborazione tempestiva del documento conclusivo.

La metto alla prova, presidente: nella sua relazione sia veloce come la banda ultralarga. Nessuno meglio di lei può farlo...

Do quindi la parola all'ingegner Giuseppe Recchi, presidente di Telecom Italia S.p.A., per lo svolgimento della sua relazione.

GIUSEPPE RECCHI, *Presidente di Telecom Italia S.p.A.* Presidente e onorevoli deputati, vi ringrazio soprattutto per questa opportunità che concedete alla nostra azienda di intervenire in questa audizione sul sistema dei *media* audiovisivi e radiofonici.

Ci sono tre ordini di motivi per cui questa indagine risulta di grande interesse. In primo luogo, l'indagine verte sul settore dell'audiovisivo, in cui la nostra controllata Persidera, nata nel giugno 2014 dall'integrazione tra Rete A e Telecom Italia Media Broadcasting, opera come fornitore di capacità trasmissiva in tecnica digitale terrestre.

A oggi, Telecom Italia Media e il gruppo L'Espresso detengono rispettivamente il 70 per cento e il 30 per cento di Persidera, società in cui il primo dicembre 2014 si è fusa per incorporazione Rete A SpA, già operatore di rete del gruppo editoriale L'Espresso.

In secondo luogo, le politiche di assegnazione delle frequenze per i servizi televisivi si intrecciano inevitabilmente con l'allocazione dello spettro a favore degli operatori di rete mobile, anche nell'ottica della fornitura dei servizi ultra *broadband* previsti dall'Agenda digitale.

Infine, l'indagine riguarda lo sviluppo di nuovi modelli di *business* basati sull'integrazione tra le infrastrutture di comunicazione elettronica a banda larga e ultralarga e la fornitura di contenuti audiovisivi anche in modalità *on demand*.

Io vorrei trattare solo quattro rapidi punti di introduzione. In seguito passerò la parola all'amministratore delegato, che entrerà nel merito.

Il primo punto è la fotografia della nostra azienda. La nostra azienda è passata e sta continuando a passare attraverso trasformazioni molto rapide e molto intense da tutti i punti di vista: dal punto di vista della gestione, da quello del piano di investimenti e da quello della *governance*.

In particolare sulla *governance*, credo che oggi siamo una delle poche (forse la seconda arrivata) vere *public company* italiane. Che cosa vuol dire *public company*? Come sappiamo, vuol dire un'azienda ad azionariato diffuso, dove non ci sono azionisti di controllo e soprattutto non ci sono azionisti che hanno particolari interessi specifici nel settore. Questo è importante, perché la *mission* della società è sempre stata focalizzata, e lo è quanto più oggi, sullo sviluppo dei mercati in cui opera, che sono in particolare il Brasile, in cui siamo il secondo operatore locale, e soprattutto l'Italia.

Il secondo punto che vorrei sia ben chiaro è che la nostra è la società che rappresenta la filiera e la storia delle telecomunicazioni in Italia. Se l'Italia ha eccellenze in tante delle filiere in cui esprime società campione — penso all'energia, ai trasporti, alle costruzioni e a tutte le filiere in cui l'Italia è campione — nelle telecomunicazioni la storia di questo Paese è stata fatta da Telecom Italia.

Aggiungo che oggi Telecom è all'avanguardia per le tecnologie, nel mobile in

particolare, con la diffusione del 4G (LTE delle comunicazioni mobili), che sappiamo va a oltre 100 mega di velocità, mentre nel 4G+ le velocità massime teoriche sono a 220 mega. Noi stiamo facendo un piano di sviluppo di queste tecnologie, per una rete che è all'avanguardia mondiale.

Il terzo punto è la conseguenza di quello precedente. Vorrei che fosse sempre ben presente il ruolo cruciale che la nostra società, Telecom Italia, ha nell'economia del Paese. In questo Paese realizziamo oltre 15 miliardi di fatturato, impieghiamo più di 50.000 persone, di cui 20.000 tecnici dedicati alla rete, e contribuiamo al prodotto interno lordo per lo 0,7 per cento.

In questo contesto, penso che stiamo vivendo un momento particolarmente interessante, perché lo sforzo in atto sugli investimenti, di cui l'amministratore delegato vi darà conto in maniera più specifica, si accoppia con una volontà politica di disegnare la strategia dell'infrastruttura delle telecomunicazioni.

Io penso che sia fondamentale per lo sviluppo degli investimenti, a maggior ragione se sono privati, che i mercati in cui i privati operano possano avere chiara una strategia industriale. Questo Paese per tanti anni non ne ha avute di così definite come oggi, invece, vediamo nel settore delle telecomunicazioni. Ci si lamenta sempre che nella storia d'Italia sia mancata la strategia industriale dell'energia, dei trasporti, del turismo. Oggi, con il Piano banda ultralarga, di recente indicazione e comunicazione, si definiscono le basi degli obiettivi di sviluppo infrastrutturale del Paese. Questo è il pilastro su cui un privato può fare dei ragionamenti riguardo agli investimenti, che, se accompagnato a certezza delle regole del diritto e a chiarezza degli obiettivi, è l'ingrediente fondamentale per avere investimenti, non solo nostri ma di tutti gli operatori.

A questo proposito, il nostro piano di investimenti, comunicato recentemente anche alla comunità finanziaria, è il più grande piano di investimenti mai fatto nel nostro settore. Devo dirvi, anche per esperienza, che la nostra società è quella che investe di più in tutti i settori in Italia.

Nel prossimo triennio abbiamo previsto di investire solo in Italia 10 miliardi di euro, di cui 5 miliardi per reti di nuova generazione. In particolare, nel primo anno saranno investiti 3,5 miliardi. Non c'è altra società in Italia che impiega 3,5 miliardi in investimenti diretti.

Per concludere, io penso che il settore privato e Telecom Italia rappresentino la soluzione e lo strumento attraverso i quali il nostro Paese può recuperare rapidamente il ritardo digitale accumulato in passato.

Passo la parola all'amministratore delegato, per entrare nel dettaglio delle questioni oggetto di questa audizione.

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Cercherò di essere breve come richiesto dal presidente Meta. Il primo punto che vorrei affrontare riguarda le infrastrutture. Noi operiamo nel settore audiovisivo per il tramite di una nostra controllata al 70 per cento, che è Persidera. Persidera è una società che è proprietaria di cinque multiplex.

Un multiplex è un apparato di trasmissione di canali televisivi. Ogni multiplex porta fino a otto canali in *standard definition*. Se noi dovessimo immaginare dei canali *high definition*, dovremmo dividere questa cifra più o meno per due e mezzo, a causa della quantità di banda richiesta da un canale ad alta definizione.

Per la nostra controllata sono rilevanti due aspetti. Il primo aspetto è la qualità di questi cinque multiplex. Con tre multiplex raggiungiamo il 95 per cento della popolazione e con due multiplex raggiungiamo il 92 per cento della popolazione. Sono, quindi, cinque multiplex di ottima qualità. Questo è molto importante, perché noi non siamo, nel settore televisivo, un operatore verticalmente integrato. Dopo la vendita di La7 e di MTV, noi siamo solo operatori di rete, quindi siamo un puro *carrier*.

Questo ha dato luogo recentemente a un ampio dibattito, quando si è toccata la tematica della definizione dei contributi per l'utilizzo delle frequenze. La nostra posizione è che trattare alla stessa maniera un operatore non verticalmente in-

tegrato e un operatore verticalmente integrato, in realtà, espone l'operatore non integrato a un peggioramento della sua situazione. Infatti, l'operatore verticalmente integrato ricava la maggior parte del suo valore aggiunto dai servizi che vende, in particolare dalla pubblicità. Noi, vendendo solo spazio sui multiplex, possiamo ricavare esclusivamente dall'affitto della capacità.

Noi abbiamo evidenziato la nostra posizione, ovvero che deve essere mantenuta una differenziazione tra il contributo che deve essere richiesto a un operatore verticalmente integrato rispetto a un operatore non verticalmente integrato. In quattro minuti ho esaurito il primo punto.

Il secondo punto rilevante rispetto alla tematica dei servizi audiovisivi è quello dello spettro radio. Questo è un tema molto articolato e decisamente interessante. Tra le frequenze che sono licenziate per gli utilizzi più diversi, quante devono essere allocate alla televisione e quante alle telecomunicazioni? Ci sono poi i servizi militari, il controllo del traffico, la radio e altri servizi. La tendenza mondiale è che, vista la grande crescita del traffico dati mobile, è opportuno andare a cercare ulteriori spazi di allocazione di frequenze da collocare sui servizi di telecomunicazione.

Questo è un grande tema, perché se andiamo a vedere quali frequenze sono disponibili per essere allocate, vediamo che sostanzialmente quelle disponibili facilmente, ovvero non già assegnate ad altri servizi, sono frequenze molto alte. Parliamo di frequenze sopra i 3.5 gigahertz.

Questo non sarebbe tanto grave, se non per il fatto che tanto più le frequenze sono elevate, quanto minore è la dimensione dell'area che si è in grado di coprire con quella frequenza e, come secondo effetto, minore è la capacità di attraversare oggetti solidi. Pertanto, con una frequenza a 700 megahertz, che è quella attuale della televisione, si riesce a coprire un'area molto più vasta e si attraversano molti corpi solidi. Invece, la frequenza a 3.5 gigahertz è quella del *wi-fi* di casa, che, come sapete, supera la prima parete e forse la seconda, ma non la terza. Con frequenze molto

elevate, sicuramente possiamo immaginare un'ottima copertura locale, ma difficilmente immagineremo grandi aree ed adeguata copertura *indoor*.

A questo si collega un grande tema: dobbiamo immaginare il futuro della banda ultralarga in aree a minor densità abitativa, anche in questo caso, come un grande sforzo di investimento, più pubblico che privato, mediante costituzione di grandi quantità di fibra — pensate al paesino sul cocuzzolo dalla montagna — oppure dobbiamo immaginare di arrivarci in modalità *wireless*?

Considerate che le nuove tecnologie *wireless*, quello che si chiama LTE *advanced*, che già abbiamo lanciato in oltre 120 città, arriva a dare, via telefonia mobile, 180-200 Mbit/s al secondo. Per riuscire a dare queste velocità occorrono specifiche frequenze.

La frequenza a 700 megahertz, che è quella che oggi utilizzano le televisioni, è sicuramente considerata adatta per essere utilizzata a livello radiomobile. L'International Telecommunication Union (ITU), l'istituzione internazionale che disciplina l'orientamento per l'utilizzo delle frequenze — a livello nazionale sono le singole amministrazioni a definirlo — sostiene che quella a 700 megahertz debba essere considerata una cosiddetta « banda su base co-primaria », ovvero una banda che va bene sia per le televisioni sia per le telecomunicazioni con la stessa dignità. A livello europeo, la stessa considerazione viene fatta all'interno del Radio Spectrum Policy Group (RSPG).

Credo che il vero tema non sia tanto se la banda a 700 megahertz debba essere prima o poi allocata alle telecomunicazioni, ma semmai quando debba esserlo. Siamo in una situazione di scarsità spettrale tale per cui oggi è necessario prevedere un'operazione di portata decisamente rilevante, come la riassegnazione e la riattribuzione di spettro dalle televisioni alle telecomunicazioni, oppure questo è molto prematuro?

Esiste un rapporto, che personalmente condivido a fondo, che si chiama « Rapporto Lamy », il quale afferma che indicativamente il momento per utilizzare

questi 700 megahertz si colloca più o meno nei due anni a cavallo del 2020. In altre parole, è realistico credere che in Paesi come l'Italia l'utilizzo di 700 megahertz per le telecomunicazioni si andrà a collocare intorno al 2018-2019. Per Paesi a minor penetrazione — l'ingegner Recchi faceva riferimento al Brasile — stiamo parlando probabilmente del 2019-2020. In Paesi che stanno affacciandosi con grande crescita sul mercato delle telecomunicazioni, dobbiamo immaginare che ciò avverrà nel 2021-2022. Pertanto, il problema sicuramente si porrà. Si tratta di un tema annoso, come lo è stata la prima ondata del digitale terrestre. Credo sinceramente che dobbiamo immaginarlo collocato in un arco temporale più o meno di tre anni da oggi. Questo porterà a immaginare una crescita dell'utilizzo della banda larga mobile nell'ordine del 400 per cento rispetto a quello che siamo abituati a vedere oggi. Oggi stiamo usando abbastanza poco la banda larga mobile.

Il terzo punto riguarda la convergenza tra il settore audiovisivo e la banda larga o, meglio, ultralarga. Questo è un tema di sicuro interesse mondiale. La vera domanda nel costruire tutta questa fibra — come diceva prima l'ingegnere Recchi, stiamo accelerando nella sua costruzione — è cosa ce ne faremo. Uno dei motivi determinanti per lo sviluppo della fibra è sicuramente l'enorme aumento dell'utilizzo dei video sulla banda larga.

Quello a cui si sta assistendo oggi è un superamento sempre più importante della cosiddetta « tecnologia *multicast* o *broadcast* », dove un soggetto trasmette un contenuto e i fruitori, tutti allo stesso tempo, lo guardano. La mia libertà, come cliente e come fruitore, è cambiare canale, ma quello vedo, e lo vedo io, come lo vede Recchi e come lo vede Brescia, alla modalità cosiddetta *unicast*. Invece io arrivo a casa mia e voglio vedere il telegiornale in quel momento. Non devo essere io a regolare il mio orologio biologico sulla programmazione, ma viceversa.

Questo, dal punto di vista tecnologico, introduce una nuova complessità. Imma-

ginate che ciascuno di noi potenzialmente — basta un secondo di differenza — riceve un flusso unico dedicato a lui. Pertanto, i famosi otto canali per multiplex teoricamente diventano 50 milioni, il che ovviamente è impossibile sulla rete televisiva tradizionale. Questa cosa, invece, è assolutamente possibile se io trasmetto su banda larga, perché ciascuno di noi apre quella che viene chiamata « una sessione », ovvero un flusso trasmissivo dedicato a lui e al suo strumento di ricezione.

Oltretutto, questo mi dà un'altra opportunità: io non devo necessariamente usare un televisore, ma posso utilizzare un televisore, un PC, uno *smartphone*, un *tablet* o perfino la *consolle* di un *videogame*, purché sia collegato a *Internet*. A questo punto, io posso utilizzare una varietà molto più grande di alternative.

Questo è molto evidente se vedete l'evoluzione di quasi tutti i *broadcaster*, che stanno attrezzandosi per fare un'offerta combinata etere/satellite IP. C'è un importante *player* di *pay-tv* che ha lanciato il servizio *restart*. Il servizio *restart* significa che si deve essere collegati a *Internet*, perché questo servizio apre una sessione su banda larga. Quasi tutti gli operatori *pay-tv* stanno creando il servizio *on line*, in modo da avere una fruizione molto diversa.

Se questa è una convergenza naturale, che cosa si vede in giro per il mondo? In giro per il mondo si sono viste sostanzialmente cinque diverse strategie. Cerchiamo di analizzarle rapidamente.

La prima strategia consiste in una *media company* che si lancia e costruisce banda larga. È un caso teorico? No, è il caso inglese. Sky in Inghilterra, dove si chiama BSkyB, ha lanciato una propria offerta di banda larga e a questo punto si dota di una doppia via: la via del satellite e la via della banda larga, tutto offerto da BSkyB.

Esiste una seconda strategia: uno compra l'altro, ovvero una Telco compra una *media company*. Abbiamo visto che Telefonica ha comprato Prisa, Vodafone in Spagna ha comprato Ono e in Germania ha comprato Kabel Deutschland. Il caso più famoso è stato negli Stati Uniti: AT&T

ha comprato DirecTv, operazione da 65 miliardi di dollari (ha le spalle piuttosto possenti).

Accade anche il contrario: una *media company* compra una Telco. Il caso è molto più vicino a noi, ovvero in Francia: Numericable, del gruppo Altis, ha comprato l'operatore Sfr.

Ricapitolando, la strategia numero uno è costruire il *broadband* e la seconda è integrarsi. Esiste una terza possibilità: la Telco crea un'offerta di televisione, ovvero un palinsesto, che è quello che fa BT in Inghilterra. BT in Inghilterra è partita ovviamente dove c'era più domanda, creando BT Sport. Ha fatto un'offerta, ha comprato la Premier League, poi la Formula 1, poi il motociclismo e poi il tennis e ha creato BT Sport. Adesso BT Sport diventa BT Cinema, BT Cultura eccetera e fa concorrenza ai *broadcaster* tradizionali.

Loro hanno fatto esattamente il contrario: avevano già la banda larga e stanno costruendo la banda ultralarga e hanno chiesto l'accesso alla piattaforma satellitare. Hanno detto a Sky: « Mi devi riservare dei canali di Sky » e il regolatore gli ha dato ragione. Così come esiste l'*unbundling* della fibra, deve esistere l'accesso alla piattaforma del satellite.

L'ultima è una soluzione che abbiamo lanciato noi in Italia, Virgin Media in Inghilterra e altri operatori negli Stati Uniti e in Germania: una *partnership*, ovvero sostanzialmente ciascuno fa il suo e reciprocamente mette a disposizione dell'altro le proprie competenze.

Telecom Italia ha firmato una *partnership* con Sky e ha dato questa possibilità a qualsiasi altro operatore decidesse di utilizzare la nostra banda larga e/o i nostri servizi.

Il caso è già stato ampiamente dibattuto. Ci sono conversazioni in corso con Mediaset, con Netflix e con altri operatori, perché noi riteniamo che la nostra piattaforma possa essere aperta per l'utilizzo di chiunque abbia dei contenuti con i quali vuole raggiungere il consumatore.

Di conseguenza, dobbiamo immaginare la convergenza telecomunicazioni-*media* come una convergenza assolutamente na-

turale. Questo è estremamente importante, perché ci porta al prossimo passaggio di questa rapida carrellata, che è il tema di quello che io chiamo *open Internet*, espressione che preferisco rispetto a *net neutrality*.

Noi, come operatori di telecomunicazioni, siamo sottoposti — non entro nel merito della questione se questo sia giusto o meno — a una serie di regole molto importanti sotto il punto di vista della *privacy*, dell'accessibilità delle reti, della neutralità delle reti, ovvero a una serie di garanzie che noi dobbiamo dare ai terzi che vogliono utilizzare i servizi sulle nostre reti.

A questo proposito, mi preme sottolineare che come Telecom Italia siamo assolutamente d'accordo. Non ci devono essere *policy* di discriminazione rispetto all'utilizzo di Internet.

Abbiamo cercato di sottolineare che questo tema dell'*open Internet* o della *net neutrality* non può essere monodirezionale. Le regole non possono valere solo per noi.

Questo fenomeno è stato descritto in diversi modi molto complicati, come il *level playing field*. Alla fine ci siamo domandati se ci stessimo spiegando in modo chiaro e, allora, abbiamo provato a dirlo in un modo un po' più semplice. Noi riteniamo che sia opportuno che allo stesso tipo di servizio si applichino le stesse regole, chiunque sia il soggetto che eroga il servizio: *same service, same rule*. Credo che sia difficile non essere d'accordo con un concetto di questo tipo: lo stesso servizio deve avere le stesse regole, indipendentemente da chi lo eroga.

Se siamo d'accordo su questo, vi invito a riflettere su questo piccolo problema. Prendiamo il caso di un sms. Se un'autorità di polizia mi chiede di fare il tracciamento di un sms, ovviamente premesso che deve essere un pubblico ministero e che ciò deve avvenire con tutti le procedure richieste, io devo dargli tutto. Cosa succede se il contenuto del messaggio è girato su WhatsApp? L'operatore telefonico non vede niente. Quello che è peggio è che la stessa autorità di polizia deve fare

una rogatoria internazionale negli Stati Uniti. Dunque, il consiglio provocatorio è: usate WhatsApp e, se proprio non volete usare WhatsApp, vanno bene anche Facebook e Skype. Infatti, nel caso di una chiamata con Skype, noi non possiamo erogare alcun servizio di sicurezza.

Giustamente oggi c'è una grande attenzione alle tematiche di sicurezza nazionale. Non siamo solo noi a sapere che su WhatsApp non siamo intercettabili. Finché siamo io e l'ingegner Recchi che vogliamo scambiarci i nostri segreti industriali che non deve sapere nessuno, va bene. I nostri segreti oggettivamente sono piuttosto modesti. Laddove, invece, ci siano delle problematiche che possono attenerci alla sicurezza nazionale, io ricordo sempre lo slogan « *same service, same rule* », perché altrimenti tutto il sistema rischia di non funzionare più.

Uso gli ultimi minuti, vista la grande integrazione che c'è tra servizi di telecomunicazioni e servizi audiovisivi, per darvi un minimo di colore su dove andremo.

L'Agenda digitale europea, la famosa Agenda 2020, fissa una serie di obbligazioni che riguardano non solo la connettività, ma anche un'altra serie di servizi, che vanno dall'*e-commerce* all'*e-government* e all'utilizzo dei servizi da parte della cittadinanza.

Noi ci occupiamo principalmente di infrastrutture e, quindi, rispondo per la componente infrastrutturale, anche se non è — lo ribadisco — l'unico punto.

Prendendo un punto intermedio tra oggi e il 2020, che è la fine del 2017, noi abbiamo allocato risorse private, ovvero nostri fondi, per arrivare al 2017 con una copertura della popolazione in fibra nel 75 per cento del territorio. Pertanto, il 75 per cento delle unità immobiliari saranno raggiunte con soluzioni in fibra. L'investimento totale per i prossimi tre anni è pari a 2,9 miliardi di euro, dei quali circa 500 milioni di euro saranno destinati alla cosiddetta *fiber to the home* o *fiber to the building*.

Non voglio sembrare polemico, ma dobbiamo evitare di fare confusione tra l'obiettivo e la soluzione ingegneristica. La



soluzione *long term* che è più a prova di futuro è il *fiber to the home*? Probabilmente sì. Come si arriva a una distribuzione massiva di *fiber to the home*? Ci si arriva allargando subito il più possibile, per cercare di arrivare anche nelle periferie dello Stato con una buona connettività. Il rame può arrivare a connettività ben superiori a 100 mega.

Iniziamo a dire che arriviamo il più rapidamente possibile a un'estensione molto ampia e parallelamente facciamo il *fiber to the home* oppure, viceversa, facciamo tanto *fiber to the home* e Abbiategrosso, Tivoli e il paesino della Lucania aspettano e si mettono in coda rispetto a Torino, Milano, Genova, Bologna eccetera? Noi abbiamo scelto la prima strada: andiamo molto rapidamente al 75 per cento del territorio in tre anni — oggi siamo intorno al 32-33 per cento — e parallelamente iniziamo dalle prime 50 città italiane, che sono metà dei capoluoghi di provincia italiani, ovviamente al 50-60 per cento in ogni città.

In parallelo che cosa stiamo facendo? Faccio due considerazioni. In primo luogo, continuiamo ad ampliare la copertura 4G. Sempre al 2017, noi proiettiamo una copertura della popolazione in tecnologia 4G pari al 95 per cento degli italiani, al 90 per cento del territorio e all'80 per cento *indoor*. In sostanza, il 90 per cento del territorio sarà coperto dal 4G nel 2017.

A Dio piacendo, il mondo non terminerà nel 2017. Dopo è facilmente prevedibile che ci saranno il 2018, il 2019 e il 2020. In questo caso, le percentuali *fiber to the cabinet* e *fiber to the home* si ribaltano. Se prima ho fatto tanto *cabinet* e meno *home*, nella seconda parte farò tanto *home* e relativamente poco *cabinet*.

Infatti, una volta arrivato all'85 per cento del territorio nazionale, l'ultimo 15 per cento del territorio è rappresentato dal fenomeno delle case sparse. Iniziamo a parlare, cioè, della coda lunga dei 5.000 piccoli comuni, ovvero di realtà decisamente più piccole. In questo caso è difficilmente prevedibile che lo si possa fare con un intervento privatistico.

In quel caso dobbiamo immaginare un intervento pubblico-privato o — perché no? — solo pubblico. Non sarebbe la prima volta. Rammento che la Corea ha coperto buona parte delle sue zone non urbane attraverso un intervento pubblico. Lo stesso dicasi per il Giappone e per altre parti del mondo.

L'importante è non determinare distorsioni di mercato laddove il mercato può arrivare con le sue forze. Invece, dove il mercato non arriva con le sue forze, le decisioni sono due: o accettiamo tutti che ci si arriva con la telefonia mobile, il che è molto credibile e anche molto efficiente, o si mette mano a 2-3 miliardi di euro di soldi pubblici e si va a coprire l'ultimo 15 per cento del territorio nazionale.

Io ho esaurito il mio intervento.

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

VINCENZA BRUNO BOSSIO. Io sono molto soddisfatta, perché sono state date tante risposte a domande potenziali che avrei potuto fare. Vorrei capire meglio in primo luogo come potrebbe esserci una convergenza, anche rispetto a tutta questa discussione sulle torri, fra questo tema e la banda ultralarga.

In secondo luogo: se voi prevedete effettivamente che ci sarà una maggiore spinta sulla rete mobile, come si configurerà la relazione fra gli investimenti in fibra ottica, sia *cabinet* che *home*?

La terza domanda è quella cruciale: cosa ne pensate di un'ipotesi di società per la rete?

GIUSEPPE STEFANO QUINTARELLI. Anch'io le faccio i complimenti per la relazione. Avrei tante cose da dire, ma mi limiterò a dirne una. È stato assegnato a questa Commissione un progetto di legge a firma mia e di altri colleghi dell'intergruppo, in materia di neutralità della rete (quella parolaccia che lei non vuole usare). In realtà, non è scritto da nessuna parte « neutralità della rete », quindi rivendico di essere stato antesignano su questo.

Approfittando della vostra presenza, vorrei sapere se avete avuto modo di vedere la proposta e qual è il vostro giudizio al riguardo.

SETTIMO NIZZI. Grazie della bellissima relazione. Vorrei dire due cose. Innanzitutto, vorrei sapere se, data la vostra preparazione, su specifici argomenti come quello dell'infrastrutturazione ovvero su altri argomenti squisitamente tecnici, ci sia o meno una continua interlocuzione con i Ministeri. Se i Ministeri e in generale coloro che devono fare decreti attuativi non dialogano con chi realmente gestisce le cose, diventa difficile.

Al *fiber to the home* noi preferiamo il *fiber to the cabinet*. Iniziamo subito a dare servizi a tutti.

Chiedo scusa ai colleghi se ancora una volta io parlo di infrastrutture e investimenti. Io vorrei far parte della Mitteleuropa, perché voglio fare un accordo con la Germania, con la Svizzera o con l'Austria. Io rappresento una regione del Sud, la Sardegna. Ancora una volta, gli investimenti per la realizzazione della fibra ci sono in tutte le regioni del Sud, tranne che in Sardegna. Dove ci mettete? Da nessuna parte, perché abbiamo un servizio molto scarso. Vi costa molto inserire la Sardegna almeno una volta?

Infine, avete partecipato a una gara per dare servizi pubblici alle pubbliche amministrazioni (Stato, regioni, province e comuni) e l'avete persa. L'ha vinta un vostro concorrente con uno sconto dell'89 per cento. Sul giornale domenica è uscita ancora una volta una notizia: da circa 300 milioni il costo lieviterà già dal primo anno, come servizi, a 1,3 miliardi. Voi avete fatto un ricorso su questo? Avete fatto qualcosa oppure vi siete giustamente tirati indietro perché qualcuno vi ha « tirato le orecchie »?

GAETANO PIEPOLI. Vorrei sapere qual è la dimensione degli investimenti in ricerca in tutta questa prospettiva.

PAOLO COPPOLA. Vorrei sapere se nei vari modelli c'è anche quello di produ-

zione di contenuti per spingere la domanda o comunque se ci sono *partnership* e investimenti in produzione di contenuti espliciti per il modello bidirezionale, che non è solo la televisione.

PRESIDENTE. Do la parola ai nostri ospiti per la replica.

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Il tema della convergenza delle torri è una patata bollente. Questo tema mi permette di fare un primo distinguo tra torri di telecomunicazioni e torri televisive. La grande differenza è la potenza di emissione. Le torri di telecomunicazioni trasmettono a 6 V/m, più o meno un ventesimo di un forno a microonde, mentre le antenne di televisione trasmettono in modo molto importante. Per questo motivo, le torri di televisioni normalmente sono fuori dai centri abitati e molto lontane dai questi. Addirittura, c'è la proibizione di costruzione per un certo raggio intorno a queste emittenti. Noi invece stiamo dentro le città. Mettere insieme torri di telecomunicazioni e torri di televisioni è come mettere insieme un elefante e un gatto perché hanno entrambi quattro zampe. Non funziona così, nel senso che l'ottimizzazione si ottiene riducendo il numero delle torri. Per avere un risparmio, se lei ha cento torri e io ne ho cento, l'insieme non deve fare 200, ma deve fare 180.

Certamente se io non posso trasmettere con grande potenza e lei può trasmettere, invece, con grande potenza, immaginando che io sono Telco e lei è un *broadcaster*, metterci insieme significa che, se io vengo sulle sue torri, trasmetto sostanzialmente a niente (abbiamo detto che intorno alle antenne televisive non c'è niente), mentre se io metto gli impianti televisivi in città faccio una cosiddetta città *pigeon free*, nel senso che i piccioni li friggo mentre volano. Non sarebbe una cattiva idea. Ci toglieremmo vari problemi.

Avrebbe un senso metterle insieme? In una logica di diversificazione di portafoglio, ciò ha molto senso, ma è una logica finanziaria più che una logica industriale.

Al contrario, mettere insieme telecomunicazioni con telecomunicazioni e televisioni con televisioni ha più una logica industriale. Qui mi fermo, perché ogni ulteriore considerazione è di *governance*.

Ciò che posso dirle è che noi rispetto a Persidera siamo un operatore non integrato. Questo ci pone in una posizione di grande *comfort*, perché, essendo non integrato, qualunque cosa io faccia, non muovo niente nella catena del valore che non sia specifico. Faccio anche fatica a dovermi esprimere su un terreno che non mi vede protagonista.

Rispetto al tema delle torri e rispetto alla banda ultralarga, oggettivamente c'è un'influenza. Io le ho detto che le torri di telecomunicazioni utilizzano una potenza di 6 V/m. La media europea è 20, mentre Germania e Francia stanno a 30. Più è basso questo numero, più è alto il numero di antenne che io devo mettere per dare lo stesso segnale.

Se esiste una preoccupazione sull'inquinamento elettromagnetico, dall'altro lato c'è anche un inquinamento visuale. Io un giorno sono andato a San Gimignano e ho visto una torre di telecomunicazioni su una delle torri. Oggettivamente mi sono sentito male, perché vi garantisco che era brutta. A Siena non ne fanno più mettere una e secondo me hanno ragione. Dobbiamo fare un po' attenzione. Personalmente, siccome sembrerebbe che a 20 V/m non ci siano effetti dannosi sul corpo umano, visto che ci allineiamo all'Europa su tante cose, credo che forse anche questa sarebbe da valutare.

Mi si chiedeva se c'è una maggiore spinta agli investimenti su rete mobile rispetto agli investimenti di rete fissa. Non è così, nel senso che per fare l'intera copertura dell'Italia in quarta generazione noi spendiamo più o meno 2 miliardi di euro, mentre per fare l'85 per cento dell'Italia in fibra ne spendiamo circa 5,5. Non c'è una proporzionalità. Il mondo delle telecomunicazioni mobili è molto più efficiente dal punto di vista dell'utilizzo di *capex* (*capital expenditure*).

Per quanto riguarda la società per la rete, noi abbiamo sempre risposto che la

nostra posizione è che la rete deve essere neutrale più che essere societarizzata. Proprio ieri abbiamo celebrato, con l'organismo di vigilanza, il sesto anno di verifica dell'organismo stesso.

Ci sono due cose che determinano l'equivalenza della rete di accesso rispetto agli operatori. La prima è la mancata applicazione di asimmetrie. I clienti di Telecom Italia, di Infostrada, di Tiscali e degli altri devono essere serviti con gli stessi parametri qualitativi. La seconda è la qualità: non ci si appiattisce verso il basso, ma verso l'alto.

Per fare questo, abbiamo istituito, dapprima volontariamente e poi d'intesa con l'Agcom, un organismo di vigilanza indipendente rispetto a Telecom Italia, che monitora oltre 500 parametri, che oltretutto vengono certificati da un ente esterno, per dimostrare se c'è o non c'è asimmetria. Eventuali asimmetrie vengono sanzionate. A oggi viene detto che non c'è asimmetria e, quindi, io continuo a dire che noi non vediamo la necessità di separare la rete.

Io ho letto la proposta dell'onorevole Quintarelli con grande attenzione. Non è proprio un documento semplicissimo, devo essere sincero. È molto tecnico e molto ben fatto. Noi lo abbiamo esaminato e, come operatori di telecomunicazioni, siamo pronti a supportarlo in larghissima misura. Come sempre, non posso dire che è perfetto, però è in larghissima misura condivisibile. È anche piuttosto innovativo. Tuttavia, è un documento che parte da una visione multinazionale, che va portata a scala europea.

GIUSEPPE STEFANO QUINTARELLI.  
Cominciamo da qui intanto...

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Sì, ma a condizione che poi ci si muova su scala europea. Credo che il dibattito che si sta svolgendo sulla *net neutrality* a Bruxelles possa essere oggettivamente migliorato dal punto di vista del livello di interlocuzione.

GIUSEPPE STEFANO QUINTARELLI.  
Non voglio fare dibattito, ma se comin-

ciamo qui, abbiamo la possibilità di influenzare anche lì.

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Onorevole Nizzi, per quanto riguarda i contatti con i Ministeri, grazie a Dio ne abbiamo. Ovviamente su tematiche su cui possiamo essere coinvolti l'interlocuzione c'è.

Devo dire che come Telecom Italia io preferisco sempre che l'interlocuzione avvenga attraverso l'associazione di categoria, che è la ASSTEL, perché si tratta di una *industry position* molto più che di una *company position*. Nel momento in cui andiamo a discutere tra Telecom Italia, Vodafone, Wind, H3G, Infostrada eccetera, all'interno della gamma dei colori blu, ognuno la vede con una tinta diversa.

I contatti ci sono. Devo dire che quello che è molto faticoso ogni tanto è che sullo stesso tema non c'è solo un Ministero. Citavamo prima il caso delle antenne. In quel caso i soggetti che ogni volta sono coinvolti sono come minimo dai quattro ai cinque. Il che vuol dire che, quando hai finito con il quarto, devi ricominciare dal primo, ed è piuttosto complesso.

FTTC o FTTH? Io sono convinto che non sarà né solo FTTC né solo FTTH, ma sarà un ampio insieme di FTTC e FTTH. Se lei a oggi mi dovesse chiedere quanto sarà l'FTTH all'inizio degli anni 2020, io le direi una cifra tra il 30 e il 40 per cento. Potrà essere 35, 38 o 32. Ciò dipenderà molto dalle agevolazioni, non tanto economiche quanto operative.

Il decreto cosiddetto «sblocca Italia» contiene una serie di iniziative che sarebbero utilissime per semplificare la realizzazione. Il catasto unico del sottosuolo è straordinariamente importante. Se io posso già utilizzare una canalina, costruire la fibra costa 7 euro al metro. In caso contrario, costa circa 400, perché, facendo come ci viene richiesto, per fare uno scavo di 15 centimetri devo rifare la strada. Probabilmente risolveremmo il problema della viabilità a Roma, però difficilmente faremmo la fibra.

Onorevole Nizzi, non so come dirglielo, ma la Sardegna non è Obiettivo 1 FESR.

Ciò vuol dire che i fondi comunitari europei, a torto, non considerano la Sardegna come Obiettivo 1. Nel FESR di una volta, la Sardegna era Obiettivo 1.

SETTIMO NIZZI. Il Lazio non è Obiettivo 1?

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Il Lazio non è Obiettivo 1, è un *digital divide* fatto con la regione. Sono fondi regionali.

SETTIMO NIZZI. Neanche la Sicilia è Obiettivo 1?

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Sì, Sicilia, Calabria, Campania, Basilicata, Puglia e Molise sono oggetto di fondi comunitari. Laddove non si possono utilizzare i fondi comunitari, bisogna far capo ai fondi regionali, il che non è impossibile. I fondi regionali sono stati messi a disposizione dalla Lombardia, che è andata virtualmente al 100 per cento di copertura *broadband*, e adesso dal Lazio. Il Lazio ha fatto un progetto veramente molto bello, perché oltretutto abbiamo deciso di installare moltissima fibra. Bisogna utilizzare anche i fondi regionali. A fronte di regioni virtuose, ce ne sono altre dove stanno allocando meno risorse. Io vengo dal Piemonte, che, per esempio, sta allocando relativamente poche risorse su questo.

Per quanto concerne lo sconto dell'89 per cento fatto da Tiscali, noi abbiamo deciso di non seguire questa strada. Se riescono a erogare servizi a quel costo, sono bravi. Probabilmente noi siamo spendaccioni e non ce la facciamo. Non eroghiamo servizi in perdita.

La ricerca, onorevole Piepoli, è un tema lunghissimo, che peraltro mi appassiona molto. Per darvi un'idea, stiamo parlando più o meno di un *billion*, però dentro c'è tanta roba che a me suona come ingegneria. Dobbiamo fare molta attenzione. Lei ha toccato un tema di straordinaria importanza. Io lo dico in modo diverso. All'inizio degli anni 2000 in Europa noi avevamo circa 220.000 ricercatori nei vari Paesi europei, in particolare in Italia con

Italtel e la filiera che vi faceva capo, in Francia con Marconi e Alcatel, in Inghilterra, in Scandinavia, in Germania e in Finlandia. Oggi i ricercatori sono meno di 70.000.

La ricerca si è spostata a est, ovvero in Cina e Corea. Dicono tutti che si è spostata lì perché costa meno. Tuttavia, la ricerca si è spostata anche a ovest, cioè in Silicon Valley, dove non costa meno. Pertanto, non credo che sia un tema di soldi. Credo che la ricerca funzioni dove c'è un conubio straordinariamente fecondo tra università, finanza, industria e Stato.

GAETANO PIEPOLI. Questo rischia di farci dare un appuntamento il 2 novembre.

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Noi stiamo facendo un programma molto ambizioso per rimettere in moto la ricerca all'interno delle università. Abbiamo aperto nove laboratori di ricerca all'interno di nove università: Politecnico di Torino, Politecnico di Milano, Università di Trento, Università di Padova, Pisa, Bari, Catania, Roma e un'altra che non ricordo. Mi succede come con i sette nani: me ne manca sempre uno! La ricerca è un tema su cui bisogna concentrarsi molto, secondo me, anche in questo caso, a livello europeo.

Onorevole Coppola, la vera tendenza del mondo dei contenuti è che la produzione costa molto di più. Per darle un'idea — sono cifre semipubbliche — sembra che l'ultima serie di *House of Cards* sia costata 90 milioni di dollari. Sono dodici puntate, se non sbaglio. Se lei fa un costo per puntata, viene fuori una stangata enorme. *Gomorra*, che è stata prodotta da Sky Italia, è costata, se non sbaglio quasi 25-30 milioni di euro. Stiamo parlando di cifre molto rilevanti, se lei considera che alla fine ha coperto dieci o quindici ore di programmazione. Poi lo dà in replica e tutto quello che vuole, però...

PRESIDENTE. Però è stata venduta in 51 posti.

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Bravissimo. Questo è il punto. Il presidente mi ha tolto le parole di bocca. Il punto è che la produzione dei contenuti è diventata un *business* mondiale, perché devo riuscire a produrre e vendere in molti posti.

Se lei ci pensa, questo è il motivo per cui Fox, del signor Murdoch, ha cercato di comprarsi MGM a 90 miliardi di dollari senza riuscirci e il costo è aumentato in modo importante.

L'altra cosa che è aumentata in modo importante è il costo dello sport. Non so se avete letto che in Italia la serie A ha incassato 1 miliardo di euro l'anno per i prossimi tre anni, mentre la Premier League ha incassato 6 miliardi di *pounds* per tre anni. Poi ci chiediamo perché i *football team* inglesi sono più forti. Banalmente, hanno più soldi. Questo vuol dire che qualcuno ha speso 6 miliardi di *pounds*. Gli inglesi sono più o meno lo stesso numero degli italiani. Qual è la grande differenza? Mentre in Italia la *pay-tv* raggiunge il 25 per cento delle famiglie italiane, in Inghilterra raggiunge il 54 per cento. Ci sono più o meno 60 milioni di cittadini in entrambi i casi, ma, siccome il bacino *pay-tv* è il doppio, è come se fossero 120. Pertanto, vanno e comprano contenuti a prezzi esorbitanti. Cerchiamo di capire chi ci sta guadagnando.

LORENZA BONACCORSI. In Inghilterra c'è la centralizzazione dei diritti.

MARCO PATUANO, *Amministratore delegato di Telecom Italia S.p.A.* Assolutamente. È completamente diverso. Con questo voglio dire che noi siamo su una scala troppo piccola e, quindi, la nostra partecipazione a questo gioco enorme di produzione di contenuti non ci vede protagonisti. In questo momento le uniche Telco che si stanno muovendo sulla produzione dei contenuti sono in parte Telefonica, per un motivo molto semplice, ovvero che fanno contenuti in lingua spagnola, parlata da centinaia di milioni di abitanti, e qualche società americana. Non so dirvi nulla sui cinesi, ma non è un *benchmark* per noi.

PRESIDENTE. Grazie davvero. Presidente, c'è ancora qualche minuto per le conclusioni.

GIUSEPPE RECCHI, *Presidente di Telecom Italia S.p.A.* Io vorrei richiamare l'attenzione su alcuni dei prossimi passaggi chiave per lo sviluppo del settore dell'audiovisivo e delle comunicazioni elettroniche. Al Governo e al Parlamento chiediamo di attuare in tempi rapidi i principali interventi necessari per un'effettiva promozione dell'economia digitale. Ci riferiamo in particolare alla fissazione dei contributi per i diritti d'uso delle frequenze televisive, in modo da non penalizzare gli operatori non verticalmente integrati come Persidera, che operano unicamente nell'ambito della fornitura di capacità trasmissiva, e alla definizione di un piano di medio-lungo termine per la riallocazione delle frequenze per lo sviluppo dell'*ultra broadband* mobile, in particolare la banda 700 megahertz, secondo modalità e tempistiche dettate dall'effettivo sviluppo del mercato della tecnologia.

Ci riferiamo anche alla ricerca del giusto equilibrio tra le garanzie di neutralità della rete e la necessità di continuare ad assicurare una gestione efficiente del traffico veicolato sulle reti IP, efficienza basata anche sull'offerta di modalità di trasporto dati a qualità garantita, che sono indispensabili per la fornitura, sempre più diffusa, dei servizi video sulle infrastrutture *ultra broadband* fisse e mobili.

Ci riferiamo inoltre alla garanzia di sviluppo delle nuove piattaforme di distribuzione di contenuti su rete *ultra broad-*

*band* fisse e mobili, evitando restrizioni e distorsioni nell'accesso ai contenuti, alla rapida implementazione del piano *ultra broadband* recentemente approvato dal Governo, oltre che alla definizione di una chiara *road map* di attuazione delle diverse misure di sviluppo sul versante dell'offerta e della domanda.

Lo sviluppo delle nuove reti in fibra sarà fondamentale per promuovere l'innovazione e migliorare la produttività e la competitività delle nostre imprese e, più in generale, per creare crescita economica e occupazione.

Mi preme ricordare che questa è una strada che percorreremo tanto più rapidamente e con maggiore efficacia quanto più sarà la capacità di tutti gli *stakeholder* (Governo, autorità e operatori) di promuovere in modo coerente questa comune priorità del Paese, nella piena autonomia dei rispettivi ruoli, per scelte politiche regolamentari e imprenditoriali.

Vi ringrazio per l'attenzione.

PRESIDENTE. Vi ringrazio per gli interventi e per il documento depositato, di cui autorizzo la pubblicazione in allegato alla seduta odierna (*vedi allegato*) e dichiaro conclusa l'audizione.

**La seduta termina alle 15.30.**

---

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI  
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. VALENTINO FRANCONI

*Licenziato per la stampa  
il 14 aprile 2015.*

---

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

ALLEGATO

**CAMERA DEI DEPUTATI**  
**Commissione IX**  
**(Trasporti, Poste e Telecomunicazioni)**

**Audizione di Telecom Italia S.p.A.**  
**Giuseppe Recchi (Presidente)**  
**Marco Patuano (Amministratore Delegato)**

(Roma, 10 marzo 2015)

Onorevole Presidente, Onorevoli Deputati,

in qualità di Presidente di Telecom Italia, desidero innanzitutto esprimere un sentito ringraziamento per l'opportunità concessa all'Azienda di intervenire in questa audizione sul sistema dei media audiovisivi e radiofonici.

L'indagine risulta di grande interesse per il Gruppo per tre ordini di motivi che saranno approfonditi nell'ambito del nostro intervento.

In primo luogo, l'indagine verte sul settore dell'audiovisivo in cui la nostra controllata, Persidera, nata nel giugno 2014 dall'integrazione tra Rete A e Telecom Italia Media Broadcasting<sup>1</sup>, opera come fornitore di capacità trasmissiva in tecnica digitale terrestre. Ad oggi, Telecom Italia Media e il Gruppo l'Espresso detengono, rispettivamente, il 70% e il 30% di Persidera.

In secondo luogo, le politiche di assegnazione delle frequenze per i servizi televisivi si intrecciano, inevitabilmente, con l'allocazione dello spettro a favore degli operatori di rete mobile, anche nell'ottica della fornitura dei servizi *ultrabroadband* previsti dall'Agenda Digitale.

Infine, l'indagine riguarda lo sviluppo di nuovi modelli di *business* basati sull'integrazione tra le infrastrutture di comunicazione elettronica a banda larga e ultralarga e la fornitura di contenuti audiovisivi, anche in modalità *on demand*.

Prima di entrare nel merito delle tematiche oggetto dell'indagine, vorrei soffermarmi su alcuni importanti cambiamenti che riguardano la strategia del nostro Gruppo. In particolare, vorrei sottolineare che siamo diventati una delle

---

<sup>1</sup> A sua volta creata nel 2004 con lo *spin-off* delle attività di *broadcasting* del Gruppo Telecom Italia Media.



La trasformazione in atto, in gran parte già realizzata, coinvolge i processi di decisione, sia interni che esterni, nell'ottica di una maggiore integrità, trasparenza e imparzialità di giudizio che vanno a migliorare, anche sotto l'aspetto organizzativo e gestionale, i meccanismi di funzionamento di un sistema complesso e articolato come è quello di un Gruppo della nostra rilevanza.

Nel nostro Paese, Telecom Italia, con un fatturato superiore a 15 miliardi di euro, produce un valore aggiunto pari allo 0,7% del PIL e dà lavoro a più di 100.000 persone, tra occupazione diretta (oltre 53.000 persone) e indiretta.

Gestiamo l'unica infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio e forniamo una piattaforma di rete mobile tra le più innovative del mondo. Per garantire la gestione e l'innovazione di queste piattaforme investiamo oltre 3 miliardi di euro all'anno, collocandoci al primo posto nel *ranking* delle imprese nazionali.

Telecom Italia, quindi, ancor prima di essere un operatore di telecomunicazioni, rappresenta - per dimensione, capillarità e mole di investimenti - un'impresa integrata con il territorio e con il tessuto sociale ed economico; con un ruolo pervasivo per l'intera economia del Paese, per la competitività delle sue aziende, per l'efficienza della Pubblica Amministrazione e, più in generale, per il benessere degli stessi cittadini.

Per un Gruppo "strategico" come il nostro - il cui ruolo, da sempre, è quello di connettere imprese e persone - la trasformazione in *public company* assume grande rilevanza, non solo a livello di maggiori tutele e garanzie per tutti gli

azionisti, ma anche in termini di maggiore trasparenza, autorevolezza e credibilità verso gli altri *stakeholders*, *in primis* i cittadini e le Istituzioni.

Mi preme sottolineare che l'importante impulso agli investimenti impresso da Telecom Italia coincide con un momento in cui, per la prima volta, il Governo e le Istituzioni hanno varato un ambizioso piano di sviluppo del settore digitale che racchiude al suo interno sia incentivi allo sviluppo delle infrastrutture sia misure di stimolo della domanda.

Il nostro nuovo piano industriale 2015-17, presentato a Londra qualche settimana fa, con circa 5 miliardi di euro di investimenti in piattaforme innovative (di cui circa 3 miliardi nello sviluppo delle reti fisse a banda ultralarga), è sinergico e si integra perfettamente con le misure e gli obiettivi del Governo.

Il settore privato, e Telecom Italia in particolare, rappresentano la soluzione e lo strumento attraverso il quale il nostro Paese può recuperare rapidamente il ritardo digitale accumulato in passato.

Sono momenti cruciali in cui la sintonia tra interventi pubblici e iniziativa privata deve essere massima. Oggi è più che mai fondamentale farsi guidare da una prospettiva di crescita e di sviluppo di lungo periodo.

E in questa ottica Telecom Italia ribadisce il proprio impegno per contribuire a conseguire obiettivi così sfidanti che consentiranno al nostro Paese di risalire la china, dopo anni di congiuntura negativa.

Lascio, adesso, la parola all'Amministratore Delegato, Marco Patuano.

Vorrei, innanzitutto, richiamare la vostra attenzione sulla recente riorganizzazione delle attività del Gruppo nel settore audiovisivo, cui ha già fatto riferimento il Presidente Recchi.

Persidera detiene e gestisce 5 MUX (ognuno dei quali consente di “diffondere” 7-8 canali televisivi digitali) ad elevato *standard* qualitativo: 3 MUX hanno una copertura pari a oltre il 95% della popolazione, mentre gli altri 2 MUX raggiungono circa il 92% della popolazione.

Persidera si differenzia dagli altri principali soggetti del settore, in quanto agisce come operatore di rete “puro”, impegnato solo nella rivendita di capacità trasmissiva ai fornitori di contenuti.

Questa sostanziale differenza tra operatori di rete “puri” e soggetti televisivi verticalmente integrati, che offrono sia servizi di rete sia contenuti, dovrebbe essere adeguatamente considerata anche ai fini della definizione dei contributi per l'utilizzo delle frequenze televisive.

È di tutta evidenza, infatti, che la separazione tra attività di rete (trasporto del contenuto) e attività televisiva (offerta del palinsesto, *free* e *pay*, raccolta pubblicitaria, etc.) fa sì che il valore aggiunto generato dall'offerta di servizi televisivi non risulti più in capo ad unico soggetto (il “vecchio” concessionario analogico), ma venga ripartito tra soggetti distinti – operatori di rete e fornitori di contenuti - sui quali, appunto, dovrebbe ricadere in proporzione l'onere di coprire i costi derivanti dai diritti d'uso delle frequenze.

Stante la peculiarità del settore televisivo nazionale, qualora i contributi fossero

stabiliti unicamente in base al numero dei MUX in uso, si creerebbe una palese distorsione del mercato derivante dal ben diverso potenziale di generazione di reddito degli operatori verticalmente integrati, unici soggetti che possono fruire di “compensazioni interne” e di economie di scala e di scopo, non realizzabili dagli operatori di rete puri.

### **La gestione dello spettro radio per servizi mobili a banda ultralarga**

Un altro tema di primaria importanza per garantire innovazione e qualità nel mondo sempre più convergente dell’audiovisivo e delle telecomunicazioni riguarda i futuri sviluppi nell’utilizzo di bande frequenziali che sono di interesse sia per i *broadcaster* televisivi sia per gli operatori di telefonia mobile.

Si assiste ad un incremento esponenziale del traffico dati generato dalla fruizione di contenuti video su rete mobile, attraverso i cosiddetti *smart devices* (*smartphone, tablet, ecc.*), e si stima che, entro il 2018, oltre il 70% del traffico dati mobile sarà generato dai video<sup>2</sup>.

Per far fronte ai *trend* della domanda di traffico dati sarà necessario assicurare, nel tempo, un adeguato incremento di spettro radio e di *performance* delle reti mobili.

In questo contesto, l’attribuzione della cosiddetta “banda 700” (compresa nell’intervallo 694-790 MHz) ai servizi mobili è stata ritenuta necessaria anche a livello internazionale, proprio per far fronte alle nuove esigenze degli utenti che, sempre più spesso, utilizzeranno servizi di *mobile broadband* in modalità “*always*

---

<sup>2</sup> Cisco VNI Global Mobile Data Traffic Forecast, 2013–2018.

on” e per promuovere nuove forme di fruizione dei contenuti in mobilità.

La prossima Conferenza Mondiale delle Radiocomunicazioni di novembre 2015 (WRC-15) dell’ITU (*International Telecommunication Union*) ratificherà, infatti, l’allocazione della banda 700 ai servizi mobili, su base “co-primaria” con i servizi televisivi che attualmente utilizzano queste frequenze in tutta Europa. A valle di questa ratifica, dovranno, tuttavia, essere compiuti a livello europeo e nazionale tutta una serie di passaggi tecnici e istituzionali<sup>3</sup>, prima di poter consentire agli Stati Membri di procedere all’assegnazione della banda 700 MHz agli operatori mobili.

In particolare, secondo il *Radio Spectrum Policy Group* (RSPG) della Commissione europea, potrebbe essere necessario un periodo di almeno 3 anni dal completamento dei suddetti adempimenti tecnici/istituzionali per la effettiva liberazione delle frequenze da parte degli operatori televisivi<sup>4</sup>.

Il futuro rilascio di queste frequenze da parte degli operatori televisivi che oggi ne fanno uso richiederà la definizione di un piano nazionale che tenga conto della migrazione di una serie di contenuti, finora trasmessi dalle reti televisive, verso le piattaforme più innovative, basate sulle reti *ultrabroadband* fisse e mobili, che rispondono più efficacemente alle nuove esigenze della domanda, in termini di flessibilità e ubiquità di accesso ai contenuti. Inoltre, si ritiene necessaria anche un’adeguata pianificazione che possa facilitare la migrazione delle reti televisive verso tecnologie di trasmissione più efficienti (quali il DVB-T2), con la

---

<sup>3</sup> Ad esempio, specifiche di standardizzazione CEPT/ETSI, aggiornamento RSPP, accordi tra Stati per evitare *cross-border interferences*, modifiche dei piani nazionali di ripartizione/allocazione delle frequenze ecc.

<sup>4</sup> RSPG Report “on proposed spectrum coordination approach for broadcasting in the case of a reallocation of the 700 MHz band”.

progressiva introduzione di ricevitori TV di nuova generazione (con codifica video avanzata HEVC, ovvero *High Efficiency Video Coding*).

In definitiva, appare, quindi, condivisibile la proposta del cosiddetto “rapporto Lamy”<sup>5</sup> di traguardare l’effettivo utilizzo della bande 700 MHz da parte degli operatori mobili intorno al 2020, con un intervallo di +/- 2 anni, a seconda delle specificità nazionali.

Certamente la banda 700 è la più importante per i servizi mobili *ultrabroadband* in termini di capacità e caratteristiche di propagazione. Tuttavia, vi sono numerose altre bande già “candidate” per i futuri utilizzi di *mobile broadband*<sup>6</sup>. Sarebbe, pertanto, auspicabile definire, con il concorso di tutti gli *stakeholders*, un piano nazionale per la gestione efficiente dello spettro destinato alle reti mobili a banda larga e larghissima nei prossimi 10-15 anni, come accaduto, ad esempio, nel Regno Unito (*Statement Ofcom* del 30 aprile 2014<sup>7</sup>) e in Francia (consultazione pubblica ARCEP conclusa il 16 febbraio 2015<sup>8</sup>).

Attraverso un disegno complessivo di *spectrum allocation* sarebbe possibile, infatti, definire i tempi e le modalità di assegnazione più opportuni per le diverse bande di frequenza. Ciò consentirebbe di tener conto, in modo adeguato, delle effettive esigenze del mercato e degli sviluppi tecnologici attesi per gli apparati trasmissivi e i terminali.

---

<sup>5</sup> “Results of the work of the High Level Group on the future use of the UHF Band (470-790 MHz)”; Report to the European Commission by Pascal Lamy (pubblicato nel settembre 2014 e in consultazione pubblica europea fino al 12 aprile 2015).

<sup>6</sup> Es. 1,5 GHz, 2,3-2,4 GHz, 3,4-3,8 GHz.

<sup>7</sup> “Spectrum management strategy: Ofcom’s strategic directions and priorities for managing spectrum over the next 10 years”

<sup>8</sup> “Revue stratégique du spectre pour le très haut débit mobile”, in attesa di pubblicazione del testo definitivo.

### **Le prospettive di sviluppo per il settore audiovisivo offerte dalle reti a banda larga e ultralarga**

Veniamo, ora, agli aspetti che legano l'evoluzione del settore audiovisivo alla diffusione e utilizzo delle reti IP a banda larga e ultralarga che rappresentano le attività *core* del Gruppo Telecom Italia.

Le caratteristiche tecniche delle reti IP possono offrire le migliori prospettive di sviluppo per un mercato audiovisivo dinamico e all'avanguardia, in quanto, a differenza delle tradizionali reti di distribuzione via etere e via satellite, consentono ad ogni singolo utente di disporre, in ogni momento, di un canale pienamente dedicato e "autonomo": un vero e proprio "unicast" rispetto al "multicast" delle reti televisive tradizionali.

In tal modo, da un lato i telespettatori sono in grado di configurare palinsesti virtualmente *ad hoc* gestendone, in maniera personalizzata e autonoma, contenuti e orari e, dall'altro lato, i fornitori di contenuti acquisiscono una maggiore flessibilità di offerta<sup>9</sup>.

Proprio la flessibilità di fruizione, la varietà di offerta dei contenuti e il "*footprint*" mondiale hanno portato anche le società di *broadcasting* (che distribuiscono tradizionalmente i loro contenuti in modalità *multicast*) ad utilizzare in modo crescente la rete IP e la distribuzione *unicast* anche per contenuti "live".

Nel mercato si sono affermati differenti modelli di erogazione dei servizi

---

<sup>9</sup> Questa modalità di fruizione e di offerta dei contenuti non è, invece, attualmente possibile per le reti televisive tradizionali, che utilizzano un numero prefissato di canali, ognuno dei quali ospita uno specifico contenuto che raggiunge, indistintamente, tutti gli utenti finali, i quali possono, poi, scegliere quale canale visualizzare tra quelli messi a disposizione dall'emittente, oppure devono ricorrere ad apparati di videoregistrazione (PVR) nei sistemi di decoding (STB). Infatti, alcuni operatori televisivi (es. SKY) hanno realizzato sistemi ibridi in cui i contenuti on demand vengono resi fruibili attraverso l'uso di connessioni broadband.

audiovisivi attraverso le reti IP: si può andare da modelli più affini al *broadcasting* tradizionale (canali con programmazione *multicast*) a modelli di “Video On Demand” (VOD)”, per arrivare a modelli di “Subscription Video On Demand” (SVOD), tipici dei fornitori più innovativi quali Netflix e Amazon<sup>10</sup>.

Indipendentemente dai modelli prescelti e dal diverso grado di successo commerciale, è chiaro che le reti IP stanno profondamente modificando e ampliando il panorama degli attori e della tipologia dei servizi offerti nel settore dell’audiovisivo, creando maggiori vantaggi in termini di scelta, qualità e prezzi per i clienti finali.

Ben noti esempi di utilizzo delle reti IP per distribuire contenuti audiovisivi sono:

- You Tube, per video *short form*, utilizzato da più di 1 miliardo di “utenti unici” ogni mese;
- Netflix, per *movies* SD, HD e 4K ove già disponibile, con circa 57 milioni di clienti complessivi in 50 Paesi.

### **Le nuove strategie di offerta di contenuti da parte delle *Telcos***

L’utilizzo delle reti *broadband* e *ultrabroadband* per la fornitura dei contenuti audiovisivi sta generando importanti operazioni di convergenza industriale, mirate a sfruttare le sinergie tra il settore dei contenuti televisivi e quello delle comunicazioni elettroniche, che vanno ben al di là delle prime forme di integrazione che vedevano l’offerta di servizi telefonici e di accesso a larga

---

<sup>10</sup> Lo SVOD è una tipologia di VOD in cui l’utente corrisponde un abbonamento forfetario che gli consente, sempre in modalità “on demand”, di fruire di un intero archivio/library di contenuti, anziché pagare per la fruizione di ogni singolo contenuto (pay-per-view).



banda sulle reti televisive via cavo.

In questo ambito, si annoverano sia operazioni di fusione e acquisizione sia accordi commerciali, con diverse possibili forme di integrazione dei *business models* delle *Telcos* e degli operatori televisivi.

Un primo modello è quello di BSkyB, *media company* del settore satellitare, che, già nel 2005, con l'acquisizione di Easynet faceva il suo ingresso nel mercato della banda larga. Oggi, dopo ulteriori operazioni culminate con l'acquisizione dei marchi "O2 broadband" e "Be", BskyB è diventato il secondo operatore a banda larga del Regno Unito, con oltre 5 milioni di clienti, superando anche l'operatore via cavo Virgin Media<sup>11</sup>.

Un secondo modello consiste nell'acquisizione da parte di una *Telco* di un operatore di Cable/Satellite TV, o viceversa.

Basti ricordare, solo per citare alcuni esempi, le acquisizioni degli operatori cavo Kabel Deutschland e ONO da parte di Vodafone in Germania e Spagna, l'acquisizione, sempre in Spagna, del controllo della *pay-tv* Digital Plus da parte di Telefonica e, infine, l'offerta di AT&T per rilevare l'operatore via satellite "Direct TV" presente negli Stati Uniti e in America Latina.

Recentemente sono state realizzate anche operazioni di acquisizione di *Telcos* da parte di operatori cavo: Altice/Numericable ha acquisito nel 2014 l'operatore mobile francese SFR e, a inizio 2015, l'operatore storico Portugal Telecom.

---

<sup>11</sup> L'iniziativa di BSkyB riguardava inizialmente solo una convergenza commerciale, in quanto le piattaforme per i servizi televisivi (rete satellitare) e quella per l'accesso ad Internet (rete fissa) rimanevano distinte. Gli operatori di TV via cavo, invece, sia in Europa che negli Stati Uniti, avevano potuto fare leva sin dall'inizio su una infrastruttura (appunto la rete cavo) idonea a fornire anche servizi di accesso ad Internet.

Un terzo modello di *business* prevede la creazione di una propria offerta televisiva da parte delle *Telcos*, generalmente basata sull'acquisizione dei diritti per eventi sportivi di grande richiamo.

È questo il caso di British Telecom che, nel corso degli ultimi anni, ha investito ingenti risorse finanziarie nell'acquisizione dei diritti della *Premier League* inglese e della *Champions League*; o anche il caso di Deutsche Telekom che, già nel 2006, ha lanciato l'offerta di contenuti televisivi e oggi dispone di una *partnership* con Sky Germany che le consente di mettere a disposizione dei propri clienti un'offerta molto ampia e variegata di contenuti (inclusi i diritti del calcio).

Infine, un possibile quarto modello si basa sulla *partnership* tra *Telcos* e operatori televisivi in logica di *open hub*, direzione nella quale si sta muovendo anche Telecom Italia, forte dell'impulso dato dal nuovo piano industriale alle reti di nuova generazione. In particolare, da un lato abbiamo sviluppato un'offerta proprietaria di contenuti televisivi *on demand* con il *brand* TIM Vision, e, dall'altro lato, abbiamo stipulato una *partnership* con Sky Italia che prevede, al momento, l'offerta di contenuti sportivi attraverso la nostra piattaforma IP mobile e, nei prossimi mesi, verrà estesa all'offerta dell'intero pacchetto Sky sulla nostra piattaforma IP di rete fissa<sup>12</sup>.

L'accordo con Sky Italia non prevede alcuna esclusiva, in quanto la nostra piattaforma di rete è "neutrale" e aperta a qualsiasi fornitore di contenuti: non spetta a noi fare da "gate keeper"; saranno il mercato e gli stessi utenti a promuovere i programmi e i modelli di fruizione più idonei alle loro esigenze.

---

<sup>12</sup> La diffusione delle nuove tecnologie ultrabroadband sta cambiando profondamente il mercato dei servizi mobili: già oggi, i nostri clienti hanno a disposizione l'offerta televisiva satellitare attraverso Sky-Go, la Serie A TIM, la Formula 1 e il pacchetto TIM Vision Mobile.

Al di là dei diversi possibili modelli di integrazione tra *Telcos* e *Media Companies*, è ormai evidente, a livello internazionale, la tendenza del mercato verso una tipologia di offerta *quadruple play* che coniuga servizi di telefonia fissa e mobile, accesso a Internet e servizi televisivi<sup>13</sup>.

In definitiva, le linee di sviluppo strategico adottate dalle *Telcos* e dalle *Media Companies* indicano una naturale tendenza verso una sempre maggiore integrazione tra servizi di accesso IP e contenuti audiovisivi.

Analizzando, ad esempio, i risultati ottenuti negli Stati Uniti da Verizon, si può rilevare che, tra i clienti che hanno sottoscritto offerte in fibra ottica, il tasso di adesione ai servizi televisivi è superiore all'85%. L'integrazione tra reti IP in fibra e contenuti televisivi, quindi, oltre a trovare consenso tra gli operatori, è anche e soprattutto una scelta dei consumatori, suffragata da un riscontro di mercato decisamente positivo.

Ne consegue la disponibilità di un'adeguata offerta di contenuti, come spesso evidenziato, rappresenta senza dubbio uno dei fattori abilitanti di maggior rilievo per l'affermazione delle nuove reti a banda ultralarga.

### **Open Internet e *level playing field* Telcos-OTT**

Vorrei ora affrontare un altro tema chiave per la convergenza tra i fornitori di

---

<sup>13</sup> Già nel 2006, Virgin Media è diventato il primo operatore *quadruple play* del Regno Unito; nel 2012 Telefonica ha lanciato l'offerta *quadruple play* "Movistar Fusion" che, in Spagna, ha avuto grande successo commerciale. E sempre nell'ottica di poter erogare un'offerta *quadruple play* si possono interpretare sia la citata acquisizione di SFR da parte di Altice/Numericable sia le negoziazioni avviate da BT per acquisire l'operatore mobile Everything Everywhere (BT è, infatti, uscita dal settore dei servizi mobili nel 2006 con la cessione a Telefonica della sua *branch mobile* O2).

contenuti video del mondo Internet (i cosiddetti “Over The Top-OTT” come Google, YouTube, Netflix” e molti altri) i fornitori tradizionali di servizi audiovisivi e gli operatori di telecomunicazioni.

Gli OTT, come noto, sono soggetti che distribuiscono contenuti e servizi ai clienti attraverso la rete Internet, utilizzando, cioè, le infrastrutture degli operatori di telecomunicazioni, non necessariamente sulla base di specifici accordi. In tale ambito, la trasmissione di contenuti video su Internet ha assunto, già oggi, un ruolo preponderante e si stima che, nel 2018, rappresenterà circa l’80% del traffico.

In questo scenario, si deve considerare che servizi e contenuti, tra cui quelli audiovisivi, sono trasportati su una piattaforma IP unica e condivisa tra tutte le tipologie di traffico che la attraversano, secondo una logica di *best effort*. In altri termini, in linea di principio, la rete tratta indistintamente qualsiasi tipo di traffico - video, *videostreaming*, posta elettronica, *peer to peer*, ecc. - a prescindere dalle esigenze di servizio e di fruizione del cliente finale. Ne consegue che i contenuti video, in assenza di un’adeguata gestione del traffico, verrebbero distribuiti ai clienti senza alcuna garanzia di qualità della visione.

Per questa ragione, i fornitori di contenuti audiovisivi possono richiedere che questi ultimi vengano erogati ai clienti con soluzioni tali da assicurare un adeguato livello di qualità, in maniera del tutto analoga a quello che avviene sulle reti *broadcast* tradizionali. Si fa riferimento, in particolare, a quelle soluzioni tecnologiche che consentono di migliorare la “Quality of Experience” dei clienti, grazie all’avvicinamento dei contenuti all’utente finale e all’ottimizzazione dei protocolli di comunicazione (ad es. le cosiddette “Content Delivery Networks-

CDN”, il “Transparent Caching”, ecc.); soluzioni già ampiamente diffuse che le *Telcos* offrono in maniera aperta e non discriminatoria a tutti i fornitori di contenuti video.

In virtù di questa “esigenza di qualità”, cui potrebbe eventualmente aggiungersi la possibilità di collaborazioni sulle attività di fatturazione, riscossione dei pagamenti e assistenza alla clientela, gli OTT, quali Netflix, anche in alcuni Paesi europei, hanno scelto di stipulare accordi con operatori di telecomunicazioni o via cavo. Il risultato è che, ad esempio, in Belgio l’offerta di Netflix è già disponibile sulla piattaforma televisiva dell’operatore storico Belgacom.

Naturalmente, a parità di condizioni di fornitura, tali accordi sono aperti a tutti i fornitori di contenuti, che ne facciano richiesta, senza discriminazioni e in maniera tale da consentire il più ampio sviluppo delle nuove iniziative (“start up”) sulla rete.

In definitiva, l’evoluzione tecnologica e la sempre più serrata innovazione nei servizi, tipiche dell’economia di internet, stanno modificando i rapporti e le forme di collaborazione tra operatori audiovisivi e operatori di telecomunicazioni, con inevitabili impatti anche sulla catena del valore.

Il nostro auspicio è che il quadro normativo evolva di pari passo con questa fase di trasformazione del mercato, da un lato, rendendo chiari quali siano i diritti fondamentali dei cittadini in Internet (libertà di espressione, libertà di accesso a contenuti e servizi, tutela dei dati personali, rispetto della dignità della persona, etc.) e, dall’altro lato, evitando di introdurre norme che limitino la libertà dei vari soggetti di definire nuovi modelli di *business* e qualità di servizio erogata.

Non possiamo non esprimere, quindi, la nostra preoccupazione per le politiche eccessivamente restrittive in tema di *Net Neutrality*, in corso di discussione presso le Istituzioni europee e nazionali. Si rischia, infatti, di limitare la libertà degli operatori nel gestire i servizi sulle reti IP con le modalità più appropriate ed efficienti e, quindi, di frenare lo sviluppo dell'intero mercato digitale.

Inoltre, l'eventuale affermazione di un approccio improntato alla pura *Net Neutrality* - intesa come limitazione dell'offerta di servizi con qualità differenziata - introdurrebbe ulteriori elementi di disparità tra le *Telcos* europee e i grandi OTT extra-europei.

È ben noto, infatti, che il mercato digitale europeo è caratterizzato dalla mancanza di un "level playing field", ovvero dall'impossibilità per le *Telcos* di competere ad armi pari con i grandi OTT statunitensi, a causa di rilevanti asimmetrie normative (basti pensare alla tutela dei dati personali che deve essere assicurata dalle *Telcos* europee, ma non dagli OTT). L'introduzione di un regime di *Net Neutrality* più stringente non farebbe altro che aumentare ulteriormente l'attuale *deficit* competitivo delle *Telcos*<sup>14</sup>.

Per essere in grado di rispondere alle diverse esigenze degli OTT e degli utenti finali, le *Telcos* non possono essere considerati alla stregua di meri "trasportatori" di traffico Internet indifferenziato, ma devono poter fornire un ampio portafoglio di servizi con i differenti requisiti di qualità necessari per una fruizione efficiente dei diversi contenuti e applicazioni.

---

<sup>14</sup> Qualora fosse impedita alle *Telcos* l'offerta di servizi con qualità differenziata, di fatto, non si consentirebbe una adeguata distribuzione del valore tra tutti i soggetti presenti nell'ecosistema Internet, compromettendo la sostenibilità economica degli investimenti in rete a danno dell'utenza (che non potrebbe fruire di servizi innovativi ed a qualità elevata) e dell'intera economia (che non potrebbe beneficiare di tutte le opportunità di crescita offerte dal digitale).

Peraltro, i modelli di *business* basati sulla Internet *best effort* già oggi coesistono con affermati modelli di *business* basati sul *traffic delivery* con qualità differenziata e garantita. Ad esempio, tutti i principali OTT hanno stipulato accordi di interconnessione diretta con quasi tutte le più grandi Telcos statunitensi<sup>15</sup> che assicurano un'adeguata remunerazione dei diversi attori della catena del valore. Peraltro, l'utilizzo di tali modelli non è contrario al principio di neutralità della rete, in quanto le *Telcos* non fanno alcuna discriminazione nella gestione del traffico proveniente dai diversi soggetti (OTT/utenti) che richiedono lo stesso tipo di servizio.

Va, infine, ricordato che l'elevato livello di concorrenza nei servizi di accesso ad Internet sulle reti fisse e mobili (in ogni Paese UE ci sono almeno 4-5 "grandi" operatori e alcune decine di piccoli ISP che offrono accesso IP) rappresenta una ulteriore salvaguardia (oltre ai poteri di vigilanza e intervento delle autorità) per gli OTT, rispetto al rischio di comportamenti discriminatori da parte delle *Telcos*<sup>16</sup>.

15

	AT&T	Comcast	Verizon	CenturyLink	Sprint
Google	X	X	X	X	X
Amazon	X	X		X	
Facebook	X	X	X		X
Akamai	X	X	X	X	X
Microsoft	X	X	X	X	
Netflix		X	X	X	
Limelight	X	X	X	X	X
Pandora		X			
Ebay	X		X	X	X
Apple	X		X		

Source: <http://blog.streamingmedia.com/2014/05/chart-shows-which-content-owners-have-direct-interconnect-deals-with-isps.html>

<sup>16</sup> Se una Telco penalizzasse indebitamente la qualità della terminazione *best effort* a favore della terminazione con qualità garantita di alcuni OTT/servizi, infatti, i clienti potrebbero facilmente cambiare operatore.

### **Il piano 2015-17 di Telecom Italia**

Stiamo attraversando una fase cruciale di trasformazione delle reti, con un rapido sviluppo dell'*ultrabroadband* che ci porterà, in pochi anni, a colmare il *gap* che ci separa dagli altri Paesi europei, sia sul versante delle infrastrutture che su quello della domanda di servizi digitali.

A partire dalla seconda metà del 2013, Telecom Italia ha impresso una forte accelerazione alla copertura *ultrabroadband*, sia fissa che mobile, arrivando in poco più di un anno a coprire circa il 30% della popolazione con la rete FTTCab (in 130 città) e circa l'80% della popolazione con la rete 4G-LTE (in oltre 3.500 comuni).

La nostra Azienda sta vivendo una delle fasi più intense, paragonabile in termini di impegno operativo, innovazione e futuri impatti economici e sociali, agli anni '50 e '60, quando l'allora SIP portava "il telefono" a casa degli italiani collegando tutte le abitazioni con il doppino in rame.

L'evoluzione delle tecnologie di rete fissa (Vectoring, VDSL 3, G.Fast, ecc.) consentirà alle soluzioni ibride rame-fibra di raggiungere *performances* non solo superiori alla velocità di 30 Mbit/s attualmente commercializzata, ma ampiamente al di sopra dei 100 Mbit/s previsti dall'Agenda Digitale.

In attesa di queste evoluzioni, già sulla attuale rete FTTCab, lanceremo dal prossimo aprile il servizio a 50 Mbit/s. Per quanto riguarda le reti mobili *ultrabroadband*, siamo stati i primi a lanciare la quarta generazione mobile e a passare dai 100 Mbit/s dell'LTE "tradizionale" ai 180 Mbit/s e, successivamente, ai 225 Mbit/s dell'LTE "advanced" che abbiamo già messo a disposizione della



nostra clientela, lanciando, qualche settimana fa, l'offerta commerciale in oltre 120 città.

Il nuovo Piano strategico 2015-2017, in continuità con quanto realizzato nel corso dell'ultimo anno, è caratterizzato da un'impostazione fortemente incentrata sullo sviluppo industriale con un ambizioso programma di investimenti pari a circa 14,5 miliardi di euro nel triennio (in Italia e Brasile).

In Italia investiremo 10 miliardi di euro, di cui 3 miliardi dedicati esclusivamente allo sviluppo della fibra ottica, con un incremento di 1,1 miliardi di euro rispetto al precedente piano 2014-16. Nell'ambito del triennio, circa 500 milioni di euro saranno dedicati alla diffusione della tecnologia FTTH nelle principali città italiane.

Questa accelerazione degli investimenti in fibra ottica ci consentirà di raggiungere, entro il 2017, una copertura *ultrabroadband* fissa del 75% delle abitazioni popolazione e di incrementare di circa 1 milione i clienti *ultrabroadband* attivi rispetto ai *target* del Piano precedente.

Nella banda larga mobile verranno investiti circa 900 milioni di euro per coprire oltre il 95% della popolazione, sempre a fine 2017.

In questo modo, rafforzeremo la *leadership* tecnologica e infrastrutturale di Telecom Italia e avvicineremo decisamente il Paese agli obiettivi 2020 dell'Agenda Digitale.

Il nuovo piano è focalizzato anche sullo sviluppo delle piattaforme dell'*IT Digital*, dei *Data Center* e dei *Big Data*, che contribuiscono ad arricchire la connettività delle famiglie e delle imprese con servizi innovativi e digitali.

La nuova strategia di Telecom Italia punta a cogliere le opportunità derivanti dal cosiddetto *Quadruple Play*, ovvero l'offerta congiunta di servizi di telefonia fissa e mobile, di connettività a banda larga/ultralarga e di contenuti *premium* fruibili in modalità *"Any Time, Any Where, on Any Device"*. Non solo intendiamo rendere disponibili alle famiglie forme di intrattenimento in altissima definizione, anche in mobilità, ma vogliamo anche migliorare la vita quotidiana degli italiani (ad esempio, attraverso sanità e pubblica amministrazione elettroniche, domotica, identità digitale, sistemi di pagamento elettronici). Per quanto riguarda il mondo *business*, vogliamo consolidare il nostro ruolo di *partner* di riferimento delle imprese italiane, grazie a un'offerta ampia e modulare di soluzioni sia tradizionali (basate sulla connettività) che avanzate (disponibili attraverso *cloud computing*), in grado di favorire la crescita in Italia e all'estero.

### **La strategia *ultrabroadband* del Governo**

In questo scenario di profonda innovazione delle reti e dei servizi assume grande rilievo il piano strategico del Governo sulla banda ultralarga e sulla crescita digitale 2014-2020; il primo esempio di progetto di sistema a sostegno del settore.

Di particolare importanza le misure previste sul versante della semplificazione amministrativa, mirate ad accelerare l'installazione delle reti a banda ultralarga, quali la realizzazione del catasto delle infrastrutture di posa, l'innalzamento dei limiti di emissione elettromagnetica, la creazione di uno sportello unico per i permessi, la possibilità di posa aerea della fibra ottica, il precablaggio verticale dei *building*.

Alla luce del ridotto intervallo di tempo che ci separa dal 2020, sarebbe auspicabile sfruttare al massimo le opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica per raggiungere gli obiettivi di copertura a 30 e a 100 Mbit/s con un adeguato *mix* di architetture (es. FTTC, FTTB, FTTH)<sup>17</sup>.

Assicurare al mercato e, quindi, agli operatori adeguata flessibilità nella scelta della soluzione tecnologica più efficiente, per uno specifico contesto territoriale, permetterebbe di tener conto delle concrete aspettative di ritorno degli investimenti, delle potenzialità di crescita (ben oltre i 100 Mbit/s) delle prestazioni delle architetture FTTC e, infine, della “scalabilità” delle soluzioni FTTC verso soluzioni FTTB/H.

Va, poi, ricordato che il piano del Governo ha anche il merito di affrontare il noto problema del ritardo della domanda di banda larga e ultralarga in Italia che, per certi versi, ha dimensioni ben più significative del ritardo infrastrutturale, come evidenziato anche dal nuovo indice DESI (*Digital Economy and Society Index*) pubblicato di recente dalla Commissione europea:

- la copertura a banda larga raggiunge circa il 98% delle famiglie, ma la penetrazione ha raggiunto solo il 51%;
- analogamente, la copertura *ultrabroadband* raggiunge già il 30% della popolazione ma la penetrazione si attesa ampiamente al di sotto del 3%.

Un deciso sviluppo della domanda, trainata dalla digitalizzazione dei servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione centrale e locale, avvierebbe quel circolo

---

<sup>17</sup> Pianificare oggi una copertura FTTB/H eccessivamente estesa rischierebbe, infatti, di sottovalutare gli effetti dell'innovazione sulla velocità che sarà possibile erogare sulle reti ibride rame-fibra, con impatti negativi sull'utilizzo efficiente delle risorse pubbliche e sulla massimizzazione della copertura *ultrabroadband*, a parità di risorse impiegate.

virtuoso in grado di accrescere la remuneratività degli investimenti nelle reti e stimolare l'ulteriore aumento della copertura *ultrabroadband* in tempi più rapidi<sup>18</sup>.

Accogliamo, quindi, con favore la previsione dello *switch off* della Pubblica Amministrazione per il passaggio a servizi *digital only*, unitamente all'introduzione di incentivi per favorire la migrazione dei clienti verso le reti in fibra.

Va rilevato, tuttavia, che il Governo indica linee programmatiche che dispiegheranno i loro concreti effetti sul mercato solo con l'adozione dei previsti provvedimenti attuativi, la cui programmazione temporale e i cui contenuti di dettaglio non sono stati precisati, lasciando quindi il quadro ancora incerto.

### **Considerazioni conclusive**

In conclusione, vorrei richiamare l'attenzione su alcuni dei prossimi passaggi chiave per lo sviluppo dei settori dell'audiovisivo e delle comunicazioni elettroniche, che avranno un impatto decisivo per la modernizzazione del Paese.

Per assicurare un contributo decisivo a questo obiettivo comune, Telecom Italia sta già investendo ingenti risorse nelle nuove reti *ultrabroadband* fisse e mobili.

La nostra rete fissa di nuova generazione è già disponibile per il 30% delle famiglie e delle imprese del Paese e la sua copertura continuerà a crescere al ritmo di 15 punti percentuali all'anno nei prossimi tre anni. A questo piano, che ci

---

<sup>18</sup> Un modello di riferimento potrebbe essere quello dell'Estonia - considerata la prima "Digital Nation" al mondo - in cui la totalità delle scuole e degli uffici pubblici sono on-line e in cui tutto è digitale: dal pagamento delle tasse al voto elettronico via Internet, dalla scuola (voti, compiti, presenze) alle prescrizioni di farmaci e al pagamento dei parcheggi.

porterà ad una copertura FTTC del 75% della popolazione, si aggiungeranno le iniziative del Governo che potranno produrre un ulteriore, significativo, aumento della copertura *ultrabroadband*, portandoci rapidamente al livello dei *Peers* europei.

Al Governo e al Parlamento chiediamo di attuare in tempi rapidi i principali interventi necessari per una effettiva promozione dell'economia digitale. Ci riferiamo, in particolare:

- alla fissazione dei contributi per i diritti d'uso delle frequenze televisive, in modo da non penalizzare gli operatori non verticalmente integrati, come Persidera, che operano unicamente nell'ambito della fornitura di capacità trasmissiva;
- alla definizione di un piano di medio-lungo termine per la riallocazione delle frequenze per lo sviluppo dell'*ultrabroadband* mobile (in particolare, la banda a 700 MHz), secondo modalità e tempistiche dettate dall'effettivo sviluppo del mercato e della tecnologia;
- alla ricerca del giusto equilibrio tra le garanzie di "neutralità" della rete e la necessità di continuare ad assicurare una gestione efficiente del traffico veicolato sulle reti IP; efficienza basata anche sull'offerta di modalità di trasporto dati a qualità garantita che sono indispensabili per la fornitura, sempre più diffusa, dei servizi video sulle infrastrutture *ultrabroadband* fisse e mobili;
- alla garanzia di sviluppo delle nuove piattaforme di distribuzione dei contenuti su reti *ultrabroadband* fisse e mobili, evitando restrizioni e distorsioni nell'accesso ai contenuti;

- alla rapida implementazione del piano *ultrabroadband* recentemente approvato dal Governo e alla definizione di una chiara *roadmap* di attuazione delle diverse misure di sviluppo sul versante della domanda e dell'offerta.

Lo sviluppo delle nuove reti in fibra sarà fondamentale per promuovere l'innovazione e migliorare la produttività e la competitività delle nostre imprese e, più in generale, per creare crescita economica e occupazione.

Il percorso è ancora lungo e le sfide da affrontare ancora molte, ma siamo convinti che l'Italia abbia ormai imboccato con decisione la strada della crescita digitale; una strada che percorreremo in modo tanto più spedito quanto maggiore sarà la capacità di tutti gli *stakeholders* – Governo, Autorità, operatori - di promuovere in modo coerente questa comune priorità del Paese, ma nella piena autonomia dei rispettivi ruoli, per scelte politiche, regolamentari e imprenditoriali.

Grazie per l'attenzione.

PAGINA BIANCA

€ 4,00



\*17STC0008630\*