

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
ANGELO SANZA

La seduta comincia alle 14.20.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

**Audizione di rappresentanti
di Telecom Italia.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sullo stato della tecnologia digitale in Italia nel settore delle comunicazioni, l'audizione di rappresentanti di Telecom Italia.

Ricordo brevemente che attraverso l'indagine, deliberata dalla Commissione il 12 aprile 2005, la Commissione intende conoscere il grado di diffusione della tecnologia digitale nel paese, con particolare riguardo alla « banda larga » e ad Internet, nonché la situazione dei mercati della telefonia e della radiotelevisione terrestre e satellitare. L'indagine mira altresì ad accertare la possibilità di accesso degli operatori alle reti e alle risorse e quella degli utenti alle nuove tecnologie di comunicazione.

L'analisi dei *trend* evolutivi in atto nel settore consentirà poi di valutare possibili indirizzi normativi per la valorizzazione di

tali tecnologie e per la promozione di uno sviluppo della tecnologia digitale adeguato, razionale e facilmente accessibile da parte dei cittadini e di tutti i settori dell'economia nazionale.

Ringrazio i rappresentanti di Telecom Italia per aver accolto l'invito da parte della Commissione e do subito la parola al presidente di Telecom Italia Media, dottor Riccardo Perissich.

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia.* Rivolgo un saluto alla presidenza e ai componenti la Commissione. Sono responsabile per gli affari pubblici ed economici del gruppo Telecom Italia, nonché presidente del gruppo Telecom Italia Media, cioè la società che raggruppa le nostre attività televisive ed editoriali. Sono oggi accompagnato dal dottor De Chiara, dal dottor D'Orazio, dal dottor Venti e dalla dottoressa Azzaroni, anch'essi appartenenti alla direzione affari pubblici.

Desidero innanzitutto ringraziare questa Commissione per aver dato al gruppo Telecom Italia l'opportunità di esprimere il suo punto di vista sullo sviluppo e la diffusione delle tecnologie digitali nel nostro paese, uno dei fattori chiave non solo per il miglioramento della produttività e della competitività dell'intera economia ma anche per l'offerta ai cittadini di una pluralità di servizi destinati a innalzarne la qualità della vita.

L'attività del gruppo Telecom Italia, come è noto, non è più esclusivamente concentrata sulle telecomunicazioni « tradizionali », il trasporto della voce attraverso la telefonia fissa e mobile. Negli ultimi anni è aumentato esponenzialmente il volume di dati trasportato sulle nostre reti. L'attività del gruppo è, in misura

crescente e ormai maggioritaria, concentrata sui settori basati sulle tecnologie digitali, come i servizi dati, i servizi a valore aggiunto e Internet, tutti caratterizzati da un alto grado di innovazione e da un costante impegno nella ricerca di Telecom Italia Lab.

Nell'ambito di queste tecnologie, le principali direttrici di sviluppo riguardano le reti di nuova generazione basate sul protocollo IP che consentono una sempre maggiore convergenza tra servizi, le comunicazioni mobili di terza generazione e la televisione digitale terrestre. Sarà su questi specifici argomenti che farò alcune annotazioni puntuali.

Dopo aver alimentato la straordinaria crescita dell'informatica facendone il potente propulsore di un profondo cambiamento dei sistemi economici, le tecnologie digitali stanno rivoluzionando anche le telecomunicazioni. Sommandosi agli effetti della liberalizzazione del settore e di una sempre maggiore concorrenza sul mercato, queste tecnologie hanno trasformato quelle che erano *public utilities* «ricche» ma «sonnacchiose» in una vera e propria industria altamente innovativa. La rapida diffusione della telefonia mobile e quella di Internet sono state le prime manifestazioni di questa nuova e affatto diversa dimensione del settore.

La capacità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione — cioè dell'abbinata informatica e telecomunicazioni — di esercitare profondi impatti sui sistemi sta nella loro natura di *general purpose technologies*.

Secondo la quasi unanimità degli esperti, la notevole *performance* dell'economia statunitense nella seconda metà degli anni novanta è legata a doppio filo proprio all'ampia diffusione e al proficuo uso delle tecnologie dell'informazione. È interessante notare che, grazie a esse, l'aumento della produttività americana è rimasto elevato anche nelle fasi di crescita più lenta, attenuando le pressioni inflazionistiche pur in presenza di una forte svalutazione del dollaro.

In Europa, e ancor più in Italia, il grado di pervasività di queste tecnologie è

stato assai minore, arrivando a coprire circa il 17 per cento degli investimenti totali esclusi quelli nell'edilizia, rispetto al 30 per cento degli Stati Uniti, con evidenti riflessi negativi sulla produttività e sulla competitività.

Per quanto riguarda in particolare il nostro paese, pochi dati sono sufficienti a misurare il *gap* tecnologico di cui soffre l'economia. Stando all'Eurostat, nel 2004 l'Italia ha speso complessivamente in tecnologie dell'informazione circa il 5 per cento del PIL, contro il 6 per cento della media europea. Il ritardo interessa soprattutto l'informatica, dove la spesa è pari all'1,8 per cento del PIL contro una media europea del 2,9 per cento. La spesa in telecomunicazioni è, invece, in linea con i nostri *partner* continentali (circa il 3,2 per cento del PIL).

Oltre alla bassa spesa, in Italia vi è un problema di insufficiente impiego delle tecnologie dell'informazione in alcuni servizi (come quelli finanziari e il commercio al dettaglio e all'ingrosso) che hanno guidato la crescita della produttività negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

In un quadro generale poco lusinghiero, l'Italia ha nelle telecomunicazioni una grande opportunità di collocarsi alle frontiere dell'innovazione e in una posizione di assoluto rilievo. Ne sono prova le punte di eccellenza che il nostro paese ha raggiunto a livello internazionale a cominciare dalla telefonia mobile, settore in cui abbiamo sviluppato uno dei mercati più avanzati e dinamici del mondo. Il successo italiano nella telefonia mobile è il frutto di soluzioni tecnologiche innovative, accompagnate da formule di pagamento vincenti, poi esportate anche all'estero (le carte prepagate), che hanno permesso di far diventare di massa un mercato inizialmente confinato alle classi di reddito più elevate.

Il mercato italiano della banda larga sta oggi vivendo un'analogia fase di dinamismo tecnologico e della domanda, con un tasso di crescita (pari al 95 per cento tra il 2003 e il 2004) tra i più elevati in Europa. Nonostante la pressoché completa assenza di infrastrutture alternative via

cavo (CATV), il nostro paese ha superato la soglia di 5 milioni di collegamenti grazie anche alla politica governativa di incentivazione (attraverso il riconoscimento di contributi statali) della domanda di collegamenti a banda larga. Il grado di diffusione del servizio supera la media europea con il 20 per cento in Italia contro il 18 per cento nei 15 paesi dell'Unione europea — quando parlo di tasso di diffusione mi riferisco alle linee telefoniche, cioè ai collegamenti capaci di diventare tali a banda larga —, mentre lo sviluppo delle infrastrutture è in fase avanzata, coprendo attualmente l'83 per cento della popolazione nazionale e l'81 per cento nel meridione.

I dati di copertura del territorio non danno evidenza all'esistenza di un fenomeno di *digital divide*, in particolare tra il Mezzogiorno e il resto del paese, per quel che riguarda la rete infrastrutturale. Entro il 2005 la copertura raggiungerà l'87 per cento della popolazione nazionale. Esiste, tuttavia, un'altra forma di *digital divide*, più difficile da affrontare, legata alla capacità di usare in modo adeguato le nuove tecnologie e di sfruttarne tutto lo straordinario potenziale. Una vasta fascia della popolazione è scarsamente istruita dal punto di vista informatico ed è perciò esclusa dai vantaggi derivanti dai nuovi servizi di rete. Non è migliore la situazione nelle nostre imprese: le statistiche mostrano un sensibile ritardo nell'adozione di Internet e delle nuove tecnologie, concentrato nel settore delle piccole e medie imprese, che costituiscono la parte più rilevante del nostro tessuto produttivo. In sostanza, stiamo avendo una straordinaria penetrazione nel mercato della grande impresa, dei consumatori e delle famiglie, mentre sussistono difficoltà nel mercato delle piccole imprese.

Il progresso tecnologico nelle telecomunicazioni non si ferma alla banda larga per l'accesso ad Internet: la vecchia conversazione telefonica evolve, infatti, in una comunicazione multimediale e personale mediante l'impiego di nuove tecnologie di rete come il VOIP (*Voice Over IP*) e di nuovi terminali.

Infine, sono alle porte anche altre innovazioni che muteranno ulteriormente la struttura del settore, facendo venir meno il confine tra telefonia fissa e mobile. Le reti di nuova generazione aumenteranno significativamente la velocità di trasmissione dei dati, permettendo di usufruire di servizi ancora più avanzati. Il mercato pertanto si allargherà ad altri nuovi attori, come i fornitori di contenuti: i cambiamenti sono più vicini di quanto si possa immaginare. Scommettendo sull'integrazione fra fisso e mobile, con la fusione tra Telecom e TIM il gruppo Telecom Italia si vuole collocare in prima linea nella sfida dell'innovazione.

Sempre in tema di sviluppo delle tecnologie digitali, il gruppo è fortemente impegnato, attraverso la sua controllata Telecom Italia Media, nella televisione digitale terrestre. Alla fine del 2003 LA7 Televisioni aveva già acquisito frequenze e impianti per coprire oltre il 50 per cento della popolazione. Ad oggi la copertura ha raggiunto il 68 per cento e l'investimento in infrastrutture di rete ammonta a circa 40 milioni di euro. Siamo inoltre in attesa dell'autorizzazione delle autorità competenti per l'acquisizione delle frequenze e degli impianti di Elefante TV. Quindi, per un gruppo televisivo dalle dimensioni molto ridotte come il nostro, lo sforzo è assolutamente significativo.

Sulla nostra rete digitale, che fa capo ad una società separata (Telecom Italia Media Broadcasting), sono ritrasmessi i programmi analogici di LA7 e di MTV e sono ospitati canali terzi e servizi interattivi di informazione, collegati ai programmi televisivi o realizzati insieme a pubbliche amministrazioni.

Con l'incontro di calcio Bologna-Cagliari, il 22 gennaio scorso è stata avviata la prima offerta in *pay per view*, seguita il 1° giugno da quella del primo film e, il 12 giugno, dal primo incontro di pugilato.

LA7 è stata tra le prime imprese televisive a sperimentare le potenzialità del digitale terrestre e sta conquistando nel nascente mercato una quota superiore a quella che detiene in quello analogico. A tutt'oggi risultano vendute circa 560 mila

schede prepagate, di cui oltre 200 mila sono state attivate. Il nostro sistema di distribuzione prevede l'attivazione telefonica sia della carta sia degli eventi, in modo da garantire una maggiore sicurezza e un attento monitoraggio della domanda dei clienti. Il mercato del digitale terrestre appare, quindi, più aperto di quello analogico, pur in presenza dei due grandi operatori televisivi.

L'intervento pubblico a sostegno della diffusione del digitale terrestre è stato correttamente caratterizzato da una scelta a favore di apparecchiature con *standard* aperti, che consentano la ricezione dei programmi televisivi in chiaro e la piena interattività. Come insegnano i casi tedesco e britannico, in assenza di un contributo alla domanda così configurato si sarebbe diffuso un *decoder* che non avrebbe consentito di adottare nel nostro paese una piattaforma digitale interattiva universale.

Lo sviluppo delle diverse piattaforme in tecnica digitale richiede un mercato « aperto » dei diritti a pagamento. Uno dei motivi del successo riscontrato nell'ultimo anno è stata, infatti, la possibilità di acquisire i diritti « pregiati », come l'offerta del calcio su digitale terrestre, che si affianca a quelle satellitari e su ADSL. La crescita di tutte e tre le principali piattaforme dimostra che le relative offerte sono rivolte a clienti con diverse esigenze e disponibilità di spesa.

Fattore decisivo per la valorizzazione degli investimenti che il gruppo Telecom Italia sta facendo nel digitale terrestre è il sostanziale rispetto della scadenza del 31 dicembre 2006 fissata dalla vigente normativa per la definitiva migrazione dall'analogico. È senz'altro una scadenza ambiziosa, la cui eventuale proroga deve però essere contenuta nel tempo. Gli *switch off* anticipati al gennaio 2006 decisi dalle regioni Sardegna e Val d'Aosta (regioni con le quali il gruppo sta attivamente collaborando) sono il test migliore per verificarne la fattibilità e definirne una tempistica certa.

Sempre in tema di sviluppo delle tecnologie digitali, nell'ambito del processo di

convergenza tra rete digitale terrestre e altre reti di comunicazione elettronica — nel caso specifico, la rete mobile — LA7 intende ampliare la sua sperimentazione con l'avvio delle trasmissioni anche in modalità DVB-H. Si tratta di trasmissioni su frequenze televisive, ricevibili anche da apparati mobili di nuova generazione che a breve saranno disponibili sul mercato. La sperimentazione sarà condotta in collaborazione con TIM ed è aperta ad altri operatori televisivi.

Per quanto riguarda la TV su protocollo IP, vorrei ricordare la più recente iniziativa del gruppo in materia di sviluppo delle tecnologie digitali, cioè la sperimentazione del servizio IPTV avviata a metà giugno in quattro città (Roma, Milano, Bologna e Palermo) che riguarderà a breve circa mille utenti. Al termine della fase di sperimentazione il servizio sarà lanciato commercialmente e si prevede che nell'autunno di quest'anno sarà disponibile in 21 città con un'offerta comprendente informazione, sport, film e *entertainment*. Con questa offerta il cliente, tramite un *decoder ad hoc*, l'apparecchio televisivo e un apposito telecomando, potrà accedere a contenuti « base », navigare in Internet e utilizzare i servizi di posta elettronica. Inoltre saranno disponibili contenuti *premium* (dai film al calcio) a pagamento, in abbonamento o in *pay per view*.

All'inizio dell'anno prossimo proporremo al mercato anche un *decoder* ibrido IPTV e digitale terrestre. Ciò consentirà ai clienti di ricevere tutti i canali televisivi del digitale terrestre, più tutta l'offerta multicanale e *video on demand* attraverso la rete ADSL. Inoltre anche il canale di ritorno sarà a banda larga e *always on*, cioè senza bisogno di tempi di attesa per connettersi alla rete. È facile prevedere che questo contribuirà a modificare i consumi televisivi e a stimolare la domanda e l'offerta dei servizi interattivi, sia quelli commerciali sia quelli della pubblica amministrazione, sanitari o educativi.

In conclusione, i rilevanti investimenti in tecnologie digitali che il gruppo Telecom Italia sta realizzando sulla rete fissa e su

quella mobile (investimenti che sono di due ordini di grandezza superiori a quelli programmati nel digitale terrestre) stanno trasformando radicalmente la principale rete di comunicazione elettronica del paese. Musica, cinema, programmi televisivi finalmente parlano la stessa lingua digitale della rete via cavo e di quella mobile. Si tratta di un passaggio molto importante per l'industria della comunicazione, dell'intrattenimento e della cultura. Auspichiamo, quindi, che il Parlamento, pur nell'acceso dibattito che caratterizza l'evoluzione del sistema radiotelevisivo, vorrà confermare la scelta della digitalizzazione, nella quale le aziende hanno fortemente creduto e investito.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente Perissich per l'ampia ed articolata esposizione. Do ora la parola ai colleghi deputati che intendano formulare domande o chiedere chiarimenti.

GIORGIO PANATTONI. Anch'io ringrazio i rappresentanti di Telecom Italia per questa introduzione relativa ad una tematica molto complessa, che ha molte luci, ma anche qualche ombra. Poiché questa è una indagine conoscitiva finalizzata a dare risposta ad una serie di interrogativi che si pongono il potere pubblico ed i cittadini, le domande ruoteranno intorno ad un argomento principale: cosa deve fare lo Stato per aiutare l'industria, per incentivare la diffusione dell'innovazione e consentire la fruizione di tutti questi nuovi servizi? Su cosa deve basare le sue scelte ed i suoi comportamenti? Mi piacerebbe conoscere l'opinione di un importante operatore multinazionale, che rappresenta un punto di riferimento molto solido ed è nelle condizioni di pilotare questi processi di innovazione per la sua storia e la sua potenza, non solo economica, ma anche tecnologica.

La prima domanda riguarda la banda larga. Sulla banda larga i privati compiono delle scelte di *business*, che privilegiano il fatturato, non la diffusione della banda larga presso la totalità degli utenti. Anche in Italia ci sono molti casi di distretti

industriali che non hanno la banda larga - cito sempre il caso della mia città, Ivrea, che ha il centro coperto, ma non le periferie -, con alcune divisioni ed esclusioni largamente poco comprensibili dal punto di vista degli utenti (anche perché sovente le zone industriali sono zone periferiche nelle quali non vi è il massimo della concentrazione della popolazione). Cosa può e deve fare il pubblico, secondo voi, per porre rimedio a quello che io continuo chiamare un *digital divide*? L'83 per cento della popolazione rappresenta un dato molto interessante, ma non esaustivo; sarebbe interessante capire, per esempio, qual è la percentuale di territorio coperta, cioè quali sono le esclusioni più significative; sarebbe interessante capire che diffusione ha in Sardegna la banda larga e se l'introduzione di tale innovazione offra la possibilità di colmare quel *gap* in strutture che caratterizza le nostre zone meno sviluppate.

Seconda domanda: cosa può e deve fare il potere pubblico per l'introduzione di ulteriori innovazioni? Sto parlando di WiFi e WiMax, cioè di strumenti che permettano la copertura di zone non facilmente raggiungibili, per motivi geografici, tecnologici, di investimento, di entità del costo rispetto al ricavo. Abbiamo avuto la sensazione che, su questa materia, il paese non solo abbia perso un treno, ma abbia anche rallentato, per motivi - non vorrei analizzarli adesso - che non ci soddisfano affatto (per esempio, per la difesa di qualcos'altro...). Non so se questa interpretazione sia corretta o meno, ma riteniamo che si debba fare un grande sforzo per accelerare l'introduzione di questa nuova tecnologia, perché ciò permetterebbe di superare quel *digital divide* che è caratteristico delle zone più isolate e più costosamente raggiungibili.

La terza domanda verte sull'applicazione e sui contenuti. È ovvio che la convergenza faccia emergere, come elemento strategico, il problema dei contenuti, visto che esiste la possibilità di far viaggiare sulla stessa rete diverse informazioni. Il vostro grande investimento nella televisione credo non riguardi stretta-

mente la copertura del segmento televisivo tradizionale, quanto la possibilità di veicolare il contenuto televisivo. Secondo voi, su tale argomento, cosa deve fare il potere pubblico, per esempio, a livello di coordinamento e di applicazione nazionale? Si parla tanto di interattività, di sanità, di *e-government*, ma come è possibile realizzare 87 contenuti diversi, tipizzandoli magari regione per regione o città per città (con investimenti colossali e anche con problemi politici particolari), visto che non esistono soluzioni standardizzate più o meno applicabili dappertutto? Su questo piano voi auspicate una maggiore unificazione? Cosa deve fare lo Stato per consentire a voi e all'industria di raggiungere un livello di servizio nobile e pregiato per i cittadini? Lei ha parlato degli incentivi sui box, cioè a favore degli utenti finali, ma a noi sembra che ciò incentivi l'uso della televisione digitale quando questa già è presente e non la sua copertura. È inutile comprare un box quando la propria zona non è coperta dal segnale! È meglio incentivare l'uso della TV digitale dove già è presente oppure la diffusione della rete (parlo di rete in senso astratto)? Anche per la banda larga vale lo stesso problema: comprare un modem ha un senso se si possiede la banda larga. Normalmente, di fronte a tali quesiti, si risponde di avere pazienza, avvertendo che, quando diventerà economicamente vantaggiosa, la banda larga arriverà, ma non è una risposta particolarmente soddisfacente, soprattutto se con tale tecnologia si deve lavorare. Ho amici che lavorano nel settore dei servizi e che scelgono la loro residenza a seconda della disponibilità o meno della banda larga in quella zona; non vorrei che diventasse un criterio di selezione per la localizzazione delle attività industriali o di servizio (mi sembrerebbe perfino eccessivo).

Vorrei fare una domanda sull'educazione e sulla scuola. Voi ritenete che l'attuale livello di diffusione dell'informatica nella scuola — visti gli sforzi che sono stati fatti in questi ultimi anni — sia sufficiente? Chiedereste allo Stato un ulteriore investimento sotto questo profilo?

Per fare un esempio, sono personalmente convinto che si dovrebbe introdurre l'informatica come materia obbligatoria di insegnamento, intendendo per informatica quell'insieme di nozioni che oggi coprono il problema della convergenza (non tanto l'informazione di tipo tecnologico, ma quella di base che permetterebbe a tutti di colmare un *gap* di tipo culturale). Lei ha parlato della difficoltà di raggiungere le piccole e medie imprese: è verissimo, ma si tratta di un modello italiano. La mia domanda è: cosa state facendo al riguardo e cosa vorreste che lo Stato facesse? Che tipo di soluzione avete da proporre, per rispondere ai problemi reali, non virtuali, del paese? Comprendiamo, infatti, che mentre una grande impresa, che ha esordito decenni fa nel settore, può accedere agevolmente alle nuove reti e alle nuove tecnologie, altrettanto non avviene per le piccole e medie imprese, chiamate a sopportare uno sforzo drammatico non solo per usare la tecnologia ma anche per reperire gli strumenti applicativi. Ritengo, dunque, particolarmente importante rispondere a questa domanda.

Voi sostenete, inoltre, di credere nella convergenza, in ordine alla quale — a vostro dire — la stessa fusione Telecom-TIM sarebbe stata concepita. È probabile che questa affermazione sia vera; a noi sembra piuttosto che abbiate rallentato il processo di cui si discute per ragioni di *business*: in altri termini, nella difesa — anche giusta — del *business* sul mobile, avete trascurato, almeno in parte, il fisso; da parte nostra, ci siamo lungamente chiesti perché con il fisso non potessero essere garantite talune prestazioni, al di là di certi vincoli tecnologici più o meno analoghi a quelli presenti per il mobile. Oggi, sostenete che la convergenza sia importante: per quanto ci riguarda, noi lo abbiamo creduto da sempre, teorizzandolo già molto tempo fa. Ci auguriamo che quella convergenza non sia soltanto di facciata ma divenga un processo reale, concreto, operativo, così che effettivamente si possa disporre di un telefono fisso, o mobile, passare dall'uno all'altro, — ciò che a livello tecnologico è allo stato

possibile -, esistendo reti di supporto idonee a consentirlo. I telefoni di nuova generazione, fra l'altro, sono molto utili da questo punto di vista.

Lei ha inoltre parlato dello *switch off* per Sardegna e Valle d'Aosta: noi però non lo riteniamo possibile, come abbiamo avuto occasione di evidenziare con Piero De Chiara, nel corso di una precedente audizione. Pensiamo sia utile e importante aver fatto un investimento; forse, però, in queste due regioni esistono dei problemi difficili da affrontare, sebbene comprendiamo che i problemi esistano sempre di fronte ad operazioni di questa natura. Parlare, allo stato, di *switch off* ci sembra, dunque, il solito balzo in avanti. In altri termini, mi chiedo come sia possibile rendere effettivo lo spegnimento in Sardegna della TV analogica.

Da ultimo, lei ha reso una dichiarazione molto importante che vorrei portare all'attenzione del relatore del testo unico sulla radiotelevisione, il mio caro amico De Laurentiis: ha sostenuto che attualmente le nuove reti, cavo, mobile, rete tradizionale e fisso parlano lo stesso linguaggio. Abbiamo però la sensazione che invece le nostre regole, cioè il modo di legiferare, si rivolgano ancora a questi settori come fossero separati e che la convergenza non sia divenuta valore nella legislazione. Dico questo perché, sebbene nella redazione del testo unico si sia inteso decisamente far leva sulla neutralità della tecnologia - quando parliamo di convergenza non debbono esistere distinzioni settoriali -, ci rendiamo conto che gli interessi si spostano in altra direzione, quella appunto della separazione, cosicché per accedere al settore di *business* altrui si debba comunque pagare un prezzo di entrata molto elevato, in modo esattamente antitetico al principio di neutralità tecnologica menzionato. Sotto questo profilo, credo sia particolarmente interessante la vostra opinione, in ragione non solo della vostra autorevolezza, ma anche dell'importanza di Telecom nel *business*.

PRESIDENTE. Nel ringraziare l'onorevole Panattoni per il suo intervento, prego

i colleghi di contenere in termini ragionevoli i loro interventi, per consentire al dottor Peressich di concludere la propria replica prima della ripresa dei lavori in Assemblea.

GIUSEPPE GIANNI. Non possiamo frustrare il dibattito, signor presidente...!

PRESIDENTE. Prego i colleghi di procedere con i loro interventi.

ILARIO FLORESTA. Signor presidente, ringrazio sinceramente Telecom Italia ed i suoi rappresentanti per il prezioso contributo. Nel corso della precedente legislatura, l'onorevole Panattoni si lamentava che fossi io ad intervenire per primo, tenendo lunghe dissertazioni sulle questioni delle telecomunicazioni, accusandomi di limitare lo spazio a sua disposizione. Adesso mi trovo io a farlo, perché, evidentemente, intervenire dopo il collega diviene difficile. Peraltro, l'onorevole Panattoni ha certamente posto una serie di domande assolutamente centrali, e sono particolarmente curioso di conoscere la risposta di Telecom al riguardo, trattandosi di problemi cruciali. Mi sia consentito, però, fare prima una premessa, a mio parere ugualmente rilevante. Forse, l'onorevole Panattoni non ricorda ciò che è avvenuto con i Governi Amato e D'Alema...

GIORGIO PANATTONI. La invito a non parlare di politica...

ILARIO FLORESTA. Ne dobbiamo parlare, invece, perché credo che sia proprio la politica ad essere chiamata in causa.

GIORGIO PANATTONI. Allora, se così stanno le cose, me ne vado...

ILARIO FLORESTA. Se il collega se ne vuole andare forse è per non sentire la verità... Ritengo, infatti, che il settore delle telecomunicazioni sia stato assolutamente salassato dagli sprovveduti Governi di centrosinistra Amato e D'Alema.

Non dimentichiamo che, tra processo di privatizzazione Telecom e vendita delle

concessioni di frequenze UMTS, sono state dragate risorse pari a circa 80 mila miliardi e ciò ha causato grandissima difficoltà a chi è subentrato con piani industriali di cui auspico la serietà (che del resto Tronchetti Provera sta dimostrando, mentre qualcuno, in precedenza, ha pensato più al *capital gain* che ad altro). Reputo pertanto troppo semplice chiedersi come debba intervenire adesso il settore pubblico, una volta che si sia provveduto a dragare le risorse. Questo è il nocciolo del problema da fronteggiare; da parte sua, Telecom, almeno in base a ciò che ho sentito dichiarare oggi dai suoi rappresentanti, ha fatto e sta facendo il massimo. Chiarito questo punto, appare evidentemente necessario individuare come il settore pubblico - a fronte di risorse limitate - debba orientarsi, per promuovere sviluppo ed innovazione tecnologica, e a riguardo sarà utile acquisire il vostro parere.

Vorrei poi esprimere un'osservazione e porre le conseguenti domande. In primo luogo, reputo che il problema prioritario da affrontare, soprattutto dal mio punto di vista - quello di uomo del profondo sud -, sia il superamento del famoso *digital divide*. Sebbene i risultati da voi forniti sulla diffusione della banda larga in Italia appaiano rincuoranti (per effetto dell'avanzato sviluppo dell'infrastruttura, risulterebbe coperto l'83 per cento della popolazione nazionale), non possiamo non constatare la persistenza di situazioni ancora drammatiche sul territorio, con particolare riferimento al sud del paese. Se al *gap* infrastrutturale delle strade, delle ferrovie e degli aeroporti del Mezzogiorno sommiamo anche quello della larga banda, otterremo un quadro particolarmente preoccupante, in cui risulta impossibile divenire competitivi.

In proposito, permettetemi di portare alla vostra attenzione un caso emblematico della situazione appena descritta: alla richiesta - personalmente inoltrata a Telecom - di rendere disponibile la banda larga per una casa vinicola in fortissima espansione in Sicilia, mi è stato risposto che dovevo rivolgermi ad Infratel perché,

secondo una valutazione economica costi-benefici, si sarebbe potuto investire in quella zona non prima del 2010! Sono cose che non possono accadere: a queste condizioni, in un sistema economico globale, come è possibile che il sud possa competere? Cosa proponete per far sì che il *digital divide* venga eliminato?

Sappiamo della nascita di Infratel: pensate di collaborare a livello programmatico con questa azienda, affinché le esigue risorse esistenti non vengano distorte, canalizzate verso i soliti noti, verso aree magari già infrastrutturate, per aumentare il numero delle fibre ottiche o simili? Dico questo avendo consapevolezza della drammaticità reale della situazione. Credo sia necessario che le limitate risorse a disposizione di Infratel vengano al meglio utilizzate, anche in cordata con Telecom, laddove non ci siano competitori a voi alternativi.

Del resto, in qualità di gestori di assoluto dominio in Italia, ritengo abbiate il dovere di agire, almeno in alcuni casi, specialmente dove occorra raggiungere le piccole e medie imprese nell'area del Mezzogiorno. Questo è un problema che occorre assolutamente affrontare. Cosa pensate di fare per superare finalmente il *digital divide*, a beneficio di chi usa lo strumento della larga banda come mezzo di lavoro come pure del semplice cittadino? Maggiore è il divario di classe, quello economico, più forte è il bisogno che la larga banda raggiunga la collettività: solo così sarà possibile superare il *gap* infrastrutturale esistente.

Lei ha parlato dell'integrazione tra rete fissa e rete mobile, quindi delle nuove tecnologie e via dicendo. Tuttavia, perché non avete propagandato queste tecnologie a basso costo, forse per difendere le infrastrutture esistenti? Posso capire che abbiate assunto un pesante fardello di passività che dovette sostenere, però ci sono tecnologie moderne che, con quattro lire, permetterebbero di illuminare grandi città (si veda, per esempio, Lima). Allora, come pensate, laddove Infratel o altri competitori non possono arrivare, di pro-

grammare i vostri investimenti in nuove tecnologie in modo da integrare e completare le vostre reti esistenti?

Un'ultima domanda riguarda - lei non ne ha parlato - la questione dell'integrazione fra televisione interattiva e telecomunicazioni. Parliamoci chiaramente: il televisore diventerà un terminale a tutti gli effetti. Con la televisione si potrà fare di tutto nel tempo (credo che questo lo abbiano capito tutti). Non si potrebbe, allora, attraverso questo mezzo coinvolgere maggiormente anche gli utenti della periferia, in modo da fare venire meno il *digital divide*?

Ritengo che questo sia un tema veramente importante perché, se è vero che la penetrazione è elevata, quel 10 o 15 per cento di popolazione - che, guarda caso, esiste specialmente nel Mezzogiorno - fa sì che proprio il Mezzogiorno si blocchi di fronte ad un progresso che non può essere assolutamente fermato.

ETTORE ROSATO. Ringrazio i rappresentanti di Telecom Italia per essere intervenuti. Innanzitutto, ricordando il progetto Socrates, la cablatura e le altre scelte fatte negli anni dal gruppo Telecom, vorrei sottolineare che, se oggi abbiamo dei risultati, essi sono anche il frutto di quelle scelte compiute allora. Quali sono oggi i piani su cui misurate gli effetti di quegli investimenti? In altre parole, tutti quegli investimenti operati in passato - il progetto Socrates, con la cablatura di molte città, rappresentò un momento di ampia discussione, quanto alla sua utilità o meno, se non di spaccatura politica - sono stati ammortizzati negli anni oppure no?

Per quanto riguarda poi le nuove tecnologie, credete nel Wi-Fi? Avete mai condotto delle analisi per la sua diffusione nelle grandi città?

Inoltre, lei ha parlato di una mancata confidenza degli italiani con le nuove tecnologie, in particolare con la potenzialità che queste offrono per i contenuti. Questo aspetto lo condivido. Tuttavia, lei crede veramente che la diffusione del digitale terrestre sia stata, rispetto alle politiche per intervenire in questo ambito, che

hanno costituito un reale problema per il nostro paese, la scelta migliore, l'investimento più opportuno che si poteva fare sulla popolazione al fine di colmare il *gap* esistente? Quali sono le strategie che il pubblico, lo Stato dovrebbe adottare per intervenire in questo settore? Lei pensa che la diffusione del digitale terrestre possa servire anche a questo scopo?

Infine, lei ha parlato del gruppo Telecom e della fusione con TIM, quindi di strategie industriali e societarie. Il mercato borsistico spesso è volatile ed esprime valori che non sono prettamente industriali; però, a lei che presiede una società quotata, vorrei domandare come mai sul mercato borsistico (un indicatore, se non della solidità di un'impresa, sicuramente della percezione che il mercato ha delle sue prospettive), con riferimento all'andamento del titolo di Telecom Italia Media, esista una percezione così bassa e così poco propensa a vedere uno scenario futuro di sviluppo. Ciò emerge dalle quotazioni di borsa di una controllata che, rispetto alle attese, rientra comunque in uno dei più grandi gruppi industriali e finanziari del paese e nel più grande gruppo che si occupa di comunicazioni e tecnologie da noi.

Visto che questo aspetto non rappresenta l'indicatore di scelte industriali sbagliate, così come dimostrato anche dalle decisioni adottate dai vostri *competitors* (che non sono tanto diverse dalle vostre ma, semmai, un po' più mirate ed orientate verso campi più ristretti), pensate che sia il frutto di una difficoltà di comunicare ai mercati dei finanziatori e degli investitori un ambito di sviluppo che pure in Italia è così importante, come lei ha citato nella sua relazione?

GIUSEPPE GIANNI. Qualche giorno fa il presidente Tronchetti Provera, nel corso di un'audizione a Bruxelles, ha rilasciato alcune dichiarazioni che potrei avere mal interpretato. Il presidente Provera ha affermato che la regolamentazione del settore delle comunicazioni deve tenere conto degli investimenti degli operatori e non deprimere lo sviluppo dei nuovi mercati

emergenti. Tuttavia, nello stesso tempo e luogo egli non è riuscito a spiegare dove fossero tali mercati emergenti. Nel corso della medesima audizione, egli ha poi parlato di investimenti nelle nuove tecnologie di rete e nella banda larga tali da permettere una maggiore efficienza ed integrazione delle piattaforme per la fornitura dei servizi innovativi. Ha inoltre sottolineato che lo scenario nel quale oggi la nostra industria è proiettata è completamente diverso da quello di fine anni '90. Tuttavia, egli ha dimenticato almeno un paio di cose: innanzitutto, che non abbiamo ancora la copertura dell'intero territorio e, in secondo luogo, che tutto questo ha un costo superiore di almeno il 20 per cento, secondo un'indagine svolta da Altro consumo, una società che si occupa di verificare l'andamento economico degli investimenti.

Il presidente Provera ha parlato di un'industria nuova e ha messo in evidenza tre punti chiave che potrebbero servire a far diminuire il costo complessivo dei servizi resi e rendere più diffusa la presenza in tutto il territorio. Innanzitutto, si deve affermare nei fatti il principio che l'interesse primario da tutelare è quello dei consumatori. In secondo luogo, si deve restituire al concetto di flessibilità della regolazione il suo originario valore di stimolo dell'innovazione. In terzo luogo, si deve essere il meno invasivi possibile, senza pretendere di segmentare il mercato con distinzioni che nell'epoca della convergenza e dell'integrazione hanno sempre meno ragione d'essere.

Tutto questo fa un po' riflettere e ha fatto dire al nuovo presidente dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni, Corrado Calabrò, che sussiste un'esigenza imperiosa di ridurre tariffe e costi, visto, tra l'altro, il momento delicato che sta attraversando l'economia e considerato che la copertura presunta dell'83 per cento sul territorio nazionale e dell'81 per cento nel meridione è solo presunta e non abbiamo avuto ancora alcuna certezza.

Le sarei grato se potesse chiarire meglio i concetti espressi dal presidente Tronchetti Provera in occasione della sua audizione a Bruxelles.

PRESIDENTE. Do quindi la parola al dottor Perissich per la replica.

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. Alcuni temi sono stati trattati da più parlamentari e, quindi, potrò fornire loro una risposta con la mia replica all'onorevole Panattoni. Quest'ultimo chiede quale sia il filo conduttore dell'auspicabile intervento pubblico: prima di tutto (e con questo passo direttamente alla domanda finale formulata dall'onorevole Gianni) la regolamentazione. Noi siamo perfettamente coscienti di essere un ex monopolio ed abbiamo vissuto dal 1998 in poi in un regime, d'altro canto europeo, di liberalizzazione, attuata attraverso vincoli cosiddetti asimmetrici, imposti agli ex monopolisti per obbligarli ad aprire le loro reti ai concorrenti. La regolamentazione non deve essere abolita, ma adattata alle nuove circostanze perché prendiamo atto che in tutta Europa - il fenomeno non è italiano ma europeo, addirittura occidentale perché negli Stati Uniti, *mutatis mutandis*, la situazione si pone, più o meno, negli stessi termini - è avvenuta l'apertura delle reti e la quota di mercato degli ex monopolisti è calata in maniera significativa (la media europea si pone, più o meno, intorno alla nostra situazione, cioè al 70 per cento) perdendo circa il 30 per cento.

Tuttavia, adesso siamo in una fase nuova dettata dall'esplosione della banda larga, che comporta investimenti notevolissimi da parte di tutti gli operatori. Nell'ultimo triennio abbiamo investito circa un miliardo e 200 milioni di euro nella banda larga e contiamo di investirne nel prossimo triennio (2005-2007) un altro miliardo e 600 milioni: quindi, si tratta di investimenti molto significativi, che si aggiungono a quelli futuri sul mobile e sui contenuti. Di conseguenza, chiediamo ai regolatori - non siamo i soli e d'altro

canto questo è anche l'orientamento della Commissione europea - di far evolvere il sistema in modo da privilegiare o da favorire gli operatori che investono, senza premiare esclusivamente, come è stato fatto comprensibilmente nella prima fase della liberalizzazione, gli operatori virtuali o quelli che fanno rivendita di traffico. Abbiamo concorrenti che investono svariate centinaia di milioni di euro, per esempio chiedendo a noi l'*unbundling* o mettendo la loro fibra nelle case - auguriamo loro buona fortuna ma poi vedremo chi vincerà -, ed altri che hanno una cinquantina di dipendenti in Italia e che vivono semplicemente facendo rivendita di traffico di Telecom Italia. Riteniamo che il vantaggio per la società e per i consumatori sia nel premiare gli operatori e la concorrenza che investe, ciò che voleva dire il dottor Tronchetti Provera nel suo intervento a Bruxelles.

Questo è l'orientamento europeo; si tratta di applicarlo con la dovuta gradualità, ma bisogna sapere strategicamente dove si va. Quindi, al settore pubblico chiediamo in primo luogo certezza di regolamentazione ed una regolamentazione intelligente, cioè che privilegi l'investimento e l'interesse dei consumatori.

GIORGIO PANATTONI. Questo vuol dire che lei è d'accordo sulla diffusione dei cosiddetti operatori virtuali purché...

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. No.

GIORGIO PANATTONI. Vuole chiarire questo punto?

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. La diffusione degli operatori virtuali nel fisso è un problema che non si pone perché esistono. Per quanto riguarda la telefonia mobile, quando furono lanciate le licenze UMTS noi non c'eravamo e, quindi, abbiamo trovato tale situazione. Fu stipulato un patto fra lo Stato e coloro che avevano

speso, a torto o a ragione, una cifra ingente per acquistare le licenze, in base al quale non ci sarebbero stati operatori virtuali fino al 2008. Riteniamo che sia giusto rispettare questo patto, tuttavia, a prescindere dalla situazione specificamente italiana, ci domandiamo quale sia il beneficio del sistema che deriva dall'introduzione di questo tipo di attività. La telefonia mobile si è sviluppata fin dal primo giorno con grande beneficio sulla base di operatori concorrenti e infrastrutturati. Ricorderete che Omnitel è stata obbligata a costruirsi la sua infrastruttura per poter competere con TIM e tutto questo ha provocato enormi investimenti. Nei paesi dove esistono operatori mobili virtuali si sono sviluppati ed hanno occupato nicchie di mercato, ma poi non è successo un granché. Quindi, non vediamo l'utilità generale di tutto ciò e, comunque, non saremo noi a soffrire maggiormente dalla modifica del mercato ma, probabilmente, saranno i nostri concorrenti più deboli perché stanno investendo e, quindi, rischiano.

ETTORE ROSATO. Quindi, gli egiziani e gli inglesi!

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. A nostro avviso, tale aspetto sarebbe negativo per tutti ma, forse, per noi un po' meno: ciò è successo Inghilterra e sta succedendo in Francia.

Seconda questione. Ai poteri pubblici non chiediamo certamente un aiuto per il settore, ma facciamo semplicemente notare che in Italia il settore è tassato più che negli altri paesi europei (ma questa è una discussione che si può fare a parte) e riteniamo molto utili, sulla base dell'esperienza, gli incentivi alla domanda. Se guardate le cifre, essi sono costati relativamente poco (se ricordo bene, una ventina di milioni l'anno scorso e una trentina di milioni quest'anno) e hanno dato una spinta al mercato assolutamente notevole (lo stesso ragionamento si può fare per il *decoder* digitale terrestre). Vedremmo con

molto piacere incentivi alla domanda di tipo diverso - perché le famiglie sono una cosa e le piccole imprese un'altra -, probabilmente di tipo fiscale per la diffusione della banda larga nelle piccole imprese. Avevamo valutato con molto piacere la tecno-Tremonti nella sua versione originaria (poi purtroppo questo capitolo è completamente sparito, sembra per ragioni di copertura) e continuiamo a ritenere che quella degli incentivi fiscali alle piccole imprese per attrezzarsi in nuove tecnologie sia una strada che il paese dovrebbe seguire.

GIUSEPPE GIANNI. Mi scusi, presidente, ma quando parla di revisione del quadro normativo cosa intende?

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. Intendiamo il quadro regolatorio, perché quello che abbiamo è di origine europea ed è poi declinato nei vari paesi in diverso modo. Noi abbiamo delle direttive europee...

GIUSEPPE GIANNI. Avete anche un piano industriale?

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. Il nostro piano industriale triennale è pubblico ed è stato comunicato un mese e mezzo fa alla stampa, agli analisti e agli investitori.

GIUSEPPE GIANNI. Può farcene avere una copia?

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. Certamente, possiamo fare avere alla Commissione tutta la documentazione necessaria.

Onorevole, per riferirle soltanto una cifra, il nostro piano triennale 2005-2007,

comunicato e reso pubblico, prevede investimenti per 14 miliardi (mi riferisco ovviamente a tutto il gruppo).

Terzo punto su cui noi ci aspettiamo un intervento pubblico. Vorremmo - e questo è indispensabile che avvenga a livello europeo (vengo ad un altro tema sollevato dall'onorevole Panettoni) - certezza normativa sul problema dei contenuti. Questo mercato si svilupperà se sulle varie reti - tutte: rete fissa, rete mobile, televisione - saranno disponibili contenuti largamente non discriminatori su piattaforme aperte. Questo comporta una serie di problemi di tipo tecnologico, ma anche regolamentare - per esempio, definire degli standard comuni sui sistemi di DRM (*digital right management*) - e soprattutto richiede una normativa europea coerente sul problema dei diritti. In America il mercato ha rischiato di fermarsi sul problema dei diritti e ancora trova grande difficoltà a svilupparsi proprio per questo. Sui diritti di autore l'Europa ha la possibilità di avere delle soluzioni di tipo più consensuale, in grado di consentire agli operatori e ai detentori dei diritti di trovare formule di *revenue sharing*, partendo dal presupposto che questo, dal punto di vista di chi detiene i diritti dei contenuti, è un mercato che ha una dimensione molto superiore rispetto a quella dei mercati tradizionali su supporto fisico. Quando parliamo di un disco, di un film, di un libro, parliamo di centinaia di migliaia, al massimo qualche milione di copie, mentre qui stiamo facendo riferimento a milioni e milioni di possibilità di utilizzo. Vista la dimensione del mercato, vale quindi la pena di esaminare in un'ottica nuova anche il problema dei diritti.

Sulla questione della domanda pubblica, di cui lei ha giustamente sottolineato l'importanza, noi la riteniamo assolutamente strategica, sia dal punto di vista dello sviluppo del mercato che dal punto di vista dell'effetto pedagogico sulla popolazione. Più che di domanda, dovremmo parlare di offerta di servizi pubblici, che può essere uno strumento molto potente per accelerare l'educazione digitale del

paese. Noi siamo a disposizione per veicolare, ma ovviamente non possiamo inventarla.

Lei ha parlato anche di educazione, ma si rivolge ad una persona che non è competente, se non marginalmente (per ragioni familiari, avendo un figlio a scuola). Da quello che mi dicono gli esperti di educazione, il problema non è tanto nei giovani, che ormai all'età di sei o sette anni sanno già « smanettare » su un computer, quanto negli insegnanti; la difficoltà che esiste nel far penetrare una educazione informatica nelle nostre scuole risiede proprio in quel settore. Questo, ovviamente, non dipende da noi.

Quanto alle PMI, esse sono il vero punto debole del sistema produttivo, anche se poi rappresentano un aspetto forte dell'economia del paese (perlomeno dovrebbero essere tali). Non abbiamo il tempo di entrare nei dettagli, ma le posso dire che con Confindustria - non solo noi, ma tutti gli operatori (anche se noi siamo impegnati in prima linea) - e con le sue associazioni territoriali stiamo tentando di lanciare dei programmi di diffusione sul territorio (ne abbiamo, per esempio, lanciato uno molto importante con Assolombarda). I risultati verranno. Un impegno delle autorità governative potrebbe essere molto utile (non necessariamente di tipo finanziario: basterebbe l'impegno a partecipare alla campagna). Per citare un esempio, in America, se noi andiamo indietro negli anni, fino al piano Gore (che ha fatto decollare il sistema), ritroviamo molta più pedagogia ed un forte impegno del Governo nello spiegare al paese l'importanza strategica della questione.

Relativamente al problema della convergenza fisso - mobile, da un certo punto di vista lei può avere ragione. La telefonia fissa era storicamente un po' sonnacchiosa, mentre la telefonia mobile è nata giovane ed aggressiva, con la conseguenza che noi tutti abbiamo avuto un'erosione progressiva di traffico dalla telefonia fissa a quella mobile, ma questa accusa di « sonnacchiosità », che può riguardare molti operatori fissi, non può essere rivolta a noi. Quando siamo arrivati, il

management della telefonia fissa è stato cambiato ed è stato preso largamente anche dai concorrenti; la nostra telefonia fissa - credo lo si possa dire - è diventata molto dinamica e anche straordinariamente aggressiva sul mercato (tra l'altro, questo ci viene rimproverato dai concorrenti). Non credo che possa essere rivolta a noi l'accusa di aver sacrificato la telefonia fissa per favorire quella mobile. Quando parliamo di convergenza, lo facciamo da molti punti di vista; è chiaro che il sistema regolatorio, per esempio, ci impedisce oggi una convergenza di tipo commerciale, alla quale non pensiamo assolutamente, ma sicuramente possiamo pensare ad una convergenza di tipo tecnologico. Da questo punto di vista, progressivamente la rete tende a convergere. Per quanto riguarda i contenuti che viaggeranno sulle varie piattaforme (fisse e mobili), onestamente oggi non sappiamo se saranno omogenei o meno.

Quanto allo *switch off*, il mio è un semplice auspicio - siamo una piccola televisione e a noi il *simulcast* costa moltissimo -: prima lo si realizza e meglio è. Non l'abbiamo inventata noi la televisione digitale, perché si tratta di una decisione presa già parecchi anni fa dal Parlamento e dal Governo, che è stata poi accelerata da questo esecutivo (noi ci siamo buttati dentro, nella speranza che abbia successo).

Per quanto riguarda la neutralità tecnologica, siamo assolutamente favorevoli, però per il momento le regolamentazioni dei due settori sono nate con ottiche diverse: quella delle telecomunicazioni per favorire la concorrenza, quella della radiotelevisione per favorire il pluralismo. Dovranno convergere, ma ciò non avverrà a breve termine.

Gli investimenti, onorevole Floresta, ammontano a 4,5 miliardi all'anno. Quanto ad Infratel, collaboriamo attivamente con l'azienda. Riteniamo che ciò che Infratel ha cominciato a fare, peraltro con un certo ritardo, possa essere molto utile, e concordiamo con la sua strategia, ovvero sviluppare infrastrutture di base aperte poi a tutti gli operatori che desiderino fruirne.

Quanto ai nostri progetti sulla banda larga, lo sviluppo dell'infrastruttura è in fase avanzata, coprendo - come già evidenziato - l'83 per cento della popolazione, sebbene l'obiettivo per il 2005 sia di estendere ulteriormente la copertura sino a raggiungere l'87 per cento della popolazione nazionale. Il piano triennale prevede infine di arrivare al 95 per cento di copertura nel 2007.

Ovviamente, il costo del collegamento marginale tenderà ad incrementare con il progredire del processo in esame. In altri termini, il costo non è lineare. Infratel, ad ogni modo, potrà rivelarsi molto utile. Peraltro, vorrei anche fare riferimento all'esistenza in Italia di esperienze di banda larga satellitare originali, sottolineando che Telecom collabora attivamente anche con gli operatori di questo settore.

Vengo ora ad un altro dei problemi sollevati. Siamo stati il primo soggetto ad aver lanciato il sistema WiFi su scala commerciale, perché crediamo nella sua validità. Vorrei osservare che, trattandosi di spettri condivisi, ovvero qualitativamente diversi dagli altri, essi pongono certamente problemi peculiari (tecnologici, regolatori e di sicurezza della rete). Tuttavia, non ci siamo opposti, contrariamente alla vulgata, né abbiamo ritardato la diffusione di uno strumento che anzi utilizziamo. Quanto al WiMax ci apprestiamo - come tutti - a sperimentarlo. Vorrei rivolgervi un solo invito, quello di non cadere nella trappola di chi annuncia - anche a mezzo stampa - che una tecnologia è disponibile semplicemente perché esiste in laboratorio, o tra produttori di tecnologie: le innovazioni devono essere sperimentate, viste, verificandone gli effetti sul mercato. Detto questo, quella

di cui si discute è certamente una tecnologia capace di presentare notevoli prospettive.

In ordine al titolo *TI Media*, anche a causa dell'investimento sul digitale, non siamo ancora riusciti a raggiungere l'equilibrio completo di bilancio che ci eravamo prefissi e questo evidentemente potrà anche incidere sulle quotazioni: si tenga presente che le quotazioni di due, tre mesi fa sono state artificialmente gonfiate da ipotesi giornalistiche - non da noi diffuse - di un'OPA totale da parte di Telecom Italia su *TI Media*, le quali hanno fatto lievitare il titolo, successivamente attestatosi a livelli più ragionevoli. Quanto all'andamento dell'OPA che abbiamo deciso di lanciare, esso appare del tutto soddisfacente.

ETTORE ROSATO. Avevo confrontato il titolo con quello Mediaset...

RICCARDO PERISSICH, *Presidente di Telecom Italia Media e direttore di Public and Economic Affairs di Telecom Italia*. In realtà, si tratta di due società piuttosto diverse, onorevole...!

PRESIDENTE. Nel ringraziare il dottor Peressich per il suo intervento, dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15,25.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. FABRIZIO FABRIZI

*Licenziato per la stampa
il 4 luglio 2005.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

