



UNC
CONSUMATORI.IT

AGCOM: 60% italiani usa internet, penultimi in UE

20 Settembre 2017

Secondo quanto riportato nella presentazione della Relazione annuale del presidente dell'Autorità delle comunicazioni (**Agcom**), **Angelo Marcello Cardani**, l'occupazione dei **giornalisti TV e radio**, oltre alla presenza regionale del servizio pubblico (circa il 2% dell'occupazione complessiva nazionale), vede la presenza di TV locali radiofoniche e televisive con una radicata storia e vocazione territoriale. Il settore registra una perdita complessiva dei ricavi negli ultimi 5 anni (-24%). La riduzione delle risorse disponibili, unitamente alle perdite generate dalla maggiore difficoltà di gestione dei diritti d'autore delle news online, ha comportato una riduzione degli investimenti e, non solo una contrazione, ma anche un peggioramento dell'occupazione. Dai risultati del 2° osservatorio sul giornalismo emerge chiaramente un netto scivolamento della professione verso la precarizzazione, un gender gap, sia negli aspetti puramente remunerativi, sia nell'avanzamento di carriera, e la presenza di forti barriere all'ingresso per le nuove generazioni. La pluralità ma anche la qualità dell'informazione rappresentano condizioni imprescindibili di un sistema democratico, la contrazione e il depauperamento di un bene essenziale richiede l'attenzione di tutti gli attori in campo.

Anche il mercato dei **servizi postali** risente degli effetti della digitalizzazione. A fronte di una riduzione dei servizi tradizionali, si registra un aumento dei servizi di consegna pacchi legati agli acquisti online. I corrieri detengono nel 2016 una quota di mercato pari al 58%.

Sebbene l'Italia sia ancora al penultimo posto della **classifica UE**, la percentuale della popolazione che utilizza internet è cresciuta di 3 punti percentuali nel 2016 (arrivando al 60%). La piattaforma è utilizzata meno della media UE per acquisti, servizi bancari e video on demand, nella media per social network, mentre unico indice sopra la media è il consumo di contenuti digitali (musica, video, giochi online).

Sostanziali risultano le **differenze generazionali**: se nella fascia più anziana (65-74 anni) solo 33 individui su 100 accedono a internet, nella fascia più giovane (14-34 anni) si sale al 92%. In evidenza il peso dei device mobili (smartphone e tablet) nell'uso del web, da parte dei più giovani. Internet presenta un'elevata capacità di engagement in quanto, tra chi dispone di una connessione, più del 70% di essi si collega praticamente ogni giorno, percentuale che cresce per i più giovani, che mostrano anche una maggiore propensione a connettersi fuori casa. Gli adulti over 50 dedicano più tempo ai video (time shifted, VoD) e all'informazione (quotidiani digitali, news online), mentre quelli nella fascia 16-24 alla comunicazione, soprattutto social, al gioco e alla musica. L'uso di internet è ritenuto un

servizio indispensabile da oltre il 90% della popolazione e questo porta le Autorità a interrogarsi sui modelli di regolamentazione per garantirne la fruibilità.

Nel 2016-2017 l'Italia è stata terreno di importanti operazioni di concentrazione o consolidamento. Il fenomeno rispecchia la situazione internazionale in cui la convergenza nei servizi e la crescente importanza della dimensione di scala (costi di produzione dei contenuti, costi di realizzazione delle infrastrutture) spingono le imprese alla crescita esterna. La concentrazione è anche una risposta al cambiamento della domanda, a fronte delle sfide generate dai grandi colossi mondiali del web. Ma la contrazione dell'offerta significa anche riduzione degli effetti positivi di un maggior numero di imprese sulla competitività delle offerte e sul pluralismo dell'informazione e dei mezzi di comunicazione. L'Autorità svolge in questi casi funzioni di **controllo** o di regolazione, a tutela di beni collettivi e di servizi rilevanti per i consumatori e i cittadini italiani.

Le operazioni dell'anno trascorso hanno visto la realizzazione della joint venture tra Hutchison (h3g) e VimpelCom (Wind), con una riduzione del numero di operatori di rete nel mercato radiomobile. L'operazione, proprio per limitare gli effetti negativi derivanti dalla concentrazione, è stata approvata con la fissazione di impegni da parte della Commissione europea. Tra le condizioni, l'ingresso dell'operatore Iliad sul mercato italiano, che dovrebbe diventare operativo alla fine dell'anno.

Operazioni di concentrazione si sono verificate nel mercato della radio con l'acquisizione da parte di RTI (gruppo Fininvest) del Gruppo Finelco (RCS), nei quotidiani con la fusione GEDI-Itedi, in ambito europeo tra BSkyB-Sky Deutschland-Sky Italia e la nascita di Sky Europe seguita nel 2016 dall'acquisto del 100% di Sky Europe da parte di Century Fox. Infine, l'acquisizione del 30% della partecipazione nel capitale sociale di **Mediaset** e dell'acquisizione del controllo di fatto di **Telecom Italia** da parte del Gruppo Vivendi. Telecom Italia è il principale operatore italiano delle comunicazioni e detiene nei mercati che lo compongono una quota superiore al 40%. Mediaset è leader nel mercato italiano della televisione e radio commerciale e detiene una quota superiore al 10% del SIC. L'Autorità è intervenuta a tutela della concorrenza e del pluralismo che richiede il rispetto di limiti di concentrazione inter-settoriale.

Il Parlamento europeo si sta interrogando sull'opportunità di migliorare il **servizio minimo** garantito di accesso alla rete fissa di telecomunicazioni prevedendo internet ad alta velocità quale standard universale. Il Regno Unito con il Digital Bill (2017) ha fissato in 10Mbps la velocità minima in download della c.d. "rete di sicurezza", in previsione di garantire a tutta la popolazione (ovunque sul territorio e a condizioni economiche sostenibili) il diritto al nuovo standard di connessione. Anche Agcom intende proporre al legislatore una variazione del contenuto e delle prestazioni dell'attuale servizio universale di accesso alla rete fissa di telecomunicazioni.

L'anno trascorso sarà ricordato anche per il rinnovo della **Convenzione Stato-RAI** che delinea la cornice in cui si collocano missione e obblighi del servizio pubblico per i prossimi dieci anni. Si conferma il modello pubblico-privato, consentendo a RAI di svolgere attività commerciali, sebbene in misura contenuta e tale da non generare distorsioni sul mercato. Sui principi, criteri e condizioni della Convenzione dovrà incardinarsi il contratto di servizio quinquennale. Sarà importante definire con chiarezza la base su cui RAI dovrà operare, sia nei servizi/prodotti verso i **consumatori** che pagano il canone (servizio pubblico in affidamento), sia rispetto alle attività commerciali ed editoriali svolte nel mercato libero. Un ruolo più difficile in un sistema "misto" senza una scelta legislativa

chiara sulla separazione (per canale, per fascia oraria, per contenuto della programmazione, come avviene in altri servizi pubblici europei) delle attività coperte dal canone del servizio pubblico, che rappresenta il 74% delle risorse complessive.

Il principale compito dell'Autorità è far sì che i mercati delle comunicazioni si adoperino per il bene di ogni singolo consumatore. A tal fine Agcom promuove la concorrenza attraverso regole di comportamento ex ante e assicura il funzionamento dei mercati a favore del consumatore e a tutela dei diritti; garantisce servizi minimi e prestazioni standard; protegge i consumatori da **danni** e frodi. In linea generale la concorrenza in sé è uno strumento di garanzia per il consumatore (alto numero di operatori e varietà dei servizi offerti generano prezzi bassi, alta qualità e innovazione). Questo non è vero per qualsiasi mercato, certo non lo è per i mercati di competenza dell'Agcom se il legislatore ha inteso istituire una Autorità il cui compito principale è quello di agire ex ante per far sì che i mercati funzionino efficacemente per i consumatori, rispettino standard e livelli qualitativi prestabiliti (regolamentazione dei servizi) e che il consumatore sia protetto da danni.

A 20 anni dalla **liberalizzazione** dei mercati delle comunicazioni elettroniche e 10 dalla liberalizzazione dei servizi postali, da un lato resta fermo il diritto ai servizi minimi garantiti (servizio universale), dall'altro è ancora forte il compito dell'Autorità nelle attività di controllo del potere delle imprese e del cattivo funzionamento dei mercati nei confronti dei consumatori rispetto alle condizioni previste dalla regolamentazione di settore.