

11 maggio 2009 0:00

ITALIA: Indagine sui gestori mobili. Agcom e Antitrust: prezzi alti e poca trasparenza per sms e connessioni a Internet

Un mercato in continua crescita, con un fatturato pari a circa 4 miliardi nel 2008, dove tuttavia persistono scarsa trasparenza, condizioni sfavorevoli per i consumatori e tariffe all'ingrosso che disincentivano l'ingresso degli operatori virtuali. È il quadro che emerge dall'indagine conoscitiva congiunta condotta dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

A questo link il testo integrale dell'indagine

clicka qui (<http://www.aduc.it/generale/files/allegati/20090511IndConAgcom-Antitrust.pdf>)

Secondo le due Autorità, soprattutto nel settore degli Sms, che da solo fattura oltre 2 miliardi di euro, ci sono margini di riduzione dei prezzi sia al dettaglio che all'ingrosso, anche alla luce del Regolamento comunitario in base al quale, dal prossimo 1 luglio, gli Sms internazionali costeranno al massimo 11 centesimi per i consumatori e 4 centesimi per gli operatori virtuali. Le Autorità si attendono dunque che gli operatori sfruttino questi spazi, senza che occorranza interventi ex ante di natura regolamentare o ex post per garantire condizioni di equilibrio competitivo tra i diversi soggetti sul mercato. È infatti evidente che il quadro regolamentare italiano e l'applicazione della normativa antitrust non possono consentire che il prezzo di un Sms tra due città europee risulti inferiore al prezzo di un Sms tra due città italiane, così come non è ammissibile che il prezzo all'ingrosso sia superiore a quello al dettaglio, con riferimento ai prezzi praticati per le offerte speciali. Di seguito i principali risultati dell'indagine.

SMS A 'DOPPIO PREZZO'. In Italia il mercato degli Sms, che rappresenta il 60% del fatturato totale dei servizi oggetto di indagine, sta crescendo a ritmi sostenuti (+40% nell'ultimo biennio) e presenta ulteriori spazi di ampliamento: il numero di utilizzatori di Sms sul totale della clientela è infatti relativamente basso, 47,9% rispetto a oltre 80% nel Regno Unito, in Germania e in Francia. Nell'ambito dell'universo degli utilizzatori di Sms, vi è un gruppo maggioritario, circa il 62%, che paga il prezzo unitario di 15 ¢ a fronte degli 11 ¢ previsti dal Regolamento comunitario per gli Sms internazionali. Solo una minoranza degli utenti, che invia però il maggior numero di messaggi, paga un prezzo molto più basso, mediamente intorno a 1 ¢, che porta la media complessiva a 3,5 ¢: nel 2008, sul totale di circa 60 miliardi di Sms, il 75% degli invii è stato effettuato all'interno di piani o opzioni tariffarie, mentre solo il 25% degli Sms è stato inviato al prezzo delle offerte base. Sulle offerte con sconti molto elevati gioca un peso fondamentale il traffico 'on net' (Sms inviati con lo stesso operatore), caratterizzato da prezzi ancor più contenuti, che rappresenta oltre i 3/4 del traffico totale di Sms. (Tabelle 1, 2 e 3). Alla luce dei dati raccolti, è evidente che non tutti i consumatori sono consapevoli delle opportunità offerte dal mercato: è dunque necessario che gli operatori diano maggiori informazioni sulle opzioni tariffarie disponibili. La notevole prospettiva di crescita del consumo di Sms, indicata dai confronti internazionali, indica inoltre che c'è spazio per raggiungere i consumatori con una politica di prezzi più bassi. La discesa dei costi per gli utenti dovrebbe inoltre essere favorita dall'ingresso nel mercato degli operatori virtuali mobili, oggi reso difficile da un prezzo all'ingrosso (quello che gli operatori pagano per terminare un messaggio sulle reti altrui), pari in media a 5,25 ¢, superiore sia al ricavo medio per Sms (3,5 ¢), sia al corrispondente prezzo dell'Sms internazionale, per il quale il Regolamento europeo sul *roaming* stabilisce un tetto massimo di 4 ¢. Si tratta di una situazione che rende difficile una reale competizione nei mercati a valle, impedendo di fatto la possibilità per gli operatori virtuali di proporre offerte concorrenziali.

INTERNET E MAIL: BLOCCARE LE 'BOLLETTE PAZZE'. I servizi dati in mobilità (accesso a internet tramite telefonino, chiavette USB etc.) costituiscono, già da oggi e soprattutto in una prospettiva di breve e medio periodo, un mercato tra i più importanti per la telefonia mobile: nel 2008 hanno garantito un fatturato pari al 38% del totale dei mercati oggetto di indagine. Il segmento più rilevante in termini sia di volumi di traffico che di ricavi è quello dell'accesso a Internet, con oltre 3 milioni di utenti e ricavi passati da circa 477 milioni di euro nel 2007 a 748 milioni di euro nel 2008 (tabella 4). Si tratta di una crescita che le due Autorità intendono garantire purché avvenga nel rispetto dei consumatori finali, ai quali oggi vengono applicate condizioni contrattuali decisamente sfavorevoli. Gli utenti hanno infatti difficoltà nell'orientarsi tra le offerte disponibili e nell'ottenere indicazioni attendibili, oltre che sul prezzo, sulla velocità e la qualità della connessione ad internet. Altrettanto difficile, come dimostra il fenomeno delle 'bollette pazze', è controllare la spesa. Per questo le due Autorità propongono che vengano previste soglie automatiche di blocco della spesa per il traffico dati, salvo rinuncia espressa dell'utente, in linea con il nuovo Regolamento sul *roaming* internazionale, che introduce un meccanismo di blocco quando la bolletta raggiunge 50

euro, o un'altra soglia più elevata a scelta del consumatore. Ugualmente vanno rimossi i vincoli penalizzanti al recesso da parte del cliente, spesso bloccato alle condizioni contrattuali sottoscritte per periodi assai lunghi (anche due anni).

LOGHI E SUONERIE. Anche il mercato della fornitura di servizi e contenuti (CSP o content/service provider) è in forte evoluzione con un fatturato pari a 368 milioni di euro nel 2008, per quanto riguarda in particolare la fornitura di musica, giochi e video. Si tratta di un segmento importante per gli operatori mobili ai quali il fornitore di contenuti riconosce in media il 35% del prezzo pagato dall'utente. Dall'indagine è emersa la necessità, anche alla luce della tipologia dei fruitori di questi contenuti (giovani e adolescenti), di introdurre procedure che garantiscano la trasparenza dei contratti e soprattutto la consapevolezza del contratto stesso, spesso sottoscritto senza una reale volontà del consumatore. Occorre dunque inserire meccanismi che consentano di verificare e, possibilmente, tracciare l'effettiva accettazione da parte dell'utente del perfezionamento del contratto. Ugualmente vanno introdotte procedure di disattivazione chiare e semplici.

Tabella 1 - Volume SMS inviati *person to person* (milioni)

	Invii P2P	Invii On Net	Invii Off Net	On Net/Totale (%)
2007	42.913	33.461	9.452	78%
2008	60.011	51.179	8.833	85%

Tabella 2 - Prezzi SMS *person to person* 2008 (cent)

SMS	cent, IVA incl. (2008)
Prezzi unitari per la prevalenza delle offerte base	15
Ricavo medio per invii tramite offerte base*	10,8
Ricavo medio (offerte base + opzioni/pacchetti)	3,5
Ricavo medio per invii tramite opzioni/pacchetti	1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dai MNO o ricavati

dai siti web degli stessi

* Le offerte base possono comprendere pacchetti di benvenuto con l'invio gratuito di alcune centinaia di messaggi.

Tabella 3 - Ricavi totali e unitari SMS *person to person*

		Ricavi totali (milioni di €)			Ricavi unitari (cent)		
	Totale	On net	Off net	Totale	On net	Off net	
2007	1.983	1.097	885	4,62	3,28	9,36	
2008	2.080	1.191	889	3,47	2,33	10,07	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori

Tabella 4 - SDM: volumi e ricavi 2008

	Volumi (Terabyte)	Ricavi (mln)	Ricavo medio (cent per MB)
Accesso Internet	19.512	748	0,04
WAP	131	231	1,76
Apn dedicati	51	43	0,83
Totale	19.694	1.022	0,05

Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dagli operatori