

Gli andamenti di questo indicatore nelle varie aree geografiche sono molto divaricati: il Giappone non cresce quasi più (+1,1% medio annuo) così pure i paesi dell'Unione Europea che in quattro anni vedono il loro parco di linee telefoniche crescere di 13 milioni (+2,2% medio annuo), la quota maggiore delle quali è concentrata tra Regno Unito e Germania, mentre gli altri tredici paesi, tra cui l'Italia, crescono di qualche centinaio di migliaia di linee ciascuno. Gli Stati Uniti crescono ancora significativamente con 22 milioni di linee telefoniche in più in quattro anni. Se consideriamo i valori assoluti, il resto del mondo ha posato nell'ultimo quadriennio 127 dei 164 milioni di nuove linee installate nel pianeta, incrementando la sua quota di 6 punti percentuali.

Resta però il fatto che gli Stati Uniti, i quindici paesi dell'Unione Europea ed il Giappone, che concentrano poco più del 12% della popolazione mondiale, dispongono praticamente della metà delle linee di telefonia fissa installate nel mondo, cui si devono aggiungere oltre i due terzi del totale dei telefoni mobili. Ciò conferma lo squilibrio nella distribuzione delle reti telefoniche ed il collegamento stretto che esiste tra il loro numero ed i livelli di sviluppo economico.

Per quanto riguarda, poi, i cinque maggiori paesi dell'Unione Europea, la tabella 7 fornisce una serie di informazioni supplementari che ampliano ulteriormente la conoscenza dell'evoluzione del mercato.

Tabella 7 - Indicatori significativi dello sviluppo telefonico in alcuni paesi

Paese	Collegamenti business sul totale collegamenti rete fissa (in percentuale)			N. collegamenti ISDN (in milioni)		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Italia	25,9	26,9	30,4	0,9	1,3	3,2
Francia	28,3	28,3	28,8	2,4	2,7	3,6
Germania	27,6	27,9	27,4	5,9	8,4	10,3
Regno Unito	28,0	28,2	28,8	1,5	1,7	2,4
Spagna	25,1	26,7	28,5	0,4	0,5	0,9
Stati Uniti	35,2	36,1	36,7	nd	nd	nd
Giappone	32,0	31,8	nd	nd	nd	nd

Fonte: Elaborazioni su dati IDC.

I dati riportati sono relativi all'incidenza percentuale dei collegamenti business sul totale dei collegamenti di rete fissa e al numero assoluto dei collegamenti ISDN. Per quanto riguarda i collegamenti *business*, si nota il fatto che il peso percentuale tende ad essere molto simile nei cinque paesi dell'Unione, collocandosi attorno al 28% del totale. L'Italia, che tendenzialmente si collocava al di sotto assieme alla Spagna, ha compiuto nel 1999 un notevole balzo in avanti, al punto da avere superato la soglia del 30% del totale dei collegamenti. Il Giappone si colloca poco sopra tale soglia, attorno al 32%, mentre gli Stati Uniti hanno una più elevata percentuale di utenti *business*, largamente superiore ad un

terzo dei collegamenti totali. Molto interessanti sono anche i dati relativi al numero di collegamenti ISDN, che rispondono alla richiesta di maggior capacità delle linee, emergente dal mercato. Lo sviluppo dell'ISDN può essere considerato un'ulteriore conferma della crescita del traffico dati nelle economie dei vari paesi.

3.3 *La telefonia mobile*

Nonostante un quinquennio di straordinaria crescita, il comparto della telefonia mobile continua a consolidarsi e ad attrarre milioni di nuovi utenti.

È sufficiente, a questo proposito, considerare i dati della tabella 8, che sintetizzano l'evoluzione del telefono cellulare in Europa nel corso degli anni Novanta, che hanno visto il numero totale di utenti passare da poco meno di 3,5 milioni all'inizio del decennio, a 36 milioni nel 1996, a 58 milioni nel 1997, a 99 milioni nel 1998 e a ben 167 milioni nel corso dell'ultimo anno.

Nel breve arco di un biennio, gli utilizzatori di cellulari sono addirittura aumentati di oltre 110 milioni, triplicando di numero e prendendo di sorpresa ancora una volta gli osservatori, che prevedevano un sensibile ridimensionamento del ritmo di crescita.

Il fenomeno ha riguardato tutti paesi dell'Unione: nel corso dell'ultimo anno il Regno Unito è passato da 13 a quasi 24 milioni di utenti, l'Italia da 20 a 30 milioni, la Francia da 11 ad oltre 20, la Germania da 14 a 23 milioni, ma incrementi non meno consistenti in rapporto alla popolazione hanno caratterizzato anche gli altri paesi dell'UE.

Ciò si traduce in livelli di penetrazione elevatissimi: in Svezia si è giunti al 57% della popolazione, in Italia al 52, nel Regno Unito al 41, in Spagna al 37,5, in Francia al 35,3%. Solo in Germania il fenomeno è più attenuato e, a fine '99, la diffusione del cellulare si collocava al di sotto del 30%, pur avendo registrato un forte incremento nel corso dell'anno. Il valore medio europeo si pone poco al di sotto del 40 %, una dozzina di punti in meno rispetto ai livelli di penetrazione della telefonia fissa, che si colloca attorno al 53% ma cresce molto lentamente.

È assai probabile perciò che, nell'anno 2000, la penetrazione della telefonia cellulare nell'Unione Europea raggiunga o addirittura superi quella che si riscontra per le reti fisse, un dato assolutamente imprevedibile ancora nel 1998, quando la diffusione della telefonia mobile non raggiungeva un quarto della popolazione, un livello che molti consideravano quello massimo di espansione. D'altronde, il "sorpasso" della telefonia mobile su quella fissa, almeno per numero di utenti, è già avvenuto in Finlandia ed in Italia e, a partire dal marzo scorso, anche in Spagna. Vale la pena di ricordare che nel primo trimestre del corrente anno, nell'Europa dei quindici il numero di utilizzatori è cresciuto di altri 20 milioni, il che fa pensare che gli utenti a fine anno possano superare agevolmente la barriera dei 210

Tabella 8 - Abbonati alla telefonia mobile in Europa (in migliaia)

Paese	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Francia	284	373	437	561	883	1374	2501	5792	11170	20618
Germania	274	542	952	1776	2476	3724	5790	8300	13955	23250
Italia	266	568	781	1207	2239	3923	6418	11760	20300	30068
Regno Unito	1139	1230	1397	2000	3524	5410	6810	8344	13001	23944
Spagna	55	108	181	258	411	944	2996	4337	7051	15005
Svezia	483	589	677	865	1387	1988	2444	3187	4526	5082
Altri paesi dell'Europa occidentale.	950	1226	1559	2123	3303	5234	8471	13378	21962	36382
Totale	3451	4636	5984	8790	14223	22597	35430	55098	91965	154349
Europa orientale	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	570	1338	3322	7148	13215
Totale Europa	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	23167	36768	58420	99113	167564
Incidenza dell'Italia sugli abbonati										
dell'Europa occ..	7,7%	12,3%	13,1%	13,7%	15,7%	17,4%	18,1%	21,3%	22,1%	19,5%

Fonte: Mobile Communications 2000

Tabella 9 - Diffusione degli abbonati alla telefonia mobile tra la popolazione (in percentuale)

Paese	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Francia	0,3	0,7	0,8	1	1,5	2,4	4,3	9,9	19,2	35,3
Germania	0,4	0,7	1	2,2	3,1	4,6	7,1	10,2	17,1	28,4
Italia	0,5	1	1,3	2,1	3,9	6,9	11,2	20,6	35,5	52,6
Spagna	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,1	2,4	7,6	10,9	17,6	37,5
Svezia	5,4	6,9	7,8	9,9	15,9	22,7	28,8	36,2	51,1	57,4
Regno Unito	2	2,1	2,4	3,5	6,1	9,4	11,7	14,3	22,3	41,0
Europa Occid.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	2,2	5,9	9,2	14,3	23,7	39,9
Europa Orient.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,6	3,6	6,7

Fonte: Mobile Communications 2000

milioni. Lo straordinario successo della telefonia mobile non è però solo un fenomeno europeo, se si pensa che, sia pure con progressioni meno accelerate, il cellulare si sta espandendo in tutto il mondo e, a fine '98, gli utenti su scala mondiale erano 308 milioni, 100 dei quali in Europa.

Possiamo dunque ipotizzare che, a fine 1999, il numero complessivo degli utenti mondiali abbia superato la soglia dei 430 milioni, il che rende plausibili quelle stime, finora considerate irrealistiche, di 900 milioni nell'anno 2005. D'altra parte, i modelli di diffusione della telefonia mobile sembrano seguire andamenti molto simili tra loro; ad esempio, la penetrazione del cellulare in Svezia a fine '97 era del 36,2%, di poco superiore a quella che l'Italia ha raggiunto a fine '98 (35,5%). Nel 1998, il paese scandinavo ha visto la diffusione raggiungere il 51,1%, un valore che l'Italia ha superato, sia pure di poco, a fine 1999. Un *pattern* di sviluppo analogo sembra identificabile anche tra Spagna e Italia: la Spagna è in ritardo rispetto al nostro Paese di circa un anno, per cui la penetrazione del mobile nel paese iberico è passata dal 10,9% di fine '97 al 17,6% del '98 e al 37,5% del 1999, rispetto ad un andamento dell'Italia rispettivamente dell'11,2% nel '96, del 20,6% nel '97 e del 35,5% nel 1998. Se il *pattern* si confermasse anche quest'anno, la Spagna dovrebbe superare nell'anno 2000 la barriera del 50% di cellulari, visto che, a fine marzo, la diffusione era di 43,6 cellulari ogni 100 abitanti.

Un altro aspetto che dobbiamo sottolineare è il successo commerciale del GSM, che ha raggiunto alla fine del 1999 nel mondo i 250 milioni di utilizzatori; ciò rappresenta indubbiamente una vittoria per i manifatturieri europei, che hanno creduto in questo standard e sono riusciti a portarlo al successo, superando gli inevitabili conflitti di interessi tra le imprese che hanno partecipato alla sua elaborazione e messa in opera.

Un quadro così positivo, tuttavia, non è però privo di ombre: la prima è legata alla formula che è alla base di una crescita così significativa, e cioè quella delle carte prepagate (tabella 10).

Tabella 10 - Numero di utenti con carte prepagate al 1° gennaio 2000 nell'Unione europea

Paese	Gestore	n. utenti con prepagate	Incidenza % sul totale
Austria	Mobilkom	1.000.000	50
	Max Mobil	675.000	45
	One	Confidenziale	-
Belgio	Belgicom Mobile	516.750	25
	Mobistar	500.000	50
	KPN Orange	25.750	30
Danimarca	Tele Danmark Mobil	Confidenziale	-
	Sonofon	Confidenziale	-
	Mobilix	142.500	50
	Telia Danmark	Confidenziale	-
Finlandia	Radiolinja	Servizio non offerto	-
	Sonera Mobile	17.000	1
	Telia Finland	Confidenziale	-
Francia	France Telecom	Confidenziale	-
	SFR	3.285.000	45
	Bouygues Telecom	1.500.000	50
Germania	T-Mobil	2.000.000	22
	Mannesmann Mobilfunk	2.200.000	23
	E-Plus	1.200.000	31
	Viag Interkom	200.000	21
Grecia	Panafon	948.000	57
	Teletet	733.500	62
	Cosmote Gsm	360.000	36
Italia	Tim	15.253.000	82
	Omnitel	9.064.000	87
	Wind	1.198.000	92
Irlanda	Eircell	400.000	51
	Esat Digifone	230.000	50
Lussemburgo	Luxembourg P&T	Confidenziale	-
	Millicom Luxembourg	27.000	35
Paesi Bassi	KPN	1.800.000	50
	Libertel	1.300.000	60
	Dutchtone	211.000	57
	Telfort	Confidenziale	-
	Ben Nederland	120.000	40
Portogallo	TMN	Confidenziale	-
	Telecel	1.153.000	72
	Optimus	Confidenziale	-
Spagna	Telefonica Moviles	5.000.000	60
	Airtel	Confidenziale	-
	Amena	Confidenziale	-
Svezia	Telia Mobitel	798.000	31
	Europolitan	136.000	17
	Comviq	843.000	54
Regno Unito	Cellnet	3.020.000	45
	Vodafone	4.200.000	53
	Orange	2.450.000	50
	One2One	2.245.000	54

Fonte: Mobile Communications 2000

La tabella mostra innanzitutto che un solo operatore tra i 48 attivi nei paesi dell'Unione non offre il servizio di carta prepagata: si tratta dell'operatore finlandese Radiolinja. La Finlandia è, d'altronde, l'unico paese dove tale fenomeno non si è diffuso, a differenza di quanto si è verifica-

to in tutti gli altri paesi europei, dove almeno il 50% degli utenti GSM utilizza questo strumento, con punte del 75% in Portogallo e di oltre l'80% in Italia. Ma il fenomeno non riguarda solo i paesi mediterranei: le carte prepagate rappresentano il 38% degli utenti di Swisscom e circa il 50% di tutti gli utilizzatori di cellulari britannici. Questa formula, che ha contribuito grandemente al successo del *wireless*, ha coinvolto però, in misura crescente, fasce di consumatori con diverse capacità di spesa. In alcuni Paesi ciò ha influito negativamente sull'importante indicatore degli introiti per abbonato. Ciò spiega perchè 12 gestori su 47 considerino confidenziale il numero di abbonati con carta prepagata.

3.4 Il mercato di Internet

Lo sviluppo di Internet ha conosciuto, nel corso degli anni Novanta, una crescita esponenziale grazie anche allo sviluppo di diverse piattaforme per l'accesso: dai personal computer alla NetTv, ai *set-top box* digitali. Il 1999 ha registrato elevati tassi di crescita: secondo stime dell'IDC il numero totale degli utilizzatori della rete sarebbe praticamente raddoppiato nell'arco di un anno, raggiungendo nell'Europa occidentale gli 81 milioni di utenti, cioè il 21% dell'intera popolazione. È da sottolineare che l'IDC considera utente Internet chiunque vi acceda almeno una volta al trimestre: è evidente che basterebbe rendere più stretto questo vincolo, cioè considerare solo coloro che accedono ad Internet più volte in un trimestre o addirittura più volte al mese, per restringere grandemente questo numero. Ciò rende estremamente aleatorie le stime e rende opportuno fornire una serie di indicazioni di massima.

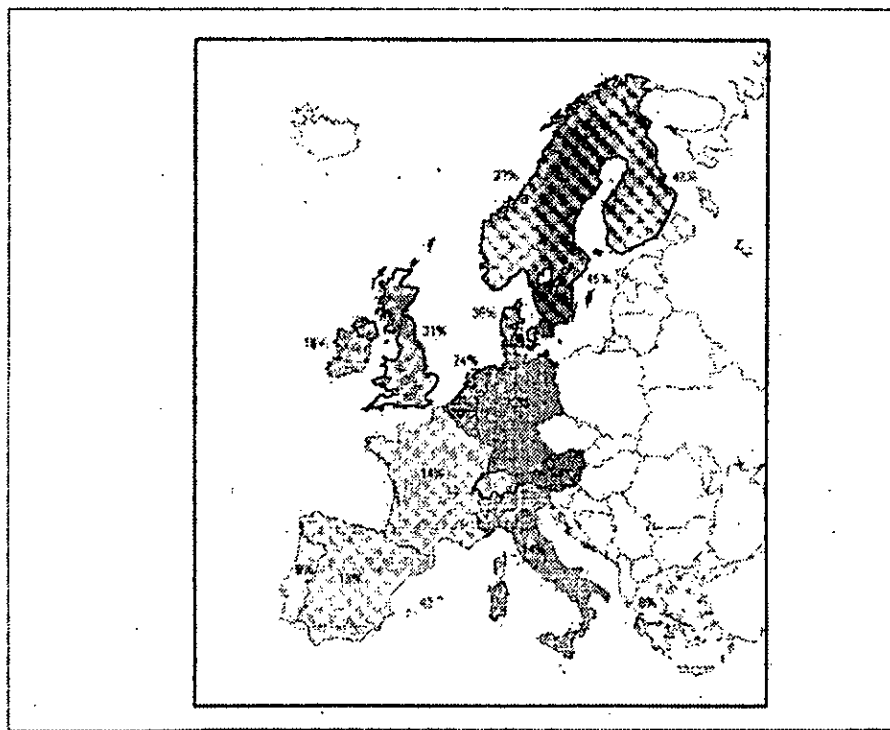
Tutti gli osservatori sono concordi nel ritenere che uno dei fattori principali nello spiegare la straordinaria crescita dell'utenza è rappresentato dalla gratuità dell'accesso, formula che - come si è rilevato - dal Regno Unito si è rapidamente diffusa in tutta Europa. Viceversa, tariffe telefoniche relativamente elevate continuano a rappresentare un freno allo sviluppo, soprattutto laddove si ricorre a formule in *dial-up* con tariffe a tempo. Internet, inoltre, è diventato uno strumento pubblicitario e commerciale di rilevante portata, il che attiva un circolo virtuoso per lo sviluppo dell'utenza. Va infine sottolineato il crescente numero di iniziative a carattere pubblico miranti a promuovere l'uso della Rete, come il sostegno all'introduzione del *web* nelle scuole, e la diffusione del *personal computer*, visto come un prerequisito per lo sviluppo della Rete.

Ad una crescita complessivamente rilevante, si accompagna una notevole disomogeneità nella diffusione geografica del fenomeno. Da questo punto di vista, i paesi europei possono essere suddivisi in tre gruppi: quello dei paesi scandinavi (cui potremmo aggiungere il Regno Unito) con un livello di penetrazione molto elevato; un secondo gruppo con livello di sviluppo intermedio, che comprende diversi paesi dell'Europa centrale (Germania, Olanda, Svizzera e Austria) ed infine mercati meno sviluppati (Francia, Italia e Spagna).

I fattori che spiegano l'alta diffusione di Internet nel nord Europa sono rappresentati dall'elevato livello del PIL, da una fase di liberalizzazione del mercato delle telecomunicazioni molto avanzata e da una forte diffusione del *personal computer*, che raggiunge il 40% della popolazione. Nei paesi dell'Europa mediterranea, invece, un freno allo sviluppo della Rete è derivato, fino a tempi recenti, da tariffe di telecomunicazioni relativamente più elevate per l'utente residenziale e da una presenza di *personal computer* nettamente inferiore rispetto al resto d'Europa.

La tavola 4 rappresenta visivamente la percentuale di utenti della Rete nei vari paesi europei: sulla base dei modelli e dei tempi di crescita seguiti dai diversi paesi per raggiungere determinati livelli di sviluppo, è possibile stimare il ritardo delle varie nazioni rispetto ai paesi *leader*.

Tavola 4 - Utenti Internet nei paesi europei nel 1999 (in percentuale)



Fonte: IDC, 2000

Il Regno Unito ha circa un anno di ritardo rispetto ai paesi scandinavi e supera di poco gli altri paesi dell'Europa centrale, mentre Francia ed Italia, che presentano ancora tassi di diffusione molto bassi, si caratterizzano per ritmi di crescita molto forti, al punto da far ritenere che possano recuperare rapidamente terreno rispetto al secondo gruppo. Molto staccate restano invece Grecia e Portogallo, il cui ritardo rispetto agli scandinavi è stimato in quattro anni.

Si stima che, per l'accesso alla Rete, si utilizzino quasi 45 milioni di apparecchi, essenzialmente *personal computer*, anche se vengono già uti-

lizzate apparecchiature alternative, come, ad esempio i *set-top box* unitamente al televisore. La stima del numero di utenti ad Internet dipende grandemente dal numero di quanti condividono la medesima apparecchiatura per accedere alla rete. L'indagine cui si fa qui riferimento parla di 1,8 utenti per apparecchiatura di accesso, il che moltiplicato per i 45 milioni di *personal* collegati alla rete porta alla stima di 81 milioni di utenti trimestrali.

Infine, sono circa 12,5 milioni di persone coloro che utilizzano la Rete per effettuare acquisti; ciò corrisponde al 15% di tutti gli utenti della Rete, una cifra considerata inferiore alle aspettative.

Tabella 11 - Lo sviluppo di Internet nell'Europa Occidentale* (in milioni)
(in percentuale)

Paese	1998	1999
Numero di utilizzatori **	40,9	81,4
Apparecchiature utilizzate	23,9	44,8
Utilizzatori per apparecchiatura	1,71	1,82
Numero acquirenti (e-commerce)	4,6	12,4

* Comprende tutti i paesi dell'Unione Europea ad eccezione del Lussemburgo; sono altresì inclusi la Norvegia e la Svizzera.

** Si considerano coloro che si sono collegati alla rete almeno una volta al trimestre.

Fonte: IDC, 2000

3.5 Il mercato italiano delle telecomunicazioni

A seguito del processo di liberalizzazione, nel nostro Paese si confronta ormai una pluralità di operatori di diverse dimensioni con differenti strategie di presenza sul mercato. Nonostante talune disomogeneità nelle fonti, è comunque possibile fornire un quadro abbastanza chiaro di come si è evoluto nell'ultimo anno il mercato italiano.

Tabella 12 - Spesa per servizi di telecomunicazione in Italia (miliardi di lire)

	1996	1997	1998	1999	Var. % 99/98
Fonia	25.080	27.500	28.400	30.000	5,6
Comunicazioni mobili	6.470	7.100	11.050	15.000	35,7
Trasmissione dati e linee dedicate	2.533	3.610	3.870	4.200	8,5
Totale	34.083	38.210	43.320	49.200	13,5

Fonte: elaborazione su dati SMAU e IDC

Tabella 13 - Composizione percentuale della spesa per servizi di telecomunicazioni in Italia

	1996	1997	1998	1999
Fonia	73,6	72,0	65,6	61,0
Comunicazioni mobili	19,0	18,6	25,5	30,5
Trasmissione dati e linee dedicate	7,4	9,4	8,9	8,5
Totale	100	100	100	100

Fonte: elaborazione su dati SMAU e IDC

Dalle tabelle 12 e 13 emerge il perfetto allineamento dell'Italia con le grandi tendenze che stanno caratterizzando la realtà mondiale; ciò si traduce nel proseguimento della crescita della fonia su rete fissa, seppure a tassi che non consentono di conservare il ruolo preponderante che deteneva quattro anni fa, data l'esplosione del traffico mobile e di quello dati. La conseguenza di tale andamento è la perdita di peso della telefonia vocale sul complesso dei servizi di telecomunicazioni, al punto che nel 1999 la spesa ad essa riservata ha rappresentato il 61% di quella complessiva, 4,6 punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente e 12,6 punti in meno rispetto al 1996. Va sottolineato che il peso dei servizi vocali sul totale è inferiore di 2 punti rispetto al dato mondiale, ma ad esso corrisponde la maggiore incidenza della spesa per la telefonia mobile. Questo fenomeno è ampiamente noto, ma sta superando ogni previsione, al punto che oggi l'incidenza percentuale della spesa per servizi mobili sul complesso dei servizi di telecomunicazioni è esattamente la metà di quella relativa ai servizi vocali. Nell'ultimo anno la spesa per servizi mobili è salita in Italia di oltre il 35%, rispetto al 5,6% della telefonia vocale e all'8,5% della trasmissione dati.

Il discreto andamento dei servizi di rete pubblica commutata riflette anche precise scelte degli operatori, che hanno condotto al raddoppio delle linee ISDN, all'avvio commerciale dell'ADSL e alla crescita del traffico complessivo per la rete fissa nell'ordine del 10%, dovuta in parti uguali ad Internet e alla riduzione delle tariffe; quest'ultima ha determinato un aumento del traffico fisso-mobile ed extraurbano. A ciò si deve aggiungere l'effervescenza degli operatori alternativi, alcuni dei quali hanno investito in maniera abbastanza significativa, anche se è difficile al momento fornire dei dati consolidati sufficientemente attendibili.

Per quanto riguarda le reti mobili, il 1999 ha visto l'avvio dell'offerta commerciale di Wind, che segnala dei buoni risultati in un mercato nel quale continua in maniera ininterrotta la progressione di TIM e Omnitel. Nel corso del 1999, poi, è stata assegnata la quarta licenza mobile a Blu, la società controllata da BT, dal gruppo Autostrade, Mediaset, ENI e BNL. Ciò dovrebbe contribuire a mantenere acceso il clima competitivo nel settore, sia per quanto riguarda le tariffe che i servizi.

Per quanto, nel corso del 1999, gli abbonati alle reti mobili abbiano superato ampiamente il numero di utenti alla rete fissa, tale espansione rappresenta ormai una costante nel panorama italiano delle telecomunicazioni, che sorprende soltanto per la durata e la continuità nel tempo.

L'elemento di vera novità registrato quest'anno è rappresentato, invece, dai primi seri sviluppi di Internet, la cui diffusione è stata favorita dall'ampliamento della diffusione dei *personal computer*, che ha raggiunto, secondo attendibili stime, il 29% delle famiglie italiane. A questo fattore di carattere generale, nel corso del 1999 si sono aggiunte le offerte di connessione gratuita, che hanno rappresentato una molla importante in un Paese come il nostro, dove il pagamento di un canone rappresenta sempre un ostacolo psicologico rilevante. Come conseguenza di ciò si è avuta una forte crescita del numero di abbonati, in particolare nel segmento gratuito.

Tabella 14 - I clienti di telefonia mobile in Italia (migliaia)

	1995	1996	1997	1998	1999
<i>per fornitore di servizi</i>					
TIM	3.863	5.705	9.300	14.300	18.527
OMNITEL	60	713	2.460	6.000	10.418
Wind	-	-	-	-	1.299
Totale	3.923	6.418	11.760	20.300	30.244
<i>per tecnologia</i>					
Gsm	527	2.623	7.960	16.700	25.645
TACS/analogico	3.396	3.795	3.800	3.600	3.300
DCS 1800	-	-	-	-	1.299
Totale	3.923	6.418	11.760	20.300	30.244

Fonte: elaborazioni su dati Mobile Communications, 2000

Tabella 15 - Lo sviluppo di Internet in Italia e in Europa occidentale (in milioni)

	Italia 1998	Europa occ. 1998	Italia 1999	Europa occ. 1999
Numero utilizzatori **	3,1	40,9	8,2	81,4
Apparecchiature utilizzate	1,4	23,9	3,3	44,8
Utilizzatori per apparecchiatura	2,2	1,71	2,5	1,82
Numero di acquirenti (e-commerce)	0,36	4,6	0,96	12,4

** Si considerano coloro che si sono collegati alla rete una volta al trimestre

Fonte: IDC, 2000

Se confrontiamo questi dati (Tabella 15) con quelli relativi ai paesi dell'Europa occidentale, possiamo notare un notevole divario tra il numero di utenti esistenti in Italia, che rappresentano il 14,3% della popolazione rispetto al 21% dei paesi dell'Europa occidentale. Nell'ultimo anno, tuttavia, tale divario si è ridotto notevolmente, da circa la metà del dato europeo ai due terzi. Il numero di utenti per apparecchiatura è invece molto elevato in Italia rispetto al resto dell'Europa (2,51 utenti in Italia rispetto agli 1,82 dell'Europa Occidentale).

Abbastanza diverse sono le stime effettuate dalle società di ricerca italiane raccolte nella tabella 16.

Tabella 16 - Stime sugli utenti Internet in Italia (in milioni)

	1998			1999		
	Business	Consumer	Totale	Business	Consumer	Totale
Assinform	-	-	2,5	-	-	4,8
Databank Consulting	0,24	0,54	0,78	1,45	3,7	5,15
Sirmi	0,30	0,64	0,94	0,64	2,86	3,50

Gli abbonati con formula *free* dovrebbero aggirarsi attorno ai 2,2 milioni. Le imprese che dispongono di un sito *web*, secondo Databank, sarebbero oltre 127.000, mentre per Sirmi superano le 156.000.

L'ultimo dato significativo riguarda il giro di affari mobilitato da Internet, che è stimato attorno ai 1800 miliardi, la maggior parte dei quali relativi a servizi, quali *web design*, supporto tecnico e servizi professionali.

2. LE ATTIVITÀ DELL'AUTORITÀ NEL SETTORE DELLE TELECOMUNICAZIONI

1. Il percorso dell'Autorità

Nel periodo che va dal giugno 1999 al maggio 2000 l'Autorità si è fortemente impegnata, per quanto concerne il settore delle telecomunicazioni, nel recupero del ritardo che distanziava l'Italia dai principali paesi europei lungo il percorso di liberalizzazione e armonizzazione tracciato dalla Commissione europea quale strumento di costituzione del mercato unico.

Il processo si è dovuto misurare con le dinamiche del mercato che, nel corso del periodo considerato, sono state estremamente complesse, coinvolgendo diversi aspetti. Oltre ai fattori delineati nella sezione precedente — tecnologie e mercati — cambiamenti significativi nel sistema nazionale delle telecomunicazioni si registrano sia sotto il profilo della liberalizzazione, sia sotto il profilo della struttura delle imprese (acquisizione del controllo di Telecom Italia da parte di Olivetti-Tecnost e di quello di Omnitel e Infostrada da parte di Vodafone, in seguito all'accordo Vodafone AirTouch-Mannesmann; quotazione azionaria di diversi operatori del panorama italiano).

A partire dalla data di avvio della liberalizzazione della telefonia fissa (1° gennaio 1998) il mercato si muove da una situazione di forte concentrazione ad una situazione caratterizzata da una maggiore varietà di operatori. Il decollo e il consolidamento della concorrenza, tuttavia, attraversano fasi fortemente condizionate dalle caratteristiche strutturali dei mercati tali da richiedere l'intervento della regolamentazione. Sebbene si riscontri un'estensione del grado di concorrenza, dato l'ingresso di un numero crescente di operatori sul mercato, l'azione del regolatore è funzionale all'eliminazione di barriere, anche di natura istituzionale, che ancora caratterizzano il settore e alla definizione di nuove regole per favorire forme equilibrate di sviluppo, in un ambiente caratterizzato da nuove modalità di interazione tra gli attori in gioco, che riscoprono il ruolo dei consumatori e dei cittadini nell'uso dei nuovi servizi.

La crescita del numero di operatori, infine, ha fatto reso ancor più necessarie azioni di controllo e ha alimentato i contenziosi tra operatori, accrescendo le funzioni di arbitrato dell'Autorità a causa della natura conflittuale di molte relazioni che caratterizzano il settore.

Le ragioni e la natura degli interventi dipendono dalle caratteristiche del settore delle telecomunicazioni, sia fisse che mobili. Una

prima caratteristica che condiziona le scelte del regolatore è il grado di integrazione verticale tra le attività di rete (di accesso e di trasporto) e le attività di servizio nella telefonia fissa e mobile. Il mercato italiano si presenta fortemente concentrato nel primo segmento, in cui gli operatori tradizionali detengono reti di accesso e di trasporto estese sul territorio nazionale. Bassa e in alcuni casi nulla è, invece, la presenza degli operatori nuovi entranti nel mercato delle infrastrutture. L'utilizzo delle infrastrutture esistenti è pertanto condizione essenziale per il decollo della concorrenza sul mercato dei servizi. Al fine di diminuire le barriere all'ingresso, è stato quindi necessario costruire regole finalizzate alla definizione di obblighi di concedere l'uso della rete degli operatori aventi notevole forza di mercato o a ridurre i costi eccessivi di utilizzo da parte di terzi.

Una seconda caratteristica riguarda la natura dei servizi finali offerti dall'operatore tradizionale Telecom Italia, incaricato dell'offerta del servizio universale. In tale ambito l'azione dell'Autorità è finalizzata a consentire condizioni di offerta maggiormente efficienti e al tempo stesso trasparenti e non discriminatorie, al fine di incentivare la coesione sociale e di consentire la massima diffusione dei benefici sul territorio e tra i consumatori.

Una terza caratteristica riguarda le strade percorribili per la diffusione dei potenziali offerti da nuove soluzioni tecnologiche, in particolare nelle diverse piattaforme e infrastrutture, motori della convergenza. Le tecnologie fisse e mobili si muovono lungo diverse fasi tecnologiche del ciclo dei sistemi/prodotti. Al tempo stesso la regolamentazione può muovere diverse leve, al fine di accelerare i tempi di ingresso e diffusione delle tecnologie e di orientarne i percorsi e le soluzioni più efficienti per il sistema, soprattutto in presenza di scarsità di alcune risorse (diritti di passaggio, spettro radio, numerazione).

Una quarta caratteristica riguarda l'evoluzione della domanda, che deve poter accedere a soluzioni tecnologiche e di servizio differenziate e pluralistiche. In tal senso l'azione del regolatore è finalizzata a tutelare la centralità dei consumatori, evitando strozzature o limitazioni all'utilizzo dei servizi e tutelando, al tempo stesso, l'importanza di fattori quali la sicurezza delle persone.

2. Il ruolo dell'Autorità e l'attuazione delle politiche dell'Unione europea

Le politiche e le direttive comunitarie costituiscono un punto di riferimento per gli Stati membri e agiscono da volano al fine dell'accelerazione sia del progetto dell'Unione sulla realizzazione di un mercato comune delle infrastrutture e dei servizi di telecomunicazioni, sia

dello sviluppo delle tecnologie, dei mercati e dei modelli regolamentari verso la convergenza. I paesi europei, tuttavia, presentano strutture di mercato e assetti istituzionali fortemente differenziati, in conseguenza dei diversi modelli di sviluppo del settore nella fase antecedente la liberalizzazione. Riconoscendo le diversità e nel rispetto del principio di reciprocità, l'obiettivo europeo di realizzazione di un mercato unico delle reti e dei servizi rappresenta l'obiettivo ultimo di un percorso più lungo e più complesso di armonizzazione delle regole e integrazione dei mercati. Le linee guida tracciate dall'Unione costituiscono, per i singoli sistemi nazionali, delle opportunità ma al tempo stesso dei vincoli: le opportunità derivano dalle potenzialità offerte agli operatori e ai consumatori nazionali dall'estensione della concorrenza al mercato europeo; i vincoli derivano da una maggiore velocità richiesta ai singoli Stati membri in risposta agli obiettivi comunitari, in quanto i paesi più avanzati (in termini di liberalizzazione e sviluppo dei mercati) risultano avvantaggiati nel processo di redistribuzione dei benefici sul mercato europeo.

Le autorità nazionali di regolamentazione (NRA) giocano un ruolo decisivo nel condizionare lo sfruttamento delle opportunità e/o nel determinare vincoli allo sviluppo della concorrenza sui mercati nazionali, in quanto sono in grado di accelerare la rincorsa dei paesi più avanzati, di favorire la diffusione dei benefici della concorrenza sui consumatori, di stimolare gli attori nazionali ad una maggiore propensione all'innovazione e all'internazionalizzazione. In particolare, le autorità nazionali assumono un ruolo decisivo nel processo di attuazione delle politiche di regolamentazione del settore delle telecomunicazioni delineate a livello comunitario. Tale ruolo risulta fondamentale al perseguimento degli obiettivi comunitari intesi a creare un mercato unico competitivo e innovativo, a consentire la piena distribuzione dei benefici della concorrenza, a garantire la coesione sociale tra i cittadini della Comunità attraverso la diffusione e lo sviluppo dei nuovi strumenti di comunicazione in un ambiente tecnologico e di mercato orientato verso la convergenza. L'autorità nazionale è un attore importante e una forza propulsiva del sistema la quale, attraverso una costruttiva attività di coordinamento con le imprese, i consumatori, le altre istituzioni nazionali, contribuisce alla crescita della competitività dell'industria nazionale e allo sviluppo equilibrato delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie e dai nuovi servizi.

L'importanza del ruolo delle NRA è tale che la stessa Commissione europea ne segue costantemente l'operato in relazione all'implementazione delle linee guida europee e all'evoluzione della concorrenza nei singoli Stati membri.

Infine, nell'ambito del progetto di riesame del percorso della regolamentazione (Review 1999) le direttive ONP prevedevano (es. ar-

articolo 22 della direttiva 97/33/CE), unitamente al riesame dell'applicazione da parte degli Stati membri dei principi e delle condizioni regolamentari previsti dalle direttive, anche il riesame dei benefici ottenibili con l'istituzione di un'autorità europea di regolamentazione. La relazione finale della Commissione su quest'ultimo aspetto giunge alla conclusione che — allo stato — la creazione di un'autorità europea di settore non fornirebbe un valore aggiunto sufficiente a compensarne e giustificare i costi. Si riconferma così il ruolo delle autorità degli Stati membri e l'importanza delle istituzioni nazionali nella futura regolamentazione.

Occorre ricordare che l'Italia è senz'altro partita con ritardo rispetto ai principali paesi europei, innanzitutto sul piano legislativo e, in secondo luogo, su quello della attuazione del processo di liberalizzazione attraverso la regolamentazione. Da una parte le direttive comunitarie sono state recepite con ritardo rispetto agli altri paesi europei e alcune sono ancora in fase di adozione; dall'altra l'Autorità è nata soltanto dopo la prima metà del 1998, con ritardo rispetto agli altri paesi europei e, soprattutto, con un significativo disagio nell'inseguimento degli obiettivi della liberalizzazione, la cui data di avvio, il 1° gennaio 1998, ha preceduto l'operatività dell'Autorità stessa. Questo processo, unitamente alla necessità di creare e rafforzare la sua organizzazione, è stato ed è molto impegnativo per l'Autorità. Quest'ultimo anno ha visto consolidarsi gli sforzi già intrapresi nell'anno precedente, consentendo al nostro Paese di recuperare ulteriormente parte del ritardo che ci distanziava dal resto dell'Unione.

Il recupero è evidenziabile confrontando la situazione dell'Italia rispetto ai principali paesi dell'Unione nell'ambito dell'implementazione del pacchetto regolamentare comunitario all'interno dei singoli Stati membri, così come presentata nel IV (riferito al 1998) e V (riferito al 1999) Rapporto alla Commissione. Tutti i paesi attraversano una fase fortemente dinamica, sia dal punto di vista regolamentare sia per quanto concerne il mercato. In Italia, una serie di circostanze favorevoli di natura economica - quali la crescita della telefonia mobile e il decollo di Internet - e regolamentare, quale la definizione di regole stabili e incentivanti rese possibili dalla nascita e dal decollo dell'autorità di regolazione, favorisce la ripresa e il recupero del ritardo nei confronti della maggior parte dei paesi europei.

Tabella 1 – Stato di implementazione del pacchetto regolamentare della Commissione Europea a fine 1998 nei principali paesi dell'Unione

	NRA (1)	Licenze autorizzazioni (2)	Interconnessione/ accesso speciale (3)	Servizio universale (4)	Contabilità dei costi, separazione contabile (5)	Numerazione (6)	Frequenze (7)	Diritti di passaggio (8)	Concorrenza mercato locale (9)
Belgio	*	—	*	—	—	—	*	—	*
Francia	*	*	*	—	—	—	*	*	*
Germania	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Irlanda	*	*	—	—	*	—	*	*	—
Italia	—	—	*	—	—	—	*	—	—
Olanda	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Spagna	*	—	—	—	—	—	*	—	—
Svezia	*	*	—	*	*	—	*	*	*
Regno Unito	*	*	*	*	*	*	*	*	*

(1) Autonomia e potere decisionale, organizzazione delle risorse e delle competenze

(2) Flessibilità, semplificazione e trasparenza nelle procedure

(3) Livello di disaggregazione dell'offerta, condizioni tecniche, economiche e qualitative dei servizi, tempi di chiusura delle negoziazioni

(4) Flessibilità dei contenuti, livelli di contendibilità, separazione dell'aspetto gestionale rispetto all'aspetto finanziario

(5) Sistema e modello contabile in relazione al mercato di riferimento, separazione contabile al fine della trasparenza nelle attività regolamentari o di controllo

(6) Sviluppo piano di numerazione, stato di avanzamento della *carrier selection (call-by-call)*, *carrier preselection* e della portabilità del numero

(7) Equilibrato ed efficiente utilizzo dello spettro e coordinamento tra le diverse modalità di utilizzo

(8) Regole trasparenti e non discriminatorie per l'uso del suolo e l'infrastrutturazione

(9) Livelli di competitività e contendibilità sul mercato locale e dell'accesso

Legenda: * condizioni favorevoli; * in fase di miglioramento; — mancanza o inerzia della regolamentazione

Tabella 2 - Stato di implementazione del pacchetto regolamentare della Commissione Europea a fine 1999 nei principali paesi dell'Unione

	NRA (1)	Licenze autorizzazioni (2)	Interconnessione/ accesso speciale (3)	Servizio universale (4)	Contabilità dei costi, separazione contabile (5)	Numerazione (6)	Frequenze (7)	Diritti di passaggio (8)	Concorrenza mercato locale (9)
Belgio	*	*	*	-	-	*	*	-	*
Francia	*	*	*	-	-	*	*	*	*
Germania	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Irlanda	*	*	*	-	*	-	*	*	*
Italia	*	*	*	*	*	*	*	-	*
Olanda	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Spagna	*	*	*	*	-	*	*	*	*
Svezia	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Regno Unito	*	*	*	*	*	*	*	*	*

(1) Autonomia e potere decisionale, organizzazione delle risorse e delle competenze

(2) Flessibilità, semplificazione e trasparenza nelle procedure

(3) Livello di disaggregazione dell'offerta, condizioni tecniche, economiche e qualitative dei servizi, tempi di chiusura delle negoziazioni

(4) Flessibilità dei contenuti, livelli di contendibilità, separazione dell'aspetto gestionale rispetto all'aspetto finanziario

(5) Sistema e modello contabile in relazione al mercato di riferimento, separazione contabile al fine della trasparenza nelle attività regolamentari o di controllo

(6) Sviluppo piano di numerazione, stato di avanzamento della *carrier selection (call-by-call)*, *carrier preselection* e della portabilità del numero

(7) Equilibrato ed efficiente utilizzo dello spettro e coordinamento tra le diverse modalità di utilizzo

(8) Regole trasparenti e non discriminatorie per l'uso del suolo e l'infrastrutturazione

(9) Livelli di competitività e contendibilità sul mercato locale e dell'accesso

Legenda: * condizioni favorevoli; * in fase di miglioramento; - mancanza o inerzia della regolamentazione