

5. IL PROCESSO DI CONVERGENZA

Il processo di convergenza di telecomunicazioni, informatica e *media* è in atto da oltre dieci anni. Esso è stato oggetto di innumerevoli considerazioni e analisi da parte di una pluralità di fonti, poiché le implicazioni generali della convergenza di telecomunicazioni, informatica e *media* hanno riflessi sui comportamenti organizzativi delle istituzioni, sulle strategie e sulle competenze delle imprese, nonché sui comportamenti degli stessi cittadini - consumatori. Tuttavia è opportuno riflettere brevemente su come questo processo stia prendendo corpo in Italia e – in particolare – sui criteri che è possibile considerare ai fini di una prima valutazione del cammino del nostro Paese sulla strada della convergenza. Parleremo quindi – brevemente – di misurabilità della convergenza, anche se si tratta di un tema troppo vasto per poter essere esposto in questa sede.

Per quanto concerne le istituzioni, la convergenza tra telecomunicazioni, informatica e televisione è un fenomeno che è anche all'origine della scelta del legislatore di dare vita a una autorità che appunto viene definita "di convergenza", giacché riunisce in sé competenze regolamentari su vasti settori della comunicazione (telecomunicazioni, radio-televisione, editoria). L'Autorità, fin dall'avvio dei suoi lavori (luglio 1998), ha fatto della convergenza un costante punto di riferimento per la propria attività, sia in termini di organizzazione interna, sia per quanto concerne le sue relazioni con il mercato. All'interno, il Consiglio ha affrontato collegialmente le più importanti decisioni relative alle infrastrutture e ai servizi, sia che riguardassero i servizi di telecomunicazioni o televisivi, sia che si applicassero alle infrastrutture di comunicazione. All'esterno, l'Autorità ha fin dall'inizio promosso lo sviluppo della tecnologia digitale come integratore di mercati e, in generale, come motore dello sviluppo del sistema della comunicazione nel nostro Paese.

Ne sono un esempio la pubblicazione del Libro Bianco sulla televisione digitale terrestre, le decisioni sull'introduzione dell'accesso disaggregato alla rete locale (*unbundling of the local loop*) e sull'accesso veloce a Internet tramite tecnologia ADSL, quelle sull'introduzione della telefonia mobile di terza generazione e la prossima regolamentazione dell'accesso fisso tramite sistemi radio (*wireless local loop*).

La risultante di tali azioni è l'avvio di un processo di convergenza tra le principali tecnologie della comunicazione disponibili, che prelude alla fornitura integrata di reti e servizi da parte di una pluralità di soggetti con capacità differenti. Una misurazione anche approssimativa, ma utile, di tale processo si potrebbe realizzare se si mettessero a confronto, come viene fatto in maniera puramente indicativa nella tabella 1, mercati e tecnologie della comunicazione.

Un confronto tra la situazione odierna e quella di due anni fa, evidenzia alcune realtà di fatto:

Tabella 1 – **Indicatori di convergenza**

	1998	2000
Telecomunicazioni	Rete fissa come network prevalente	In alcuni paesi (Italia, Finlandia, etc.) il numero di telefoni mobili ha superato il numero di linee fisse
Telecomunicazioni mobili	Basso utilizzo di SMS (messaggi su rete GSM)	In Italia vengono scambiati oltre 18mln di SMS al giorno, aprendo la strada alla fornitura dei servizi dati attraverso il terminale mobile
Telecomunicazioni mobili	È possibile inviare SMS attraverso la rete GSM	Sono disponibili circa 500.000 terminali WAP in Italia; l'introduzione del GPRS è prevista per la fine dell'anno
Audiovisivo	Minima parte di abbonamenti al digitale, no <i>pay tv</i>	La <i>pay tv</i> (2 milioni di abbonati) costituisce la parte maggiore degli abbonamenti alla tv digitale, che oggi è interattiva grazie al modem inserito nel decoder e presto potrà esserlo direttamente via satellite
Internet/accesso	L'accesso a Internet a banda larga è possibile solo per clienti aziendali di una certa rilevanza	L'accesso a Internet a banda larga è possibile per milioni di utenti privati, sia pure nell'ambito delle prestazioni tecnologiche dell'ADSL
Internet/mercato	Il mercato degli abbonamenti a Internet è statico e molto al di sotto della media europea	L'utilizzo di Internet conosce un boom dopo l'introduzione del modello Freenet (pagamento della connessione ma non dell'abbonamento annuale)
Stampa	Alcuni giornali sono online, ma in linea di massima si tratta di una presenza di facciata	Numerosi quotidiani hanno dedicato risorse significative alla realizzazione di quotidiani-portali in rete

Per le imprese, la convergenza rappresenta un ambiente complesso, incerto e ad alto tasso di innovazione - se non altro semantica ancora prima che fattuale, visto il ruolo della comunicazione pubblicitaria e dei media nell'anticipare gli effetti concreti del pur notevolissimo passo del progresso tecnologico. Le decisioni strategiche delle imprese devono fronteggiare la necessità del cambiamento, l'inerzia organizzativa interna e la difficoltà della regolamentazione di tenere il passo dello svilup-

po tecnico. L'andamento quantitativo dell'innovazione e della diversificazione tecnologica delle imprese può essere misurato attraverso l'indicatore di brevetto. A tal fine si analizza la dinamica innovativa delle imprese in alcune classi della convergenza (es. Internet e telefonia mobile), poi la diversificazione in famiglie tecnologiche (es. elettronica) e la spesa in ricerca e sviluppo. È inoltre possibile esaminare a livello qualitativo le strategie e i comportamenti delle imprese maggiori, in particolare per quanto concerne l'entrata nei settori delle telecomunicazioni, dei *media*, dell'editoria.

Per i consumatori, la convergenza si traduce essenzialmente in una sovrapposizione delle offerte, con notevoli vantaggi derivanti dalla concorrenza, ma anche, per taluni, in un senso di inadeguatezza alla modernizzazione spinta dalle logiche del marketing più che dai bisogni reali.

L'Autorità è particolarmente impegnata per aumentare la trasparenza e per verificare la correttezza delle offerte commerciali e di nuovi servizi, nella consapevolezza che l'ambiente convergente deve consentire a cittadini e consumatori di beneficiare di vantaggi, minimizzando i disagi connessi a una transizione veloce e di non facile apprezzamento. In un ambiente convergente è particolarmente importante, inoltre, disporre di parametri e di criteri per la valutazione delle continue sollecitazioni all'acquisto che i consumatori si trovano a dover filtrare. Gli indicatori di convergenza per quanto riguarda i consumatori si possono rinvenire in parametri quali indici di penetrazione (es. della telefonia mobile), ma anche nelle risposte all'aumento degli investimenti pubblicitari in beni e servizi della comunicazione e, come si evince da alcune ricerche universitarie, dalla rappresentazione che gli italiani danno delle loro famiglie, circondate da beni tecnologici innovativi in un contesto che rimane tradizionale.

Per analizzare il fenomeno in maggiore dettaglio è utile fare riferimento innanzitutto alla nozione stessa di convergenza. Già la Commissione europea aveva, nel suo Libro Verde sulla convergenza (1997), accolto una duplice accezione: la prima, di natura squisitamente tecnica, corrispondeva alla "capacità di differenti piattaforme di rete di gestire servizi di tipo fondamentalmente simile"; la seconda, invece, di più immediata evidenza, corrispondeva alla "unificazione di apparecchiature di largo consumo" (ad esempio telefono, televisione e computer).

La spinta della tecnologia digitale ha in effetti completamente rivoluzionato le tradizionali ripartizioni tra le singole attività economiche e conseguentemente ha stimolato gli operatori a fornire prodotti e servizi del tutto innovativi, che si pongono al di fuori delle tradizionali classificazioni. Questa sempre più evidente tendenza del mercato incontra altre tendenze presenti nell'insieme della società, sia essa guardata attraverso il comportamento dei consumatori sia in riferimento al mondo delle istituzioni. Le tendenze parlano di una pluralità di convergenze e di fenomeni dinamici, che possono essere definite "piccole convergenze" o "sub-convergenze", come ad esempio una convergenza tecnologica, una convergenza di contenuti, una convergenza economica; a ciò si affianca

una convergenza istituzionale, di diversa natura, che riflette una convergenza di poteri e istituzioni di tipo orizzontale (incroci tra legislazione ordinaria, di settore, di *competition law*).

La convergenza tecnologica (nelle reti, nei servizi e nei terminali) aumenta le opportunità di sviluppare nuovi prodotti e servizi, creando compatibilità e una fitta rete di ponti da una tecnologia all'altra, attraverso l'interoperabilità degli standard e una continua ibridazione tra interfacce tecniche e tra modelli operativi e di business.

Come più volte menzionato nel corso della presente relazione, Internet diviene la piattaforma digitale che gli operatori economici utilizzano per offrire i propri prodotti e servizi e anche servizi di comunicazione che sembravano in contrasto con la natura primaria del mezzo (si pensi alla radiodiffusione sul *web*, alle comunicazioni vocali via Internet, all'accesso alla rete a mezzo della telefonia cellulare).

La convergenza dei contenuti è basata sull'uso universale e sulla combinazione di differenti formati digitali. La plasmabilità del materiale digitale richiede nuove competenze nel campo del copyright per comporre le contrapposte esigenze di tutela dei diritti degli autori (e di coloro che ne sfruttano i copyright ad essi ceduti, ovvero le *major* cinematografiche, le case editrici, i network televisivi).

La convergenza economica sarà principalmente articolata in due direzioni: una convergenza dei mercati, per esempio audiovisivo, telecomunicazioni e Internet, e una convergenza di società, con continue fusioni, acquisizioni, incorporazioni, ma anche con una verticalizzazione della catena del valore (ad esempio attraverso l'offerta diretta di contenuti attraverso la Rete, siano essi musica, film o informazioni).

La fusione Vivendi - Universal, Aol - Time Warner così come l'operazione Telecom Italia - SEAT Pagine Gialle sono esempi di integrazione verticale, che creano gruppi industriali capaci di coprire autonomamente l'intera catena di valore, dalla produzione del contenuto alla distribuzione finale, senza necessità di ricorrere ad operatori esterni.

La convergenza istituzionale, infine, potrebbe registrare l'evoluzione verso un'unificazione delle varie autorità di regolamentazione esistenti, che saranno più integrate e meno specialistiche. Certamente fin da oggi la regolamentazione delle telecomunicazioni, ma anche dell'audiovisivo, richiede una crescente interazione tra autorità di regolamentazione della concorrenza e autorità di settore, nonché un coordinamento su scala internazionale dell'attività regolamentare.

In conclusione, la convergenza, che al momento della creazione dell'Autorità era praticamente un termine riservato agli addetti ai lavori, è entrata prepotentemente nelle case degli italiani nel corso degli ultimi due anni. Lo sviluppo del mercato delle telecomunicazioni, la crescita della televisione digitale, l'ottimo stato di salute della radio e l'affermazione di Internet come mezzo di comunicazione e di lavoro, nonché l'incessante progresso informatico, hanno interessato in modo particolarmente vivace il nostro Paese, che rappresenta ormai uno dei mercati convergenti più importanti d'Europa.