

3.3 DEFINIZIONE DEL CONCETTO DI ACCESSIBILITÀ

In primo luogo, si osserva che non appare del tutto *proprio parlare di accessibilità* del prezzo di un bene, in presenza di una legge [Legge 66/01] che obbliga di fatto all'acquisto, per continuare a fruire del servizio. In altri termini, la vera scelta che la famiglia deve fare è se continuare a vedere la TV (digitale) dopo lo *switch off* (31 dicembre 2006). Solo in caso di risposta affermativa, si pone il problema della accessibilità del prezzo del decoder.

Deve essere comunque chiaro che la verifica dell'accessibilità di un bene quale il decoder DTT rappresenta un *compito nuovo* per l'Autorità.

Infatti, non essendo in presenza di un bene per cui il Legislatore ha stabilito l'obbligo di fornitura (come ad es. per il servizio universale nel caso della telefonia fissa), non esiste un potere dell'Autorità di intervenire su una tariffa, per verificarne ed imporne l'accessibilità, quanto piuttosto all'Autorità viene richiesto di valutare se il prezzo, che va liberamente formandosi sul mercato, sia accessibile alle famiglie italiane.

A tale riguardo, si deve innanzitutto ricordare che il concetto da un lato, si applica generalmente a *beni essenziali* (in tal senso, il peso percentuale sulla spesa delle varie classi di reddito dovrebbe decrescere al crescere del reddito); dall'altro lato, si riferisce sempre a *spese ricorrenti* relative a beni di consumo non durevoli⁴, mentre in questo caso siamo di fronte ad un *bene di consumo durevole*, per cui si pone, pertanto, il problema di considerare la vita media del prodotto, al fine di imputarne correttamente l'incidenza sulla spesa (o il reddito) media annua⁵.

Infine, non si è in presenza di un *bene omogeneo* (zapper è diverso da interattivo) ed esistono *diversi prezzi sul mercato* (si considerano allora sia quelli massimi e minimi, sia quelli medi).

Si ricorda, inoltre, che la Legge induce a limitare l'analisi del costo al solo acquisto del decoder, senza considerare eventuali *switching cost*, né spese collegate (per servizi interattivi: collegamento su doppino telefonico).

Come pure, data la fase di avvio del mercato DTT, si è considerato un solo decoder per famiglia, applicando il criterio del "fabbisogno minimo".

⁴ A mero titolo d'esempio, per quanto riguarda l'abitazione, è pratica comune giudicare il servizio inaccessibile se quest'ultimo incide per una percentuale superiore al 20-30% del reddito disponibile. Per quanto riguarda il servizio di accesso alla rete commutata telefonica fissa, la *International Telecommunication Union* fissa la soglia di accessibilità al 5% del reddito disponibile.

⁵ In effetti, in questo caso, si è scelto di arrivare ad una più corretta comparazione tra la spesa del decoder e quella di beni analoghi per altra via. Si è cioè riportato tutto su base annua: per cui la spesa del decoder è considerata su tale base, ma anche gli acquisti di beni analoghi (TV, hifi, videoregistratore, ecc.) sono stati riportati in base annua, utilizzando i dati Istat disponibili sulla durata media del prodotto (ossia, dati osservati, mentre sulla vita media del decoder DTT si dovrebbero fare ipotesi).

Parametri di valutazione

In base a quanto sopra, l'accertamento circa l'accessibilità del prezzo del decoder per il DTT deve basarsi sia su valutazioni in rapporto al reddito complessivo delle famiglie italiane, al netto dei costi d'installazione, sia effettuando confronti, rispetto ad altri beni "assimilabili" al decoder.

Per quanto riguarda l'unità di riferimento su cui basare la valutazione del *denominatore* di tale rapporto, appare ragionevole avvalersi di informazioni riguardanti il reddito (dati Banca d'Italia) delle famiglie italiane, mentre i dati relativi alle spese sono forniti dall'Istat ("I consumi delle famiglie").

Per ciò che riguarda la valutazione della spesa per decoder DTT, occorre osservare che è formalmente impreciso parlare di accessibilità del *prezzo*, dal momento che l'accessibilità va di norma misurata relativamente alla *spesa per il fabbisogno minimo* ritenuto necessario per l'unità di indagine. Appare comunque ragionevole fissare tale fabbisogno minimo ad un singolo decoder per famiglia (dunque "accessibilità del prezzo" risulta equivalente ad "accessibilità della spesa minima").

I rapporti calcolati in base al principio di "un decoder per famiglia" sono poi facilmente utilizzabili per svolgere eventualmente valutazioni che tengano conto del fatto che, con il passaggio al DTT, tutti gli apparecchi televisivi oggi presenti in Italia dovranno essere posti nelle condizioni di vedere trasmissioni DTT — in altre parole, considerare il fatto che ogni famiglia possiede più di un televisore⁶.

L'analisi rileverà separatamente l'accessibilità dei decoder cd. "zapper" (non interattivi) e di quelli interattivi⁷ anche se, tenuto conto del contributo governativo per l'acquisto di un decoder interattivo, le differenze di prezzo tendono sostanzialmente ad annullarsi. Così, il prezzo medio di uno zapper, attorno a 155 euro, è di fatto equivalente a quello del più costoso tra i decoder interattivi che usufruisca del contributo governativo (150 euro).

3.4 PRINCIPALI RISULTATI

Il presente paragrafo contiene una sintesi dei risultati ottenuti su:

presenza sul mercato di decoder
e
accessibilità del prezzo di questi ultimi

I risultati presentati tengono conto delle informazioni raccolte attraverso:

- a) il questionario inviato a produttori e distributori;

⁶ In particolare, in Italia vi sono 2,2 apparecchi televisivi per famiglia.

⁷ A tal fine, verranno riportati prezzi medi, nonché prezzi minimi e massimi, misurati IVA inclusa.

- b) l'indagine campionaria eseguita dalla Guardia di Finanza in 504 punti vendita al dettaglio, tra fine gennaio e metà febbraio, poi replicata, con una metodologia accurata, a metà aprile, in circa 700 punti vendita al dettaglio;
- c) la disponibilità di dati forniti dal Ministero Comunicazioni.

3.4.1. Presenza sul mercato

Decoder immessi sul mercato

Al **31.12.2003** il numero totale di decoder che i costruttori/importatori dichiaravano di aver immesso sul mercato, vale a dire venduto a grossisti, dettaglianti, grandi acquirenti e *broadcaster*, era pari a circa **23.000** pezzi, inclusivi di oltre **3.000 decoder** utilizzati in sperimentazioni da parte dei *broadcaster* e di un limitato numero utilizzato nell'ambito di attività promozionali. Si può, quindi, concludere che — a fine 2003 — i *decoder* destinati alla distribuzione al dettaglio non superavano in ogni caso le **20.000** unità.

A metà aprile sono — quindi — pervenuti dati aggiornati dai costruttori/importatori e dai gruppi della grande distribuzione. Il volume totale dichiarato di pezzi immessi sul mercato è pari a circa **290.000⁸** pezzi, includendo le sperimentazioni ed altre attività promozionali⁹.

In breve, il numero di decoder immessi sul mercato è cresciuto di oltre 12 volte nell'arco di quattro mesi.

Numero di produttori e modelli presenti sul mercato nazionale

Per ciò che riguarda la gamma di decoder disponibili sul mercato, *a fine 2003* solo una parte dei principali costruttori internazionali di prodotti *consumer electronics* non specializzati in decoder DTT offrivano decoder sul mercato nazionale. Altri grandi costruttori hanno invece manifestato l'intenzione di offrire i propri modelli sul mercato nazionale nel 2004, come un primo costruttore a febbraio, ed un secondo a marzo. Infine, altri costruttori internazionali di *consumer electronics* hanno invece risposto di non avere in programma di immettere decoder sul mercato nazionale nel 2004.

Per ciò che concerne i costruttori specializzati in decoder DTT, varie imprese già a fine 2003 mostravano un'elevata presenza sul mercato.

Dalle risposte ottenute, emerge la disponibilità, a fine 2003, di una apprezzabile varietà di modelli — sia del tipo *zapper* sia del tipo *interattivo* — mentre non risultavano ancora presenti apparati di tipo *iDTV*: in particolare, si registravano sul mercato circa 8/9 modelli del tipo *interattivo* ed altrettanti del tipo *zapper*.

⁸ Questo valore tiene conto anche delle risposte pervenute a fine aprile.

⁹ In particolare, cinque marchi/società hanno dichiarato una immissione per un volume di distribuzione pari a circa 258.000 pezzi, che rappresenta quindi la quasi totalità dei pezzi immessi in circolazione.

A metà aprile, la nuova indagine presso i costruttori indica un apprezzabile incremento sia del numero di case costruttrici con l'ingresso di due costruttori di *consumer electronics*, sia di modelli di decoder, di tipo interattivo e zapper, presenti sul mercato.

Punti vendita¹⁰

A metà aprile 2004, sulla base dell'indagine campionaria condotta dall'Autorità in occasione della seconda rilevazione svolta con la Guardia di finanza, si è stimato in circa 5.400 il numero dei punti vendita specializzati ove è disponibile (*presenza attuale*) almeno un decoder, zapper od interattivo, vale a dire il 66,4% del totale dei negozi (vedi tabella 3). A questi negozi, vanno aggiunti sia i punti vendita allestiti presso gli uffici delle Poste Italiane (circa 2.000), sia i negozi appartenenti alla distribuzione non specializzata in *consumer electronics*. Quindi, considerando i punti vendita della distribuzione specializzata e quelli delle poste italiane si perviene a poco meno di 7.500 esercizi.

Prendendo in considerazione definizioni via via meno conservative del concetto di presenza — non solo la *presenza attuale*, ma anche quella *attuale/a breve termine* e quella *passata/attuale/a breve termine* — e calcolando le percentuali di presenza in proporzione al fatturato, queste ultime variano tra il 70,3% (tabella 3 bis) e il 76,9% (tabella 5).

Prezzi

In termini di prezzi, le rilevazioni effettuate nel corso del 2004 indicano che:

- a) il decoder di tipo zapper oscillava tra 150 e 180 euro a metà febbraio 2004. Due mesi dopo, ossia ad aprile 2004, si registrava una modesta discesa, con valori tra 140 e 170 euro;
- b) il decoder di tipo interattivo costava tra i 250 ed 330 euro a metà febbraio, con un apprezzabile calo a metà aprile, con valori tra 200 e 300 euro;
- c) i prezzi medi, che tengono conto di tutti i modelli in circolazione e non solo dei prezzi minimi e massimi prima richiamati, erano di 159 euro per lo zapper, poi sceso ad aprile a 156 euro; di 299 euro per il decoder interattivo, poi sceso a 256 euro.

Si nota come tali livelli siano di fatto equivalenti con la semplice media aritmetica tra prezzi minimi e massimi.

Negozi in cui si registra la presenza di decoder

A metà febbraio 2004, l'Autorità ha condotto, con l'ausilio della Guardia di Finanza, un primo accertamento riguardante i decoder DTT venduti, presenti in magazzino ed ordinati, utilizzando un campione di 504 punti vendita distribuiti su tutto il territorio nazionale, selezionati in proporzione alla popolazione presente in ciascuna delle

¹⁰ A partire dalle informazioni in possesso del Ministero delle Comunicazioni, si perviene ad un valore più contenuto, attorno ai 5.000 negozi presso cui è possibile acquistare al dettaglio un decoder per la televisione digitale terrestre. Se, però, si aggiungono i 2.000 punti vendita allestiti presso gli uffici postali, si arriva comunque ad un numero di 7.000 punti vendita.

province italiane. Tale attività è stata condotta anche al fine di conoscere meglio la struttura del mercato della distribuzione al dettaglio, in particolare per quanto riguarda i due segmenti di cui si compone (negozi indipendenti, negozi appartenenti a grandi catene distributive), nonché i suoi legami con il distinto, ma contiguo, mercato della distribuzione all'ingrosso.

Poco più della metà dei punti vendita visitati sono risultati appartenere a grandi gruppi distributivi — specializzati (es. Unieuro) o meno (es. Rinascente)¹¹. Poiché — in questa prima fase di rilevazione — non si è distinto tra esercizi di vendita appartenenti alla grande distribuzione e negozi indipendenti, e quindi non si è tenuto conto del fatto che questi ultimi — *in termini di numerosità dei punti di vendita sul mercato nazionale* — hanno un peso maggiore rispetto ai negozi della grande distribuzione, i risultati conseguiti tendono a sovrastimare il grado di presenza sul mercato nazionale. Per questa ragione, tali risultati hanno valore indicativo, a differenza di quelli scaturiti dalla successiva rilevazione, metodologicamente più corretta, a cui si rinvia come esito effettivo e pienamente affidabile dell'accertamento condotto in merito alla presenza sul mercato nazionale di decoder per la DTT.

Ciò premesso, la tabella 1 indica la percentuale di punti vendita nel campione che risultavano avere almeno un decoder disponibile per la vendita (separatamente per decoder zapper ed interattivi) il giorno dell'accertamento.

Tabella 1: punti vendita ove decoder DTT è risultato disponibile (febbraio 2004) (medie campionarie a livello nazionale e per macro-aree)

%	Zapper	Interattivo	Zapper e/o Interattivo	Zapper e Interattivo
Nord	51,57	69,96	82,06	39,46
Centro	32,63	72,63	80,00	25,26
Sud e isole	27,42	67,20	72,58	22,04
ITALIA	39,09	69,44	78,17	30,36

La tabella mostra che — a livello nazionale — 197 su 504 (39,09%) punti vendita, avevano uno o più *zapper* disponibili per la vendita; 350 su 504 (69,44%) almeno un decoder interattivo. I negozi che avevano almeno uno dei due tipi erano 394 su 504 (78,17%). Infine, i negozi che avevano disponibili entrambi erano 153 su 504 (30,36%). Si osservi, peraltro, che - a livello di macro-aree - la presenza è generalmente più elevata al Nord ed al Centro rispetto a Sud ed isole.

La tabella 2, a mero titolo informativo, riporta una stima dei *volumi totali* di decoder disponibili per la vendita (ossia presenti in negozio), venduti ed ordinati dai negozi (grande distribuzione e distribuzione indipendente), sia a livello nazionale che per macro-aree a metà febbraio 2004. Tale stima è stata effettuata sulla base del numero di decoder presenti o venduti dai singoli punti vendita visitati, tenuto conto del peso campionario attribuibile ad ogni negozio¹².

¹¹ Nella seconda indagine condotta dalla Guardia di Finanza, ci si è limitati a considerare solo i negozi della grande distribuzione specializzati in prodotti di *consumer electronics*.

¹² Il peso campionario è stato calcolato in base alla metodologia utilizzata per la successiva indagine della Guardia di Finanza, dove si tiene conto dell'incidenza che il singolo negozio riveste rispetto al complesso,

Tabella 2: decoder disponibili per la vendita (magazzino), venduti, ordinati (febbraio 2004)

	Nord	Centro	Sud e isole	ITALIA
VENDUTI				
Zapper	6.193	2.536	4.029	12.757
Interattivo	6.594	3.764	7.312	17.670
TOTALE (Zapper + Interattivo)	12.787	6.300	11.340	30.427
DISPONIBILI PER LA VENDITA				
Zapper	10.055	3.847	5.426	19.329
Interattivo	18.690	8.115	18.639	45.444
TOTALE (Zapper + Interattivo)	28.746	11.962	24.065	64.773
ORDINATI				
Zapper	9.603	3.240	8.286	21.129
Interattivo	22.431	4.287	20.309	47.027
TOTALE (Zapper + Interattivo)	32.034	7.257	28.595	68.156

A metà febbraio, una stima indicativa a livello nazionale dei decoder presenti in magazzino è dunque pari a circa 65.000, quella relativa ai decoder venduti è pari a circa 30.000, mentre quelli ordinati corrispondevano a circa 68.000.

La *seconda rilevazione* condotta dalla Guardia di Finanza nel *mese di aprile* mostra la seguente situazione (tabella 3).

Tabella 3: punti vendita ove decoder DTT è risultato disponibile (a livello nazionale e per macro aree)

	MACROREGIONE			ITALIA
	Nord	Centro	Sud ed isole	
Distribuzione indipendente				
Zapper	35,6%	25,5%	35,4%	33,6%
Interattivi	58,6%	45,3%	46,5%	51,7%
almeno uno tipo	68,3%	56,1%	62,5%	63,9%
entrambi i tipi	25,9%	14,7%	19,4%	21,4%
Grande Distribuzione				
Zapper	45,2%	47,2%	37,7%	42,9%
Interattivi	70,1%	66,0%	59,0%	65,6%
almeno uno tipo	75,7%	75,5%	69,7%	73,6%
entrambi i tipi	39,5%	37,7%	27,0%	34,9%
Totale distribuzione specializzata				
Zapper	38,3%	30,2%	36,0%	36,0%
Interattivi	61,9%	49,8%	49,7%	55,3%
almeno uno tipo	70,4%	60,3%	64,3%	66,4%
entrambi i tipi	29,8%	19,7%	21,3%	25,0%

rispettivamente, dei negozi indipendenti (circa 6000) e dei negozi appartenenti alle catene della grande distribuzione (circa 2000).

Come si vede, la percentuale dei punti vendita che a metà aprile avevano *decoder* disponibili per la vendita — vale a dire decoder sugli scaffali in negozio — è del **66,4%**, con riferimento al totale complessivo dei punti vendita (distribuzione indipendente, grande distribuzione).

Questo dato medio è la risultante di due diversi esiti. Più precisamente, in base ai dati campionari, si è stimato che, su circa 6.000 punti vendita *indipendenti*, 3.830 (ossia il **63,9%**) avevano in aprile almeno un decoder (zapper e/o interattivo) disponibile per la vendita. Per quanto riguarda, invece, gli esercizi commerciali collegati alla *grande distribuzione*, il fenomeno riguardava 1.570 punti vendita su 2.133 (quindi, il **73,6%**).

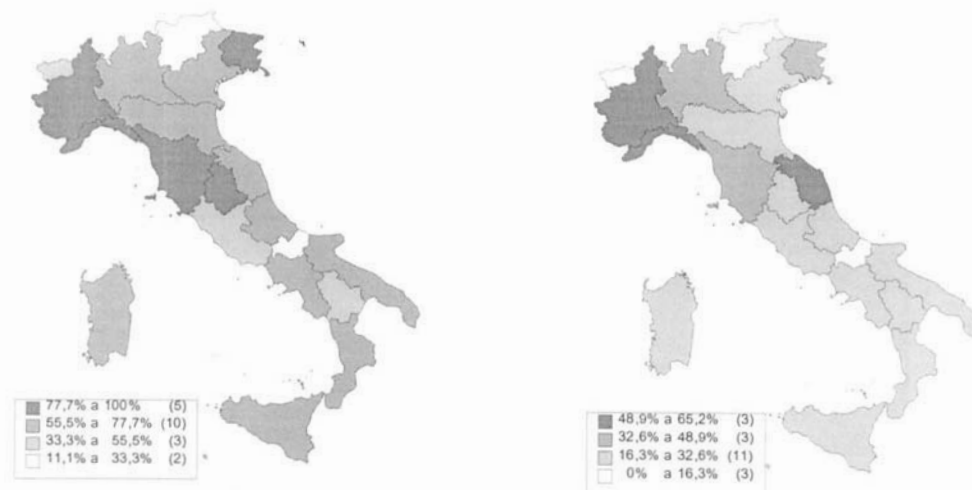
Tra le altre evidenze, si registra che il decoder di tipo interattivo supera ovunque quello zapper in termini di presenza (55,3% contro 36%, nella media nazionale); mentre il Nord è sempre la macro-area dove maggiore risulta la presenza dei decoder; tuttavia, a differenza di quanto registrato con la precedente rilevazione, stavolta la macro-area Sud ed isole supera il Centro in quanto ad indici di presenza.

I dati finora presentati ricostruiscono dei valori a livello nazionale e per macro-area, utilizzando dati campionari che si basano solo sulla distribuzione territoriale dei punti vendita, distinti tra negozi indipendenti e negozi appartenenti a grandi catene distributive (sempre comunque specializzati nei beni di consumer electronics). Ora, poiché fonti dell'industria riportano che — in questo mercato (ossia la distribuzione al dettaglio di prodotti di consumer electronics) — circa i 2/3 del fatturato è riconducibile a vendite dei negozi delle grandi catene distributive, appare corretto tenere conto anche di questo elemento (il peso in termini di fatturato) per calcolare — più precisamente — la percentuale di negozi in cui risulta presente il decoder per la televisione digitale terrestre. E' quanto viene fatto con riferimento alla tabella 3 bis ed alla Figura 1.

Tabella 3 bis: Percentuale di negozi dove è presente il decoder

	MACROREGIONE			ITALIA
	Nord	Centro	Sud ed isole	
Zapper	42,0%	39,9%	36,9%	39,8%
Interattivi	66,2%	59,1%	54,8%	61,0%
almeno uno tipo	73,2%	69,0%	67,3%	70,3%
entrambi i tipi	35,0%	30,0%	24,5%	30,4%

Figura 1: Disponibilità per la vendita a livello regionale (in proporzione al fatturato)
 (a) zapper e/o interattivo (b) entrambi



Dalla tabella in questione, tra le altre cose, si osserva che:

- almeno uno dei due decòder (zapper e interattivo) è presente nel **70,3%** dei negozi italiani di consumer electronics;
- la percentuale più alta si registra al Nord (73,2%), seguito dal centro (69%) e dal Sud ed isole (67,3%);
- il decoder di tipo interattivo è presente nel 61% dei negozi, mentre lo zapper soltanto nel 39,8%.

La Figura 1 mostra che – sul territorio nazionale – la presenza dei decoder, così misurata, non appare del tutto uniforme, in quanto, accanto a regioni – quali Piemonte Liguria Toscana Umbria e Friuli V.G. che registrano indici di presenza assai elevati (superiori al 77,7%), vi sono regioni (Molise e Trentino A.A.) in cui l'indice di presenza è alquanto basso, probabilmente quale immediato riflesso della limitata presenza del servizio. Le figure 2 e 3 illustrano la correlazione tra disponibilità per la vendita di decoder e la copertura territoriale delle reti digitali. Si è, comunque, poi detto che la significatività dei risultati raggiunti diminuisce proporzionalmente alla scala geografica assunta a riferimento.