

DELIBERA N. 665/09/CONS

INDIVIDUAZIONE DELLE PIATTAFORME EMERGENTI AI FINI DELLA COMMERCIALIZZAZIONE DEI DIRITTI AUDIOVISIVI SPORTIVI, AI SENSI DELL'ART. 14, DEL D.LGS. 9 GENNAIO 2008, N. 9 E DELL'ART. 10 DEL REGOLAMENTO ADOTTATO CON DELIBERA N. 307/08/CONS

L'AUTORITA'

NELLA sua riunione di Consiglio del 26 novembre 2009;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo" (la "Legge"), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n.177 - supplemento ordinario n. 154;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche" (il "Codice"), pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante "Testo unico della radiotelevisione" (il "Testo Unico"), pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 7 settembre 2005, n. 150;

VISTO il decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse" ("il Decreto"), pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 1° febbraio 2008, n. 27 e, in particolare, l'art. 14, comma 1, che recita "L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni individua, periodicamente e con cadenza almeno biennale, le piattaforme emergenti, tenendo conto anche delle analisi di mercato previste dal titolo II, capo I, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259";

VISTA la Delibera n. 307/08/CONS, recante "Regolamento in materia di procedure istruttorie e di criteri di accertamento per le attività demandate all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni dal decreto legislativo 9 gennaio 2008 n. 9 recante la "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse" ("il Regolamento"), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 27 giugno 2008, n. 148;

VISTO, in particolare, l'art. 10, comma 1 del predetto regolamento, il quale dispone che "Ai sensi e per gli effetti dell'articolo 14 del decreto, l'Autorità con cadenza biennale entro il mese di dicembre, avvalendosi delle metodologie per le analisi di mercato di cui all'articolo 19 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in quanto

compatibili, provvede alla verifica della evoluzione delle tecnologie utilizzate quali sistemi di distribuzione e diffusione dei prodotti audiovisivi ai fini della individuazione delle piattaforme emergenti”;

CONSIDERATO che il regolamento di cui alla Delibera n. 307/08/CONS dispone che: “In sede di prima applicazione della disposizione di cui al precedente comma 1, l’analisi e la conseguente individuazione delle piattaforme emergenti è effettuata nel termine di dodici mesi dalla data di entrata in vigore del presente regolamento”;

VISTA la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante “Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all’articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259” pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

VISTO il Regolamento concernente l’organizzazione ed il funzionamento dell’Autorità, adottato con la delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002 (in Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 259 del 5 novembre 2002), nel testo coordinato con le modifiche introdotte dalla delibera n. 506/05/CONS del 21 dicembre 2005, e successive modificazioni e integrazioni;

VISTA la delibera n. 99/08/CONS del 20 febbraio 2008 con cui l’Autorità ha provveduto alla modifica organizzativa interna finalizzata a dare attuazione al decreto legislativo n. 9 del 2008 mediante l’istituzione di apposito Ufficio nell’ambito della Direzione contenuti audiovisivi e multimediali;

VISTO il Regolamento concernente l’accesso ai documenti, approvato con delibera n. 217/01/CONS, come modificato dalla delibera n. 335/03/CONS e da ultimo integrato con la delibera n. 89/06/CONS;

VISTA la Delibera n. 140/09/CONS del 24 marzo 2009 di “Avvio del procedimento per l’individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, ai sensi dell’art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell’articolo 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 7 aprile 2009, n. 81;

VISTA la Delibera n. 329/09/CONS del 25 giugno 2009 di “Proroga dei termini del procedimento per l’individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, avviato con delibera n. 140/09/CONS”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 17 luglio 2009, n. 164;

VISTA la Delibera n. 260/09/CONS del 14 maggio 2009 recante “Approvazione delle linee-guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi ai sensi dell’articolo 6, comma 6, del decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9”, disponibile sul sito dell’Autorità;

VISTE le richieste di informazioni inoltrate alle società Gruppo Editoriale L’Espresso, RAI S.p.A., RTI S.p.A., Telecom Italia S.p.A., Telecom Italia Media S.p.A., SKY Italia S.r.l., Prima TV S.p.A., Fastweb S.p.A., WIND Telecomunicazioni S.p.A., Vodafone Omnitel NV, H3G S.p.A in data 9 e 10 aprile 2009;

VISTE le ulteriori richieste di informazioni inoltrate alle società Telecom Italia S.p.A., WIND Telecomunicazioni S.p.A., Vodafone Omnitel NV, H3G S.p.A in data 13 maggio 2009;

VISTE le risposte pervenute da parte di WIND (in data 22 aprile e 21 maggio 2009), Telecom Italia Media (24 aprile 2009), RTI (27 aprile e 6 maggio 2009), Fastweb e RAI (27 aprile 2009), SKY (28 aprile 2009) Telecom Italia (6 e 26 maggio 2009), H3G e Prima TV (11 maggio); Vodafone (22 maggio 2009), nonché il contributo dell’Associazione IPTV pervenuto in data 29 maggio 2009;

VISTA la delibera n. 526/09/CONS di avvio della “Consultazione pubblica concernente l’individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, ai sensi dell’art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell’art. 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 10 ottobre 2009, n. 236;

VISTI i contributi pervenuti nell’ambito della consultazione pubblica dagli operatori RAI, SKY, RTI, H3G, WIND, Telecom Italia, Telecom Italia Media e dall’Associazione IPTV;

VISTE le richieste di chiarimenti inoltrate in data 30 ottobre 2009 alle società WIND, Fastweb, Telecom Italia, RAI e all’Associazione IPTV;

VISTE le ulteriori informazioni pervenute da parte di WIND, RAI, Fastweb e Telecom Italia;

CONSIDERATO quanto segue:

1. IL QUADRO NORMATIVO E REGOLAMENTARE DI RIFERIMENTO

1.L’Autorità, con la delibera n. 140/09/CONS, ha avviato il procedimento istruttorio avente ad oggetto l’individuazione delle piattaforme emergenti alle quali destinare i diritti audiovisivi di eventi sportivi, ai sensi dell’art. 14 del D.lgs. n. 9 del 9 gennaio

2008 (di seguito il Decreto) e del regolamento adottato dalla stessa Autorità con delibera n. 307/08/CONS.

2. Il termine di conclusione del procedimento, inizialmente previsto dall'art. 10, comma 2, della delibera n. 307/08/CONS per il 27 giugno 2009, è stato ulteriormente prorogato, con la Delibera n. 329/09/CONS.

3. Il Decreto, all'art. 14, comma 1, recita: "L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni individua, periodicamente e con cadenza almeno biennale, le piattaforme emergenti, tenendo conto anche delle analisi di mercato previste dal titolo II, capo I, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259". Il Decreto indica dunque all'Autorità di fare riferimento, tra l'altro, alle analisi di mercato previste ai sensi del quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche nel processo di periodica individuazione di tali piattaforme, sia pure adattandole alle esigenze specifiche derivanti dalle necessità sottese alla citata norma del Decreto.

4. Le modalità procedurali da seguire nel corso delle istruttorie avviate dall'Autorità ai sensi del citato art. 14 del Decreto, sono state meglio circostanziate nella delibera n. 307/08/CONS che all'art. 10, comma 1, recita: "Ai sensi e per gli effetti dell'articolo 14 del decreto, l'Autorità con cadenza biennale entro il mese di dicembre, avvalendosi delle metodologie per le analisi di mercato di cui all'articolo 19 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in quanto compatibili, provvede alla verifica della evoluzione delle tecnologie utilizzate quali sistemi di distribuzione e diffusione dei prodotti audiovisivi ai fini della individuazione delle piattaforme emergenti". La non perfetta sovrapposibilità del quadro normativo di riferimento per i diritti audiovisivi sportivi e di quello in materia di comunicazioni elettroniche impone, dunque, un adeguamento delle procedure istruttorie tipicamente condotte dall'Autorità ai sensi del Codice, come indicato dal regolamento citato, attraverso la clausola di salvaguardia della compatibilità, così da salvaguardare l'impostazione di fondo.

5. Per quanto riguarda la commercializzazione ed assegnazione dei diritti, la principale novità introdotta dal Decreto consiste nella commercializzazione in forma centralizzata degli stessi. Più precisamente, in base a quanto stabilito all'articolo 3 del Decreto, l'organizzatore della competizione (per esempio la Lega Nazionale Professionisti, o Lega Calcio) e gli organizzatori degli eventi (squadre di calcio, di pallacanestro, etc.) sono contitolari dei diritti audiovisivi relativi agli eventi della competizione medesima.¹ Spetta all'organizzatore della competizione l'esercizio dei diritti audiovisivi relativi agli eventi della competizione, nonché la commercializzazione degli stessi (artt. 3 e 6 del Decreto).

6. Tuttavia, la disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi destinati alle piattaforme emergenti si discosta da quella prevista dal Decreto per le altre piattaforme. Infatti, ferma restando la vendita centralizzata, l'art. 14 del Decreto stabilisce che:

¹ Ad eccezione dei diritti di archivio relativo a ciascun evento per i quali la titolarità è riconosciuta in via esclusiva all'organizzatore dell'evento medesimo.

- i diritti audiovisivi destinati alle piattaforme emergenti debbano essere offerti su base non esclusiva (comma 3);
- “l’organizzatore della competizione, al fine di sostenere lo sviluppo e la crescita delle piattaforme emergenti, è tenuto a concedere in licenza direttamente a tali piattaforme diritti audiovisivi, ivi inclusa una quota rilevante dei diritti relativi alla prima messa in onda, adatti alle caratteristiche tecnologiche di ciascuna di esse, a prezzi commisurati all’effettiva utilizzazione, da parte degli utenti di ciascuna piattaforma, dei prodotti audiovisivi” (comma 4);
- la commercializzazione dei diritti audiovisivi destinati alle piattaforme emergenti debba avvenire per singola piattaforma, al fine di evitare la formazione di posizioni dominanti, (comma 5).

7. In ottemperanza a quanto previsto dal Decreto, l’organizzatore della competizione dovrebbe offrire su ciascuna piattaforma emergente individuata dall’Autorità uno o più pacchetti specifici. Tali pacchetti, al fine di promuovere la concorrenza *intra* piattaforma, devono essere assegnati su base non esclusiva e, di conseguenza, i relativi eventi potrebbero essere trasmessi da più operatori presenti su una determinata piattaforma.

8. Infine, va sottolineato che nonostante il Decreto, all’art. 2, fornisca una definizione di “piattaforma” indicando con ciò “un sistema di diffusione dei prodotti audiovisivi mediante tecnologie e mezzi di trasmissione e di ricezione delle immagini, sia in chiaro che ad accesso condizionato, anche a pagamento, su reti di comunicazione elettronica”, nulla specifica in merito a cosa debba intendersi per “piattaforma emergente”. Pertanto, l’Autorità prima di procedere all’individuazione delle piattaforme emergenti, deve definire una metodologia che le consenta di giungere ad una definizione appropriata delle stesse.

2. LA NOZIONE DI MERCATO EMERGENTE AI SENSI DEL NUOVO QUADRO REGOLAMENTARE IN MATERIA DI COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

9. Dal momento che l’individuazione delle piattaforme emergenti deve essere effettuata in assenza di una definizione delle stesse ed avvalendosi delle metodologie per le analisi di mercato, l’Autorità ritiene innanzitutto opportuno richiamare il concetto di mercato emergente presente nel nuovo quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche al fine di verificare se lo stesso possa essere d’ausilio alla definizione di piattaforma emergente.

10. A tal riguardo il considerando 7 della Raccomandazione della Commissione europea² afferma che: “tra i nuovi mercati emergenti rientrano i mercati dei prodotti e

² Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva

dei servizi per i quali, a causa della loro novità, è molto difficile prevedere le condizioni della domanda e quelle dell'offerta o le condizioni di ingresso sul mercato e di conseguenza applicare i tre criteri" previsti dalla stessa Raccomandazione e necessari per stabilire se i mercati in questione siano suscettibili di regolamentazione: (i) "la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso; ii) la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva; iii) l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione ex ante complementare". In genere si tratta di mercati caratterizzati da sensibili fluttuazioni nelle quote di mercato degli operatori e da un elevato grado di innovazione, che può determinare cambiamenti improvvisi ed inaspettati rispetto ad una evoluzione graduale nel tempo³.

11. Il concetto di "emergente" si riferisce, quindi ad un mercato, ossia ad un insieme di prodotti/servizi (e di aree geografiche) che esercitano vincoli competitivi uno sull'altro e la cui definizione è strumentale alla valutazione del potere di mercato. Nel contesto in esame, invece, l'oggetto d'analisi è la piattaforma, ossia, un sistema di distribuzione di un prodotto audiovisivo su una rete di comunicazione elettronica, che non necessariamente coincide con il mercato rilevante in base ai principi del diritto e dell'economia della concorrenza.

12. Gli strumenti utilizzati per definire un mercato secondo tali principi (sostituibilità dal lato della domanda, sostituibilità dal lato dell'offerta e concorrenza potenziale) permettono di individuare quell'insieme di prodotti/servizi, siano essi al dettaglio o all'ingrosso, che sono caratterizzati da un grado di sostituibilità o intercambiabilità tale da condizionare reciprocamente le scelte di acquisto dei loro consumatori e/o le scelte commerciali e di prezzo delle imprese produttrici.

13. Il concetto di piattaforma coinciderebbe, pertanto, con quello di mercato solo laddove non si riscontrino relazioni di sostituibilità tra le diverse piattaforme. Si osserva, tuttavia, che per un utente televisivo ciò che rileva principalmente è l'appetibilità del *bouquet* di contenuti offerti e l'eventuale prezzo da pagare per la fruizione degli stessi, piuttosto che le differenti modalità di trasmissione e ricezione di un segnale audiovisivo.⁴

14. In considerazione della non necessaria coincidenza tra piattaforma e mercato, l'Autorità ritiene che la nozione di mercato emergente ai sensi del considerando 7 della Raccomandazione mentre può costituire un utile riferimento ai fini dell'individuazione delle piattaforme televisive emergenti, non rappresenta di per sé una metodologia integralmente applicabile al caso.

15. Piuttosto, come illustrato nel capitolo che segue, si è ritenuto opportuno svolgere una analisi che prende in considerazione tanto gli aspetti tecnologici quanto quelli

2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007, in GUCE L 344 del 28 dicembre 2007, pag. 65.

³ Memorandum esplicativo alla Raccomandazione CE del 2007.

⁴ Cfr. ad esempio la decisione della Commissione europea nel caso COMP M. 2876.

economici, con riferimento ad ogni singola piattaforma. Peraltro, in base all'art. 14, comma 4, del Decreto la finalità della misura prevista a favore delle piattaforme emergenti è lo sviluppo e la crescita di queste ultime, obiettivi che sostanziano appunto i due aspetti dell'analisi testé indicati, ossia lo sviluppo delle nuove tecnologie e la crescita economica degli operatori.

Le osservazioni degli operatori

D1.1. In via preliminare, si evidenzia che alcuni operatori hanno mosso taluni rilievi critici di ordine generale sul Decreto n. 9/08 in materia di piattaforme emergenti evidenziando che: i) la previsione di favore riservata a queste ultime dal decreto succitato sarebbe in contrasto con il principio di neutralità tecnologica affermato nella Direttiva 2007/65/CE sui servizi media audiovisivi; ii) l'offerta di diritti audiovisivi alle piattaforme emergenti su base non esclusiva non terrebbe conto degli investimenti già sostenuti dalle altre piattaforme, svalutando il valore dei diritti stessi; iii) il requisito previsto al comma 7 dell'art. 14 del Decreto per gli operatori delle piattaforme emergenti ai fini della partecipazione alle gare, vale a dire l'aver stipulato precedentemente contratti con operatori di rete, favorirebbe gli operatori attivi sul DTT, consentendo loro di estendere la propria posizione dominante anche nelle nuove tecnologie.

D1.2. Anche altri operatori hanno evidenziato alcune problematiche di ordine generale, quali l'esigenza di applicare la disciplina in esame a tutta l'offerta di contenuti (non solo sportivi) e di tenere conto del diverso peso competitivo di alcuni operatori rispetto ad altri attivi nell'ambito della medesima piattaforma emergente.

D1.3. Infine, un operatore ai fini dell'individuazione delle piattaforme emergenti, ha considerato rilevante la nozione comunitaria di "mercato emergente" ed ha osservato come la metodologia seguita dall'Autorità non possa basarsi esclusivamente su un'analisi delle caratteristiche tecnologiche ed economiche di ciascuna piattaforma.

Le valutazioni dell'Autorità

D1.4. A tal riguardo, si rappresenta che alcune delle questioni sollevate esulano dal perimetro della seguente analisi, finalizzata all'individuazione delle piattaforme emergenti, così come richiesto dall'art. 14, comma 1, del Decreto citato. In tale contesto, e con riferimento ad alcune questioni di ordine generale sollevate dagli operatori, la competenza dell'Autorità è quindi strettamente circoscritta all'analisi in esame.

D1.5. In questa sede, vale comunque ribadire la finalità sottesa al Decreto stesso, di sostenere lo sviluppo e la crescita delle piattaforme emergenti mettendo loro a disposizione, alle condizioni stabilite dal decreto, dei contenuti considerati fondamentali ai fini dello sviluppo delle stesse. Ne è riprova il fatto che l'art. 6, comma 1, del Decreto indica quali principi generali a cui occorre attenersi in sede di procedure competitive per l'assegnazione dei diritti audiovisivi sportivi quelli di "assoluta equità, trasparenza e

non discriminazione”, principi che non potranno che orientare anche l’applicazione delle norme eccezionali contenute nell’art. 14 del Decreto medesimo, il quale si pone quindi nel solco dei principi richiamati, privilegiando la scelta di accordare una tutela rafforzata alle piattaforme emergenti, in mancanza della quale queste non potrebbero competere con gli altri operatori nell’acquisizione dei diritti, perdendo così un’importante opportunità di sviluppo.

D1.6. Infine, si fa presente che, come evidenziato al § 2 della presente analisi, la nozione di mercato emergente, pur costituendo un utile riferimento, non appare perfettamente coincidente con quella di piattaforma emergente, per individuare la quale, sulla base delle considerazioni già svolte, è stato necessario applicare una specifica metodologia. A tale riguardo, l’Autorità ribadisce che il concetto di “mercato emergente” nel nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche si riferisce a quell’insieme di prodotti e/o servizi per i quali, a causa della loro novità, è molto difficile prevedere le condizioni della domanda e quelle dell’offerta o le condizioni di ingresso sul mercato⁵. A parere dell’Autorità, una piattaforma non può essere considerata né un prodotto, né tantomeno un servizio. Si tratta piuttosto di un sistema di distribuzione (di un prodotto e/o di un servizio) che nella fattispecie in esame consente ad un prodotto/servizio audiovisivo di raggiungere un insieme di utenti per mezzo di una rete di comunicazione elettronica. Uno stesso prodotto/servizio audiovisivo può essere distribuito attraverso più piattaforme, le quali peraltro non necessariamente costituiscono un unico mercato ai sensi del diritto della concorrenza.

D1.7. Per tale ragione, l’Autorità ritiene opportuno svolgere, con riferimento ad ogni singola piattaforma, un’analisi che prenda in considerazione sia gli aspetti tecnologici sia quelli economici.

3. LA METODOLOGIA IMPIEGATA PER L’INDIVIDUAZIONE DELLE PIATTAFORME EMERGENTI

16. Nel corso degli ultimi anni, l’evoluzione tecnologica ha portato allo sviluppo di nuove piattaforme di diffusione di contenuti televisivi. Allo stato attuale, un segnale audiovisivo può essere diffuso attraverso le seguenti piattaforme di distribuzione: la televisione analogica terrestre, la televisione digitale terrestre (DTT), la televisione satellitare (DTH), la televisione su rete IP (IPTV), la televisione via cavo, la televisione via rete cellulare (UMTS/HSDPA), la televisione via rete DVB-H e la web TV.

17. Considerando che la televisione digitale terrestre sostituirà definitivamente quella analogica e che la piattaforma televisiva via cavo⁶, a differenza di quanto accaduto in altri paesi europei, non si è mai sviluppata sul territorio italiano, l’analisi dell’Autorità si concentra sulle restanti piattaforme.

⁵ Cfr *supra* nota n. 2.

⁶ Lo standard DVB-C (*Digital Video Broadcast – Cable*) è lo *standard* europeo per la trasmissione televisiva in formato digitale su reti cablate (cavo coassiale).

18. Ciascuna piattaforma è analizzata sia dal punto di vista tecnologico sia dal punto di vista economico, tenendo conto del fatto che mentre il primo tipo di valutazione - in virtù della diffusione internazionale delle nuove tecnologie - può essere svolto a livello generale, ovvero può prescindere dalle specificità del mercato italiano, la valutazione di tipo economico deve necessariamente essere riferita al contesto di mercato italiano.

19. Si è tenuto altresì conto del fatto che se è vero che una piattaforma che è emergente dal punto di vista tecnologico lo è anche dal punto di vista economico, non necessariamente è vero il contrario; in altri termini, una piattaforma che dal punto di vista tecnologico non può essere considerata emergente, può essere considerata tale dal punto di vista economico.

20. In particolare, l'Autorità ritiene appropriato utilizzare i seguenti elementi per valutare se una piattaforma debba essere considerata emergente dal punto di vista tecnologico:

- Data di definizione dello *standard* (aperto o proprietario) relativo alla tecnologia su cui si basa la piattaforma;
- Grado di maturità ed evoluzione della tecnologia/standard;
- Evoluzione delle reti, infrastrutture e terminali riceventi;

In base a tali indicatori ciascuna piattaforma viene considerata come “Emergente”, in “Transizione” o “Consolidata” dal punto di vista tecnologico.

21. Per quanto riguarda l'analisi economica, l'Autorità ritiene appropriato utilizzare i seguenti elementi per valutare se una piattaforma è emergente:

- Anno del lancio della prima offerta;
- Caratteristiche dell'offerta;
- Livello di diffusione della piattaforma;
- Ricavi per piattaforma (da offerte a pagamento e raccolta pubblicitaria).

In base a tali indicatori ciascuna piattaforma viene considerata come in fase di “Avvio”, di “Maturità” o di “Declino”, dal punto di vista economico.

22. Dall'analisi congiunta degli indicatori di tipo tecnologico ed economico, l'Autorità considera condizione sufficiente affinché una piattaforma sia emergente il fatto che la piattaforma stessa sia “Emergente” da un punto di vista tecnologico⁷, ovvero in fase di “Avvio” da un punto di vista economico.

⁷ È verosimile ritenere che una piattaforma “Emergente” dal punto di vista tecnologico non possa essere allo stesso tempo in fase di “Maturità” o di “Declino” da un punto di vista economico.

Le osservazioni degli operatori

D1.8. In linea generale, tutti gli operatori che hanno partecipato alla consultazione pubblica - ad eccezione di due soggetti - hanno dichiarato di condividere la metodologia utilizzata dall'Autorità. In particolare, un operatore ritiene che l'Autorità dovrebbe evidenziare i termini ed il peso con cui ciascuno degli indicatori (tecnologici ed economici) esposti ai punti 19 e 20 concorrono alla valutazione finale. Un altro operatore ritiene che l'Autorità, nell'individuazione delle piattaforme emergenti, non possa considerare il solo indicatore economico in maniera disgiunta da quello tecnologico e non possa prescindere "dalla novità della tecnologia utilizzata e dalla sua recente (se non recentissima) invenzione ed applicazione". Pertanto, sempre a detta di tale operatore, se una data piattaforma non è considerata "emergente" da un punto di vista tecnologico, la stessa non dovrebbe essere considerata emergente anche ai sensi del Decreto.

Le valutazioni dell'Autorità

D1.9. Dal momento che la conclusione circa il carattere di "emergenza" delle piattaforme prese in esame è frutto di un'analisi congiunta di tutti gli indicatori ritenuti rilevanti, di tipo sia economico sia tecnologico, l'Autorità non ha ritenuto necessario attribuire agli stessi un peso specifico. Per quanto riguarda la prima considerazione, e cioè che il solo indicatore economico non possa essere considerato in maniera disgiunta da quello tecnologico, si rileva che le conclusioni dell'Autorità hanno sempre incluso per ogni piattaforma esaminata considerazioni anche di tipo tecnologico. Inoltre, per quanto riguarda l'analisi svolta, l'Autorità conferma che le valutazioni finali devono comunque prendere in considerazione anche l'indicatore economico, che assume particolare rilievo nel caso in cui l'indicatore tecnologico non induca di per sé a ritenere emergente la piattaforma in questione. A tal fine, è nota la sequenza innovazione tecnologica → lancio sul mercato del nuovo prodotto → sviluppo e quindi maturità del prodotto, la quale indica che in genere un prodotto/servizio prima di affermarsi sul mercato debba consolidarsi dal punto di vista tecnologico, e, quindi, assegna alla valutazione degli aspetti tecnologici un ruolo preliminare ai fini di indicare o meno se un prodotto/servizio (una piattaforma, nel nostro caso) ha carattere di "emergenza". Su un piano più in generale, un'analisi delle piattaforme circoscritta esclusivamente ad aspetti di natura tecnologica avrebbe come effetto paradossale quello di non considerare quali fattori significativi nel processo di valutazione de quo gli aspetti connessi al tasso di penetrazione del mezzo trasmissivo in questione presso gli utenti ed al relativo ritorno economico, i quali sono, invece, tutti aspetti tipici delle piattaforme consolidate che, a contrario, non possono evidentemente essere considerate emergenti. A parere dell'Autorità le piattaforme, così come individuate secondo le modalità e le motivazioni di seguito illustrate, dovrebbero essere considerate emergenti ai sensi del Decreto e, pertanto, essere destinatarie di un regime speciale in tema di assegnazione dei diritti audiovisivi sportivi in forma non esclusiva in sede di commercializzazione centralizzata degli stessi.

D1.10. Sulla base di tali considerazioni, l’Autorità ribadisce il proprio orientamento di considerare emergenti, ai sensi del Decreto, le piattaforme che risultano “emergenti” da un punto di vista tecnologico⁸. In caso contrario, si darà luogo all’analisi degli aspetti economici, così come individuati al punto 21. Se da quest’ultima analisi dovesse risultare che la piattaforma si trova in fase di “Avvio”, questa sarà considerata emergente ai sensi del Decreto.

3.1) LA PIATTAFORMA DTT

23.Lo *standard* per la piattaforma digitale terrestre (DTT: *Digital Terrestrial Television*) è lo *standard* aperto DVB-T (*Digital Video Broadcast - Terrestrial*) definito dal gruppo DVB (*Digital Video Broadcast*) alla fine degli anni ’90. Tale *standard* è stato utilizzato a livello europeo da tutti gli operatori di rete (Mux) che hanno realizzato le proprie reti diffusive terrestri già a partire da tale periodo⁹.

24.Recentemente il gruppo DVB ha pubblicato le specifiche del nuovo *standard* DVB-T2, *miglioramento* dello *standard* DVB-T. Il nuovo *standard*, grazie all’utilizzo di tecniche di codifica dell’errore e di modulazione del segnale trasmesso più sofisticate, risulta più efficiente del precedente (in termini di numero di programmi trasmessi per canale terrestre) di un fattore pari a circa il 30-40 per cento.

25. Finora, solo in alcuni paesi europei (Regno Unito) è stato preso in considerazione un processo parziale di migrazione verso *l’evoluzione migliorativa di tale standard*. Il DVB-T2 non è attualmente utilizzato dai *broadcaster* terrestri italiani per il servizio di diffusione radiotelevisiva a causa dell’incompatibilità con la maggior parte del parco di *decoder* e TV integrati esistente.

26.Ai fini dell’evoluzione delle reti DTT in Italia sono stati determinanti sia il *frequency trading*¹⁰, sia il piano di transizione al digitale¹¹. A tal riguardo si osserva infatti che i principali operatori televisivi nazionali hanno cominciato ad implementare le proprie reti tramite il *trading* delle frequenze, che ha consentito trasferimenti di impianti o di rami di azienda tra concessionari televisivi in ambito locale o tra questi e concessionari televisivi in ambito nazionale, a condizione che le acquisizioni fossero impiegate esclusivamente per la diffusione sperimentale in tecnica digitale. I principali operatori televisivi operanti in tecnica analogica hanno, pertanto, condotto campagne di

⁸ Cfr. *supra* nota n. 7.

⁹ In particolare, si ricorda che le prime trasmissioni sulla piattaforma DTT con *standard* DVB-T sono state effettuate su base commerciale nel Regno Unito da *Ondigital* nel 1998, ed in Spagna da *Quiero TV* nel maggio del 2000 (anche se inizialmente era utilizzato il solo modo *2k*).

¹⁰ Vedi D.L. 23 gennaio 2001, n. 5, recante disposizioni urgenti per il differimento di termini in materia di trasmissioni radiotelevisive analogiche e digitali, nonché per il risanamento di impianti radiotelevisivi, convertito con modificazioni dalla Legge 20 marzo 2001, n. 66, Codice delle comunicazioni elettroniche (2003) e Testo Unico della Radiotelevisione (2005).

¹¹ Previsto dal decreto del Ministro dello sviluppo economico 10 settembre 2008, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 238 del 10 ottobre 2008, e successive modificazioni e integrazioni.

acquisizione di frequenze/impianti per sviluppare le proprie reti digitali su frequenze terrestri sin dalla fine del 2003. Di conseguenza, si può affermare che il grado di evoluzione delle reti DTT sia legato in modo univoco e diretto all'incremento progressivo delle operazioni di trasferimenti di impianti e rami d'azienda.¹²

27.L'evoluzione delle reti DTT è anche legata al piano di transizione che prevede lo spegnimento dell'analogico ed il passaggio al digitale entro il 2012. Il processo di *switch-over* prevede una transizione al digitale progressiva delle varie regioni italiane (*switch-off* regionale), divise in 16 aree, a partire dal secondo semestre del 2009 fino al secondo semestre del 2012. La prima regione in cui è avvenuto il completamento della conversione degli impianti per la televisione digitale terrestre è stata la Sardegna, ove tali attività hanno avuto luogo nel periodo compreso tra il 1° settembre ed il 30 di ottobre 2008. Nel corso del 2009 è prevista la completa digitalizzazione anche per le seguenti aree geografiche: Valle D'Aosta, Alto Adige, Piemonte occidentale (Province di Torino e Cuneo), Trentino, Lazio e Campania. A seguito di tali digitalizzazioni si prevede che saranno circa 14 milioni i cittadini coinvolti nel 2009 e 23 milioni nel 2010, per un totale di circa 37 milioni a fine del 2010 pari a oltre il 60 per cento della popolazione italiana.

28.In Italia, dopo una fase di sperimentazione iniziata alla fine degli anni '90 e durata fino al 2003, le reti DTT sono diventate operative alla fine del 2003, con 5 multiplex (reti nazionali), con copertura pari a circa il 50/60 per cento *della popolazione* e con un numero di trasmettitori pari ad alcune centinaia. Le reti digitali gestite da RAI erano pari a 2, mentre RTI, Telecom Italia Media e DFREE detenevano invece un Mux ciascuno. RTI e Rete A hanno iniziato ad operare un secondo Mux DTT rispettivamente nel corso del 2005 e nel 2006. A fine 2007, i multiplex digitali terrestri operativi sul territorio nazionale erano 8, con circa 180 multiplex¹³ a copertura locale o regionale. Attualmente il numero di Mux a livello nazionale è pari a 8 (9 considerando anche il Mux dell'operatore TBS) con coperture comprese tra circa il 50 ed il 90 per cento *della popolazione*, e con un numero complessivo di trasmettitori pari ad alcune migliaia. Le reti digitali terrestri sono utilizzate per veicolare programmi televisivi e servizi sia in chiaro (FTA) sia a pagamento. La Tabella 1 riporta la suddivisione dei Mux nazionali tra i diversi operatori:

¹² A titolo di esempio si noti che mentre nel 2002 il numero di trasferimenti di impianti era stato pari a circa 90, nel 2004 tale numero era salito a circa 200/300, per raggiungere il massimo (inclusi sia i trasferimenti DTT sia DVB-H) di circa 600/700 nel 2006, mentre già nel 2007 il numero era drasticamente ridotto a poche decine, ed era trascurabile nel 2008.

¹³ Secondo rapporto sulla televisione digitale terrestre – DGTVi.

Tabella 1 – Suddivisione dei Mux nazionali tra gli operatori

Operatore di Mux	Numero MUX	Mux	Mux
Raiway	2	Rai Mux-A	Rai Mux B
Elettronica Industriale	2	Mediaset 1	Mediaset 2
Telecom Italia Media Broadcasting	2	MBONE	TIMB 1
Rete A	1	Rete A	
Prima TV	1	DFREE	

Fonte: Agcom, Relazione annuale 2009

29. Si segnala, infine, la forte crescita del numero di ricevitori (con standard DVB-T) per la piattaforma DTT, e lo sviluppo di diverse tipologie dei ricevitori. I ricevitori di segnali DTT sono essenzialmente di tre tipi:

- *zapper*, i decoder che consentono la sola ricezione dei programmi trasmessi in tecnica digitale;
- *decoder* interattivo, dotati di piattaforma MHP e *modem* o altro apparato di connessione più evoluto (Adsl, etc.), che rende possibile l'utilizzo di tutti i servizi interattivi;
- ricevitori integrati (tra i quali iDTV), nei quali l'apparecchio (televisore, DVD, etc.) include al proprio interno un ricevitore televisivo per la televisione digitale.

30. Ad inizio 2004 i *decoder* esistenti erano solamente del tipo *zapper* e interattivo. A partire dal 2005 sono stati immessi sul mercato altri tipi di ricevitori come i ricevitori integrati (iDTV), e le schede DVB-T per PC. Nel mese di luglio 2009 la stima delle vendite complessive di ricevitori DTT ha raggiunto circa 18 milioni¹⁴ di cui circa il 56 per cento sono *decoder* digitali terrestri e circa il 44 per cento sono *decoder* digitali terrestri integrati in altri apparecchi.

31. Tenuto conto della completa adozione dello *standard* al livello europeo, dello sviluppo delle reti nonché della circostanza che, con il processo di *switch-off* in corso, le trasmissioni in tecnica digitale terrestre sono destinate, nel breve periodo, a sostituire completamente le trasmissioni in analogico, si ritiene che, dal punto di vista tecnologico, la piattaforma DTT sia "Consolidata".

32. Passando alle valutazioni di carattere economico, si osserva che la diffusione tra le famiglie italiane della piattaforma digitale terrestre è cresciuta a ritmi abbastanza sostenuti. A partire dal 2003, anno in cui i *broadcaster* hanno iniziato a sperimentare le prime trasmissioni in tecnica digitale terrestre, il numero di famiglie al cui interno era presente almeno un *decoder* DTT è cresciuto sensibilmente passando da circa 200.000 a 7,6 milioni di famiglie a fine 2008 (in media a un tasso di crescita annuo superiore al

¹⁴Rapporto DGTVi: il mercato del digitale terrestre in Italia (GFK) luglio 2009.

100 per cento). Alla fine del 2008, la televisione digitale terrestre era presente nel 34 per cento del totale delle famiglie italiane¹⁵.

33. Secondo l'associazione DGTVi (Terzo Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa)¹⁶, considerando esclusivamente il primo accesso alla TV, cioè l'utilizzo prevalente della piattaforma, più del 24 per cento delle famiglie italiane (più di 6 milioni) utilizza regolarmente un *decoder* digitale terrestre collegato o integrato nel televisore principale, attraverso il quale si ricevono le trasmissioni televisive.

34. Per quanto riguarda la programmazione televisiva disponibile sulla televisione digitale terrestre, ad un'offerta iniziale solo *free*, per un totale di circa 15 programmi, si sono aggiunte diverse offerte a pagamento, per un totale complessivo di oltre 70 *programmi* ai quali bisogna aggiungere quelli ricevibili a livello locale. Un modello di business basato su un'offerta *pay* di contenuti *premium* estremamente attrattivi, ha contribuito allo sviluppo delle offerte televisive a pagamento e alla diffusione della piattaforma stessa.

35. Dal 2005 al 2008 i ricavi derivanti dalle offerte a pagamento destinate alla televisione digitale terrestre sono passati da 44 milioni di euro a più di 210 milioni di euro (vedi Tabella 2). Sebbene la piattaforma digitale terrestre raccolga, a fine 2008, soltanto l'8 per cento delle risorse derivanti dalle offerte televisive a pagamento, la crescita dei ricavi registrata nel corso degli ultimi 4 anni (circa il 70 per cento annuo) indica un forte sviluppo della piattaforma, la quale con ogni probabilità continuerà a rafforzare la sua posizione nell'ambito delle offerte televisive *pay* destinate alla TV digitale.

36. Anche se allo stato attuale la quasi totalità della raccolta pubblicitaria è riconducibile alla televisione analogica (94 per cento), in seguito allo *switch-off*, la piattaforma digitale terrestre con ogni probabilità vedrà crescere sensibilmente gli introiti pubblicitari.

¹⁵Relazione Annuale AGCOM (2009).

¹⁶ DGTVi è un'associazione italiana che ha come finalità lo sviluppo della televisione digitale terrestre in Italia. fanno parte di tale associazione gran parte dei principali operatori televisivi italiani, tra cui RAI, Mediaset e Telecom Italia Media.

Tabella 2 – Ricavi per la Televisione digitale terrestre
(milioni di euro)

	2005	2006	2007	2008
Ricavi da pay-TV	44	95	136	210
Ricavi da pubblicità	10	13	16	22

Fonte: Elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

37. In considerazione della rapida crescita in termini di diffusione e di ricavi che ha riguardato e che riguarderà la piattaforma digitale terrestre, l’Autorità ritiene che, da un punto di vista economico, tale piattaforma abbia superato la fase di “Avvio” e che nel corso dei prossimi anni, a *switch-off* ultimato, raggiungerà una fase di piena “Maturità”, divenendo presumibilmente la principale piattaforma digitale utilizzata dalle famiglie italiane.

Conclusioni sulla piattaforma DTT

38. Tenuto conto del livello di crescita attuale della piattaforma DTT e soprattutto della circostanza che, con il processo di *switch-off* in corso, tale *standard* è destinato a sostituire completamente la trasmissione in analogico nel breve periodo, l’Autorità ritiene che la piattaforma DTT sia una piattaforma “Consolidata”, da un punto di vista tecnologico, e in fase di “Maturità”, da un punto di vista economico. Di conseguenza, la piattaforma DTT non può essere considerata una piattaforma emergente.

D1: Si condivide l’orientamento dell’Autorità in merito alla definizione della piattaforma digitale terrestre come non emergente?

Le osservazioni degli operatori

D1.11. Nessun operatore ha avanzato obiezioni circa l’orientamento dell’Autorità in merito alla definizione della piattaforma digitale terrestre come non emergente.

Le valutazioni dell’Autorità

D1.12. Sulla base di tali evidenze, l’Autorità ritiene opportuno confermare l’orientamento espresso al punto 38 e, quindi, considerare la piattaforma digitale terrestre come non emergente.

3.2) LA PIATTAFORMA DTH

39. Lo *standard* per la piattaforma digitale satellitare (DTH, *Direct To Home*) è lo *standard* aperto DVB-S (*Digital Video Broadcast - Satellite*), definito dal consorzio

europeo DVB (*Digital Video Broadcast*) ad inizio degli anni '90. Tale *standard* è il più maturo tra quelli diffusivi pubblicati dal gruppo DVB ed è stato adottato per la diffusione satellitare praticamente a livello mondiale.

40. Recentemente, il gruppo DVB ha definito uno *standard* (DVB-S2), che rappresenta l'evoluzione *migliorativa* dello standard DVB-S. Tale *standard*, grazie all'utilizzo di tecniche di codifica dell'errore e di modulazione del segnale trasmesso più sofisticate risulta essere più efficiente del precedente ed è attualmente utilizzato quasi esclusivamente per la distribuzione dei segnali video via satellite. Tuttavia prossimamente sarà utilizzato per una trasmissione più efficiente dei servizi diffusivi di TV a definizione standard (SDTV, *Standard Definition TeleVision*) e ad alta definizione (HDTV, *High Definition TeleVision*), come del resto già avviene per la diffusione satellitare da alcuni *transponder* della flotta satellitare di Eutelsat per alcuni segnali diffusi dall'operatore SKY Italia.

41. Il mercato della capacità satellitare in Europa è dominato da due operatori, Eutelsat ed Astra, che detengono congiuntamente una quota superiore al 90 per cento del mercato.¹⁷

42. L'evoluzione della rete satellitare è avvenuta solo in termini quantitativi, considerando il numero di *transponder* utilizzati per la trasmissione dei programmi del *bouquet* a pagamento di SKY. SKY Italia attualmente affitta oltre 20 *transponder* "Hot Bird"TM con un incremento nel numero di *transponder* pari a circa il 20 per cento rispetto al 2005, mentre la quota di *transponder* affittati dagli altri operatori è rimasta quasi invariata rispetto al 2005. Attualmente si stima che, nel solo mercato italiano, siano presenti circa 7 milioni di ricevitori in *standard* DVB-S che possono ricevere le offerte DTH in modalità sia *free* che *pay*.

43. Tenendo conto dell'elevato grado di maturità raggiunto dallo *standard*, nonché della sua diffusione a livello mondiale, e dello sviluppo dell'infrastruttura satellitare, l'Autorità ritiene che la piattaforma satellitare rappresenti una tecnologia "Consolidata".

44. Per quanto riguarda lo sviluppo economico che ha caratterizzato la piattaforma satellitare, va ricordato che, in Europa, la piattaforma DTH è stata operativa sin dall'inizio degli anni '90 con numerose offerte (Canal+, TPS, BSkyB, etc.). La televisione digitale satellitare è stata la prima televisione digitale a diffondersi in Italia, grazie ai primi servizi a pagamento offerti dalle società Telepiù e Stream. Nel 2003, le due società hanno dato luogo a una fusione sancendo di fatto la nascita dell'operatore SKY Italia il quale, allo stato attuale, rappresenta il principale operatore presente con offerte a pagamento sulla piattaforma satellitare. Oltre alla pay-TV, la piattaforma satellitare vede la presenza di un gran numero di emittenti gratuite (*Free to Air*). Si

¹⁷ Dalla posizione orbitale 13° Est sull'arco equatoriale, Eutelsat per il servizio di diffusione televisiva via satellite mette in campo una flotta di 3 satelliti ad alta potenza denominati "Hot Bird", posizionati a costituire un cosiddetto "polo di ricezione diretta", mentre Astra opera principalmente per il servizio di diffusione televisiva via satellite dalla posizione orbitale 19,2° Est.

tratta di tutte le principali emittenti nazionali ed internazionali, nonché delle tv locali e canali di televendita.

45. Si stima che, a fine 2008, in Italia 6 milioni di famiglie utilizzino principalmente la piattaforma satellitare per la visione di contenuti televisivi sia a pagamento sia *free*.¹⁸ In termini di penetrazione, la piattaforma satellitare rappresenta la seconda piattaforma televisiva in Italia. Considerando il primo accesso, si stima che circa il 27 per cento delle famiglie italiane che hanno accesso alla TV utilizza la TV satellitare, laddove il 47 per cento continua a utilizzare regolarmente la TV analogica.

46. L'offerta di contenuti su piattaforma satellitare è articolata sia in offerte a pagamento, sia *free*.

47. Per quanto riguarda le offerte a pagamento, il maggiore operatore presente sul mercato italiano è SKY Italia. La sua offerta comprende oltre 180 canali tematici video e circa 40 canali audio raggruppati in diversi pacchetti sottoscrivibili con la formula dell'abbonamento periodico. La sottoscrizione dei diversi pacchetti offre agli utenti la possibilità di acquistare anche singoli eventi in *pay per view*. I ricavi derivanti da offerte televisive a pagamento su piattaforma satellitare appaiono abbastanza consistenti nel tempo e rappresentano, a fine 2008, oltre il 90 per cento di tutti i ricavi da *pay tv*.¹⁹

48. Anche la raccolta pubblicitaria su piattaforma satellitare, sebbene ben lontana dai valori della televisione analogica, ha registrato un notevole incremento negli ultimi anni. Dal 2005 al 2008 la raccolta pubblicitaria destinata alla piattaforma satellitare è più che raddoppiata, passando da 112 milioni di euro a circa 240 milioni di euro.²⁰

Tabella 3 – Ricavi per la Televisione digitale satellitare
(milioni di euro)

	2005	2006	2007	2008
Ricavi da pay-TV	1.642	2.012	2.196	2.407
Ricavi da pubblicità	112	172	208	239

Fonte: Elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

49. Le recenti offerte *free* hanno registrato un ulteriore incremento negli ultimi mesi in seguito al lancio della nuova piattaforma satellitare Tivù Sat da parte della società Tivù S.r.l, società partecipata da Rai, Mediaset e Telecom Italia Media, costituita nel 2008.

50. Tivù Sat trasmette, attraverso la flotta di satelliti Hot Bird, oltre la maggior parte dei canali nazionali trasmessi per mezzo della piattaforma digitale terrestre, una serie di

¹⁸ Terzo Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa - DGTVi

¹⁹ Relazione Annuale AGCOM (2009).

²⁰ Relazione Annuale AGCOM (2009).

altri canali sia italiani che internazionali, la cui fruizione è subordinata al possesso di una *smart card* e un decoder in grado di decriptare il sistema di accesso condizionato utilizzato da Tivù Sat.

51. In considerazione dell'elevata diffusione che la televisione satellitare ha raggiunto nell'ambito delle famiglie italiane che hanno accesso alla Tv, nonché dei ricavi, sia da *pay tv* sia da raccolta pubblicitaria, che tale piattaforma è stata in grado di generare, si ritiene che la piattaforma satellitare abbia raggiunto un elevato grado di maturità.

Conclusioni sulla piattaforma DTH

52. Il livello di sviluppo tecnologico, che vede uno *standard* maturo, nonché l'evoluzione delle reti, portano l'Autorità a concludere che la piattaforma DTH possa essere considerata "Consolidata". Inoltre, dato il tasso di penetrazione della piattaforma appare evidente che il DTH costituisca una piattaforma "Matura" dal punto di vista economico. Pertanto si ritiene che la piattaforma DTH non possa essere considerata emergente.

D2: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione della piattaforma satellitare come non emergente?

Le osservazioni degli operatori

D1.13. Nessun operatore ha avanzato obiezioni circa l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione della piattaforma satellitare come non emergente.

Le valutazioni dell'Autorità

D1.14. Sulla base di tali evidenze, l'Autorità ritiene opportuno confermare l'orientamento espresso al punto 52 e, quindi, considerare la piattaforma satellitare come non emergente.

3.3) LA PIATTAFORMA IPTV

53. La televisione su Internet (IPTV) si configura come una piattaforma digitale i cui contenuti/servizi sono veicolati attraverso banda larga su una rete IP chiusa, gestita dal fornitore di servizio, vale a dire dagli operatori di telecomunicazioni. Pertanto, per l'IPTV non esiste uno *standard* aperto ed ogni operatore utilizza uno *standard* proprietario²¹.

54. Una piattaforma IPTV utilizza tre segmenti di rete: la rete di accesso, la rete *backbone* e la *Content Delivery Network* (CDN), cioè la rete per la distribuzione dei

²¹ Fonti Internet riportano che i tre operatori IPTV attualmente presenti (Telecom, Wind, Fastweb) hanno reso nota l'intenzione di voler lanciare sul mercato un *decoder* unico per la ricezione indistinta di tutte e tre le offerte IPTV.

contenuti, per lo più composta da elementi logici. La CDN include degli elementi detti *Content Delivery Server*, in cui risiedono i contenuti da erogare, che possono essere distribuiti a livello territoriale fino al singolo Point of Presence (PoP). Questi stessi *server* si occupano poi di tracciare la fruizione dei contenuti da parte dei clienti e comunicare con i sistemi di commercio elettronico e di fatturazione. I servizi lineari sono effettuati in modalità *multicast* mentre per i servizi non lineari (VOD, NPVR, etc.) è utilizzata la modalità *unicast*.

55. La piattaforma IPTV, a differenza di quella satellitare e digitale terrestre, è in grado di consentire agli utenti finali di fruire dei cosiddetti servizi di *video-on-demand* (VOD). Grazie a tali servizi, gli utenti sono in grado di richiedere contenuti televisivi specifici, svincolati da un palinsesto predeterminato e fruibili in qualsiasi momento essi desiderino. A differenza della piattaforma satellitare e digitale terrestre, la rete IP, essendo caratterizzata da un “canale di ritorno” grazie al quale gli utenti possono trasmettere informazioni oltre che riceverle, offre agli utenti finali un maggiore grado di interattività, al punto che lo stesso telespettatore non si limita a svolgere un ruolo passivo, ma agisce di persona nella scelta, seppur limitata a una *library* predefinita, del programma che intende vedere.

56. L’evoluzione tecnologica per la IPTV è funzione dell’evoluzione delle tecnologie di accesso alla rete e della tecnologia utilizzata per il *backbone* (IP/MPLS). Le prime offerte IPTV erano basate su soluzioni ADSL (anche se Fastweb offriva anche accessi in fibra ottica), mentre attualmente la soluzione tecnologica utilizzata per l’accesso è l’ADSL2 e ADSL2+ (ULL o meno). Per quanto riguarda il futuro, le soluzioni da adottare comprendono la tecnologia VDSL e l’utilizzo di accessi diretti in fibra ottica per le reti di accesso di futura generazione (NGAN: Next Generation Access Network). In tal senso, si può parlare di una piattaforma IPTV di prima generazione, in grado di offrire servizi a larga banda, che è oramai stabile dal punto di vista tecnologico; e di una piattaforma IPTV di seconda generazione, in grado di offrire servizi a banda ultra larga, che – invece – conosce una fase di sviluppo tecnologico alquanto intenso.

57. La copertura delle reti è localizzata principalmente nelle zone urbane e nelle aree a vasta densità di popolazione. In ogni caso, si riscontra che l’evoluzione è direttamente imputabile allo sviluppo della rete fissa in tecnologia IP sulla quale sono veicolati i servizi IPTV.

58. Inizialmente gli operatori di IPTV rendevano disponibile la loro offerta televisiva nelle principali aree metropolitane nelle quali avevano sviluppato la rete. Dal 2004, Fastweb, il primo operatore in Italia a lanciare un servizio di IPTV, ha esteso la copertura di rete, quindi l’offerta IPTV, ad un maggiore numero di città. Attualmente, la rete di accesso a larga banda è realizzata principalmente in rame (tecnologia xDSL ULL), e solo limitatamente in fibra ottica (FTTH). Anche le altre reti IPTV possono coprire la maggior parte dei capoluoghi italiani, le periferie e le aree ad elevata densità

di popolazione. Le coperture delle reti IP sono comprese tra circa il 30 ed il 60 per cento.

59. A livello internazionale, sono operative numerose piattaforme IPTV; si segnala in particolare il caso francese, ove tale servizio conosce penetrazioni elevate ed è offerto da più operatori (Free Telecom, France Telecom, Neuf Telecom, etc.). Anche per quanto riguarda i ricevitori sono disponibili da tempo i *set-top-box* per ogni tecnologia proprietaria utilizzata anche se il numero di apparati venduti in Italia è limitato a causa della ridotta penetrazione in termini di utenti.

60. Ai fini di una valutazione sul grado di sviluppo tecnologico della piattaforma, si deve considerare quanto prima richiamato, circa la possibilità che la piattaforma IPTV tenda a differenziarsi in base alla capacità della banda. In altri termini, accanto ad una piattaforma IPTV di prima generazione, che garantisce servizi a larga banda, l'evoluzione tecnologica cui si è fatto riferimento, ed in particolare l'affermazione di reti NGN (NGN = Next Generation Network) comprese le reti di accesso NGAN, individua una piattaforma IPTV di seconda generazione, che garantisce le prestazioni tipiche della c.d. banda ultra larga.

61. Ne deriva che, mentre nel caso della piattaforma IPTV di prima generazione si può formulare un giudizio di consolidamento della tecnologia sottostante, nel caso della piattaforma di seconda generazione – invece – lo stato della tecnologia è in una fase di *transizione*.

62. Per quanto riguarda lo sviluppo in termini economici, la prima offerta di IPTV in Italia è stata quella di Fastweb nel 2001, alla quale si sono aggiunte successivamente le offerte IPTV di Telecom Italia (2007) e di Infostrada (Tiscali ha recentemente abbandonato tale *business*).

63. Nonostante una apprezzabile crescita degli utenti IPTV tra il 2005 ed il 2008, così da arrivare a sfiorare i 500 mila utenti, a fine 2008 solo il 2 per cento delle famiglie italiane che hanno accesso alla TV utilizza la piattaforma IPTV. Tale valore è indubbiamente ben lontano da quello registrato per la televisione digitale terrestre e satellitare (rispettivamente il 24 per cento e il 27 per cento), ossia da quanto riscontrato per altre due piattaforme televisive di relativamente recente ingresso sul mercato²².

64. A differenza di quanto accade per le piattaforme digitale terrestre e satellitare, i *provider* di IPTV, fatta eccezione per i contenuti offerti in VOD, non dispongono di una propria programmazione di tipo *premium*. Ciò nonostante, tutti i *provider* di IPTV hanno concluso accordi con gli operatori Sky Italia e Mediaset, grazie ai quali offrono ai rispettivi utenti la possibilità di sottoscrivere i pacchetti *premium* che tali operatori propongono sulle rispettive piattaforme (digitale terrestre e satellitare).

²² Terzo Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa – DGTVi.

65. Dal punto di vista dei ricavi, la dinamica di crescita della piattaforma IPTV è più modesta, per diverse ragioni. Da un lato, bisogna tenere in considerazione il fatto che questo servizio è spesso venduto in *bundle* con i servizi di telefonia, per cui la corretta attribuzione della quota di ricavi imputabile al servizio IPTV all'interno della spesa complessiva dell'utente non sempre risulta agevole. Per altro verso, le fonti di ricavo della IPTV sono limitate: in quanto piattaforma chiusa ed a pagamento, i ricavi derivano prevalentemente dagli abbonamenti e dalla vendita di contenuti in VOD.

In ogni caso, dal 2005 al 2008, i ricavi della IPTV sono di fatto stabili poco al di sopra dei 30 milioni di euro: più esattamente, nel 2008 risultano pari a circa 33 milioni di euro, corrispondenti a poco più dell'1 per cento dei ricavi complessivi da *pay tv*. Per quanto possano esservi fenomeni di sottostima del valore complessivo del mercato, si può comunque sostenere che, sotto il profilo di mercato, la piattaforma IPTV risulti ancora caratterizzata da un basso livello di penetrazione – in termini di utenti – e di una incidenza marginale nell'ambito del mercato delle offerte televisive a pagamento. In altri termini, la piattaforma IPTV si trova ancora in una fase di avvio, per quanto piuttosto prolungato nel tempo.

Conclusioni sulla piattaforma IPTV

66. Sebbene si rilevi la maturità raggiunta dalle tecnologie trasmissive utilizzate per la piattaforma IPTV di prima generazione, dal punto di vista tecnologico si osserva una evoluzione di tale piattaforma verso prestazioni tipiche delle reti a banda ultra larga (NGN e NGAN). Per tale ragione, si può sostenere che – al momento - la piattaforma IPTV è in una fase di rivitalizzazione tecnologica, con riguardo alla sua evoluzione verso le tecnologie a banda ultra larga.

67. Con riferimento agli aspetti economici e di mercato, si osserva, inoltre, che la diffusione della piattaforma nel mercato italiano sembra mantenersi ancora ad uno stadio iniziale, anche se alquanto prolungato, con manifeste difficoltà degli operatori a consolidare la propria presenza sul mercato, come attestato anche dall'uscita di uno degli operatori²³.

68. Alla luce delle considerazioni di carattere tecnologico ed economico di sopra riportate, l'Autorità ritiene che – sia pure con le precisazioni e le valutazioni prospettiche rappresentate - vi siano evidenze per concludere nel senso di individuare per la piattaforma IPTV le condizioni tipiche della piattaforma emergente.

²³ In tal senso, si potrebbe ritenere che l'attestazione dei ricavi su valori pressoché costanti nel tempo indichi, più che una fase di sviluppo prolungata, l'avvicinamento ad una dimensione di mercato che rappresenta il massimo sviluppo possibile, tenuto conto delle caratteristiche dell'offerta televisiva nel mercato italiano e delle propensioni e modelli di consumo prevalenti nel nostro Paese.

D3: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla qualificazione della IPTV come piattaforma emergente, sulla base delle informazioni attualmente disponibili ed in considerazione delle possibili evoluzioni della tecnologia e del mercato?"

Le osservazioni degli operatori

D1.15. Fatta eccezione per due operatori, tutti gli altri operatori condividono le valutazioni dell'Autorità in merito alla definizione della piattaforma IPTV come emergente.

D1.16. Alcuni operatori hanno osservato come anche per l'attuale piattaforma IPTV di prima generazione non si possa considerare la relativa tecnologia come consolidata in virtù della continua evoluzione degli apparati riceventi, delle tecnologie sottostanti, della mancanza di standard, etc..

D1.17. Inoltre, alcuni operatori evidenziano come la distinzione tra piattaforme di prima e di seconda generazione appaia poco rispondente alle soluzioni tecnologiche effettivamente utilizzate. Ciascun operatore ha, infatti, sviluppato un'unica soluzione tecnologica IPTV in grado di veicolare contenuti audiovisivi attraverso elementi di rete, per il livello backbone e di accesso, sia tradizionali che di nuova generazione. Inoltre, altri operatori evidenziano che l'elemento distintivo della piattaforma IPTV sia il protocollo IP e non la tecnologia di rete sottostante, sicché la distinzione suggerita dall'Autorità non avrebbe particolare ragione d'essere. Inoltre, l'architettura attuale di qualche operatore IPTV già presenta soluzioni ibride che comprendono sia componenti di tipo ADSL sia componenti di tipo FTTH.

D1.18. Infine, un operatore ritiene che l'Autorità, nell'individuazione delle piattaforme emergenti, non possa prescindere dalla "novità" della tecnologia utilizzata e dalla sua recente (se non recentissima) invenzione ed applicazione e che non può considerarsi emergente una piattaforma solo perché non ha avuto sviluppo da un punto di vista economico. Per tali ragioni, l'operatore in questione sostiene che la piattaforma IPTV non sia emergente.

Le valutazioni dell'Autorità

D1.19. L'Autorità ritiene che le ragioni del mancato sviluppo della piattaforma IPTV siano riconducibili principalmente ad aspetti di natura economica ed, in via secondaria, ad aspetti di natura tecnologica. Questi ultimi non possono essere trascurati al fine di una corretta individuazione delle piattaforme da considerare come emergenti ai sensi del Decreto.

D1.20. L'Autorità ritiene apprezzabili di considerazione le osservazioni degli operatori riportate al punto D1.17, che hanno consentito indubbiamente di approfondire un aspetto dell'analisi particolarmente dibattuto ed incerto; di conseguenza, si ritiene non

funzionale una distinzione tra piattaforme IPTV di prima e seconda generazione, quantomeno ai fini che qui rilevano.

D1.21. L'Autorità acquisisce e fa proprie le osservazioni degli operatori riportate al punto D1.16 nel ritenere che anche nel caso delle attuali piattaforme IPTV la tecnologia di queste ultime non possa essere considerata perfettamente consolidata, anche in ragione di quanto espresso al punto D1.17.

D1.22. Sebbene siano pienamente condivisibili le osservazioni formulate da un operatore in merito al fatto che il successo della piattaforma IPTV sia strettamente legato alla diffusione della banda larga, è anche vero che uno dei motivi per cui tale piattaforma tarda a svilupparsi è riconducibile al limitato accesso ai contenuti premium. A questo riguardo, l'Autorità non condivide la posizione secondo cui, allo stato attuale, un nuovo operatore che voglia vendere servizi via IPTV potrebbe acquistare i relativi diritti senza particolari ostacoli.

D1.23. Alla luce delle considerazioni sopra esposte, l'Autorità conferma che la piattaforma IPTV debba considerarsi emergente.

3.4) LA PIATTAFORMA WEB

69. La Web Television (Web TV) consente la fruizione di contenuti audio e video attraverso una rete IP aperta, senza il supporto di *software* specifici né di *decoder*, se non dei normali *player* per la visualizzazione di contenuti media disponibili e tecnologicamente consolidati da tempo (per esempio, *Windows Media Player*, *Quick Time*, *Real Player*, etc.).

70. La Web TV si basa sulla distribuzione dei contenuti mediante una rete di accesso "aperta" (es. Internet), cioè indipendente dalla rete dell'operatore di telecomunicazioni, che non può esercitare in questo modo un controllo sui contenuti erogati. In questo senso, tale piattaforma si differenzia dalla IPTV.

71. L'accesso ai servizi di Web TV può avvenire in *download* (il contenuto è visualizzato dopo essere stato scaricato localmente sul proprio computer) o in modalità *streaming* (ad es. YouTube, sezioni multimedia di Corriere.it e Repubblica.it, etc.), con palinsesti lineari oppure *on-demand* (es. RossoAlice di Telecom Italia), in forma gratuita o a pagamento. Le tecnologie trasmissive relative al *download* ed allo *streaming* sono da ritenersi mature e ben consolidate, e presenti da numerosi anni. I contenuti erogati possono essere prodotti professionalmente oppure generati direttamente dagli utenti (c.d. *User Generated Content*). Si possono includere nei servizi di Web TV o Internet TV anche quelli di P2P (*Peer-to-Peer*) TV, ovvero quelle applicazioni *software* che consentono di ridistribuire il segnale video in tempo reale ad un *network Peer-to-Peer* (ad es. Joost, Babelgum).

72.L'evoluzione delle reti Web TV è legata, in particolar modo, all'evoluzione delle tecnologie d'accesso a Internet in modalità *broadband* (x-DSL, Fibra ottica, etc.)²⁴. Infatti, al fine di poter fruire in maniera soddisfacente dei vari contenuti televisivi disponibili sul Web (in *download* e/o in *streaming*) è necessario disporre di una connessione a Internet a banda larga, grazie alla quale sarà possibile ridurre al minimo il rischio delle improvvise interruzioni del segnale audiovisivo che invece caratterizza i collegamenti a banda stretta.

73.Per quanto riguarda i terminali riceventi, si ricorda che la fruizione dei contenuti della Web TV avviene principalmente tramite PC e *software* scaricabili da rete, che permettono la visione dei contenuti in modalità *streaming*. I protocolli utilizzati per lo *streaming* sono quelli *standard* e consolidati oramai da tempo nel mercato (per esempio RTP, RTSP), usati per trasportare lo *stream* nei vari formati (MPEG2, MPEG-4, etc.). In tal senso, i servizi forniti in modalità *streaming* sono connotati da una tecnologia matura.

74.Tuttavia, come nel caso della piattaforma IPTV, si registra – in generale - una certa evoluzione della tecnologia per la Web TV, legata in particolare all'evoluzione della rete Internet e della rete di accesso e quindi allo sviluppo delle reti NGN e NGAN.

75.Per questa ragione, fermo restando quanto affermato con riferimento alle tecnologie per la modalità *streaming*, l'Autorità ritiene che – in generale - la piattaforma Web TV si trovi in fase di “Transizione”, sotto il profilo tecnologico..

76.Sotto il profilo delle dinamiche di mercato, va sottolineato come la possibilità di accedere a tali servizi audiovisivi sia limitata a poco più di un terzo delle famiglie italiane. A giugno 2009, si stima che siano oltre 9,7 milioni le famiglie che dispongono di un collegamento a banda larga di linea fissa²⁵. Tuttavia, va considerato che non necessariamente tutte queste famiglie utilizzano tali servizi. In termini di diffusione, pertanto, la piattaforma Web TV appare ancora in una fase di sviluppo.

77. Tuttavia, un recente studio sui nuovi media²⁶ prevede che i prossimi anni saranno caratterizzati da uno sviluppo continuo di questa piattaforma e della qualità dei contenuti forniti.

78.Nonostante le prospettive di crescita dei consumi audiovisivi su piattaforma *Web*, appare altamente improbabile che – nel medio periodo - il livello di penetrazione ed i ricavi di questa piattaforma avvicinino quelli delle piattaforme più tradizionali. In ogni

²⁴ Con riguardo alle piattaforme trasmissive, la tecnologia x-DSL, rappresentando il 97 per cento degli accessi complessivi, rappresenta l'infrastruttura largamente dominante.

²⁵ Osservatorio Banda Larga (giugno 2009).

²⁶ New Media: sfide e opportunità di sviluppo per il mercato italiano, Ernst & Young 2008.

caso, attualmente, i servizi audiovisivi *Internet-based* generano ricavi marginali, se paragonati a quelli derivanti che caratterizzano le altre piattaforme.

79. Per tali ragioni, oltre che sulla base delle valutazioni sulle prospettive della tecnologia, si può sostenere che la piattaforma Web si trovi ancora in fase di “Avvio”.

Conclusioni sulla piattaforma WEB

80. Da un lato, la piattaforma *Web* risulta in fase di “Transizione” dal punto di vista tecnologico; dall’altro lato, il basso livello di penetrazione della piattaforma e di utilizzo da parte dell’utenza, inducono a ritenere che la piattaforma sia ancora in fase di “Avvio” dal punto di vista economico. In conclusione, la piattaforma Web può essere considerata una piattaforma emergente, con le precisazioni svolte in riferimento alle tecnologie sottostanti la modalità *streaming*.

D4: Si condivide l’orientamento dell’Autorità in merito alla definizione della Web television come piattaforma emergente?
--

Le osservazioni degli operatori

D1.24. Due operatori non condividono le valutazioni dell’Autorità in merito alla definizione della piattaforma Web television come emergente non essendo emergente da un punto di vista tecnologico.

D1.25. Un altro operatore rileva come la piattaforma Web TV raggiunga un numero elevato di utenti (venti volte superiore a quello della IPTV) ed abbia anche ricavi significativamente superiori a quelli degli operatori IPTV, avvicinandosi quindi maggiormente ad una situazione di maturità economica.

D1.26. Le considerazioni espresse dai due operatori di cui al punto precedente al riguardo sono di carattere generale, quindi si rinvia a quanto esposto rispettivamente ai punti D1.4 e D.1.9.

Le valutazioni dell’Autorità

D1.27. L’Autorità, in accoglimento delle osservazioni e delle evidenze formulate da alcuni operatori, valuta che le piattaforme Web TV, pur se in fase di transizione tecnologica, si basino effettivamente su tecnologie trasmissive ormai consolidate, sicché non possano essere considerate “emergenti” dal punto di vista tecnologico. Inoltre, tale conclusione è avvalorata da ulteriori considerazioni di natura economica, in considerazione del fatto che dal 2007 al 2009 si è passati dal 45,3% al 47% di utenti Internet. In particolare, sono sempre i più giovani e le persone istruite ad avere familiarità con la rete e i social network prendono sempre più piede tra i quali ai primi posti c’è Facebook, noto al 61,6% degli italiani, seguito da YouTube (60,9%) e

Messenger (50,5%)²⁷. Si consideri, infatti, che il numero potenziale di utenti di Web TV, che coincide con il numero delle famiglie dotate di un accesso ad Internet a larga banda, è pari circa il 50% della popolazione. Inoltre, alla luce di quanto espresso da un operatore come indicato al punto D1.25, l’Autorità ritiene di non poter considerare in fase di avvio la piattaforma Web TV da un punto di vista economico.

D1.28. Alla luce di quanto espresso al punto D1.27, l’Autorità ritiene di considerare la piattaforma Web TV come non emergente.

3.5) LA PIATTAFORMA “WIRELESS” PER LE RETI MOBILI (GSM, GPRS, UMTS, HSDPA)

81.La piattaforma “wireless” per le reti mobili, che comprende le tecnologie GSM-GPRS/EDGE e UMTS/HSDPA, consente la distribuzione di contenuti multimediali e informativi di vario genere, come trasmissioni televisive e video (spot), *sport*, *magazine*, cinema, *reality show*, *entertainment*. Tale piattaforma non si basa su una trasmissione di tipo diffusivo in quanto il mezzo non è puramente *broadcasting*, ma la comunicazione è tipicamente di tipo *unicast* (PtoP). Ciò consente agli utenti di fruire dei cosiddetti contenuti *on-demand*.

82.I protocolli utilizzati sono quelli *standard* e consolidati oramai da tempo sul mercato (e.g. RTP, RTSP, etc.) usati per trasportare lo *stream* nei formati MPEG-4. Inoltre, come nel caso della Web TV, le piattaforme di erogazione dei servizi supportano numerosi applicativi, al fine di garantire la compatibilità con un parco terminali più ampio possibile (per esempio *Windows Media Player*, *Quick Time*, *Real Player* etc.). I contenuti trasmessi sono sia di tipo *live* che registrati, ma anche protetti tramite l’inserimento del DRM e del CA. Le piattaforme GSM-GPRS/EDGE e UMTS forniscono attualmente una copertura estesa (oltre 80 per cento), ed è in fase di forte sviluppo la tecnologia HSDPA. I terminali riceventi coincidono con i terminali mobili per ciascun tipo di tecnologia utilizzata ed includono i rispettivi applicativi per la visualizzazione e la gestione del video trasmesso. L’evoluzione della piattaforma *wireless* riguarda la fornitura di tali servizi tramite lo sviluppo della rete e delle tecnologie, in particolare la HSDPA e la rete di quarta generazione 4G (LTE).

83.Alla luce delle analisi effettuate, si ritiene che la piattaforma *wireless* per le reti mobili si trovi, da un punto di vista tecnologico, in fase di “Transizione” in quanto, pur basandosi su tecnologie trasmissive sufficientemente mature, il suo sviluppo è strettamente condizionato dall’evoluzione delle tecnologie a banda larga (HSDPA, LTE) e delle relative infrastrutture di rete

²⁷ Cfr. Ottavo rapporto CENSIS sulla comunicazione, 19 novembre 2009, che chiarisce come le nuove forme di Tv sono entrate a far parte delle abitudini degli italiani. Negli ultimi due anni, tra il 2007 e il 2009, l’utenza della Tv satellitare passa dal 27,3% al 35,4% della popolazione e la Tv digitale terrestre raddoppia il suo pubblico (dal 13,4% al 28%), benché lo switch over del segnale analogico abbia interessato finora solo alcune zone del territorio nazionale. La Tv via Internet triplica la sua utenza, passando dal 4,6% al 15,2%, e la mobile Tv interessa già l’1,7% della popolazione.

84. Da un punto di vista economico, lo sviluppo delle tecnologie a banda larga per la telefonia mobile ha consentito a un numero sempre maggiore di utenti di fruire dei servizi audiovisivi. A fine 2008, circa 30 milioni di utenti sono in grado di fruire di servizi *broadband* (UMTS/HSDPA).²⁸ Tuttavia, come per il caso della *Web Television*, tale numero corrisponde esclusivamente a coloro che potenzialmente sono in grado di fruire dei servizi audiovisivi trasmessi su reti di telefonia mobile. Di conseguenza, in realtà solo una parte di tali utenti presumibilmente utilizza regolarmente servizi audiovisivi su rete mobile (UMTS/HSDPA). Solo il 4 per cento degli utenti mobili guarda i video sul proprio terminale portatile e in genere si tratta di consumatori non assidui (10 accessi al mese)²⁹.

85. L'offerta di contenuti televisivi su rete mobile negli ultimi anni è cresciuta sensibilmente. A giugno 2008 si contano ben 114 canali la maggior parte dei quali è fruibile in modalità *on-demand*³⁰. Non mancano, tuttavia, anche i canali che trasmettono servizi audiovisivi lineari, alcuni dei quali sono trasmessi anche per mezzo della piattaforma DVB-H.

86. Per quanto riguarda i modelli di business, il modello *pay* è quello prevalente; tuttavia, nel corso del 2008, si è registrato un forte aumento dei canali *free* su piattaforme mobili in seguito alla scelta dell'operatore 3 Italia di replicare l'offerta *free* su piattaforma DVB-H anche su rete mobile.

87. Come illustrato nella Tabella 4, i ricavi da offerte televisive a pagamento che tale piattaforma ha generato nel corso degli ultimi tre anni (dal 2005 al 2008), pur essendo caratterizzati da un tasso di crescita medio annuo di oltre il 40 per cento, sono del tutto marginali se paragonati ai ricavi da pay-TV riguardanti le altre piattaforme.

Tabella 4 - Ricavi per piattaforma GPRS/UMTS

(milioni di euro)

	2005	2006	2007	2008
Ricavi da pay-TV	0.8	0.9	1.2	2.3

Fonte: Elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori.

88. Anche se l'offerta di contenuti televisivi disponibili per la piattaforma in esame è abbastanza sviluppata, lo scarso utilizzo da parte degli utenti e la presenza marginale che la piattaforma occupa nell'ambito delle offerte televisive a pagamento, lasciano intendere che tale piattaforma si trovi ancora in fase "Avvio".

²⁸ Relazione Annuale AGCOM (2009).

²⁹ New Media: sfide e opportunità di sviluppo per il mercato italiano, Ernst & Young 2008.

³⁰ Rapporto 2008 – Osservatorio New TV – Politecnico di Milano.

Conclusioni sulle piattaforme Wireless

89. Con riferimento alle piattaforme mobili wireless (UMTS, GSM, GPRS) va considerato come la tecnologia ad esse connessa stia conoscendo un certo sviluppo verso forme più evolute di trasmissione dei contenuti derivanti da una maggiore ampiezza della banda disponibile e da un miglioramento delle performance legate al trasferimento dei dati, e dall'evoluzione delle infrastrutture nel passaggio da reti 2G a 3G. Tali piattaforme non hanno ad oggi raggiunto un livello di penetrazione significativo, pertanto, l'Autorità ritiene che debbano essere considerate piattaforme emergenti.

D5: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione della televisione su rete mobile come piattaforma emergente?

Le osservazioni degli operatori

D1.29. Fatta eccezione per due operatori, tutti gli altri operatori condividono le valutazioni dell'Autorità in merito alla definizione delle piattaforme mobili wireless come non emergenti.

D1.30. Le considerazioni esposte dai due operatori di cui al punto precedente sono di carattere generale, per cui si rinvia a quanto esposto rispettivamente ai punti D1.4 e D1.9.

Le valutazioni dell'Autorità

D1.31. L'Autorità, pertanto, ribadisce quanto esposto al punto 89.

3.6) LA PIATTAFORMA DVB-H

90. Lo *standard* per la piattaforma digitale terrestre in mobilità è il DVB-H (*Digital Video Broadcast - Handheld*), definito solo recentemente dal gruppo DVB. Il lavoro relativo alla definizione delle specifiche tecniche è iniziato a fine 2004 ed è stato ultimato con la pubblicazione del relativo documento da parte dell'ETSI³¹ nel novembre del 2004. Più recentemente (2008), la Commissione ha deciso di inserire lo standard DVB-H nell'elenco degli standard ufficiali dell'UE, al fine di promuovere l'offerta armonizzata di servizi di telecomunicazioni in tutta l'UE.

91. Il DVB-H è una tecnologia diffusiva ("*broadcast*") caratterizzata dal fatto che lo stesso contenuto può essere ricevuto contemporaneamente da un numero elevatissimo di utenti in mobilità, grazie all'uso del protocollo IP, che rende possibile la trasmissione simultanea sullo stesso canale di pacchetti video (*stream DVB*) e pacchetti dati sfruttabili da applicazioni presenti sul terminale ricevente (*IP Datacast*).

³¹ European Telecommunication Standard Institute.

92. Attualmente il DVB-H è lo *standard* più utilizzato per la televisione mobile nell'UE. In alcuni paesi europei (Italia, Finlandia, Austria, Francia, Svizzera e Spagna) il lancio commerciale è già stato effettuato e nei restanti paesi europei sono in corso prove e sperimentazioni. In termini prospettici si segnala l'evoluzione dello *standard* DVB-HS (*Digital Video Broadcasting-Handheld*) in banda S per utilizzo satellitare.

93. In Italia, le reti mobili con tecnologia DVB-H sono diventate operative a partire dalla metà del 2006, e attualmente sono operativi 2 multiplex (H3G, e Elettronica Industriale). Le reti DVB-H comprendono sia impianti trasmissivi di tipo "tradizionale", analoghi a quelli utilizzati per le reti DTT, sia impianti secondari o "*gap filler*" che sono piccoli impianti con basse potenze dell'ordine di poche decine di Watt, isofrequenziali per permettere le coperture di determinate zone.

94. Le reti DVB-H hanno coperture abbastanza elevate (circa il 60/70 per cento della popolazione) anche se non estese in zone non densamente popolate. La distribuzione geografica comprende un numero elevato di capoluoghi di provincia, di comuni di media dimensione e delle maggiori località turistiche.

95. Di conseguenza lo sviluppo di tali reti è significativo sia in termini di copertura raggiunta (sia *indoor* sia *outdoor*), sia per numero di infrastrutture. Per quanto riguarda il mercato dei ricevitori in tecnologia DVB-H si registra un aumento sia nella gamma di telefonini che integrano tale tecnologia, sia nella vendita di tali apparati.

96. L'Autorità ritiene che da un punto di vista tecnologico la piattaforma DVB-H si trovi in fase di "Transizione" in quanto, pur basandosi su standard maturi, il suo sviluppo è ancora strettamente condizionato dallo sviluppo delle infrastrutture di rete.

97. Spostando l'attenzione su aspetti di natura economica, va sottolineato come, nonostante l'Italia sia stato il primo paese europeo a lanciare sul mercato servizi audiovisivi in tecnologia DVB-H (maggio 2006), allo stato attuale non sono stati ancora raggiunti i risultati sperati. Si stima che nel 2008 i ricavi complessivi, derivanti prevalentemente dagli abbonamenti e dalla vendita di contenuti in PPV, siano pari ad alcune decine di milioni di euro, un valore che non si discosta molto da quello relativo la piattaforma IPTV (vedi Tabella 4).

98. In termini di programmazione sono attualmente presenti tre offerte commerciali che si basano su un modello misto *free* e *pay* per un totale di circa 30 canali. I contenuti trasmessi sono sia autoprodotti (La3, LA3 Cinema, etc.) sia trasmessi per conto di terzi fornitori di contenuti. Nonostante la presenza di canali autoprodotti, l'offerta commerciale punta per lo più sulla ritrasmissione dei contenuti premium trasmessi dagli operatori Sky Italia e Mediaset sulle rispettive piattaforme (Campionato di calcio di serie A di Mediaset Premium, Sky TG24, Boing, etc.).

99.Data la ridotta diffusione della piattaforma DVB-H tra la popolazione italiana e l'esiguità dei ricavi generati, se paragonati a quelli derivanti dalla piattaforme più tradizionali (digitale terrestre e satellitare), l'Autorità considera che tale piattaforma sia ancora in fase di "Avvio" da un punto di vista economico,.

Conclusioni sulla piattaforma DVB-H

100.Con riguardo al DVB-H, l'analisi effettuata ha mostrato come tale *standard* trasmissivo, seppur caratterizzato da una tecnologia ormai consolidata, potrebbe comunque conoscere un nuovo fermento in termini economici. Considerata pertanto l'attuale fase di transizione, si ritiene che il DVB-H possa essere considerato una piattaforma emergente, non solo per la recente nascita di questo standard trasmissivo, ma anche per l'incertezza che ancora caratterizza i modelli di *business*.

D6: Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione della piattaforma DVB-H come piattaforma emergente?

Le osservazioni degli operatori

D1.32. Fatta eccezione per due operatori, tutti gli altri operatori condividono le valutazioni dell'Autorità in merito alla definizione della piattaforma DVB-H come emergente.

Le valutazioni dell'Autorità

D1.33. Poiché le considerazioni esposte dai due operatori di cui al punto precedente sono di carattere generale, si rinvia a quanto esposto rispettivamente ai punti D1.4 e D1.8.

D1.34. L'Autorità, pertanto ribadisce quanto esposto al punto 100.

4.CONCLUSIONI

101.La tabella che segue riporta una sintesi delle valutazioni di carattere tecnologico ed economico effettuate dall'Autorità riguardo le diverse piattaforme per la diffusione di contenuti televisivi.

TABELLA A

PIATTAFORMA	ANALISI TECNOLOGICA	ANALISI ECONOMICA	EMERGENTE/NON EMERGENTE
DTT	CONSOLIDATA	MATURA	NON EMERGENTE
DTH	CONSOLIDATA	MATURA	NON EMERGENTE
IPTV	TRANSIZIONE	AVVIO	EMERGENTE
WEB TV	CONSOLIDATA	MATURA	NON EMERGENTE
GSM-GPRS/EDGE e UMTS/HSDPA	TRANSIZIONE	AVVIO	EMERGENTE
DVB-H	TRANSIZIONE	AVVIO	EMERGENTE

102. A seguito dell'analisi svolta, l'Autorità, ai sensi dell'art. 14 del Decreto individua le seguenti piattaforme emergenti:

- a) IPTV
- b) Mobile (GSM-GPRS/EDGE e UMTS/HSDPA)
- c) DVB-H

UDITA la relazione dei Commissari Nicola D'Angelo e Enzo Savarese, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA
Articolo 1
(Piattaforme emergenti)

1. Ai sensi dell'art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell'articolo 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS l'Autorità individua le seguenti piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi:

- a) IPTV;
- b) Mobile (GSM-GPRS/EDGE e UMTS/HSDPA);
- c) DVB-H.

2. L'Autorità si riserva di riesaminare la presente decisione alla luce della evoluzione dell'assetto del mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio ai sensi dell'art. 1, comma 26, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Il presente provvedimento è pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino Ufficiale e sul sito web dell'Autorità.

Roma, 26 novembre 2009

IL PRESIDENTE
Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE
Nicola D'Angelo

IL COMMISSARIO RELATORE
Enzo Savarese

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Viola