

«Internet veloce, lo Stato dovrà investire sulla rete»

Antitrust e Authority per le comunicazioni: il mercato ha fallito

MILANO Per potenziare in Italia lo sviluppo delle reti fisse di nuova generazione, la cosiddetta banda ultra larga, è necessario un intervento pubblico visto che non è possibile contare sugli investimenti privati a causa degli alti costi «irrecuperabili» e della concorrenza che riduce ricavi e margini. Per di più «in presenza di una domanda ancora poco sviluppata». A sostenerlo sono le autorità indipendenti Antitrust (Agcm) e il Garante

disposti a collaborare.

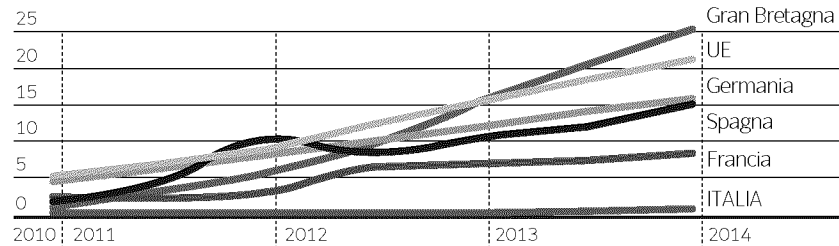
Punto di partenza dell'analisi è che «la realizzazione delle reti fisse a banda ultra larga in fibra ottica costituisce un progetto di rinnovamento radicale delle infrastrutture ... che probabilmente non ha precedenti». Reti arretrate anche perché a differenza di altri Paesi non hanno beneficiato della convergenza della tv via cavo. Eppure, nonostante la domanda in Italia sia ancora bassa, il mercato può offrire

che vogliono dotarsi di una connettività a banda ultra larga».

Non è un paradosso che siano proprio le autorità che devono tutelare la concorrenza ad intervenire. Lo fanno perché si trovano di fronte a un «fallimento del mercato» — scrivono i presidenti Giovanni Pitruzzella (Antitrust) e Angelo Marcello Cardani (Comunicazioni). Il riferimento è ai gestori che finora hanno realizzato reti, Telecom Italia, Fa-

La banda ultra larga in Italia e in Europa

L'evoluzione delle connessioni



Fonte: Commissione Europea, Digital Agenda Scoreboard

d'Arco

delle comunicazioni (Agcom).

Secondo le authority, l'intervento pubblico può andare dalla costituzione di un operatore di rete puro a un investimento misto pubblico-privato, alla joint venture tra operatori privati (per sostenere la quale si può derogare alle leggi antitrust) agli incentivi fiscali come quelli introdotti con lo «sblocca Italia». Anche se, sottolinea l'analisi conoscitiva delle due autorità, non sembra che gli operatori siano

grandi potenzialità di sviluppo con i servizi di «video online» (come dimostra, all'estero, l'esperienza di Netflix) o la digitalizzazione della pubblica amministrazione. Per questo Agcom e Antitrust propongono di stimolare la concorrenza tra operatori attraverso «una maggiore trasparenza della qualità delle connessioni online» e di spingere sulla domanda con «voucher, sovvenzioni, benefici fiscali per famiglie e imprese

stweb o Metroweb. Entro il 2016 con i piani dei privati si arriverà alla copertura del 50% della popolazione, ma l'effettiva concorrenza si avrà solo in un'area pari al 25% della popolazione. Troppo poco per centrare gli obiettivi indicati nell'Agenda digitale europea.

Fabrizio Massaro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Al vertice



Angelo Marcello Cardani, presidente dell'Agcom.



Sopra, Giovanni Pitruzzella, presidente dell'Autorità garante della Concorrenza e del mercato

