

UN MERCATO DA REGOLARE

di Stefano Quintarelli

Gennaio 2006

Clic, dopo la cena in famiglia guardo dall'inizio il telegiornale che hanno iniziato a trasmettere 20 minuti fa. Arriva la telefonata e clic, lo metto in pausa per 30 secondi e poi riprendo. Finito il telegiornale vedo un film, sembra interessante, ma è iniziato da 40 minuti. Clic e lo guardo dall'inizio. Anzi no, lo registro e intanto guardo la registrazione di Ballarò di ieri. Non ho sonno, scelgo un film dalla videoteca virtuale e inizio a guardarlo.

Questa "televisione" è già possibile oggi e una minima parte delle famiglie italiane sta usando alcune di queste funzionalità.

Questa è la televisione di domani; dopodomani arriveremo alla "tv partecipativa" con presenza degli spettatori non solo telefonica ma anche in video e con interazioni non solo con sms o telefonate ma anche informatiche.

Ma qui è un futuro ancora un po' indefinito.

Gli operatori telefonici perdono ricavi da scatti per effetto della VoIP, ovvero della possibilità per gli utenti di usare i collegamenti internet per effettuare telefonate.

In questo modo la singola telefonata online non ha un costo specifico essendo ricompresa nell'abbonamento ad Internet (tipicamente a tariffa forfetaria). Solo se la telefonata esce verso la "vecchia" rete telefonica, si ha un costo specifico per detta telefonata.

In altre parole, i ricavi da traffico delle società telefoniche tendono a diventare ricavi forfettari dell'accesso a Internet. Ma i costi degli abbonamenti ad internet sono più bassi (per ragioni storiche e tecnologiche) dei costi della telefonia.

In questo avvicendamento tecnologico, le società telefoniche ci perdono, ed anche in modo significativo secondo molti analisti ed anche secondo commenti sui recenti risultati di France Telecom.

Per questa ragione, alla ricerca di nuovi ricavi, ovunque in Europa gli operatori ex-monopolisti iniziano ad offrire sulla loro rete anche servizi televisivi.

La stessa evoluzione tecnologica che da un lato minaccia i ricavi telefonici, dall'altro consente di infilare in un filo del telefono, oltre ad internet e telefonia, anche molte visioni televisive contemporanee, a qualità satellitare, con in più le funzioni evolute che solo un collegamento via cavo consente.

Nel breve periodo all'utente verrà proposto di fare un abbonamento aggiuntivo per vedere la televisione via cavo, ma poi potrà semplicemente mutare il proprio abbonamento telefonico in un abbonamento televisivo via cavo con in più telefono ed internet.

In questo modo, chi lo fornisce, argina il rischio di erosione dei ricavi.

I collegamenti domestici senza fili consentono di collegare le televisioni di casa anche se lontane dalla presa del telefono, sorpassando una barriera ritenuta da molti un forte ostacolo.

A tendere la scelta dei consumatori sarà quindi tra un costo telefonico semi-variabile tradizionale (canone e scatti) o un canone fisso confrontabile che però, oltre al telefono ed internet, offre anche molte altre possibilità di televisione evoluta.

Una volta collegati i televisori, e disponendo delle funzioni aggiuntive indicate sopra, chi non le userà per guardare la partita, il telegiornale, la trasmissione di approfondimento o il varietà ?

Chi controlla la scatola collegata al tv ed il collegamento via filo ed il telecomando, avrà un potere notevole ed una qualità di dati comportamentali da far ingelosire qualunque pubblicitario.

La situazione attuale italiana è che un solo operatore di rete ha circa i 4/5 degli abbonamenti a banda larga.

Della concorrenza entrata nell'ormai obsoleto sistema telefonico tradizionale c'è poca traccia nel mercato al dettaglio dei collegamenti di rete via filo, forse anche perché questo mercato non è tra quelli oggetto di regolamentazione e sorveglianza da parte dell'Autorità delle Comunicazioni.

Il potenziale problema non riguarda solo la privacy dei comportamenti degli utenti e delle scelte che essi fanno (se ogni volta che compare un determinato politico cambio canale, cosa significa ?).



Stefano Quintarelli, 2005. This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/1.0/> or send a letter to Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.



Riguarda anche la selezione e natura dei contenuti resi disponibili agli utenti dall'operatore neomonopolista della banda larga al dettaglio (o ex monopolista della telefonia, che dir si voglia).

E non solo, c'è anche in gioco la possibilità per un abbonato di un altro fornitore internet di accedere ai contenuti esclusivamente disponibili agli abbonati dell'operatore neomonopolista.

Certo, questa sorta di "chiusura" non è una invenzione dell'operatore neomonopolista, ma cosa diversa è se tale chiusura è attuata da un soggetto abbastanza marginale nel mercato o se lo fa un monopolista che controlla in modo esclusivo una risorsa essenziale.

L'internet che conosciamo, quella per cui un abbonato di qualunque operatore può accedere ai contenuti di qualunque fornitore, quella internet sta cambiando sotto la pressione dei potenti operatori telefonici, come previsto anni fa dal Prof. Lessig dell'Università di Stanford nel suo libro "The future of ideas".

Il dibattito è approdato anche sulle pagine del New York Times lo scorso weekend in un articolo dal titolo "Hey Baby Bells: Information Still Wants to be Free".

In queste settimane l'Autorità delle Comunicazioni sta decidendo in merito alla regolamentazione del mercato all'ingrosso della larga banda, l'unico mercato della banda larga ad oggi previsto regolatoriamente.

Un'anteprima degli effetti è già stata annunciata da Telecom che promette per inizio febbraio un potenziamento ad 8mbps delle linee che servono per la televisione, offerta non replicabile dai concorrenti in quanto manca la corrispondente offerta all'ingrosso.

Lo snodo è importante. Ciò che verrà deciso nelle prossime settimane condizionerà gli assetti dei media futuri.

Qualche editore radiofonico o cartaceo può sottostimare la questione e ritenersi ai margini del gioco, ma la perturbazione del mercato pubblicitario arriverà anche a loro come un'onda anomala.

La decisione è simile ad altre che hanno caratterizzato la storia italiana: Da un lato una azienda indebitata a livelli record, dall'altra un principio di difesa del mercato, dei consumatori, dell'innovazione e dell'informazione.

L'azienda in questione trarrebbe notevoli benefici nel breve periodo da un atteggiamento regolamentare benevolo, dall'assenza o dal rilassamento di norme procompetitive, come riconosciuto da analisti finanziari che giudicano l'implementazione regolamentare italiana un vantaggio per il neomonopolista rispetto ad altri paesi europei.

Argomento difficile questo in cui dettagli tecnologici hanno ampie ripercussioni di mercato, con una forte correlazione tra mercato dell'accesso e mercato dei contenuti.

In Gran Bretagna, in cui British Telecom ha circa 1/4 degli abbonati a larga banda, la sua rete è stata separata e messa in una società diversa da quella dei servizi telefonici; nel nostro Paese in una sola società, oltre la rete, ci mettiamo anche i telefonini e la televisione.