

# La concorrenza “sregolata” degli Over The Top

di F. dalle Nogare – Gli [Over The Top](#) (Facebook, Google, Apple ecc.) e le media company (Netflix, Amazon prime, Disney ecc.) sono ormai diventati i veri protagonisti del mercato digitale mondiale e hanno soppiantato il ruolo [pivot](#) giocato finora dagli operatori di telecomunicazioni (le c.d. TELCO) nel mondo di Internet.

E' lecito pertanto porsi le seguenti domande: **quali sono le regole applicabili ai nuovi mercati che utilizzano piattaforme online** e qual è la cassetta degli attrezzi a disposizione del regolatore nazionale ed europeo per decidere se intervenire, eliminando le vigenti asimmetrie rispetto agli operatori di rete tradizionali, o invece lasciare i mercati liberi di autoregolamentarsi?

L'applicazione del corpus normativo europeo di riferimento (il codice delle comunicazioni elettroniche e la direttiva sui servizi di media audiovisivi) non elimina le asimmetrie esistenti, bensì le attenua.

In altre parole, le due nuove direttive europee lasciano sostanzialmente tutto invariato, dimostrando di non essere capaci di reggere alle sfide poste da un progresso tecnologico rapido e continuo imposto dagli OTT (Over The Top).

Di fatto non dota i regolatori europei e nazionali di strumenti adeguati per analizzare questi mercati caratterizzati da un salto tecnologico senza precedenti.

Infatti, lo strumento principale in dotazione del regolatore rimane ancora quello dell'analisi di mercato (introdotto nel 2002) basato sulla classica definizione di mercato rilevante, sulla verifica della sostituibilità lato domanda/offerta, sull'imposizione di obblighi ex ante in mancanza di un assetto

effettivamente concorrenziale.

Non si coglie così la dimensione di un mercato sovranazionale e ben più ampio di quello delle comunicazioni elettroniche e cioè dell'intera industria in cui operano gli OTT.

Una strumentazione, seppur meritevole di aver puntato sin dall'inizio sulla convergenza dei settori di telecomunicazioni, che però ancora non è in grado di affrontare la **rivoluzione digitale** in atto. Ci sono nuovi mercati che vanno oltre la dimensione nazionale e i grandi player ne sono un esempio. Infatti convogliano in sé, non un solo e distinto servizio, ma più offerte. Di fatto è riduttivo dire cosa fa o non fa una piattaforma come Facebook, perché soddisfa più persone, in più momenti, con più servizi, ed costantemente collegata a tutta una serie di altri mondi paralleli.

L'analisi di questi nuovi mercati richiede, quindi, **un regolatore europeo e nazionale dotato di elevate professionalità nell'ecosistema digitale**, in grado di poter supplire ad un corpus normativo non al passo con i tempi, e non più riproporre strumenti operativi oramai datati.

La nomina dei membri del nuovo consiglio di Agcom da parte del Parlamento e del Governo rappresenterà un valido banco di prova per verificare un effettivo e deciso cambio di passo.

I membri dell'organo collegiale, dovranno essere scelti tra persone di riconosciuta levatura ed esperienza professionale, sulla base del merito, delle competenze, delle conoscenze e dell'esperienza e a seguito di una procedura di selezione aperta e trasparente. Ma, soprattutto, **dovranno dimostrare di saper governare una nuova stagione regolamentare caratterizzata da uno sviluppo 'totalizzante' di Internet**, in modo da poter cogliere l'effettiva portata dell'ingresso degli OTT sui mercati delle comunicazioni elettroniche oltre che su quelli dei media e, quindi, se o meno introdurre un assetto

regolamentare mirato ad un effettivo level playing field.