Digit'Ed
Il Sole 24 ORE Radiocor

DigitEconomy.24

Dicembre 2026

IL TEMA

FIBRA AL BANCO DI PROVA TRA CONCORRENZA COL SATELLITE E STRATEGIE PER ACCELERARE IL TAKE-UP

Marco Nespolo, neo amministratore delegato di FiberCop

«TLC, OCCORRE ABBANDONARE LA CONFLITTUALITÀ, NESSUNO PUÒ FARCELA DA SOLO»



Serve uno sforzo corale perché «nessuno può vincere da solo». È il messaggio di **Marco Nespolo**, neo amministratore delegato di FiberCop, per quanto riguarda in particolare il problema del *take-up* della fibra. Una volta infrastrutturato il Paese, infatti, il nodo è l'adozione della nuova tecnologia, cioè il reale utilizzo da parte di famiglie e imprese, che vede l'Italia sotto la media europea.

>> a pagina 2

Stefano Acanfora, amministratore delegato di Infratel

«VOUCHER CONNETTIVITÀ E SGRAVI FISCALI PER INCENTIVARE L'ADOZIONE DELLA FIBRA»



«Voucher connettività focalizzati sulla migrazione dal rame alla fibra, sgravi fiscali per gli investimenti di decommissioning delle centrali in rame, azzeramento dei costi di transizione per i clienti finali». Sono tra le misure suggerite dall'amministratore delegato di Infratel, **Stefano Acanfora**, nella sua prima intervista a DigitEconomy.24, per incentivare l'adozione della fibra ottica.

>> a pagina 3

Renato Brunetti, amministratore delegato di Unidata

«ANTICIPARE LO SPEGNIMENTO DEL RAME PER AUMENTARE IL TAKE-UP DELLA FIBRA»



La leva principale per aumentare l'adozione della fibra ottica in Italia, tra i Paesi europei con i livelli di diffusione più bassi, è anticipare lo *switch-off* della rete in rame, anziché posticiparlo. A sostenerlo è **Renato Brunetti**, amministratore delegato di Unidata, azienda italiana di telecomunicazioni, cloud, cybersecurity e internet of things, in un'intervista a DigitEconomy.24, in collaborazione con Digit'Ed.

>> a pagina 4

Marco Nespolo, neo amministratore delegato di FiberCop

«AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DI FAMIGLIE E IMPRESE SUI BENEFICI DELLA FIBRA»



Nella prima intervista concessa da Marco Nespolo a Digit Economy.24 (report in collaborazione con Digit'Ed), allargando la prospettiva all'interno del settore, il manager afferma che è il momento di abbassare la conflittualità. Trovare una strada diversa non è «solo possibile ma necessario». Oggi FiberCop, azienda dov'è confluita l'ex rete fissa di Tim e che gestisce un'infrastruttura digitale da 28 milioni di chilometri di fibra ottica, 114 milioni di chilometri di rame, 10.500 centrali, è impegnata da un lato a trovare una soluzione con Tim per una serie di controversie, dall'altro è in corso un dialogo con l'Agcom sui nuovi listini, contestati dagli operatori alternativi. Per le questioni operative tra Tim e FiberCop, in particolare, l'ad Pietro Labriola aveva già mandato un segnale di apertura, parlando di una possibile soluzione entro l'anno.

Il problema dell'Italia più che la copertura in banda ultralarga è oggi il take-up, ancora basso e sotto la media Ue. Dalla vostra prospettiva quali sarebbero gli strumenti più efficaci per incentivarlo?
In un'economia sempre più basata sui dati, la rete è il principale abilitatore dello sviluppo. L'Italia, con l'estensione della banda ultralarga, sta realizzando in pochi anni una trasformazione infrastrutturale enorme. È come costruire in un colpo solo l'autostrada digitale del Paese a cui FiberCop contribuisce con circa 10 miliardi di euro di investimenti tra il 2024 e il 2027 e l'obiettivo di raggiungere circa 20 milioni di unità immobiliari in tecnologia *Fiber to the Home* (Ftth).

Portare la fibra in un territorio è il primo passo, dobbiamo poi creare le condizioni perché quell'infrastruttura venga effettivamente utilizzata. E questa è una sfida che nessuno può vincere da solo

Insieme al completamento della copertura, dobbiamo però accelerare sull'adozione. Una parte del divario rispetto ad altri Paesi dipende proprio dalla rapidità con cui abbiamo realizzato il rollout: è fisiologico che tra l'arrivo della fibra e la sua adozione passi del tempo, tanto più con un rollout così rapido. I segnali sono positivi: gli accessi Ftth continuano a crescere. Ci sono poi alcune peculiarità italiane. Abbiamo un uso molto diffuso della connettività mobile, che in molte famiglie sostituisce la linea fissa invece di affiancarla: oltre il 30% delle famiglie italiane è *mobile only*, una quota particolarmente elevata nel confronto europeo. Anche questo contribuisce a spiegare perché il *take-up* della fibra sia ancora relativamente basso: la sfida non è più soltanto portare l'Ftth nelle case, ma farne percepire concretamente il valore. E c'è il tema dell'ultimo tratto. Raggiungere un edificio con la fibra non significa automaticamente riuscire a collegare senza ostacoli ogni appartamento: la conformazione degli edifici, il cablaggio interno dei condomini e alcuni vincoli autorizzativi possono rallentare il passaggio dalla copertura all'effettiva disponibilità del servizio. È fondamentale, inoltre, aumentare la consapevolezza di cittadini e imprese sui benefici della fibra. In questa direzione, FiberCop sta collaborando con le amministrazioni locali per facilitare la predisposizione delle unità immobiliari e far conoscere meglio le opportunità offerte dalla nuova rete. Portare la fibra in un territorio è il primo passo, dobbiamo poi creare le condizioni perché quell'infrastruttura venga effettivamente utilizzata. E questa è una sfida che nessuno può vincere da solo. Serve un'azione corale dell'intero ecosistema digitale. Gli operatori possono valorizzare la nuova connettività con servizi che ne rendano evidenti i benefici, le imprese accelerare la digitalizzazione dei propri processi, la Pubblica Amministrazione può contribuire attraverso servizi digitali sempre più evoluti. Allo stesso tempo servono competenze, applicazioni e casi d'uso che rendano concretamente utile quella capacità di rete per cittadini e imprese.

>> leggi l'intervista integrale sul sito

Stefano Acanfora, amministratore delegato di Infratel

«NELLE AREE A FALLIMENTO DI MERCATO ESTREMO, IL SATELLITE È L'UNICA SOLUZIONE SOSTENIBILE»

A fine ottobre 2026 risultavano coperte dall'Ftth oltre l'82% delle famiglie italiane ma il take-up resta basso

Voucher connettività focalizzati sulla migrazione dal rame alla fibra, sgravi fiscali per gli investimenti di *decommissioning* delle centrali in rame, azzeramento dei costi di transizione per i clienti finali. Sono tra le misure suggerite dall'amministratore delegato di Infratel, Stefano Acanfora, per incentivare l'adozione della fibra ottica, come spiega nella sua prima intervista a DigitEconomy.24, in collaborazione con Digit'Ed. Nella copertura infrastrutturale, afferma, «i dati sono chiari»; è stato coperto oltre l'82% delle famiglie italiane ma il *take-up*, cioè il reale tasso di adozione è tra i più bassi d'Europa, e per questo bisogna agire con un pacchetto di misure.

L'Italia ha compiuto progressi notevoli nella copertura della banda ultralarga, usando anche le risorse del Pnrr. Che cosa succede ora con il calo naturale di risorse economiche registrato con la fine del Pnrr?

Continuano i progressi avviati con il Piano banda ultralarga; investire in connettività e infrastrutture strategiche significa garantire crescita economica e innovazione alle persone e ai territori: dalle aree più remote alle strutture sanitarie, dalle isole minori alle imprese e alle famiglie. I dati sono chiari: a fine ottobre 2026 risultavano coperte dall'Ftth (*Fiber to the home*) oltre l'82% delle famiglie italiane (rapporto sulla connettività in fibra Ftth Agcom di ottobre 2026). Infratel Italia ha contribuito, attuando la strategia del Governo, grazie anche ai fondi Pnrr, a sviluppare e far crescere infrastrutture e servizi, per rendere il digitale un'opportunità concreta. Con i piani pubblici "Bul aree bianche" e con il "Piano Italia a 1 Giga", finanziato tramite fondi Pnrr, sono stati coinvolti 7.750 comuni (98% dei comuni italiani), con un numero di abitazioni e sedi di impresa rilegate per oltre 12,8 milioni (pari a oltre il 30% del complessivo nazionale), di cui 10,3 milioni in Ftth e 2,5 milioni in tecnologie radio (Fwa). Inoltre, con i già menzionati piani sono state rilegate in fibra oltre 39.000 sedi delle pubbliche amministrazioni. Ora bisogna garantire il processo di sviluppo di reti sempre più efficienti, così da orientare l'innovazione tecnologica verso il cittadino. Come Infratel siamo il fulcro di questo compito, che garantisce sovranità digitale e tutela di ogni territorio.

Restano da raggiungere i comuni in cui la diffusione della banda ultralarga è più complessa. Nelle aree in cui portare la fibra non è economicamente sostenibile, il satellite potrebbe rappresentare la soluzione migliore?

Nelle aree a fallimento di mercato estremo e soprattutto per le case sparse, i rifugi, i piccoli borghi montani, portare la fibra fino a casa (Ftth) presenta una curva dei costi marginali esponenziale: posare chilometri di infrastruttura tra roccia, boschi o tracciati complessi per servire un piccolo numero di unità immobiliari può arrivare a costare decine di migliaia di euro per singolo civico collegato, con tempi necessari per i permessi e di realizzazione lunghissimi. In questo scenario, il satellite non è solo una soluzione ragionevole, ma per molti versi l'unica realisticamente sostenibile e immediata. Tuttavia, presenta sia punti di forza decisivi sia alcuni vincoli da considerare. I vantaggi sono garantiti dalle attuali costellazioni in orbita bassa (LEO, come Starlink, Eutelsat OneWeb e in prospettiva la futura rete europea IRIS²) che orbitano attorno ai 500 km, offrendo latenze tra i 25 e i 45 ms e velocità stabili tra i 100 e i 350 Mbps, del tutto equiparabili a una buona linea terrestre. Inoltre, in territori fragili dal punto di vista idrogeologico (frane, alluvioni, nevicate eccezionali), le linee aeree o interrate possono guastarsi e richiedere giorni per essere riparate; il satellite garantisce continuità operativa anche in caso di isolamento fisico del territorio. Un punto di attenzione è la banda a disposizione che è una risorsa condivisa.

Una volta completati i principali programmi Pnrr, qual è il ruolo che Infratel può portare avanti nell'ambito della gestione e della manutenzione delle reti?

In questi anni Infratel ha posto le basi per lo sviluppo dell'opera di infrastrutturazione digitale del Paese, sia in ambito banda ultralarga, con il completamento del piano Bul e con il piano 1 Giga, sia con il piano 5G, il piano Sanità Connessa e Scuola Connessa. Nel panorama attuale, le stazioni appaltanti e gli enti locali (Regioni, Comuni, Unioni di Comuni, Asl, Istituti Scolastici e altri) affrontano una duplice complessità: da un lato l'obbligo di conformarsi ai vincoli normativi stringenti previsti dal Codice dei Contratti Pubblici, dall'altro la rapida evoluzione tecnologica delle reti (banda ultralarga Ftth, ponti radio, architetture ibride che impiegano reti satellitari, 5G e Fwa, reti *software-defined* Sd-Wan) e stringenti requisiti di cybersecurity (Acn/AgID). In questo scenario Infratel si potrebbe configurare come un *managed network aggregator & service hub*, ovvero come partner tecnico delle reti pubbliche. Un esempio può essere l'accordo quadro siglato con la Regione Abruzzo, per la realizzazione di una rete pubblica di proprietà regionale destinata a connettere comuni e data center.

Nel take-up della fibra l'Italia è ancora indietro. Che tipo di misure suggerireste in vista della manovra finanziaria per incentivare clienti e Pmi a utilizzare la fibra?

In Italia si assiste a quello che molti analisti definiscono il "paradosso della fibra": a fronte di una copertura Ftth (*Fiber to the Home*) cresciuta rapidamente grazie agli investimenti pubblici (piano Bul, Pnrr - Piano Italia a 1 Giga) e privati, il tasso di adozione da parte degli utenti finali rimane tra i più bassi d'Europa. I motivi principali della resistenza al cambiamento sono: la presenza diffusa dell'Fttc (misto rame-fibra), ancora percepita dalla maggioranza degli utenti e dalle microimprese come "sufficiente" per navigare e fare videochiamate, evitando i disagi del cambio tecnologico; i colli di bottiglia verticali (condomìni non cablati, canaline sature, costi e permessi per portare il cavo dal marciapiede all'appartamento); la mancanza di consapevolezza digitale nelle micro-Pmi, per le quali la fibra è vista solo come un costo di telecomunicazioni anziché come fattore abilitante per cloud, continuità operativa e cybersecurity.

>> leggi l'intervista integrale sul sito

Renato Brunetti, amministratore delegato di Unidata

«OCCORRE DISEGNARE MEGLIO GLI INCENTIVI PUBBLICI CONCENTRANDO RISORSE SULLA MIGRAZIONE ALLA FIBRA»

La migrazione può arrivare a costare all'operatore circa 200 euro, a fronte di ricavi che restano sostanzialmente invariati

Secondo Renato Brunetti, amministratore delegato di Unidata, strumenti come i voucher, per come sono stati concepiti, non hanno prodotto i risultati sperati, poiché hanno incentivato anche soluzioni basate sulla rete in rame. «Gli incentivi pubblici devono essere disegnati meglio», sostiene, sottolineando la necessità di concentrare le risorse sulla migrazione effettiva verso la fibra Ftth, ovvero la fibra ottica fino alle abitazioni.

Perché in Italia, nonostante il grande recupero sul fronte infrastrutturale, il take-up della fibra è ancora basso rispetto alla media europea?

È un dato che evidentemente ci preoccupa, anche se va letto alla luce di un altro elemento positivo: sul fronte delle infrastrutture, l'Italia ha compiuto un percorso importante, passando dalle ultime posizioni a livelli di copertura che oggi superano la media europea. Il ritardo nell'adozione ha diverse spiegazioni. Una prima ragione è di carattere storico: in Italia si era sviluppata una buona rete Fttc (fibra fino all'armadietto), che ha garantito per anni prestazioni considerate sufficienti da una parte consistente degli utenti. In Spagna, invece, questa infrastruttura era molto meno diffusa e il passaggio alla fibra Ftth è stato più diretto. Anche in Germania e nel Regno Unito, dove la presenza di reti Fttc era significativa, si sono registrate dinamiche di transizione più lente. Il punto è che oggi, in molte aree italiane, chi dispone di una connessione Fttc da 30-40 Mbps non percepisce necessariamente l'esigenza di passare alla fibra fino a casa. Se utilizza Internet prevalentemente per navigare o guardare Netflix, può ritenere che la connessione attuale sia già adeguata alle proprie necessità. C'è poi una seconda questione, di natura economica, che riguarda gli operatori. Parliamo di un mercato in cui la Ftth sostituisce progressivamente la Fttc, ma migrare un cliente da una tecnologia all'altra comporta dei costi: occorre cambiare il router, sostenere le spese di installazione e, nel caso degli operatori *wholesale-only*, pagare anche i costi di attivazione della nuova linea.

Quanto costa in media migrare un cliente?

La migrazione può arrivare a costare all'operatore circa 200 euro, a fronte di ricavi che restano sostanzialmente invariati, perché il cliente continua a pagare più o meno lo stesso prezzo. Non essendoci, in molti casi, un differenziale tariffario significativo tra Fttc e Ftth, l'operatore deve assorbire interamente questo investimento. Di conseguenza, tende a procedere con gradualità, intervenendo soprattutto quando rischia di perdere il cliente a favore di un concorrente che offre la fibra.

>> leggi l'intervista integrale sul sito

«SERVONO POLITICHE DI TRANSIZIONE ALLA FIBRA, TAKE-UP FTTH ESSENZIALE PER LA COMPETITIVITÀ»*

La diffusione della fibra in Italia sta migliorando anche sul fronte del *take-up*, cioè dell'effettiva adozione da parte degli utenti. Secondo i dati Agcom, a giugno 2026 le linee Ftth (fibra fino alla casa, ndr) erano 7,64 milioni, in crescita del 17,5% in un anno, e con il 37,5% degli accessi fissi si avvicinavano alle linee in misto rame-fibra (Fttc, cioè fibra fino al *cabinet*, ndr), pari al 38,9%. Il divario con la copertura, che raggiunge ormai circa l'83% delle famiglie, resta comunque ampio, anche perché la rete si estende più rapidamente delle attivazioni. Il basso *take-up* italiano dipende tuttavia anche dalla buona qualità delle connessioni Fttc, che per gran parte dei consumatori e degli usi sono percepite come sostitutive dell'Ftth, tanto che il regolatore colloca le due tecnologie nello stesso mercato rilevante. Inoltre, entrambi i grandi realizzatori di reti in fibra, FiberCop e Open Fiber, sono *wholesale-only*. Non avendo un rapporto diretto con gli utenti finali, devono gestire la migrazione dei clienti verso l'Ftth in coordinamento con gli operatori retail, e questo non la agevola.

In Italia è poi massiccio l'uso delle tecnologie radio: le linee Fwa sono circa 2,8 milioni e il mobile broadband genera oltre un quinto del traffico dati complessivo, contro circa il 6% in Germania. Occorre quindi sostenere politiche di transizione alla fibra che riducano al minimo il rischio che, dove la fibra è presente, gli utenti lascino il rame per tecnologie radio, satellite incluso, quando queste non offrono prestazioni equivalenti. In questa prospettiva, la disciplina dello *switch-off* del rame proposta dalla Commissione nel Digital Networks Act può richiedere qualche sostanziale revisione.

Infine, la copertura e il *take-up* Ftth sono prerequisiti essenziali per gli effetti positivi su PIL e competitività, ma il driver diretto di questi effetti è l'uso produttivo della connessione. L'attenzione al *take-up* va quindi accompagnata da un focus sugli usi produttivi, sia industriali sia degli utenti finali, che non può che essere demand-driven, cioè basato su esigenze concrete di imprese e consumatori – non necessariamente omogenee in tutto il territorio.

* Di **Antonio Manganelli,** *Professore straordinario di Diritto dell'Economia, Università di Siena; Research Fellow, Centre on Regulation in Europe (CERRE)*

Archivio interviste: www.digited.it/news

Osservatorio Digit'Ed - Sole 24 Ore