

Cosa cambia con le nuove regole per gli abbonamenti alla fibra di casa (e chi ci guadagna)

Ora, prima della sottoscrizione di un contratto, gli operatori devono proporre agli utenti le migliori tecnologie disponibili sul mercato (comprese quelle che non hanno)

(Fonte: <https://www.wired.it/> 24.02.2026)



L'antenna Tim a Roma

Cambiano le regole per la sottoscrizione degli abbonamenti alla fibra di casa. Dal 20 febbraio gli operatori di telecomunicazioni devono informare gli utenti, prima della sottoscrizione del contratto e attraverso la Broadband Map di Agcom, [della disponibilità della tecnologia più performante](#) al civico dell'utente per favorire la migrazione dalle vecchie reti (quelle ancora basate sul rame) a quelle nuove “all fiber” (è l'Ftth l'opzione in vetta alla classifica). Il tutto per effetto della [pubblicazione in Gazzetta ufficiale](#), e della contestuale entrata in vigore, del Decreto Pnrr - nel caso specifico di quanto disposto dall'articolo 13 *Misure urgenti di semplificazione in materia di comunicazioni elettroniche*.

Fibra di casa, cosa funzione e cosa rischiamo

- [Favorire la fibra di casa “migliore” per spingere l'innovazione](#)
- [La Broadband map è cosa da esperti](#)
- [Siamo sicuri che si punti sempre al meglio?](#)
- [Extra costi? Sì, ma la fibra è un investimento che vale \(e tanto\)](#)

Favorire la fibra di casa “migliore” per spingere l’innovazione

In teoria, tutto torna: l’obiettivo alla base della misura è favorire dunque la diffusione dell’Ftth nel caso fosse disponibile al civico interessato dalla richiesta di abbonamento o, in ogni caso, la tipologia di fibra “migliore”. D’altro canto è questa la via cavalcata anche dall’Europa che nel [Digital networks act ha fissato per la prima volta una data per lo switch off del rame](#) ossia per lo spegnimento delle “vecchie” reti.

Se è vero che rispetto alla versione originaria del documento la deadline è stata posticipata di cinque anni (dal 2030 al 2035) è innegabile la direzione che si intende prendere. E poi c’è un tema di tenuta della “filiera” delle telecomunicazioni, in particolare delle due aziende wholesale nazionali, **Fibercop** e **Open Fiber**: la disponibilità di fibra in Italia è ben maggiore rispetto al tasso di attivazione degli abbonamenti, siamo fermi attorno al 25% o poco più.

“Il Paese ha recuperato terreno sull’infrastruttura e oggi la copertura della fibra fino alle abitazioni sfiora il 78% delle famiglie, raggiungendo 18,4 milioni di nuclei familiari”, ha dichiarato il sottosegretario all’Innovazione [Alessio Butti](#) in occasione del convegno *Fiber Switch On: l’accesso al futuro è adesso* andato in scena il 16 febbraio all’Università Luiss Guido Carli a Roma. *“Questo livello pone l’Italia in una traiettoria di miglioramento nel confronto europeo - continua Butti -, con la prospettiva di avanzare sensibilmente nelle classifiche continentali entro il 2026. Nonostante la costruzione di questa grande autostrada digitale, molte persone e imprese viaggiano ancora sotto potenziale: dobbiamo vincere la sfida dell’adozione. Il primo obiettivo per arrivare alla piena adozione sono le competenze; il secondo è il take-up dei servizi digitali, passando da una logica infrastrutturale a una valorizzazione delle reti come piattaforme per servizi pubblici digitali avanzati”,* ha concluso il sottosegretario.

La Broadband map è cosa da esperti

All’atto pratico però la bontà delle intenzioni rischia di non sortire i risultati sperati, per più di un motivo. Il primo e più importante riguarda la tipologia di informazioni che le telco dovranno fornire agli utenti.

Facciamo un esempio pratico: un utente vede in tv una pubblicità su un’offerta Internet molto conveniente lato prezzo e decide di procedere per attivarla. Può procedere attraverso il sito dell’operatore, contattando il call center o recandosi fisicamente presso un punto vendita. Ebbene prima di sottoscrivere il contratto (che sia in modalità online o offline) l’operatore deve mostrare all’utente la Broadband Map di Agcom per metterlo nelle condizioni di visualizzare la tipologia di tecnologia disponibile al civico in questione.

Ed è qui che la situazione si fa ingarbugliata. Tanto per cominciare **capirci qualcosa nella mappa di Agcom è praticamente impossibile** a meno di non essere degli esperti e ci si sappia orientare fra sigle quali Fttc, Fwa, Ftth. Non solo: **sulla mappa viene mostrata la tecnologia disponibile ma non l’operatore che la offre**. In sostanza l’utente dovrebbe contattare tutti gli operatori prima di

venirne a capo nel caso l'operatore a cui si è rivolto non sia in grado di offrirgli la migliore tecnologia sul mercato. L'Ftth non è disponibile infatti per tutti i civici e per tutti gli operatori.

Siamo sicuri che si punti sempre al meglio?

C'è un'altra questione da non sottovalutare. Se è vero che prime di attivare un contratto l'operatore deve fornire all'utente tutte le informazioni e le spiegazioni del caso e dando dunque per scontato che l'utente sia messo nelle condizioni di fare la scelta "*migliore*", all'atto pratico cosa succede? A voler fare gli avvocati del diavolo, siamo sicuri che gli operatori suggeriscano a potenziali nuovi clienti di valutare offerte alternative, magari più costose, con il rischio di perderli? E, ancor peggio, **siamo sicuri che gli operatori dichiarino ai potenziali clienti di non aver nel proprio listino la migliore tecnologia disponibile sul mercato** invitandoli quindi a valutare offerte dei competitor?

Extra costi? Sì, ma la fibra è un investimento che vale (e tanto)

E poi c'è da fare i conti con le tasche degli operatori: è necessario formare adeguatamente gli addetti ai call center e quelli dei punti vendita affinché il processo vada a buon fine. **Extra costi vuol dire extra procedure.** In totale contraddizione con la via delle semplificazioni. Vero è che bisogna spingere in direzione della fibra. Stando a uno [studio di Deloitte](#) - presentato in occasione del [progetto Luiss "Fiber Switch On"](#) - l'accesso al futuro è adesso" ogni euro investito in fibra ne genera 4,4 di contributo al prodotto interno lordo (pil).

E grazie agli investimenti statali nella fibra ottica nelle aree bianche (quelle più remote e periferiche dove gli operatori non hanno investito) **sono stati generati finora oltre 16 miliardi di pil aggiuntivo e più di 250mila posti di lavoro**, a cui si sommano oltre 5,3 miliardi e 90mila occupati. Anche il gettito fiscale ha registrato un contributo significativo, con una stima di oltre 2,5 miliardi di euro di entrate aggiuntive per lo Stato grazie alla messa sola a terra degli investimenti. Benefici anche sul fronte ambientale: secondo [uno studio del Politecnico di Torino](#) lo switch off delle reti in rame comporterebbe una riduzione dell'86% dei consumi energetici equivalente alle emissioni annue di circa 80mila veicoli o al consumo energetico di 30mila abitazioni.