



# *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

## **Segnalazione al Governo in tema di liberalizzazioni e crescita:**

### **Un'agenda digitale per l'Italia**

In relazione all'imminente proposta governativa di misure pro-liberalizzazione e pro-crescita, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nell'esercizio della funzione di segnalazione in merito all'opportunità di interventi legislativi correlati all'evoluzione del settore delle comunicazioni<sup>1</sup>, nonché in coerenza con quanto disposto dall'art. 47 della legge n.99/2009<sup>2</sup>, ritiene opportuno proporre l'adozione di un'agenda digitale per l'Italia che sappia governare la modernizzazione del Paese instradandola sulle reti e i servizi di nuova generazione.

#### *Perché un'agenda digitale?*

E' ormai un punto fermo, supportato da evidenze e stime accreditate da parte di studiosi ed organismi internazionali, che la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), che consentono lo sviluppo di un ecosistema digitale, è alla base del recupero di produttività<sup>3</sup> per migliorare la competitività internazionale di un Paese e per creare nuova occupazione qualificata<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Funzione attribuita dalla legge n. 249/97 (art. 1, comma 6 lettera c) n.1).

<sup>2</sup> La norma prevede che il disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza contenga "le norme di immediata applicazione, al fine, anche in relazione ai pareri e alle segnalazioni dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ... , nonché alle indicazioni contenute nelle relazioni annuali dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e delle altre autorità amministrative indipendenti, di rimuovere gli ostacoli all'apertura dei mercati, di promuovere lo sviluppo della concorrenza, anche con riferimento alle funzioni pubbliche e ai costi regolatori condizionanti l'esercizio delle attività economiche private, nonché di garantire la tutela dei consumatori". La presente segnalazione è da intendersi quindi come anticipazione di parte del contenuto della relazione annuale al Parlamento.

<sup>3</sup> Tra le cause del ristagno della nostra produttività vi è anche l'insufficiente utilizzo delle nuove tecnologie (Considerazioni finali del Governatore della Banca d'Italia, maggio 2011). In Italia nel 2010 c'è stato un recupero di produttività, ma il livello del valore aggiunto per unità di lavoro è tornato solamente ai livelli del 2000 (Istat, Rapporto annuale 2010).

<sup>4</sup> C'è un mito che va riconsiderato: l'economia digitale non distrugge posti di lavoro: ne crea di diversi. Il documento introduttivo al G-8 su internet appena tenutosi a Parigi ha stimato che per due posti di lavoro resi obsoleti dal digitale, internet ne crea 5 nuovi. Non è un passaggio privo di ripercussioni sociali, ma il saldo netto è positivo. (cfr. *Internet matters: the Net's sleeping impact on growth, jobs and prosperity*, Rapporto McKinsey, maggio 2011).

Al giorno d'oggi nessun altro settore è in grado di accelerare in misura comparabile la crescita e lo sviluppo del Paese<sup>5</sup>, in un momento in cui se ne avverte così fortemente la necessità<sup>6</sup>. Soprattutto per le nuove generazioni. Il passaggio ad un'economia digitale di sistema è uno snodo cruciale per passare da un'economia di redistribuzione ad una di crescita.

Molteplici studi di caratura internazionale evidenziano che le reti intelligenti di nuova generazione – fisse e mobili - possono promuovere la crescita<sup>7</sup> e al contempo generare importanti risparmi<sup>8</sup>.

L'Europa si è dotata di un'agenda digitale che traguarda ambiziosi risultati entro il 2020<sup>9</sup>.

Agli Stati membri mediante l'adozione di un'agenda digitale nazionale spetta individuare e realizzare concretamente le tappe che permettano il raggiungimento degli obiettivi<sup>10</sup>.

L'arretratezza dell'Italia nel settore ICT è impietosamente fotografata proprio dall'osservatorio UE sull'Agenda digitale.

### La situazione italiana

<sup>5</sup> Oecd (2008), "Broadband and the Economy".

<sup>6</sup> Il settore delle tlc è la chiave di volta della rivoluzione digitale che, abilitando l'innovazione, può cambiare radicalmente i paradigmi dell'economia e della società, dando una spallata a un sistema imballato. Un mercato unico digitale incardinato su reti di nuova generazione potrebbe portare in 10 anni ad una crescita del 4% del Pil europeo; 2,5 miliardi di euro è il potenziale economico delle sole transazioni *on line* tra Paesi dell'Unione, ha affermato il Commissario Kroes.

<sup>7</sup> La Banca Mondiale stima in 1,21% l'impatto per i Paesi ad alto reddito di Pil aggiuntivo per ogni 10% di diffusione della banda larga. Cfr. Qiang e Rossotto (2009), "Economic Impacts of Broadband", in Information and Communications for Development 2009: Extending Reach and Increasing Impact, World Bank.

Il contributo alla crescita complessiva cresce all'aumentare del tasso di penetrazione della banda larga (Koutroumpis, P. (2009). "The Economic Impact of Broadband on Growth: A Simultaneous Approach", Telecommunication Policy, 9, 471-485). Un'altra recente analisi evidenzia come il livello del Pil pro capite sia superiore di circa il 3-4 punti percentuali una volta che gli investimenti nelle nuove reti a banda larga sono stati realizzati (cfr. Czernic N., O. Falk, T. Kretschmer e L. Woessmann (2011), "Broadband Infrastructure and Economic Growth", The Economic Journal, 121, 505-532). L'Italia per contro a fine 2010 registrava una penetrazione del 22% rispetto alla media EU del 26,6% (Commissione europea, XVI Implementation Report, Digital Agenda Scoreboard).

<sup>8</sup> Cfr. Confindustria Progetto Italia Digitale 2010: quasi 40 miliardi all'anno, a regime per l'Italia, di risparmi grazie a telelavoro (2 mld), e-learning (1,4 mld), e-government e impresa digitale (16 mld), e-health (8,6 mld), giustizia e sicurezza digitale (0,5 mld), gestione energetica intelligente (9,5 mld). Analoghe considerazioni sono contenute nel rapporto OECD (2009) "Network developments in support of innovation and user needs" - Directorate for science, technology and industry.

<sup>9</sup> Commissione europea, A Digital Agenda for Europe - COM(2010) 245.

<sup>10</sup> Tra gli altri si ricordano il 100% di copertura della popolazione entro il 2013, il 100% di copertura della popolazione con un collegamento di velocità superiore a 30Mbps al 2020, almeno il 50% degli abbonamenti a velocità superiore a 100Mbps al 2020. Nonostante un appello perché anche l'Italia adotti un'agenda digitale sottoscritto da 23000 cittadini ([www.agendadigitale.org](http://www.agendadigitale.org)), non sono ancora state prese iniziative sistematiche in questo senso.

L'Italia è un Paese che si sta digitalizzando troppo lentamente - lungo un percorso del tutto peculiare - e dove ancora non si pensa digitale. Questa mancanza di prospettiva – che accomuna imprese, istituzioni e consumatori - si traduce in deficit di interventi mirati in settori diversi, anche separati da un punto di vista industriale dalla filiera propriamente ICT; il che in pratica rallenta anziché agevolare il passaggio al digitale.

Gli esempi sono molteplici, dai sistemi di pagamento ai servizi postali, dall'educazione ai lavori pubblici, dalla sanità al fisco. Le conseguenze sono che sia per i cittadini che per le aziende, gli indici di digitalizzazione si attestano su posizioni di retrovia: il divario rispetto ai Paesi più avanzati d'Europa sta crescendo, salvo che per la diffusione della banda larga mobile.

I dati di alfabetizzazione informatica<sup>11</sup>, di copertura di rete fissa<sup>12</sup> e di sviluppo dei servizi *on line*, sia sotto il profilo di utilizzo da parte dei consumatori<sup>13</sup> che delle imprese<sup>14</sup>, sono nettamente al di sotto della media EU.

C'è una forte contrapposizione fra i lusinghieri risultati della politica di liberalizzazione delle telecomunicazioni –con un calo dei prezzi del 33% dal 1997 (a fronte di un aumento del costo della vita del 31%)- e il poco confortante posizionamento dell'Italia fanalino di coda nella larga banda e nei servizi digitali.

Tutto questo in un quadro asimmetrico in cui si assiste ad una forte contrazione delle linee fisse e ad una crescita esponenziale di quelle mobili<sup>15</sup>. Gli Italiani si stanno dotando di *smartphone* e chiavette USB per navigare molto più che in altri Paesi europei, mentre il modello della connessione fissa ancora non si afferma: non ci si abbona alla banda larga anche quando è disponibile, mentre il mobile viene assunto sempre di più come la finestra sulla rete, pur non avendone le stesse *performance* e potendo incorrere in strozzature.

<sup>11</sup> A titolo di esempio, gli utenti abituali di internet, ad esempio, sono il 47,6% contro una media EU del 65% (dati Eurostat 2011).

<sup>12</sup> A titolo di esempio, la percentuale delle famiglie con connessione fissa banda larga sono il 49% contro la media EU del 61% (dati Eurostat 2011).

<sup>13</sup> A titolo di esempio, i cittadini che utilizzano servizi bancari on-line sono il 17,6% contro la media EU del 36% (dati Eurostat 2011), mentre quelli che utilizzano l'e-commerce per acquistare sono il 15% contro la media EU del 40% (dati Eurostat 2011).

<sup>14</sup> A titolo di esempio, le imprese che utilizzano internet per vendere direttamente sono il 4% contro la media EU del 13% (dati Eurostat 2011).

<sup>15</sup> Cfr. i dati dell'Osservatorio Trimestrale sulle Telecomunicazioni pubblicato dall'AGCOM.

La recente esperienza di successo dell'asta per le frequenze di quarta generazione è la cartina di tornasole del valore atteso dall'investimento nel radiospettro, mentre i progetti per la realizzazione della rete di accesso in fibra ottica languono.

Un altro elemento degno di attenzione è come gli italiani utilizzano internet. Dai dati disponibile risulta evidente che per lo più l'utilizzo di internet si concentra nella funzione di ricerca, di scambio di informazioni e di comunicazione attraverso i social network; molto basso invece è l'utilizzo di internet per funzioni produttive. Il commercio elettronico è poco sviluppato, l'Italia è agli ultimi posti in Europa per la diffusione dell'*e-banking*, le piccole e medie imprese italiane (ovvero la parte preponderante del sistema produttivo nazionale) non utilizzano internet per l'*e-commerce* o per la fatturazione elettronica. Pochissimi cittadini completano transazioni elettroniche con la pubblica Amministrazione.

#### *Manca un'agenda digitale per il Paese*

Quanto osservato può essere sintetizzato in una sola affermazione, sia pur semplificatrice: domanda e offerta (pubblica e privata) non vedono ancora convenienza nella produzione e fruizione di servizi digitali.

Non a caso il peso di internet nel PIL italiano è ancora al 2,5% contro, ad esempio, il 7% dell'economia inglese. Questo dato da solo spiega forse meglio di tutti il differenziale di crescita fra l'economia italiana e le economie occidentali che mantengono una prospettiva di sviluppo.

C'è di più. Nel 2015 nel Nord Europa il peso sul PIL dell'economia internet raddoppierà, mentre, senza inversione di tendenza, per l'Italia il peso dell'economia digitale rimarrà modesto.

Lo scarso peso dell'ICT nella nostra economia è purtroppo una costante sistematica degli ultimi anni. Mentre le maggiori economie mondiali crescevano sulla spinta delle tecnologie digitali, in Italia è perdurata una carenza di intervento programmatico, o, almeno, la mancanza di un efficace coordinamento delle iniziative. La classe politica italiana, fors'anche per estrazione culturale e generazionale lontana dal mondo digitale, non sembra aver preso compiutamente coscienza che l'economia mondiale è profondamente cambiata in questi ultimi anni. Le aziende internet (cd. *Over-the-top*) hanno superato

molte aziende tradizionali per capitalizzazione. La prima azienda al mondo per capitalizzazione (300 miliardi di dollari a fine 2011) è oggi la Apple. Il valore aggregato delle aziende internet è di gran lunga superiore alla capitalizzazione di tutta la borsa italiana.

Sarebbe semplicistico e non rispondente ai fondamentali delle economie avanzate catalogare l'economia internet come un fenomeno effimero. I fondamentali delle grandi aziende ICT sono solidi e le prospettive di crescita ci sono. Si tratta dunque di un fenomeno nuovo di creazione di valore che l'Europa e in particolare l'Italia non è stata finora in grado di intercettare.

L'agenda digitale è uno strumento olistico di politica industriale che permette alle istituzioni di prevedere una serie di azioni coordinate per far crescere l'economia digitale.

L'agenda digitale europea prevede una serie di obiettivi specifici e 101 azioni specifiche in tutti i settori dell'economia digitale. Fondamentale, nella costruzione dell'agenda digitale europea, è il coordinamento di azioni settoriali affidato ad un'unica cabina di regia (il Commissario per l'agenda digitale) e il monitoraggio degli obiettivi e indicatori dell'agenda. Molto importante è anche il coinvolgimento degli *stakeholders* nello sviluppo e monitoraggio dell'agenda.

In Italia non esiste ancora un'agenda digitale intesa non solo come documento programmatico, ma come *road map* esecutiva verso i traguardi fissati a livello comunitario. Un'agenda digitale disegnata sulle esigenze nazionali risulta dunque il primo e imprescindibile tassello per la svolta digitale, consentendo la visione unitaria dell'ecosistema digitale che ancora manca, soprattutto con riferimento ai numerosi interventi di promozione a costo zero.

Contestuale alla definizione di un'agenda digitale è quella di una "cabina di regia" che armonizzi o comunque renda trasparente l'azione dei diversi attori coinvolti nella realizzazione dell'agenda: Governo, Regioni, Enti locali ed Autorità. In Europa, come detto, questo ruolo è affidata al Commissario Kroes; in Italia deve essere il Ministro dello sviluppo economico.

Di seguito si espongono suggerimenti su come declinare lo strumento e sui suoi contenuti principali.

*Proposta di istituzione di un'agenda digitale per l'Italia*

La legge sulla concorrenza di imminente emanazione dovrebbe prevedere un articolo del seguente tenore:

*“Con decreto del Ministro dello sviluppo economico è istituita l'agenda digitale per l'Italia (di seguito “Agenda”), documento programmatico e operativo che, attraverso adeguate politiche e strumenti, deve consentire all'Italia il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda digitale comunitaria che vengono così recepiti. I contenuti e la struttura dell'Agenda vengono adottati dal Ministro dello sviluppo economico entro tre mesi dall'entrata in vigore della legge sulla concorrenza, a seguito di confronto con imprese, parti sociali e istituzioni interessate. Il Ministro dello sviluppo economico è individuato altresì come responsabile del coordinamento degli interventi per l'implementazione dell'Agenda. Ad esso spetta presentare pubblicamente, ogni sei mesi, lo stato di avanzamento dei lavori”.*

Si prende atto positivamente dei passi avanti del Governo per la diffusione della banda ultra larga: il “Progetto strategico” e il “Piano Azione-Coesione” da poco presentati sono due utili interventi di politica industriale delle infrastrutture.

La politica delle infrastrutture (offerta) ha però i suoi tempi, anche rispetto agli ambiti geografici di intervento, ed è maggiormente efficace se inserita in un contesto in cui offerta e domanda si alimentano reciprocamente.

Per questo l'Autorità, oltre a interpretare in chiave “incentivante” il ruolo delle regole per le infrastrutture di nuova generazione, intende suggerire alcuni interventi complementari all'iniziativa del Governo – e di alcune Regioni- con l'obiettivo di a) incrementare la domanda di contenuti e servizi digitali e b) semplificare il quadro amministrativo per la realizzazioni infrastrutturali, soprattutto cercando di ridurre e razionalizzare i costi di scavo.

*Alcune proposte di interventi che l'Agenda può prevedere per raggiungere gli obiettivi comunitari al 2020.*

Si tratta di misure di promozione a costo zero - o comunque diverse dagli investimenti diretti - che possono facilitare e fluidificare il percorso di aziende e cittadini nella produzione e fruizione dei contenuti digitali.

*a) Per migliorare l'alfabetizzazione digitale:*

L'Italia presenta un numero di "analfabeti digitali" (definito come numero di cittadini che non hanno mai utilizzato internet) fra i più alti d' Europa. La media europea è pari al 20%. In Italia, secondo Eurostat, la percentuale è del 40%.

L'analfabetismo digitale è un fenomeno preoccupante che frena la crescita economica e la diffusione della cultura e delle informazioni. Fattori culturali e relativi all'età media elevata della popolazione contribuiscono a questo primato negativo del nostro Paese; ciò implica una maggiore attenzione alla diffusione di una tecnologia di semplice utilizzo che non acuisca le differenze già esistenti tra le diverse fasce della cittadinanza.

Occorre rilevare come il potenziamento dell'insegnamento dell'informatica a tutti i livelli rappresenta anche una opportunità di lavoro per i giovani innescando così un circolo virtuoso fra occupazione e *empowerment* del consumatore digitale. Per quanto possibile, l'accesso ad internet e ai contenuti dovrebbe prevedere facilitazioni alla disponibilità di *device* per gli strati di popolazione meno abbiente.

In sintesi le azioni positive per combattere questo fenomeno possono essere le seguenti:

- Inserire sia nel contratto di servizio pubblico tra Governo e Rai, sia nei contratti di concessione dei diritti d'uso per le frequenze, l'obbligo per i concessionari di prevedere una programmazione di contenuti (spot e servizi curati dal Ministero dello sviluppo economico) volti a illustrare il valore economico e sociale dei servizi digitali.
- Aumentare le ore di insegnamento di materie connesse con l'informatica nelle scuole di ogni ordine e grado.
- Investire sulla formazione dei docenti alla didattica multimediale (intervenire con circolari applicative del Regolamento emanato il 15-2-2011, nell'ambito della riforma Gelmini, sulla "Definizione della disciplina dei requisiti e delle modalità della formazione degli insegnanti della scuola dell'infanzia, della scuola primaria e della scuola secondaria di primo e secondo grado").

- L'elevata età media della popolazione è un fattore di rallentamento della diffusione dei servizi digitali: promuovere applicazioni pubbliche di semplice utilizzo e valorizzare esperienze di assistenza e insegnamento alla fruizione dei servizi digitali per le generazioni più anziane (volontariato, progetti specifici a livello locale ecc).

*b) Per promuovere le transazioni on-line*

Come detto in premessa, gli italiani utilizzano internet prevalentemente per informarsi e comunicare (*social network*, portali di informazione). Pochi italiani rispetto alla media europea utilizzano internet per comprare, pagare, interagire con le imprese e pubblica amministrazione completando le relative transazioni *on-line*.

Si propone pertanto di:

- istituire con norma primaria il principio per cui la digitalizzazione è un'opportunità e non un costo per il cittadino. Ovverosia, laddove lo stesso servizio è fruibile da parte del medesimo fornitore sia attraverso il canale tradizionale che attraverso quello informatico, il cittadino ha diritto di scegliere in quale forma ottenere il servizio, senza aggravio di costi, in tempi e modalità certe. In sintesi, sul cittadino deve gravare solo il costo di accesso alla rete (connessione), non maggiori costi (o qualità inferiori) per fruire del servizio in digitale.

Questo principio-guida per porre il cittadino al centro dell'appropriazione di valore dell'economia digitale si può declinare per tutti i servizi: da quelli pubblici (sanità, istruzione, catasto, fisco, notifiche atti) a quelli privati (servizi bancari, postali, sanitari, editoriali ecc).

- connotare le norme pro-digitalizzazione, nel senso della facilità di accesso e di utilizzo dei servizi digitali, attraverso la semplificazione delle condizioni di fruizione, anche mediante l'impiego di tecnologie *cloud* per i servizi della PA, garantendo la piena interoperabilità e fornendo al primo accesso ai servizi pubblici digitali un account *cloud* (profilo digitale) ad ogni cittadino, che non obblighi alla duplicazione dei dati e delle informazioni richieste;
- declinare il principio di cui al punto precedente a partire dall'introduzione, in tempi certi, dell'identità elettronica e della cartella clinica elettronica. Previsioni per tutta la



pubblica Amministrazione di poter chiedere certificazioni e documenti per via elettronica. Obbligo per tutte le pubbliche Amministrazioni di accettare pagamenti in via elettronica, ivi inclusa la possibilità di pagamento dell'imposta di bollo in via elettronica (l'imposizione di un'imposta di bollo fisica limita l'efficienza di migliaia di transazioni con la pubblica amministrazione).

- Rendere vincolante per le Amministrazioni pubbliche la partecipazione ai processi di *open data* per favorire il riutilizzo dei dati pubblici;
- Modificare il Codice del consumo (Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206): *"Costituisce pratica commerciale scorretta la previsione di un onere per le transazioni elettroniche superiore ai costi marginali della transazione"* (c.d. norma per l'eliminazione delle gabelle elettroniche).
- Porre in concorrenza la fornitura elettronica di dati e la visura dai pubblici catasti.

#### *c) Promozione della moneta elettronica ed e-commerce*

L'Italia, con l'altissima diffusione dei telefoni cellulari e smartphones, può divenire un Paese leader per la diffusione della moneta elettronica tramite la tecnologia NFC (*near field communication*). Nel nostro Paese la sperimentazione procede a rilento soprattutto se si paragona con lo sviluppo in altri Paesi europei. L'obbligo di prevedere POS con tecnologia NFC potrebbe aumentare notevolmente la diffusione del servizio. Sul tema della moneta mobile ci sono indubbiamente rilevanti interessi industriali. Si pone un problema di standard e di coordinare gli sforzi di più Autorità di vigilanza che necessariamente devono cooperare per poter garantire lo sviluppo del settore.

L'altro elemento cardine per mettere in rete il sistema delle imprese italiane è quello della promozione dell'informatizzazione della piccola e media impresa. L'Italia è un Paese naturalmente in "rete" fatto di distretti industriali costituiti per lo più da PMI che producono prodotti e servizi ad alto valore aggiunto. A fronte di una predisposizione naturale per i servizi in rete, in realtà la diffusione di internet nella PME è molto bassa. Solo il 2% delle PMI vendono prodotti e servizi su internet e complessivamente solo il 30% delle imprese utilizza internet.

Per stimolare la moneta ed il commercio elettronico si propone di:

- Prevedere l'obbligo di POS con tecnologia NFC per gli uffici postali ed i fornitori di servizi locali (*utilities*, trasporti, parcheggi).
- Definire i requisiti minimi di qualità sui prodotti e servizi digitali e contestualmente semplificare per l'*e-commerce* gli adempimenti pensati per il commercio tradizionale.
- Ripensare al regime IVA al fine di incentivare le PMI ad operare *on-line*.
- Ridurre l'ambito di riserva a favore di Poste italiane prevedendo anche possibilità di notifica digitale per favorire la crescita dell'utilizzo di strumenti digitali. Il recepimento della Direttiva 2008/6/CE ha mantenuto la riserva a favore di Poste italiane per gli invii raccomandati attinenti alle procedure giudiziarie e per i servizi inerenti le notificazioni a mezzo posta di cui all'art. 20 del Decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (Codice della Strada). Si propone di prevedere la possibilità di notifica anche a mezzo di posta elettronica certificata (pec) di tali atti quando il destinatario sia un soggetto (impresa o studio professionale) che abbia preventivamente dichiarato l'indirizzo PEC.
- Prevedere la nullità *ipso iure* di qualunque clausola contrattuale che, in un accordo di distribuzione tra distributore e PMI, faccia divieto di vendita diretta su canali on-line.

*d) Per promuovere la realizzazione delle reti di nuova generazione*

L'Italia si caratterizza per la scarsa diffusione della larga banda fissa e per la bassa velocità media delle connessioni. D'altra parte la banda larga mobile si espande rapidamente ma soprattutto nelle grandi città non può garantire prestazioni elevate senza l'utilizzo delle nuove frequenze appena assegnate per la tecnologia 4G. Dal giusto mix fra tecnologie fisse e mobili può derivare un'accelerazione della diffusione delle reti a larga banda. Un elemento chiave è quello di evitare duplicazioni di infrastrutture essenziali e promuovere invece forme di collaborazione fra i diversi operatori per arrivare ad una piena copertura del territorio.

Per stimolare lo sviluppo delle reti di nuova generazione si propone di:

- Introdurre il concetto di "operatore di palazzo" destinatario di regole simmetriche definite dall'AGCOM per l'accesso al segmento verticale e alla tratta di adduzione per le reti in fibra ottica. Disciplinare la realizzazione dei segmenti terminali (cablaggio interno al palazzo e segmento orizzontale di adduzione) in un'ottica pro-competitiva, secondo

una soluzione (alla francese) per cui il primo operatore che realizza i segmenti terminali viene riconosciuto – *ex lege* - come “operatore di palazzo” avente il controllo su un collo di bottiglia essenziale per la concorrenza fra operatori nella fornitura di servizi *retail* di accesso in fibra. La qualifica di “operatore di palazzo” va affiancata da una previsione che demandi all’AGCOM la declinazione delle regole di apertura delle reti agli altri operatori. Alternativamente si può ipotizzare la deducibilità fiscale per i condomini che decidono di realizzare in proprio le opere di realizzazione dei verticali. In tal caso è il condominio stesso ad essere operatore dei propri verticali con conseguente diminuzione del costo di connessione alla rete.

- Semplificare e armonizzare le procedure amministrative per la stesura di reti di nuova generazione prevedendo: a) il divieto per le Amministrazioni pubbliche di prevedere oneri diversi dai costi amministrativi di gestione della pratica e per verifiche e controlli; b) il procedimento amministrativo semplificato valido per tutto il territorio nazionale; c) il riordino della normativa in unico testo.
- Rafforzare la normativa di settore in tema di accesso alle infrastrutture civili in corso di realizzazione ai fini della posa di tubazioni utili alla realizzazione di reti in fibra ottica. Per diminuire i costi di scavo e realizzare una opportuna forma di condivisione, si propone, in particolare, la modifica dell’art. 40, comma 1, della legge 1 agosto 2002 n. 166. Dovrebbe essere previsto che l’obbligo di accesso alle infrastrutture a vantaggio dell’operatore di telecomunicazioni nell’ambito dei lavori di costruzione e di manutenzione straordinaria di beni immobili (strade, autostrade, acquedotti, reti, porti, interporti, ecc.) si estende (anche nelle Regioni a statuto speciale) oltre alle infrastrutture civili già realizzate, anche a quelle in fase di realizzazione, ai fini della posa, da parte degli operatori TLC, di proprie tubazioni per cavi in fibra ottica<sup>16</sup> proprio

---

<sup>16</sup> tale tipologia di intervento consentirebbe di risolvere la potenziale inadeguatezza della posa di un singolo tubo da parte del gestore della rete non TLC (prevista dall’art.40 suddetto). L’intervento di modifica della norma consentirebbe infatti ad ogni operatore di posare propri tubi in grado di contenere un numero di fibre sufficiente alla realizzazione di una rete FTTH. Infatti lo spazio disponibile in cavedio – quale quello previsto dalla norma – consente in linea di principio il passaggio anche di altre reti (per esempio le reti elettriche, telecontrollo etc.). Tali elementi passivi appaiono adeguati per contenere poche fibre adatte a realizzare reti di backhaul/dorsali e non già per realizzare delle reti di accesso in fibra FTTH in un contesto urbano.

durante l'esecuzione dello scavo<sup>17</sup>. Questa previsione potrebbe istituire altresì l'obbligo di preventivi annunci da parte del soggetto pubblico o concessionario dei previsti interventi di scavo (ad es. per le reti energetiche), per consentire una migliore pianificazione degli interventi da parte degli operatori che intendono posare la fibra ottica. Prevedere altresì che l'operatore di tlc che ha beneficiato del diritto di passaggio nell'ambito di infrastrutture civili per posare propri tubi sia sottoposto alle regole dell'Agcom sugli obblighi di condivisione e accesso nei confronti di altri operatori che dovessero, successivamente, aver necessità di realizzare proprie reti.

- Modificare l'art.1, comma 6, lettera b, punto 5 della legge n.249/97 in tema di competenze Agcom sul catasto delle infrastrutture. La legge istitutiva dell'Agcom prevede l'istituzione del registro operatori (art.1, comma 6, lettera a, punto 5) che censisca, tra l'altro, le infrastrutture "di diffusione" (frequenze e siti di trasmissione) operanti nel territorio nazionale. Si propone (anche alla luce del recente regolamento di cui alla delibera AGCOM 622/11/CONS in materia di catasto delle infrastrutture atte alla posa di reti di comunicazione elettronica) un'estensione delle suddette competenze prevedendo che il registro operatori censisca anche le infrastrutture atte alla posa di reti di comunicazione elettronica, siano esse in titolarità di operatori di comunicazione elettronica che di organismi pubblici o concessionari pubblici<sup>18</sup>.
- Incentivare misure di cooperazione per reti dati wireless (promozione di accordi di *roaming* nazionale per aumentare la copertura del territorio).
- Aumentare l'utilizzo e la diffusione delle aree *wi-fi* nei luoghi pubblici.

*e) Per una politica dello spettro radio*

---

<sup>17</sup> La norma incentiverebbe la posa di fibra ottica nel segmento di accesso. La condivisione dello scavo comporterebbe anche una condivisione dei costi tra il concessionario (di distribuzione del gas o altro servizio similare) e l'operatore tlc. Tale condivisione consente non solo la razionalizzazione dei lavori di scavo, ma anche una riduzione dei costi di installazione dell'infrastruttura di distribuzione di altri servizi (elettricità, acqua, ecc.) che - in seguito a una razionale ripartizione delle spese sostenute per i lavori di trincea - verrebbero sostenuti in parte dall'Operatore.

<sup>18</sup> La modifica legislativa proposta avrebbe il vantaggio di concentrare la conoscenza delle infrastrutture utilizzabili per la posa di fibra ottica presso il Regolatore, agevolando in tal modo la possibilità di interventi volti alla condivisione di infrastrutture esistenti o in fase di realizzazione, come evidenziato nella proposta di integrazione normativa di cui al punto precedente.

Negli ultimi mesi è aumentata la coscienza dell'importanza dell'utilizzazione efficiente dello spettro radio come motore di sviluppo per l'economia e come risorsa di notevole valore economico per la comunità. L'AGCOM ha introdotto in Italia nel 2000 meccanismi di asta competitiva per l'assegnazione delle risorse frequenziali che hanno portato nelle casse dello Stato oltre 16 miliardi di euro negli ultimi dieci anni. Le politiche di gestione dello spettro radio sono di lungo periodo e prevedono che le scelte siano sempre in sintonia con le migliori pratiche a livello comunitario. Occorre prevedere l'adozione di un programma di gestione dello spettro-radio sulla base della politica del radio-spettro adottata dall'Unione europea (valorizzazione delle risorse, neutralità tecnologica, promozione della concorrenza). Occorre prevedere la liberazione di nuove risorse frequenziali per lo sviluppo delle reti wireless a larga banda. L'utilizzo delle frequenze da parte dello Stato e dei soggetti privati deve tener conto della necessità di garantire adeguata remunerazione della risorsa scarsa.

*f) Per favorire la circolazione dei contenuti digitali e un ambiente più concorrenziale nell'accesso alle risorse per i media*

Il traffico riconducibile ad applicazioni video sarà uno dei *driver* dello sviluppo dell'architettura internet e della domanda di connessioni a larga banda. Un moderno sistema dell'informazione e della comunicazione vede i mezzi tradizionali affiancati dalla distribuzione via internet dei contenuti. Questo vale per tutti i contenuti tradizionali: giornali, film e programmi radiofonici e televisivi. Inoltre il fenomeno dei social media crea un ambiente integrato fra *user generated content* e contenuti tradizionali. In Italia un operatore ha da poco lanciato un servizio aggiuntivo al servizio *pay tv* per la visione su tablet di alcuni contenuti premium. Altri operatori hanno lanciato applicazioni per tablet. Questi primi servizi soffrono di limitazioni dovute al sistema dei diritti e delle esclusive. Risulta evidente che un sistema dei media aperto e concorrenziale vede lo sviluppo dell'offerta internet come elemento cardine anche per decongestionare l'uso dello spettro elettromagnetico che in prospettiva può essere maggiormente utilizzato per la larga banda.

In sintesi si propone di: