



*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

Indagine conoscitiva concernente lo sviluppo delle piattaforme  
digitali e dei servizi di comunicazione elettronica  
ai sensi della delibera n. 357/15/CONS

Questionario

## Introduzione - il contesto di riferimento

Il progresso tecnologico osservato nel settore delle comunicazioni elettroniche si caratterizza per la capillare diffusione di strumenti di calcolo interconnessi che, attraverso l'accesso alla rete Internet, ha determinato sostanziali modifiche delle condizioni competitive esistenti nei vari ambiti dell'attuale sistema economico. Tale fenomeno assume importanza in relazione al fatto che la progressiva digitalizzazione delle forme di produzione e scambio dei servizi e prodotti disponibili sul mercato intensifica la c.d. disintermediazione delle attività economiche tradizionali, contribuendo all'estensione dei versanti di domanda e offerta, nonché alla moltiplicazione dei punti di scambio esistenti sul mercato. Conseguentemente, si osserva una crescita considerevole delle interazioni che avvengono attraverso le c.d. piattaforme digitali e il correlato sostanziale mutamento delle dinamiche competitive presenti sul mercato.

Le piattaforme digitali acquistano, in tal senso, una funzione di primaria rilevanza sia in termini dello sviluppo di nuovi servizi che della diffusione di ulteriori metodologie di produzione e scambio da parte degli utenti. Esse determinano, inoltre, l'evoluzione della domanda - gli utenti appaiono più inclini ad accedere alle risorse in maniera condivisa ed in alternativa alle tradizionali forme di consumo proprietario - e la generazione di modelli produttivi complessi, di tipo circolare e multidirezionale, in sostituzione a quelli preesistenti.

Da ciò discende, tra le altre cose, la diversificazione dei modelli di *business* adottati in numerosi settori strategici dell'economia: le piattaforme digitali di Internet sono in grado di esercitare notevoli pressioni competitive non soltanto all'interno del mercato digitale, ma anche nei confronti dei servizi regolamentati tradizionalmente non appartenenti alla filiera digitale (dal settore postale, a quello dei trasporti, al segmento turistico-alberghiero, ecc.).

In questo scenario, l'esigenza di esaminare gli aspetti legati al funzionamento delle piattaforme digitali si correla alla necessità di valutare le eventuali azioni da implementare al fine di promuovere un assetto concorrenziale del mercato, non soltanto con riferimento alle condizioni competitive esistenti all'interno della filiera digitale, ma anche in relazione all'impatto su altri settori di rilevanza, in cui sono presenti delle forme di regolamentazione.

Allo stato attuale, la disciplina regolamentare non prevede obblighi specifici per le piattaforme digitali. In generale, il quadro normativo di riferimento, infatti, comprende:

- obblighi regolamentari aventi valenza generale, quali le norme sulla protezione dei dati, le disposizioni generali di tutela dei consumatori, il diritto generale della concorrenza. Queste regole sono applicabili a tutti i fornitori di servizi;
- discipline regolamentari specifiche di settore, che si applicano simmetricamente a tutti gli operatori. Con riferimento al settore delle comunicazioni elettroniche, ad esempio, tali regole coinvolgono la portabilità del numero, gli obblighi di servizio di emergenza, servizio universale, ecc.;
- regolamentazione di settore di tipo asimmetrico, ossia riferita a singoli soggetti. Ad es. nel caso delle comunicazioni elettroniche, si tratta dei c.d. obblighi per gli operatori che dispongono di un significativo potere di mercato (cfr. regolamentazione dei prezzi, dell'accesso, ecc.).

L'esigenza di un approfondimento mirato deriva principalmente dalla considerazione dei numerosi interrogativi legati al funzionamento delle piattaforme digitali ed alla considerazione del ruolo ricoperto dai nuovi attori rispetto al funzionamento del meccanismo concorrenziale.

In ambito europeo è in corso l'esame del ruolo dei nuovi soggetti presenti nella catena del valore, sia con riguardo alle implicazioni per il mercato delle comunicazioni elettroniche, sia relativamente ad altri settori tradizionali dell'economia. Tale analisi rientra nell'ampio dibattito

concernente la revisione del quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche (*Framework Review*) e delle connesse iniziative per la creazione del mercato unico digitale (*Digital Single Market*)<sup>(1)</sup>. A tal proposito, infatti, la Commissione Europea ha recentemente avviato le seguenti consultazioni pubbliche<sup>(2)</sup>:

- consultazione pubblica sul contesto regolamentare per le piattaforme, intermediari *online*, *data* e *cloud computing* e *collaborative economy* (scadenza dicembre 2015);
- consultazione pubblica sul superamento del blocco geografico ingiustificato (scadenza fine dicembre 2015);
- consultazione pubblica sulla Direttiva 2010/13/UE sui servizi di media audiovisivi – quadro dei media per il XXI secolo (scaduto 30 settembre 2015);
- consultazione pubblica sulla valutazione e revisione del quadro normativo per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (scadenza 7 dicembre 2015);
- consultazione pubblica su *ICT standard* (scadenza 16 dicembre 2015).

Al contempo, il BEREC<sup>(3)</sup> ha avviato una consultazione pubblica sul “*draft report on OTT services*”, in cui propone<sup>(4)</sup> una valutazione dei servizi c.d. *Over-the-Top* (in seguito OTT) sulla base di una tassonomia<sup>(5)</sup> basata sul potenziale di impatto sul settore delle comunicazioni elettroniche in termini di concorrenza, di tutela dei consumatori e sui riflessi sull’attuale quadro normativo di riferimento.

In previsione di eventuali interventi e prese di posizioni da parte dell’Autorità in ambito nazionale ed europeo, per i quali è utile disporre del maggior dettaglio di informazioni relativamente alle prassi adottate dai soggetti interessati, l’indagine intende approfondire, in linea con i questionari ed i documenti già proposti a livello comunitario, gli aspetti di seguito elencati:

- i nuovi modelli di *business* abilitati dalle piattaforme digitali;
- gli strumenti eventualmente a disposizione per garantire la tutela degli utenti e del mercato nel suo complesso;
- gli interventi regolamentari da considerare nell’ambito delle iniziative di revisione del quadro normativo, in riferimento a: *i*) la necessità di creare un *level playing field* tra i diversi soggetti valutando l’applicabilità dell’attuale quadro regolamentare ai nuovi soggetti attivi nei mercati delle comunicazioni elettroniche, l’opportunità di interventi regolamentari *ad hoc* o la revisione degli obblighi vigenti; *ii*) gli aspetti delle piattaforme digitali che dovrebbero essere valutati in caso di adozione di interventi regolamentari; *iii*)

---

<sup>1</sup> In generale, nell’ambito della strategia *Digital Single Market*, la Commissione Europea si propone di approfondire il ruolo economico delle fattispecie rientranti nella definizione di piattaforme *online* (come motori di ricerca, *social media*, siti di condivisione video, piattaforme di distribuzione di *app*, ecc.).

<sup>2</sup> Per completezza, si evidenziano anche le seguenti consultazioni pubbliche che sono collegate alle iniziative del *Digital Single Market*:

- consultazione pubblica sulle esigenze in termini di velocità e qualità di Internet oltre il 2020 (scadenza 7 dicembre 2015);
- consultazione pubblica sulla revisione della Direttiva Cavo-Satellite (scadenza 16 novembre 2015);
- consultazione pubblica sulla riduzione dei carichi amministrativi per le aziende derivanti da diversi regimi di IVA in Europa (scadenza 18 dicembre 2015).

<sup>3</sup> *Body of European Regulators for Electronic Communications*, istituito con il Regolamento (EC) n. 1211/2009.

<sup>4</sup> Documento BoR (15)142 recante “*Report on OTT services*”, ottobre 2015.

<sup>5</sup> Il documento BEREC propone la seguente tassonomia:

- OTT-0: OTT corrispondente ai servizi ECS;
- OTT-1: OTT non corrispondente ai servizi ECS, ma potenzialmente in competizione con un ECS;
- OTT-2: altri servizi OTT, tra cui piattaforme *social*, *e-commerce* ed i motori di ricerca.

gli strumenti di coordinamento delle piattaforme digitali, necessari per evitare condizioni di c.d. *geo-blocking* e per favorire lo sviluppo del mercato unico digitale europeo; iv) le possibili interazioni delle piattaforme sviluppate al di fuori del perimetro EU con l'evoluzione del mercato unico digitale europeo;

- le piattaforme di distribuzione e le tecnologie delle *app*;
- il ruolo delle c.d. *app* sociali, vale a dire dei servizi appartenenti al mercato dei “*consumer communication services*”<sup>(6)</sup>, che consentono la comunicazione in tempo reale tra due o più utenti tramite lo scambio di contenuti vocali, messaggi, foto e video.

Il presente documento raccoglie pertanto una serie di quesiti utili rispetto alle finalità sopra indicate. Al fine di facilitare l'inquadramento delle problematiche, tali quesiti sono accompagnati da un breve testo introduttivo che viene proposto esclusivamente per facilitare la definizione dell'ambito di approfondimento e per una più agevole identificazione delle tematiche esplorate. Tale testo, pertanto, non rappresenta né impegna le eventuali future decisioni dell'Autorità.

## 1. Quesiti generali

1. Lo sviluppo delle tecnologie e dei servizi disponibili sulle nuove piattaforme digitali ha determinato rilevanti cambiamenti nelle modalità di fruizione dei contenuti, nonché nelle condizioni di condivisione di risorse da parte degli utenti finali. Tali mutamenti influiscono significativamente sulle condizioni competitive del mercato, con ripercussioni sulla catena del valore e, in particolare, sull'intero settore delle comunicazioni elettroniche.

Dal punto di vista economico, la rilevanza delle piattaforme digitali<sup>(7)</sup> deriva dalla loro capacità di supportare operativamente la rapida ed ampia diffusione dei nuovi modelli organizzativi nei mercati di rilevanza strategica, con particolare riferimento a: sistemi di pagamento, trasporto di persone e di beni, consolle di videogiochi, sistemi per la raccolta pubblicitaria, distribuzione dei contenuti multimediali, sistemi di *e-commerce*, sistemi di appuntamento, ecc.<sup>(8)</sup>. L'analisi delle dinamiche di mercato rivela come, in conseguenza

---

<sup>6</sup> Cfr. Commissione Europea, *Case M. 7217, C (2014) 7239 final*.

<sup>7</sup> In questo ambito si fanno rientrare le fattispecie corrispondenti all'insieme delle piattaforme digitali utilizzate in Internet per la fornitura dei servizi. Si definisce, pertanto, un perimetro più ampio rispetto a quello individuato dalla Commissione Europea nell'ambito della consultazione pubblica sul “*Quadro normativo per le piattaforme, gli intermediari online, i dati e il cloud computing e l'economia collaborativa*” (scadenza Dicembre 2015), con cui essa intende analizzare il fenomeno di intermediazione *on-line*. Infatti, nell'ambito della citata consultazione, con il termine piattaforma la Commissione fa riferimento a “*un'impresa operante su mercati bilaterali o multilaterali che utilizza Internet per consentire interazioni tra due o più gruppi distinti ma interdipendenti di utenti al fine di generare valore per almeno uno dei gruppi. Alcune piattaforme si qualificano anche come prestatori intermediari di servizi*”. Secondo l'interpretazione fornita dalla Commissione, rientrano in tale definizione i motori di ricerca generalisti (ad es., *Google, Bing*), gli aggregatori di notizie (ad es., *Google News*), i sistemi di commercio *on-line* (ad es., *Amazon, eBay, Google Shopping, Kelkoo*), le piattaforme audiovisive e musicali (ad es., *Deezer, Spotify, Netflix, Apple TV*), le piattaforme di condivisione dei video (ad es., *YouTube, Dailymotion*), i sistemi di pagamento (ad es., *PayPal, Apple Pay*), i social network (ad es., *Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram*), gli *app store* (ad es., *Apple App Store, Google Play*) e le piattaforme della *sharing economy* (ad es., *Airbnb, Uber, TaskRabbit, Bla-bla Car*).

Coerentemente con la definizione data, la Commissione non riporta *Whatsapp, Skype, Viber* che, invece, sono da considerarsi all'interno del perimetro di indagine della presente analisi.

<sup>8</sup> Una piattaforma (o un operatore di piattaforma) può svilupparsi coinvolgendo contemporaneamente più settori e, al limite, tutti i settori dell'economia. L'adozione di tali soluzioni digitali, infatti, riguarda una vasta gamma di ambiti settoriali, economici e non, i quali si sviluppano attraverso i legami che vengono ad instaurarsi sulla piattaforma.

dello sviluppo di servizi innovativi fruibili tramite le piattaforme digitali, si siano progressivamente affermati nuovi soggetti in grado di svolgere un ruolo attivo nella cosiddetta catena del valore e di generare un significativo mutamento nelle condizioni competitive, ancorché sottratti all'intervento regolamentare di settore.

- a. Ritiene che alcune delle piattaforme digitali abbiano acquisito una dimensione ed un ruolo di significativa rilevanza per lo sviluppo dell'economia?
- b. Ritiene che sia opportuno mantenere una regolamentazione di tipo verticale (regolamentando indipendentemente i settori, come si verifica nell'attuale quadro di riferimento) e/o sia, invece, opportuno considerare all'interno della regolamentazione un ruolo specifico per le piattaforme digitali? <sup>(9)</sup>
- c. Quali sono le questioni da approfondire nell'ambito delle iniziative di revisione del quadro normativo con riferimento alle piattaforme digitali? Ritiene opportuna la predisposizione di adeguati strumenti per la tutela dell'interesse pubblico? Alternativamente, ritiene che sia opportuno prevedere una regolamentazione delle piattaforme *on-line* e/o delle piattaforme tecnologiche utilizzate per offrire i servizi digitali? A quali soggetti dovrebbe applicarsi tale disciplina?
- d. Ritiene che sia opportuno prevedere specifiche misure di trasparenza, accesso, non discriminazione, ecc., nei confronti delle piattaforme digitali? In quali casi? Quali ulteriori obblighi dovrebbero essere implementati?
- e. In quale misura i motori di ricerca dovrebbero rientrare tra le considerazioni di sopra effettuate? <sup>(10)</sup>
- f. Nel caso in cui ritenga inappropriata l'introduzione di una regolamentazione delle piattaforme, quale dovrebbe essere l'inquadramento regolamentare con riferimento ai sistemi di distribuzione di *app*? <sup>(11)</sup>
- g. Quali sono le questioni e gli aspetti che dovrebbero rientrare nelle competenze di AGCOM?

2. Con riferimento alle modalità di funzionamento, di primaria rilevanza è la considerazione che il valore della piattaforma risulta quasi sempre legato alla capacità di accrescere le adesioni in ciascun segmento. Il valore della risorsa di intermediazione (ossia, della stessa piattaforma di intermediazione) dipende in maniera cruciale dal numero di utenti che ne fanno parte e, più incisivamente, dal numero di utenti che ci si aspetta ne farà parte in futuro. Tuttavia, l'analisi dell'impatto delle c.d. esternalità di rete per la diffusione delle piattaforme digitali evidenzia la sussistenza di un possibile fallimento del mercato. In altre parole, al crescere del numero delle adesioni alla piattaforma si genera non soltanto un incremento del beneficio individuale (da parte del soggetto aderente alla risorsa di intermediazione), ma anche del benessere collettivo, inteso come maggiore utilità che da questa adesione deriva per coloro che sono già membri, producendo un'esternalità positiva (consumo inferiore rispetto a quello socialmente ottimale). In tal senso, come suggerito dalla prassi economica, possono verificarsi condizioni per un fallimento del mercato e quindi si rende plausibile la valutazione delle modalità di intervento da ritenere più opportune per il raggiungimento dell'equilibrio economico.

---

<sup>9</sup> Basandosi sulla considerazione in assenza di intervento sulla piattaforma, si determinerebbe, ad es. una proliferazione di interventi di tipo verticale, col rischio di frammentazione delle politiche regolatorie.

<sup>10</sup> Cfr. quesito n. 3 del paragrafo 2.

<sup>11</sup> Cfr. quesiti n. 10 e 11 del paragrafo 2.

- a. Ritiene utile l'adozione di un intervento da parte dell'Autorità? Occorre prevedere delle forme di vigilanza?
3. L'analisi delle implicazioni competitive derivanti dalla diffusione delle piattaforme digitali richiede di valutare anche le interazioni che avvengono internamente alla filiera ai diversi livelli gerarchici della rete: la dimensione tecnologica delle piattaforme digitali assume rilevanza nella misura in cui esse sono funzionali alla diffusione e sviluppo dei livelli superiori dell'architettura di Internet, tipicamente rappresentati dalle applicazioni. Alcune applicazioni acquistano una funzione essenziale per l'esercizio stesso del modello di business tipico delle piattaforme digitali. <sup>(12)</sup>
- a. Quali sono i principali esempi in cui l'analisi del *business model* della *app* deve ritenersi opportuna e, conseguentemente, deve essere svolta in relazione al beneficio apportato alla piattaforma?
- b. Quale ruolo assumono le informazioni in merito al traffico dei dati gestito dalla piattaforma? Esistono e, in tal caso, quali sono i costi nascosti per l'utente?
4. Il ruolo delle esternalità di rete nella diffusione di nuove soluzioni tecniche ed organizzative per la produzione e consumo dei beni e servizi tradizionali pone in evidenza alcune criticità, essenzialmente connesse al rischio del verificarsi di fenomeni di *technology lock-in*: nel momento in cui una soluzione tecnologica diventa predominante (come per la diffusione della piattaforma), nel lungo periodo essa potrebbe non rivelarsi come quella in grado di garantire i *payoff* più elevati, ma tuttavia non vi sarà possibilità di cambiamento, almeno fino alla successiva ondata di innovazioni tecnologiche.
- a. In quale misura ritiene che sia opportuno accettare tale condizione? Quale eventuale intervento regolamentare dovrebbe essere considerato?
5. Il dibattito in corso in merito agli aspetti regolamentari approfondisce l'analisi delle condizioni competitive esistenti da parte dei diversi soggetti che operano all'interno dell'economia digitale ed in altri settori strategici dell'economia. In particolare, la possibilità di offrire prodotti più competitivi e differenziati, sulla base della capacità di acquisire le informazioni sulle scelte di consumo e rispondere alle esigenze dei consumatori, nonché il trattamento regolamentare asimmetrico di cui beneficiano le piattaforme, alterano la capacità dei regolatori settoriali di garantire il perseguimento di un *level playing field*. In aggiunta, la possibilità di realizzare delle forme di sussidi incrociati <sup>(13)</sup> in ragione del modello di business adottato dalle piattaforme *on-line* genera un impatto sulle pressioni competitive effettivamente esercitabili dalle piattaforme *on-line* sugli operatori tradizionali del mercato. <sup>(14)</sup>

---

<sup>12</sup> Si cita ad, es il caso di *Whatsapp* (escluso dall'elenco della Commissione), in cui l'algoritmo implementato dall'applicativo installato nello *Smartphone* comunica periodicamente l'intera rubrica telefonica al gestore centralizzato del servizio. Tale caratteristica, unitamente all'analisi del traffico di messaggi e del servizio (che viene offerto a prezzo molto basso o, addirittura, nullo) sembra essere una delle caratteristiche principali di questa APP, che trova applicazione nell'*app Facebook*, citata dalla Commissione per estendere la rete delle amicizie.

<sup>13</sup> Consistenti nell'incentivare l'accesso da parte dei soggetti appartenenti ad uno dei segmenti del mercato mediante l'applicazione di un prezzo al limite pari a zero (o comunque, al di sotto di quello di equilibrio) finanziandolo mediante l'applicazione di un prezzo non competitivo nei confronti del versante opposto.

<sup>14</sup> La maggiore competitività delle piattaforme deriva dalla capacità di raccogliere un più ampio consenso da parte dei fruitori dei servizi erogati e, contestualmente, di stimolare con una crescente intensità l'adesione da parte di soggetti, spesso non infrastrutturati, che si pongono in posizione di fornitori dei servizi attraverso la piattaforma.

In tal caso, occorre valutare in quale misura sia possibile consentire la disponibilità di un trattamento asimmetrico a beneficio del canale digitale e, in particolare, consentire che l'informativa relativa al volume degli scambi economici connessi a tale modalità non sia resa disponibile dai gestori delle piattaforme tecnologiche rilevanti.

- a. Esistono dei casi/condizioni in cui, da una parte sussistono degli obblighi regolamentari nei confronti degli operatori tradizionali, mentre dall'altra, vi sono alcuni soggetti che utilizzano le tecnologie associate alla rete Internet, non permettendo il raggiungimento di un *level playing field* nei settori di rilevanza strategica per l'economia? Quali sono gli ambiti che dovrebbero essere considerati dai regolatori?
- b. Ritiene che gli obblighi si debbano applicare simmetricamente nei confronti di tutti i soggetti e/o riguardare solo una parte di essi? Nel caso di regolamentazione asimmetrica, a quali dovrebbero essere i soggetti interessati?
- c. Nel caso in cui una *app* realizzi il terminale di uno sportello commerciale, essa dovrebbe richiedere, ai fini della sua diffusione, la disponibilità dei titoli abilitativi che sono richiesti nelle usuali attività commerciali?
- d. In quale modo una piattaforma *on-line* si relaziona (anche in riferimento all'indagine promossa dalla Commissione Europea) con i c.d. OTT (anche in riferimento al documento del BEREC in corso di Consultazione)?
- e. In particolare, rispetto alla tassonomia proposta dal BEREC, quali considerazioni dovrebbero applicarsi agli OTT-1?
- f. Con riferimento alle piattaforme, ritiene utile identificare, tra le altre, le piattaforme tecnologiche e/o di intermediazione che offrono servizi di particolare rilevanza per l'interesse pubblico?
- g. In questi casi, è utile considerare l'adozione di obblighi simmetrici in capo a tutti i soggetti? <sup>(15)</sup>
- h. Quali considerazioni devono essere svolte per limitare la c.d. frammentazione digitale ai fini del superamento del blocco geografico ingiustificato? <sup>(16)</sup>

---

<sup>15</sup> Cfr. provvedimento n. AS1222 dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

<sup>16</sup> Cfr. anche la consultazione pubblica sul superamento del blocco geografico ingiustificato avviata dalla Commissione Europea.

## 2. Quesiti relativi alle piattaforme e alle tecnologie di distribuzione delle *app*

La presente sezione del questionario è rivolta ai gestori di piattaforme di distribuzione di *app* e delle tecnologie collegate.

1. Indicare il nome e le caratteristiche principali della piattaforma di distribuzione di *app* gestita dalla Società.
2. Quali sono i criteri utilizzati per stabilire il posizionamento delle *app* nella lista pubblicata sulla piattaforma?
3. Al fine di stabilire il posizionamento delle *app* nella lista vengono utilizzate anche informazioni legate alle preferenze degli utenti o relative agli acquisti e ai *download* effettuati dagli utenti presso altre piattaforme? In caso di risposta affermativa, specificare quali informazioni vengono utilizzate e in quale modo.
4. Dal punto di vista formale, la pubblicazione di una *app* può essere equiparata alla pubblicazione di un contenuto editoriale? In quali casi?
5. Alle *app* disponibili sui dispositivi di *smart Tv* deve essere riservato il medesimo trattamento regolamentare previsto per quelle fruibili tramite *pc*, *smartphone* e *tablet*?
6. Secondo quale criterio vengono ripartiti i ricavi derivanti dal *download* delle *app*?
7. Gli sviluppatori hanno la possibilità di promuovere le proprie *app* nella piattaforma pagando perché venga data loro maggiore evidenza rispetto ad altre *app* (ad esempio, scegliendo la posizione della propria *app* nella lista o una formattazione che metta in risalto la propria *app* rispetto alle altre)?
8. Le *app* proposte dagli sviluppatori devono sottostare a un processo di approvazione preventiva al fine di essere inserite nella piattaforma? In caso di risposta affermativa, specificare i criteri utilizzati.
9. Quali sono le principali criticità nei rapporti con i produttori/fornitori di *app*? Quali sono le possibili cause (ad esempio, le modalità di tariffazione, le politiche di riservatezza dei dati personali, le condizioni di trasparenza contrattuale, ecc.)?
10. Quali si ritiene possano essere le eventuali problematiche regolamentari connesse alle piattaforme di distribuzione delle *app*? In quali casi è opportuno prevedere l'adozione di condizioni di non discriminazione? Occorre prevedere un'attività di vigilanza? Rispetto a quali ambiti di interesse?
11. Nei casi in cui sia disposto il blocco di utilizzo di una *app* <sup>(17)</sup> ritiene che il provvedimento di blocco debba prevedere: *i*) il divieto di pubblicazione sulla piattaforma di distribuzione dell'*app*; *ii*) il divieto di commercializzazione/diffusione dell'*app*; *iii*) un intervento sulla rete dell'operatore di comunicazioni elettroniche per bloccare il traffico generato dall'*app*; *iv*) un intervento di blocco sui terminali per inibire l'esecuzione dell'*app*; *v*) altro?
12. Fornire eventuali *report*, studi o elaborati in tema di piattaforme digitali e servizi di *app*, prodotti dalla Società o commissionati a soggetti terzi.

---

<sup>17</sup> Cfr., ad es., il provvedimento disposto dal Tribunale delle imprese di Milano che ha confermato, in sede di reclamo, un'ordinanza ex art. 700 c.p.c. con cui era stata inibita l'utilizzazione sul territorio nazionale dell'*app UberPop*. Nelle motivazioni del provvedimento viene evidenziato che l'attività prestata attraverso *UberPop* non può essere svolta a discapito dell'interesse pubblico primario di tutelare la sicurezza delle persone trasportate, sia con riferimento alla efficienza delle vetture utilizzate e alla idoneità dei conducenti, che tramite adeguate coperture assicurative per il trasporto di persone.

Riferimenti: ordinanza del 25 maggio 2015, R.G. n. 16612/2015, in primo grado; ordinanza del 2 luglio 2015, R.G. nn. 35445/2015 e 36491/2015, in sede di reclamo.



### 3. Quesiti relativi ai servizi di *app* sociali – aspetti qualitativi

La presente sezione del questionario è rivolta ai fornitori di *app* sociali, agli operatori che offrono servizi di comunicazione *retail* e ai gestori di piattaforme di distribuzione di *app*.

Con l'espressione “*app* sociali” si fa riferimento ai servizi appartenenti al mercato dei “*consumer communication services*” che consentono la comunicazione in tempo reale tra due o più utenti tramite lo scambio di contenuti vocali, messaggi, foto e video. A titolo di esempio, ricadono nella definizione di *app* sociali servizi quali *WhatsApp*, *Telegram*, *WeChat*, *Viber* e *Skype*.

1. Quali si ritiene siano i principali mercati delle comunicazioni interessati dallo sviluppo dei servizi di *app* sociali?
2. Si ritiene che, dal lato della domanda, i servizi di *app* sociali siano sostituibili rispetto ai servizi offerti dagli operatori tradizionali (telefonate, SMS, MMS, ecc.)? In caso di risposta negativa, in cosa differiscono le due tipologie di servizi?
3. Quali sono le barriere all'entrata e all'espansione che i produttori/fornitori di servizi di *app* sociali incontrano nel mercato dei *consumer communication services*? Si tratta di barriere di tipo economico, contrattuale e/o tecnico? Sono barriere strutturali o strategiche?
4. Si ritiene che lo sviluppo e la diffusione dei servizi di *app* sociali possa avere effetti positivi sul benessere del consumatore finale e sugli investimenti nel settore?
5. Si ritiene che i produttori/fornitori di servizi di *app* sociali debbano remunerare i detentori delle infrastrutture e i titolari delle numerazioni per l'utilizzo delle loro risorse? In caso di risposta affermativa, in quale modo?
6. Si ritiene opportuna la definizione di una regolamentazione ad hoc che disciplini gli accordi tra produttori/fornitori di *app* sociali e operatori di rete al fine di evitare la messa in atto di comportamenti escludenti verso soggetti terzi (quali accordi di accesso e interconnessione e politiche di prezzo)?
7. Quali sono le controversie che possono nascere fra produttori/fornitori di *app* sociali e operatori di rete e tra produttori/fornitori di *app* sociali e utenti finali? Si ritiene che gli strumenti regolamentari attualmente previsti per la risoluzione delle controversie possano essere utilizzati anche nel contesto dei produttori/fornitori di *app* sociali oppure si ritiene opportuna l'introduzione di strumenti regolamentari *ad hoc*?
8. Quali sono le principali criticità nei rapporti tra produttori/fornitori di *app* sociali e operatori di rete? Quali sono le possibili cause (ad esempio, le modalità di tariffazione, le politiche di riservatezza dei dati personali, le condizioni di trasparenza contrattuale, ecc.)?
9. Quali sono le principali criticità nei rapporti tra produttori/fornitori di *app* sociali e utenti finali? Quali sono le possibili cause (ad esempio, le modalità di tariffazione, le politiche di riservatezza dei dati personali, le condizioni di trasparenza contrattuale, ecc.)?
10. Si ritiene opportuna la previsione di obblighi di trasparenza in capo ai produttori/fornitori di *app* sociali nei confronti degli utenti finali? In caso di risposta affermativa, si ritiene che la declinazione tradizionale degli obblighi di trasparenza previsti per gli operatori di rete possa essere adattata al contesto dei produttori/fornitori di *app* sociali oppure si ritiene opportuna l'introduzione di una regolamentazione *ad hoc*?
11. Si ritiene che la previsione di appropriati obblighi informativi e di trasparenza in capo ai produttori/fornitori di *app* sociali sia di per sé sufficiente a garantire i diritti degli utenti, o sarebbe opportuno prevedere ulteriori obblighi regolamentari a tutela di questi ultimi?
12. Quali sono i rischi connessi alla tutela della *privacy*?
13. Quali sono i rischi in materia di tutela del diritto d'autore?

14. Quali sono i rischi connessi all'utilizzo dei servizi di *app* sociali da parte di utenti minorenni?
15. Descrivere in dettaglio i rapporti commerciali e gli accordi in essere tra la Società e i seguenti soggetti:
- fornitori di servizi Internet (*Google, Facebook, Apple, Skype...*);
  - fornitori di contenuti;
  - operatori di telecomunicazioni;
  - fornitori di *hardware* (*Apple, Samsung, Alcatel Lucent, Huawei, ...*);
  - fornitori di sistemi operativi.
16. Fornire eventuali *report*, studi o elaborati in tema di piattaforme digitali e servizi di *app* sociali, prodotti dalla Società o commissionati a soggetti terzi.

#### **4. Quesiti relativi ai servizi di *app* sociali – aspetti quantitativi**

La presente sezione del questionario è rivolta ai fornitori di *app* sociali, agli operatori che offrono servizi di comunicazione *retail* e ai gestori di piattaforme di distribuzione di *app*.

Con l'espressione "*app* sociali" si fa riferimento ai servizi appartenenti al mercato dei "*consumer communication services*" che consentono la comunicazione in tempo reale tra due o più utenti tramite lo scambio di contenuti vocali, messaggi, foto e video. A titolo di esempio, ricadono nella definizione di *app* sociali servizi quali *WhatsApp, Telegram, WeChat, Viber e Skype*.

Le informazioni richieste riguardano le caratteristiche delle *app* offerte e le funzionalità supportate, nonché i relativi ricavi, volumi e costi sostenuti. Si richiedono altresì informazioni concernenti le piattaforme di distribuzione delle *app* e, in generale, sullo sviluppo e diffusione dei servizi di *app* sociali nell'ambito dei mercati delle comunicazioni.

I ricavi dichiarati, relativi al periodo 2010-2014, devono essere desunti dal bilancio d'esercizio. Relativamente al 2015 si richiede una stima sulla base del *budget* previsionale e del piano industriale.

Tutti i volumi richiesti sono da intendersi come valori complessivi alla fine dell'anno di riferimento (al 31 dicembre). Nel caso dell'anno 2015, si fornisca una stima.

Il questionario deve essere compilato rispettando la struttura delle tabelle proposte, senza l'introduzione di righe e/o colonne aggiuntive, a meno che non sia diversamente richiesto. Eventuali osservazioni potranno essere riportate nel campo "Note" in calce a ogni tabella.

**Tabella 1 - Descrizione dettagliata delle app fornite.**

Inserire nuove tabelle nel caso vi siano più app fornite. Inserire nuove tabelle nel caso in cui le app abbiano caratteristiche differenti a seconda della zona geografica in cui sono fornite (ad esempio, Italia, Europa e resto del mondo).

<b>Nome dell'app</b>	
<b>Breve descrizione dell'app</b>	
<b>funzionalità supportate dall'app</b>	
trasferimento di file multimediali	
chiamate VoIP	
videochiamate	
messaggistica istantanea	
localizzazione geografica	
... <sup>1</sup>	
<b>dispositivi su cui è utilizzabile l'app</b>	
pc	
smartphone	
tablet	
<b>sistemi operativi su cui è utilizzabile l'app</b>	
Android	
iOS	
Windows Mobile	
... <sup>2</sup>	
<b>app sociali interoperabili<sup>3</sup></b>	
<b>dispositivi su cui è prevista la pre-istallazione dell'app<sup>4</sup></b>	
pc	
smartphone	
tablet	
<b>informazioni necessarie per la registrazione dell'utente</b>	
numero di telefono	
email	
... <sup>5</sup>	
<b>informazioni dell'utente cui l'app ha accesso</b>	
anagrafica dell'utente	
rubrica contatti	
posizione geografica	
archivio di foto e video	
... <sup>6</sup>	
<b>piattaforme integrate nelle credenziali di accesso<sup>7</sup></b>	

<sup>1</sup> indicare eventuali altre caratteristiche o funzionalità offerte

- <sup>2</sup> indicare eventuali altri sistemi operativi che supportano l'*app*
- <sup>3</sup> indicare eventuali altre *app* sociali con le quali è prevista l'interoperabilità
- <sup>4</sup> indicare i dispositivi sui quali è eventualmente prevista la pre-installazione dell'*app* senza azione attiva dell'utente
- <sup>5</sup> indicare eventuali altre informazioni richieste
- <sup>6</sup> indicare eventuali altre informazioni/dati dell'utente cui l'*app* ha accesso
- <sup>7</sup> indicare eventuali altre piattaforme con le quali esistono accordi di condivisione delle credenziali di accesso dell'utente

**Note:**

**Tabella 2 - Piani tariffari dei servizi in abbonamento attivi al 31 ottobre 2015 in Italia.**

Specificare nel campo “Note” la durata dell’abbonamento (semestrale, annuale, ...). Inserire nuove tabelle nel caso vi siano più *app* fornite e/o più piani tariffari per ogni *app*.

<b>Nome dell'<i>app</i></b>	
<b>Nome dell'offerta</b>	
<b>Dettagli dell'offerta</b>	
costo di attivazione [€]	
costo di disattivazione [€]	
costo dell'abbonamento [€]	
numero di SMS inclusi nell'offerta	
numero di MMS inclusi nell'offerta	
traffico dati incluso nell'offerta [Gbyte]	
numero di minuti di chiamate VoIP inclusi nell'offerta	
altri servizi/prodotti inclusi nell'offerta	

**Note:**

**Tabella 3 - Ricavi, costi e investimenti relativi alle *app* fornite.**

I dati dichiarati, relativi al periodo 2010-2014, devono essere desunti dal bilancio d'esercizio. Relativamente al 2015 si richiede una stima sulla base del *budget* previsionale e del piano industriale.

Nel caso in cui l'attività di produzione delle *app* sia iniziata prima del 2010, indicare nel campo "Note" l'anno di *start-up* e gli investimenti effettuati in tale anno con il dettaglio riportato in tabella (sviluppo e ricerca, prodotti *hardware*, ecc.).

<b>Ricavi [milioni € o % sul totale]</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
da <i>download</i>						
da invio di messaggi						
da chiamate VoIP						
da inserzioni pubblicitarie						
da acquisti <i>in-app</i>						
da rivendita dei dati degli utenti						
altri <sup>1</sup>						
<b>Ricavi totali [milioni €]</b>						
<b>Costi [milioni € o % sul totale]</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
costi amministrativi <sup>2</sup>						
costi commerciali <sup>3</sup>						
altri <sup>1</sup>						
<b>Costi totali [milioni €]</b>						
<b>Investimenti [milioni € o % sul totale]</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
per sviluppo e ricerca						
per prodotti <i>hardware</i>						
per prodotti <i>software</i>						
per licenze e <i>know-how</i>						
per pubblicità						
altri <sup>1</sup>						
<b>Investimenti totali [milioni €]</b>						

<sup>1</sup> specificare nel campo "Note" la tipologia di ricavi/costi/investimenti

<sup>2</sup> ad esempio, per la gestione della fatturazione e dei contratti, per la locazione degli immobili, ecc.

<sup>3</sup> ad esempio, per l'assistenza clienti, ecc.

**Note:**

**Tabella 4 - Indicare i volumi richiesti in tabella per le *app* fornite.**

Tutti i volumi richiesti sono da intendersi come valori complessivi alla fine dell'anno di riferimento (al 31 dicembre). Nel caso dell'anno 2015, si fornisca una stima.

Inserire nuove tabelle nel caso vi siano più *app* fornite.

Inserire nuove tabelle nel caso in cui si disponga dei volumi richiesti per singole aree geografiche (ad esempio, Italia, Europa e resto del mondo).

<b>Nome dell'<i>app</i></b>						
<b>Volumi</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Utenti attivi [milioni]</b>						
<b>Numero di <i>download</i> per dispositivo [milioni]</b>						
da <i>smartphone</i>						
da pc						
da <i>tablet</i>						
<b>Numero di <i>download</i> per sistema operativo [milioni]</b>						
Android						
Windows Mobile						
iOS						
altri sistemi operativi						
<b>Volumi di dati [Terabyte]</b>						
<b>Numero di minuti di chiamate VoIP [milioni]</b>						

**Note:**