

2. IL SISTEMA DELLE COMUNICAZIONI IN ITALIA

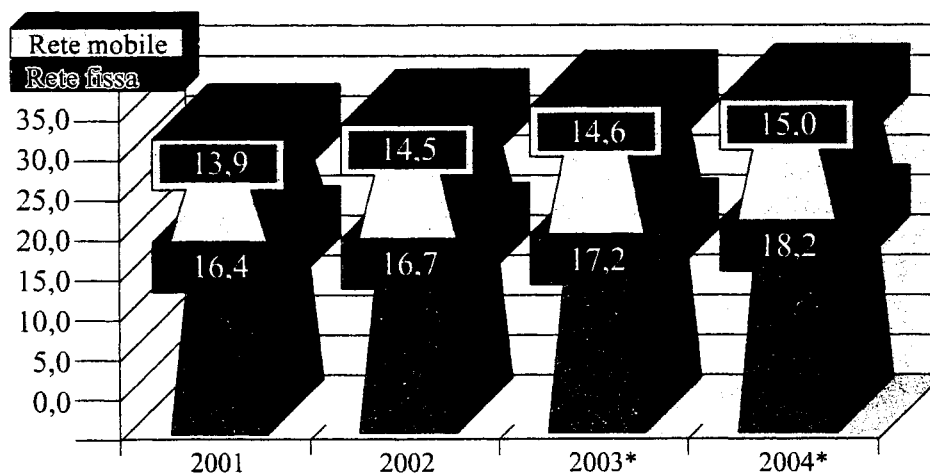
PAGINA BIANCA

2.1. L'ANALISI ECONOMICA E CONCORRENZIALE DEI MERCATI DELLE COMUNICAZIONI

2.1.1. Le telecomunicazioni

Il mercato italiano dei servizi di telecomunicazioni ha visto, nel corso del 2002 e nei primi mesi del 2003, un sostanziale rafforzamento di tendenze già in precedenza emerse (figura 1.35). Nei comparti della telefonia fissa e mobile, la fase di avanzata maturità dei servizi voce, legata a livelli di penetrazione ormai prossimi alla saturazione e ad una perdurante diminuzione dei prezzi, si affianca ad un quadro in cui le potenzialità del mercato della trasmissione dati devono ancora essere pienamente colte, mentre tassi di crescita assai sostenuti sono ravvisabili nell'area dei servizi Internet, entrati in una fase dinamica di sviluppo.

Figura 2.1 Mercato dei servizi di rete fissa e mobile (miliardi di euro)



(*) Previsioni.

Fonte: IDC, 2003.

Il risultato di queste tendenze è una crescita, seppur rallentata (+3,3%), del mercato complessivo (servizi di telecomunicazioni di rete fissa e mobile e servizi Internet) che, nel 2002, raggiunge un valore di 31,2 miliardi di euro (figura 2.1). Nel 2003 si dovrebbe registrare un ulteriore incremento dell'1,8%, mentre per il 2004 è attesa una crescita più elevata (+4,6%). Dall'esame dell'andamento generale del mercato nel 2002, emergono significative differenze nei singoli segmenti di mercato:

- una crescita del 4,6% dei servizi di rete mobile, ancora fortemente legati al traffico voce, ma che hanno avuto un contributo significativo dalla forte diffusione degli SMS. Sul totale dei servizi di telecomunicazioni, il comparto mobile è salito ad un peso relativo del 46,5% (45,9% nel 2001);
- un aumento dello 0,2% dei servizi di telefonia di rete fissa, come risultato di una leggerissima flessione della componente fonia (-0,1%) e di una crescita della trasmissione dati (+2,4%);

c. una crescita del 29,3% dell'area Internet, distribuita nelle principali componenti: accesso *dial up*, accesso a larga banda, servizi a valore aggiunto (*housing, hosting*), per un totale di circa 1,4 miliardi di euro nel 2002.

Un primo risultato di questi trend è che il peso dei servizi Internet (accesso ad Internet più servizi di *housing e hosting*) sul totale dei servizi di rete fissa è passato dal 6,6% del 2001 all'8,4% nel 2002, ed è previsto in crescita fino al 13,8% nel 2004. Una dimensione relativa che, per quanto ancora distante dalle caratteristiche del *mass market*, configura un comparto che entra in una fase di "decollo", caratterizzata da un'intensificazione della competizione sui prezzi e dall'evoluzione dei modelli di *business* verso profili che integrano servizi a valore aggiunto ed accesso.

Il rallentamento della crescita del mercato delle telecomunicazioni era prevedibile, tenuto conto dei riflessi della situazione congiunturale negativa dell'economia nel suo complesso. In tal senso, si deve comunque osservare che - in termini relativi - il mercato delle telecomunicazioni italiane ha mostrato una capacità di sviluppo (più evidente in termini di volumi, data la flessione dei prezzi) di gran lunga superiore a quella del resto del sistema economico (di poco superiore all'1%).

Le ragioni alla base del rallentamento della crescita del mercato italiano sono essenzialmente imputabili a:

- a. inasprimento della pressione sui prezzi;
- b. minore crescita nel numero delle nuove linee d'utente;
- c. dimensioni dei costi operativi e degli investimenti necessari nel mercato della terza generazione cellulare.

Questi elementi hanno innescato, da una parte, il tentativo degli operatori di posizionarsi sui segmenti d'offerta più innovativi (accesso a banda larga nella rete fissa, servizi dati nella rete mobile); dall'altra parte, una contrazione degli investimenti di oltre il 6% nel 2002 (tabella 2.1) ed un processo di consolidamento del numero di gestori.

Nella rete fissa, la leggera diminuzione degli investimenti dell'operatore *incumbent*, viene peraltro controbilanciata dal maggiore dinamismo degli altri operatori. Viceversa, è nel segmento della telefonia mobile che si registra un declino notevole degli investimenti, anche se va osservato che i dati in tabella non includono i valori relativi all'operatore "3". La flessione sembra essere dovuta alla contestualità di alcuni elementi che hanno caratterizzato il mercato: le note vicende di BLU, con il relativo processo di fusione con Telecom Italia Mobile, la saturazione del mercato ed i ritardi nell'implementazione della rete UMTS.

Le prospettive per il biennio 2003-2004 vedono per la rete fissa il consolidamento della crescita per infrastrutture a larga banda (xDSL, fibra), mentre per il comparto mobile il principale impulso dovrebbe venire, a meno di ulteriori ritardi, dalla costruzione di reti cellulari di terza generazione.

Tabella 2.1 Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)

	2001	2002	Var.% 02-01
Investimenti rete fissa	4.357	4.299	-1,3
- di cui OLO	1.891	1.977	4,5
%	43,4	46,0	
Investimenti rete mobile	3.716	3.280	-11,7
- di cui Wind, Vodafone	2.256	2.115	-6,3
%	60,7	64,5	
Investimenti complessivi	8.073	7.579	-6,1
- di cui OLO	4.147	4.092	-1,3
%	51,4	54,0	
% rete fissa	54,0	56,7	
% rete mobile	46,0	43,3	

Fonte: stime su dati aziendali.

In Europa, alcuni *incumbent* si sono trovati in seria difficoltà, a causa di livelli di debito troppo elevati per poter essere compensati da flussi di cassa inferiori alle attese (si veda il paragrafo 3.1.). Nel nostro paese, invece, gestori come Telecom Italia, Tim e Vodafone-Omnitel possono contare su una situazione finanziaria solida.

Le prospettive del mercato inducono ad un moderato ottimismo. In primo luogo, accanto all'avanzata maturità dei servizi voce, gli ultimi mesi hanno registrato un confortante progresso della diffusione dei servizi a banda larga (aDSL nella rete fissa, GPRS in quella mobile). In particolare, sembrano concrete le prospettive di una più consistente crescita delle applicazioni a larga banda nella rete fissa e di un recupero dei ritardi nell'offerta di nuovi servizi, specialmente nella rete mobile.

La crisi dei mercati finanziari, continuata nel 2002, ha ovviamente interessato anche il settore ICT, che ha registrato una perdita nella capitalizzazione complessiva di oltre il 27% rispetto ai valori del 2001, con punte di quasi il 50% nel comparto Internet, mentre i primi mesi del 2003 mostrano deboli, ma incoraggianti segnali di ripresa (tabella 2.2).

Tabella 2.2 Capitalizzazione delle aziende ICT-Media (milioni di euro)

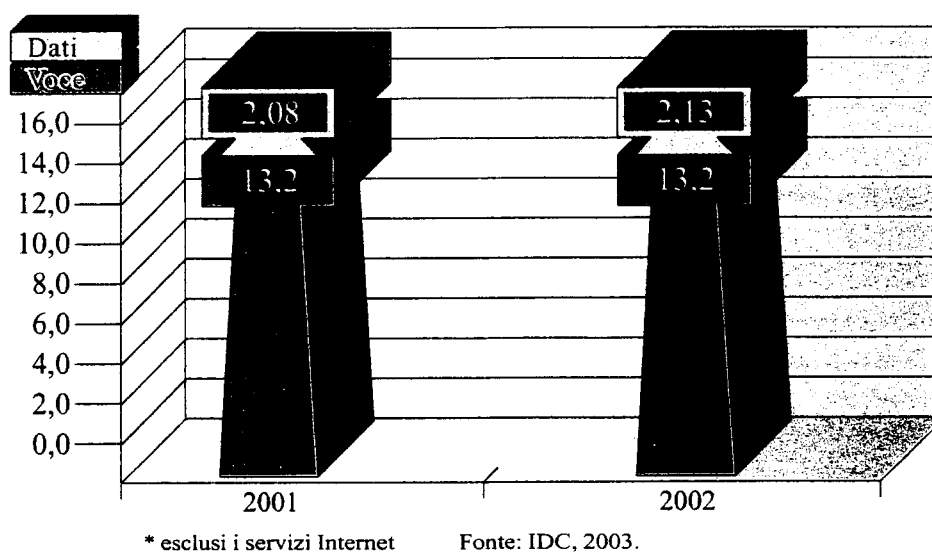
	Dic.99	Dic.00	Dic.01	Dic.02	Mag.03
TLC	225.140	206.798	141.985	102.522	107.501
- var. %		-8,1	-31,3	-27,8	4,9
Internet	2.063	8.721	4.906	2.622	2.380
- var. %		322,7	-43,7	-46,6	-9,2
Editoriali	29.354	26.351	15.088	12.456	14.179
- var. %		-10,2	-42,7	-17,4	13,8
Altre ICT-Media	4.287	4.078	1.873	1.470	1.470
- var. %		-4,9	-54,1	-21,5	0,0
Totale	260.844	245.948	163.852	119.070	125.530
- var. %		-5,7	-33,4	-27,3	5,4

Fonte: elaborazioni su fonti varie.

I servizi di rete fissa

Nel 2002, il valore del mercato dei servizi di telecomunicazioni di rete fissa (esclusi i servizi Internet) è stato pari a 15,3 miliardi di euro, con un incremento dello 0,2% rispetto al valore del 2001. Si evidenzia, come anticipato, una modesta variazione risultante dalla stabilità dei servizi di telefonia tradizionale (-0,1%), mentre la trasmissione dati ha visto un incremento, seppure contenuto, del 2,4% (figura 2.2).

Figura 2.2 Mercato dei servizi di rete fissa - voce e dati (milioni di euro)*



Per quanto riguarda la sola comunicazione voce, la spesa per servizi è stata pari a 13,2 miliardi di euro nel 2002, di cui 5,6 circa relativi al segmento *business* e i restanti 7,6 miliardi al segmento *consumer*.¹

L'andamento della telefonia vocale risente sia della pressione sui prezzi (medi al minuto) che si registra per le componenti del traffico (riduzione del 5,4%, peraltro assai meno accentuata rispetto agli anni precedenti), sia della sostituzione dei servizi di telefonia fissa con quelli di telefonia mobile. Inoltre, un ruolo importante svolgono la diffusione di tariffe *flat* e quindi la parziale sostituzione del fatturato derivante dal traffico con il fatturato derivante da abbonamenti e/o attivazioni.

Nel caso dei servizi di rete fissa, ci si può attendere che il rallentamento della concorrenza sui prezzi prosegua nel 2003: dopo la fase di accesa competizione del triennio 1998-2001, si può ritenere che il mercato si sia indirizzato oramai verso un nuovo assetto, dove:

- a. si è ridotto il numero dei concorrenti;
- b. alcuni di essi si sono spostati più verso l'area ISP (*Internet Service Provider*), riducendo l'impegno e l'aggressività sul mercato voce;

(1) Questi valori non comprendono i servizi di accesso dial up a Internet che sono invece compresi nelle stime relative all'area "servizi Internet".

c. alcune aziende sono impegnate in evoluzioni societarie e/o progetti di quotazione, che sembra abbiano portato allo sviluppo di strategie meno orientate alla pura competizione sui prezzi.

Per altro verso, l'andamento dei volumi di traffico (tabella 2.3) non ha compensato la discesa dei prezzi, dal momento che i minuti di traffico sono stimati:

a. in leggera ma costante diminuzione in ambito locale, nel periodo considerato, a causa soprattutto di fenomeni di sostituzione con il mobile. A tale proposito, si ricorda che dalla quantificazione del mercato è escluso il traffico *dial up* di accesso a Internet che nel 2002 valeva circa il 50% del traffico voce, in riduzione rispetto al 2001 per l'effetto di sostituzione con gli accessi a larga banda;

b. in crescita per le altre direttrici, sia pure con incrementi diversi, che oscillano da un +10% per le chiamate fisso-mobile a un +3,9% per le chiamate internazionali e +1% per il *long distance* nazionale;

c. complessivamente invariati a quota 119,67 miliardi di minuti. A questo riguardo va osservato che, nel lungo periodo, l'ipotesi prevalente è di un assestamento della domanda, anche in presenza di formule tariffarie innovative.

Per quanto concerne il numero di linee telefoniche (figura 2.3), nel 2002 in Italia erano presenti 28,6 milioni di linee, di cui 8,9 milioni di linee *business* e le rimanenti 19,7 milioni riferite al mercato *consumer*. Rispetto al 2001, si evidenzia una crescita dell'1,7% nel numero totale di linee (che assommavano a circa 28,1 milioni), abbastanza equamente ripartita tra linee residenziali e *business*.

Si può inoltre prevedere che entro la fine del 2003 in Italia vi saranno quasi 29 milioni di linee telefoniche fisse (considerando le linee PSTN più i canali ISDN).

Tabella 2.3 Traffico dei servizi voce di rete fissa per direttrice (milioni/minuti)

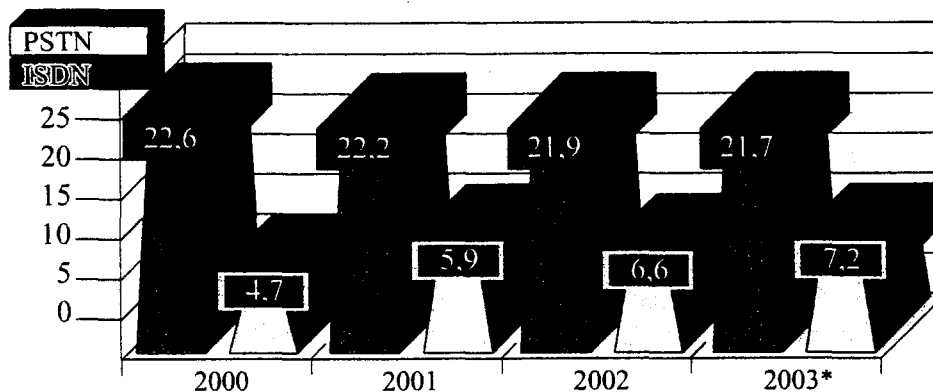
Servizi	2001	2002
Locale*	58.140	55.988
var. %		-3,7
LD nazionale	41.044	41.454
var. %		1,0
Fisso-Mobile	15.007	16.508
var. %		10
Internazionale	3.070	3.192
var. %		4,0
Altro**	2.410	2.531
var. %		5,0
Totale	119.671	119.673
var. %		0,0

* È escluso l'accesso *dial-up* a Internet.

Fonte: IDC, 2003.

** Include numeri verdi, servizi premium, ecc.

Figura 2.3 Linee installate (milioni)



(*) Previsioni.

Fonte: IDC, 2003.

In particolare, però, mentre le linee ISDN sono cresciute nel 2002 del 13,5%, in quanto più adatte alla veicolazione del traffico di accesso *dial up* a Internet, la contrazione delle linee PSTN (-1,4%) sembra coerente con la rilevata stagnazione dei volumi di traffico voce. Le ragioni alla base di questa tendenza si legano ad un fenomeno di sostituzione delle linee PSTN con le stesse linee ISDN, le linee mobili e quelle a banda larga.

Per quanto riguarda i servizi di trasmissione dati, il mercato, nel 2002, valeva in Italia 2,13 miliardi di euro, con un incremento contenuto (+2,4%), quale risultante di diverse contrastanti tendenze:

a. *managed data network services* – MDNS (ATM, *frame relay*, X.25, IP VPN): la crescita del 2002 rispetto al 2001 è del 12,2%, riconducibile in larga parte alle IP VPN (+42,7%);

b. circuiti dedicati per le imprese e per gli operatori dei servizi di telecomunicazioni di rete fissa e mobile: mentre i primi hanno subito nel 2002 una flessione del 9,6%, i secondi sono cresciuti del 3%.

Il segmento a maggior tasso di crescita è, pertanto, individuabile nelle IP VPN, la cui domanda ha raggiunto nel 2002 un valore di 127 milioni di euro ed è prevista in crescita a 309 milioni di euro nel 2004 (con un tasso medio di crescita 2001-2004 del 51,5%). Tale dinamica è trainata principalmente dall'utilizzo, da parte delle aziende, di un numero crescente di applicazioni *web based* rivolte verso l'interno dell'organizzazione e sempre più "sensibili" per l'utente, da cui discende sia l'esigenza di migliori prestazioni di rete (ad iniziare dalla disponibilità di piattaforme più "aperte"), sia di superiori livelli di sicurezza, due elementi collegati appunto alle caratteristiche dell'offerta di servizi IP VPN.

Queste evoluzioni della domanda avvengono in un momento di assestamento del quadro competitivo, entrato, come già in precedenza si accennava, in una fase di consolidamento del tutto nuova. La diminuzione nel numero dei concorrenti si associa alla contrazione del numero di nuove licenze rilasciate: solo 27 nel corso del 2002, il dato più basso a partire dal 1998 (tabella 2.4).

Se esaminiamo, poi, le vicende societarie degli operatori, risulta confermata la tendenza alla ristrutturazione dell'offerta. Anche se con esigenze evidentemente diverse, comune è l'intento di razionalizzare e concentrare il più possibile le risorse a disposizione, in un contesto di mercato che ha visto una stagnazione nella domanda complessiva di servizi di telefonia fissa.

All'interno di questo quadro, va innanzitutto rilevata la decisione di Enel di acquistare, nel primo trimestre 2003, l'intera partecipazione di France Télécom in Wind, di cui la *public utility* italiana è diventata ora l'unico azionista.

Significativi interventi hanno caratterizzato anche Telecom Italia che: da un lato, ha ceduto una serie di attività, principalmente all'estero (in Auna, Bouygues Telecom, Mobilcom Austria, Telespazio ecc.), così da contribuire alla riduzione dell'indebitamento complessivo; dall'altro lato, ha acquisito il controllo di *service provider* come EPICLink e Netesi.

Tabella 2.4 Licenze rilasciate (aggiornamento al 26 marzo 2003)

Anno	Tipo A			Tipo B			Tipo C			Totale rete fissa			Mob/ DECT/ Sat/ Altre	
	Naz.	Loc.	Tot.	Naz.	Loc.	Tot.	Naz.	Loc.	Tot.	Naz.	Loc.	Tot.	Naz.	Loc.
1998	5	0	5	4	9	13	17	2	19	26	11	37	1	1
1999	10	5	15	4	19	23	13	3	16	27	27	54	1	0
2000	9	7	16	13	15	28	29	9	38	51	31	82	3	0
2001	6	5	11	11	12	23	11	5	16	28	22	80	8 ⁽¹⁾	2 ⁽²⁾
2002	2	6	8	2	11	13	3	3	6	7	20	27	1	3
2003	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	2	3	0	0
Totale	32	24	56	34	67	101	74	22	96	140	113	253	14	3

Licenze rilasciate⁽³⁾270

Imprese titolari di almeno una licenza⁽⁴⁾163

Imprese che possono offrire servizi di telefonia vocale su rete fissa (Lic. A-C)⁽⁴⁾ ...120

Imprese che possono offrire reti di TLC aperte al pubblico su rete fissa (Lic. B)⁽⁴⁾ ...84

Imprese che hanno rinunciato alla licenza56

Tipo A) Prestazione del solo servizio di telefonia.

Tipo B) Installazione e fornitura di reti di telecomunicazioni aperte al pubblico (non si può offrire il servizio di telefonia).

Tipo C) Installazione di una rete di telecomunicazioni allo scopo di prestare il servizio di telefonia vocale (non è prevista la fornitura della rete a terzi).

(1) Include le licenze UMTS (5) e l'allineamento licenze mobili Tim⁽²⁾ e OPI.

(2) Licenze concesse alle società Aeronautical Radio Inc per trasmissione dati ai sensi del decreto 25 novembre 1997, art. 2, comma 2, lett. d) ed alla società Telespazio per il trasferimento di segnali televisivi con frequenze radio.

(3) Telecom Italia viene considerata in possesso sia della licenza A) che di quella B), anche se formalmente il rilascio è unico.

(4) Al netto delle imprese che hanno rinunciato alla licenza.

Fonte: elaborazioni su dati Ministero delle comunicazioni.

Importanti operazioni di consolidamento hanno riguardato anche Tiscali, che ha continuato la politica di acquisizioni in Italia e all'estero, grazie alle operazioni che hanno riguardato Airtelnet, società appartenente al gruppo Vodafone in Spagna, Wanadoo Belgio e Nextra Italia. In tal modo, si è rafforzata la posizione di Tiscali sul mercato europeo dell'accesso ad Internet.

Il processo di consolidamento, dettato dall'esigenza di concentrare e ottimizzare gli *asset* attorno al *core business*, si è concretizzato anche per ePlanet ed eVia. Nelle prime settimane del 2003, Iniziative Tecnologiche s.p.a., la holding che controllava eVia (e partecipata tra gli altri da Sirti, Marconi ed il fondo Kiwi) è stata infatti incorporata in ePlanet, permettendo quindi un'integrazione tra la dorsale in fibra ottica di eVia ed i nove anelli metropolitani di ePlanet. Le due società si sono fuse dopo aver completato e messo in servizio il nuovo *network*, che complessivamente si estende per circa 3.000 km, tutti in fibra ottica.

Allo stesso tempo, ePlanet è stata coinvolta anche in un'altra operazione, avendo conferito a Noicom, operatore telefonico attivo nell'Italia nord occidentale e partecipato tra l'altro dagli azionisti di riferimento di Elitel, il ramo d'azienda riguardante i servizi voce, in cambio di una quota del 18% del capitale di Noicom. La stessa Elitel ha ulteriormente sviluppato il proprio obiettivo di riunire società telefoniche regionali, accorpando Teti, gestore operante in Umbria e Toscana, cui si è aggiunta l'acquisizione di Flashnet.

Non c'è dubbio che tutte le situazioni descritte evidenzino chiaramente l'intento dei soggetti coinvolti di raggiungere una scala dimensionale ed un livello di efficienza nei costi che permetta loro di confrontarsi con altri operatori in misura efficiente e profittevole, e che, peraltro, appaiono difficilmente compatibili con un'operatività in esclusivo ambito regionale.

Il 2001 aveva evidenziato l'affermazione di un certo numero di operatori capaci di competere con l'*incumbent*, attraverso l'offerta di servizi di *carrier selection* e *carrier preselection*. Nel 2002, era atteso un significativo progresso anche nel mercato dell'accesso diretto, attraverso lo sviluppo dell'*unbundling*. In tal senso, si deve osservare che - a fine 2002 - erano 120 mila le linee attivate. Tuttavia, le successive attivazioni in *unbundling* sono andate crescendo negli ultimi mesi, così da raggiungere i 250 mila clienti a fine aprile 2003. Tra le ragioni che - per certi aspetti - hanno rallentato lo sviluppo dell'*unbundling* vanno richiamati: i tempi necessari ad allestire le centrali di Telecom Italia che "ospitano" le apparecchiature dei concorrenti; le revisioni dei *business plans* degli operatori, soprattutto alla luce delle effettive dimensioni della domanda potenziale; la crisi finanziaria di molti operatori e la scarsa disponibilità del sistema finanziario a sostenere gli investimenti in infrastrutture.

Al riguardo, l'assetto competitivo del mercato della telefonia fissa risulta essere ancora caratterizzato da un numero limitato di *competitors* effettivamente in grado di sfidare Telecom Italia. L'analisi condotta, che considera solo le principali imprese del settore, evidenzia peraltro la capacità di questi operatori di erodere la posizione dell'*incumbent* (tabella 2.5). A confronto con il 2001, la quota di Telecom Italia scende mediamente di 6 punti percentuali, attestandosi a poco più del 70% del mercato. L'analisi secondo le diverse direttrici di traffico considerate mostra qualche differenza. Diminuzioni più sensibili sono registrate nella fonia locale ed in quella verso i mobili (circa 7 punti percentuali), mentre le flessioni nella fonia internazionale e nel traffico nazionale a lunga distanza sono più contenute (3-4 punti percentuali).

Come per lo scorso anno, sono gli operatori alternativi di maggiori dimensioni e da più tempo sul mercato (Albacom, Wind-Infostrada e Tele2) ad

avvantaggiarsi della redistribuzione delle quote di mercato, conquistando l'85% delle quote di mercato "liberate" dall'*incumbent*.

Le imprese di minori dimensioni guadagnano circa un punto percentuale, attestandosi al 3,5% del mercato. Spicca tuttavia il guadagno nella direttrice internazionale, dove l'incremento è di oltre tre punti percentuali.

Tabella 2.5 Quote di mercato nella telefonia vocale fissa (%)¹

	Totale fonia		Locale		Nazionale		Internazionale		Vs reti mobili	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Telecom Italia	77,0	70,8	83,9	76,7	73,3	69,2	67,7	64,5	75,8	69,0
OLO 1 (a)	20,4	25,7	12,5	19,3	24,6	27,9	28,2	27,8	22,6	28,6
OLO 2 (b)	2,6	3,5	3,6	4,0	2,1	2,9	4,1	7,7	1,6	2,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1) Le quote di mercato relative al 2001, per il mutato paniere di imprese considerate e di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo, non sono perfettamente confrontabili con i corrispondenti dati indicati nella scorsa Relazione al Parlamento.

(a) Albacom, Tele 2, Wind-Infostrada.

(b) Atlanet, Colt, Edisontel, Eplanet, Fastweb, Plug It, Tiscali.

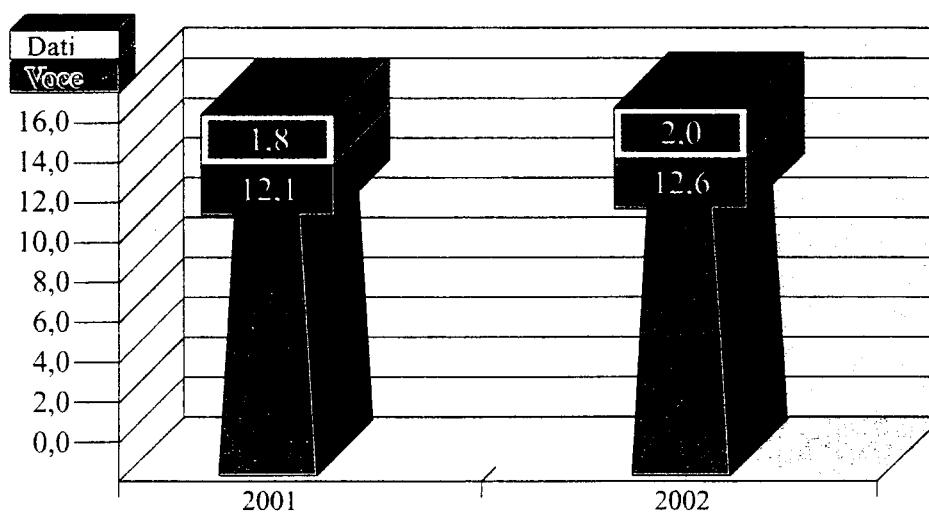
Fonte: elaborazioni su dati aziendali.

I servizi mobili

Il mercato dei servizi di rete mobile (figura 2.4) ha confermato, nel 2002, la minore dinamicità dell'intero settore delle telecomunicazioni, pur avendo fatto registrare una *performance* migliore rispetto alla telefonia fissa. Il valore del mercato nel suo insieme si è attestato a 14,5 miliardi di euro, con una crescita del 4,6% sull'anno precedente.

I ricavi provenienti dalla voce sono stati pari a 12,6 miliardi di euro (+3,8% nei confronti del 2001), mentre quelli riferibili alle componenti dati sono stati di circa 2 miliardi di euro (+10%), ovvero il 13% del monte ricavi complessivo.

Figura 2.4 Mercato dei servizi di rete mobile - voce e dati (miliardi di euro)*



(*) Include SMS, *mCommerce* e altre applicazioni telematiche *wireless*.

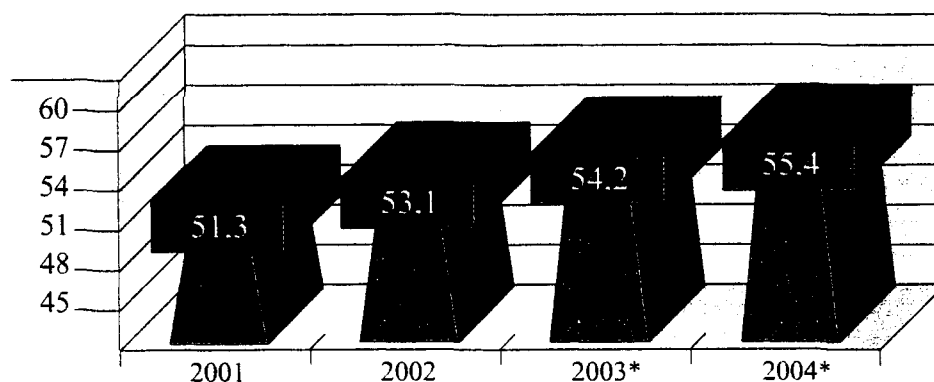
Fonte: IDC, 2003.

L'affievolirsi della straordinaria dinamica di sviluppo del mobile appare quindi legato, oltre che alla sostanziale saturazione del mercato in termini di nuove linee, al ritardo nell'offerta dei servizi UMTS e alla fase di decollo dell'offerta GPRS: a fronte di una relativa stabilità dei ricavi da servizi voce, il contributo del segmento "dati" è ancora relativamente contenuto.

Alla fine del 2002, le linee di telefonia mobile (inclusendo il fenomeno delle doppie Sim) hanno raggiunto i 53,1 milioni (figura 2.5): la corrispondente penetrazione sul totale della popolazione italiana ha quindi superato il 91%. Rispetto al 2001, c'è stato quindi ancora un apprezzabile incremento (+3,3%), che tuttavia consolida l'immagine di un mercato pressoché saturo e che deve puntare decisamente sull'innovazione di prodotto, più che sui fattori di prezzo.

Anche se il 2002 è stato caratterizzato da un generale rinvio dei servizi UMTS, il mercato italiano della telefonia mobile è risultato come uno dei più dinamici a livello europeo, dal momento che i gestori hanno lanciato una serie di servizi a valore aggiunto, tra cui gli MMS (*multimedia messaging service*), relativamente in anticipo nei confronti della maggior parte dei concorrenti europei.

Figura 2.5 Linee mobili attive (milioni)



(*) Previsioni.

Fonte: IDC, 2003.

Se, da una parte, gli operatori italiani stanno cercando di sostenere il più possibile il flusso di ricavi proveniente dalla fonia tradizionale, dall'altra parte, essi appaiono pienamente consapevoli della necessità di aumentare la quota di ricavi derivante da servizi dati. Un processo non facile e di cui non è ancora possibile definire tempi, né modalità, dal momento che gli utenti prepagati rappresentano attualmente più dell'80% del totale e apprezzano particolarmente il beneficio di poter autonomamente decidere come ripartire il proprio consumo nel tempo. C'è, pertanto, da verificare la loro disponibilità verso connessioni tipicamente *always on* come GPRS e UMTS, anche se in questo senso le tariffe *flat* o *semi-flat* hanno appunto l'obiettivo di semplificare la fruizione dei servizi. A questo proposito, si osserva come la categoria dei giovanissimi sia importante, perché rappresenta la classe di utenti con il più elevato tasso di adozione di nuove tecno-

logie, anche se non in possesso di una capacità di spesa paragonabile a quella degli utenti *business*.

Le analisi riguardanti gli utenti dati, ancorché riviste al ribasso rispetto al passato, permangono tuttavia confortanti: 5,3 milioni di utenti nel 2002 (erano 1,9 nel 2001) che dovrebbero toccare la quota di 7,7 nel 2003 (figura 2.6).

Positivi, anche se forse inferiori alle attese, sono i dati riguardanti il GPRS: nel 2002, gli utenti risultano 1,4 milioni, che si stima cresceranno a circa 3,5 milioni nel corso del 2003. Il GPRS conferma in ogni caso il suo essenziale ruolo di transizione tra seconda e terza generazione: anzi, finché quest'ultima non acquisirà la dimensione del *mass market*, dovrebbe essere il GPRS a sostenere il peso dei servizi innovativi.

Figura 2.6 Utenti dati e GPRS nella telefonia mobile (milioni)

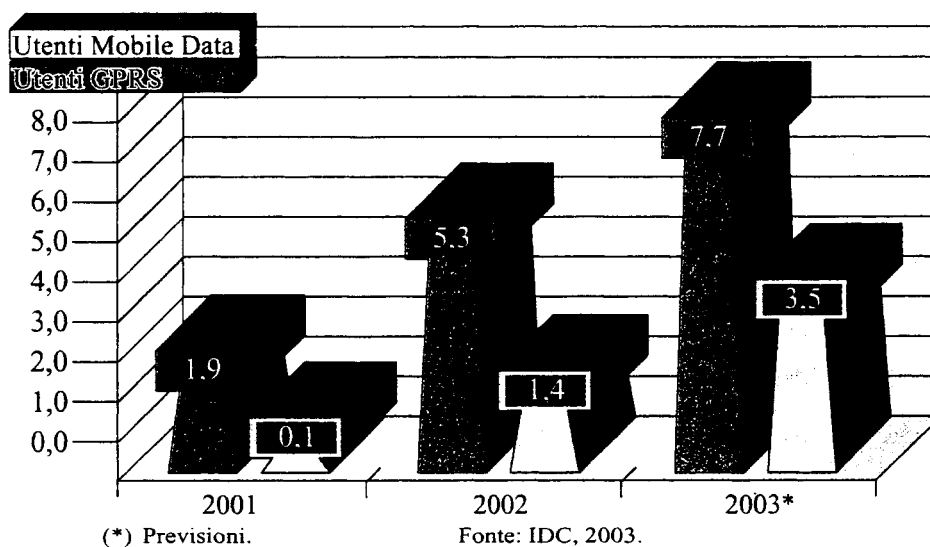
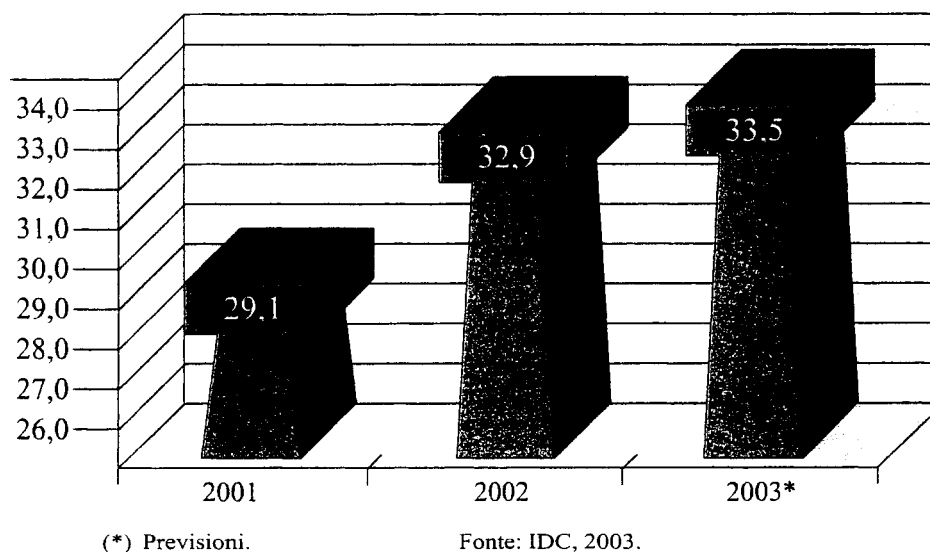


Figura 2.7 Utenti SMS (milioni)



Nel 2002, inoltre, è continuata la crescita degli utenti SMS (+13%), che sono arrivati quasi alla soglia dei 33 milioni (figura 2.7); nel prossimo futuro, tale crescita rallenterà, ma gli SMS - nelle loro forme evolutive - rimarranno un'applicazione chiave, in termini di generazione di ricavi, e soprattutto come fondamentale serbatoio di utenti interessati ai servizi avanzati: non solo MMS, ma anche *instant messaging* e *mobile commerce*.

A questo proposito, occorre sottolineare l'importanza dell'evoluzione tecnologica dei terminali. L'effettiva disponibilità dei terminali stessi ha condizionato, infatti, i tempi di rilascio dei nuovi servizi da parte dei gestori, dalla voce ai dati, dal GSM al GPRS e poi all'UMTS. L'effettiva diffusione di apparecchi evoluti, dotati della necessaria capacità elaborativa e di interfacce molto "amichevoli" è di fatto fondamentale per aumentare la confidenza dei consumatori nei confronti dei servizi *wireless* avanzati.

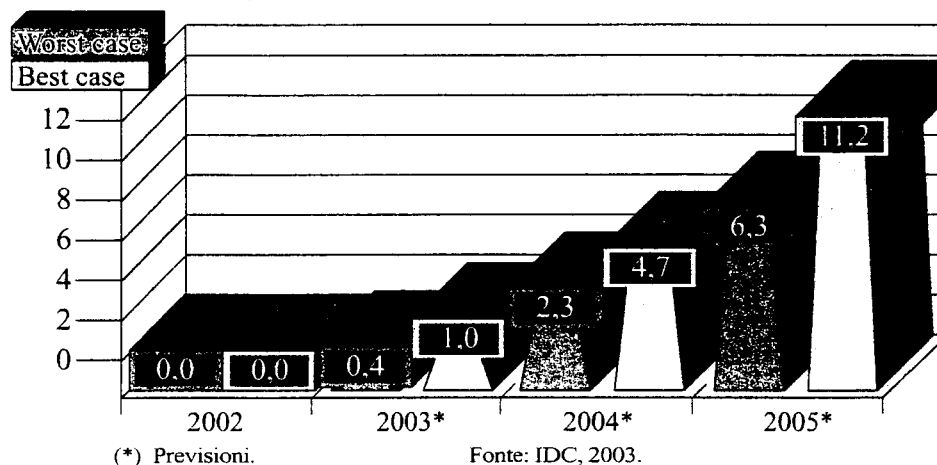
Come è stato sottolineato, l'offerta dei servizi UMTS è stata procrastinata da tutti gli operatori, a causa di ragioni sia tecniche (disponibilità dei terminali e interoperabilità tra le reti), sia commerciali (ingenti investimenti di marketing, difficoltà a predisporre il modello di *business* con i vari fornitori di contenuti e applicazioni).

L'operatore "3" aveva inizialmente fissato a fine dicembre la scadenza per l'avvio su scala commerciale dei servizi UMTS, concretamente realizzatosi nel mese di marzo 2003. Per Tim, Vodafone-Omnitel e Wind si stima che il servizio partirà nella seconda metà dell'anno.

In base ad un quadro ancora alquanto incerto, si può ragionevolmente procedere analizzando due differenti scenari per i servizi UMTS, a seconda dei possibili andamenti delle variabili in gioco:

- a. l'evoluzione del clima economico generale a livello mondiale ed europeo;
- b. l'effettivo interesse di una larga quota di consumatori, al di là dei cosiddetti *early adopters*;

Figura 2.8 Utenti UMTS (milioni)



c. la capacità degli operatori di ampliare questo primo gruppo di utenti, personalizzando l'offerta di servizi e terminali e indirizzando le esigenze degli utenti, sia *business* che *consumer*, in termini di applicazioni e *pricing*.

In un'ottica di scenario *best case*, già alla fine del 2003, in Italia si potrebbero avere quasi 1 milione di utenti UMTS (figura 2.8), destinati più che a quadruplicarsi nel giro di un anno e quindi a superare il tetto dei 10 milioni nel 2005. Nello scenario *worst case*, invece, gli utenti a fine 2003 sarebbero di poco superiori a 400.000 e crescerebbero fino a 6,3 milioni nel 2005 (pari a circa il 56% di quelli del primo caso).

In entrambi gli scenari, è però possibile ravvisare due aspetti di fondo:

a. i numeri del 2003 sono confortanti come indice di un'utenza che manifesta chiari segnali di curiosità e attenzione, ma ancora ridotti se raffrontati con gli investimenti che i quattro operatori hanno sostenuto in passato e sosterranno in futuro per le licenze e le reti;

b. in ogni caso, anche nell'ipotesi più favorevole, prima del 2005 la domanda non sarà comunque tale da configurare un mercato di massa.

Oltre all'UMTS, un'altra area molto interessante e dinamica del mercato si può identificare con il *wi-fi*, una soluzione che presenta due campi di applicazione sufficientemente distinti: reti private *wireless* (implementate in un'azienda o in un'abitazione), oppure offerta di connettività in luoghi pubblici appositamente attrezzati (i cosiddetti *hot spot*). In modo particolare, per quest'ultimo ambito, da alcuni osservatori è stata posta la tematica della possibile sovrapposizione con i servizi 2,5G e 3G, a seguito dei provvedimenti assunti dall'Autorità e dal Ministero delle comunicazioni. Accanto a quanti sostengono che UMTS e *wi-fi* potranno convivere in ambiti diversi senza entrare tra loro in competizione, alcuni sostengono invece che l'offerta delle tecnologie per il *networking* allargato di tipo *wireless* produrrà una pressione concorrenziale sui ricavi previsti per i servizi delle reti mobili di terza generazione. Di fatto, però, proprio perché la mobilità legata al concetto di cellulare supporta solo una parte delle necessità che un utente (specialmente *business*) può avere nel suo contesto operativo, si può ritenere che i sistemi *wi-fi* potranno avere una posizione complementare, in termine di vantaggi per l'utente, rispetto a quelli cellulari di terza generazione. In quest'ottica va rilevata la partenza in Italia dei servizi *hot spot* sia in alcuni aeroporti (a cominciare dall'offerta di Megabeam a Linate e Fiumicino) che in alberghi e *conference centre* (ad opera, ad esempio, di Colt e Tecnosistemi).

Passando ora ad analizzare l'andamento della competizione, è inevitabile sottolineare che dei sei gestori di telefonia mobile che l'Italia contava a inizio 2002, uno, Ipse 2000, si trova da tempo in una situazione di *impasse*, mentre un altro, Blu, ha addirittura cessato l'attività, con il trasferimento dei suoi *asset* agli altri operatori.

La vicenda di Blu si è conclusa nello scorso ottobre, quando è stato sancito ufficialmente l'accordo per il c.d. "spezzatino", che era stato definito nel mese di maggio, data la impossibilità di trovare un acquirente unico. In seguito a tale accordo, è cominciato il graduale spegnimento delle antenne dell'operatore. Complessivamente, Blu aveva raggiunto una base di 1,9 milioni di abbonamenti, mentre aveva già manifestato una situazione interna difficile in occasione dall'asta per le licenze UMTS, nell'ottobre del 2001.

Formalmente, il 100% delle azioni di Blu è passato a Tim, che ha mantenuto 5 megahertz di canali radio, 100 milioni di euro di debito (deducibili fiscalmente) e 618 dipendenti. Il resto degli *asset* è passato agli altri gestori secondo questo schema:

- a. 800 siti cellulari e 100 dipendenti a H3G;
- b. 200 siti cellulari e 12 dipendenti a Vodafone-Omnitel;
- c. 300 siti cellulari, 500 dipendenti, il call center di Palermo e soprattutto marchio e clienti a Wind.

Quanto ad Ipse 2000, gli azionisti Telefonica, Sonera e Atlanet avevano dapprima deciso di rinunciare al servizio GPRS, per poi passare alla chiusura di alcune sedi ed, infine, al congelamento delle attività fino al 2004. Recentemente, Ipse ha inoltre chiesto di restituire al Ministero delle Comunicazioni i 5 MHz di frequenze aggiuntive che il bando UMTS ha riservato ai nuovi entranti.

In un mercato strutturalmente composto da pochi concorrenti, la scomparsa di uno di essi e la grave crisi di un altro possono rappresentare un segnale d'allarme, non solo per le ovvie ricadute occupazionali, ma anche per i benefici che una competizione equilibrata tra più attori apporta agli utenti finali in termini di innovazione e servizi.

Con l'obiettivo del miglioramento della gestione economico-patrimoniale delle imprese e per consentire una maggiore fluidità competitiva del mercato sono da segnalare, nel corso del 2002, l'avvio della *mobile number portability*, resa operativa da maggio, e l'emanazione del decreto di estensione delle licenze a 20 anni, ufficializzato nel mese di settembre, che - tra le altre cose - permetterà ai cinque aggiudicatari delle licenze UMTS, di godere di una riduzione degli ammortamenti annui.

Com'è noto, la *mobile number portability* consente di passare da un operatore ad un altro mantenendo lo stesso numero e rappresenta un importante strumento per rafforzare la competizione nel mercato. I primi riscontri sui suoi effetti sono positivi, dal momento che, ad un anno dall'avvio del servizio, ovvero a maggio 2003, i passaggi registrati sono circa 720.000.

Con riguardo all'andamento delle quote di mercato nel settore della telefonia mobile, queste si mostrano più stabili che non nella rete fissa (tabella 2.6) ed i confronti con l'indice dei ricavi unitari per linea (con riferimento alle consistenze medie) riflettono differenziazioni anche marcate, come si può evincere dalla successiva tabella 2.7.