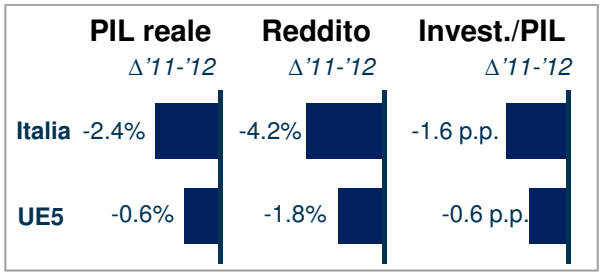
La filiera delle TLC ha confermato il suo periodo di difficoltà, accentuato dalla crisi economica, con un'ulteriore diminuzione dei ricavi nel 2012

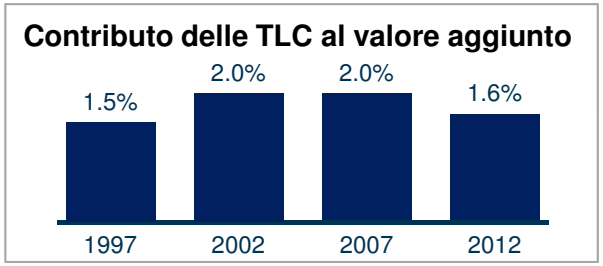
Ulteriore peggioramento della situazione economica nel 2012

- Nel 2012 si è assistito ad una diminuzione del PIL reale sia a livello UE5 che, in misura maggiore, a livello italiano, con effetti negativi su investimenti e consumi
- È infatti sensibilmente calato il reddito disponibile delle famiglie, anche a causa del significativo aumento della disoccupazione (+2.2p.p. rispetto a fine 2011)



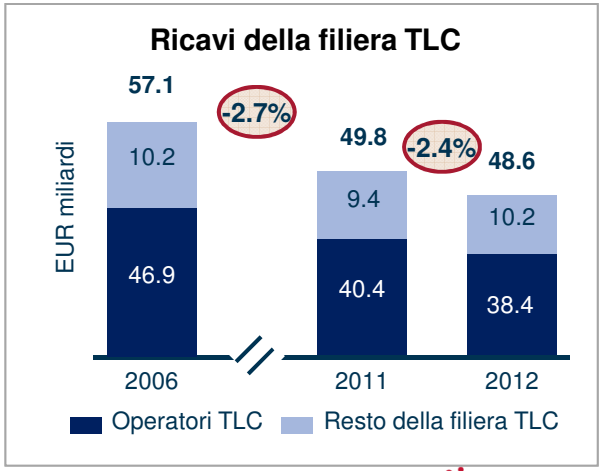
Il contributo delle TLC all'economia è sceso ai livelli minimi degli ultimi 15 anni

- Le TLC rimangono un tassello chiave per la crescita economica dell'intero Paese
- La flessione delle TLC, cominciata già nel 2006 e quindi di natura strutturale, si è ulteriormente aggravata con il peggioramento della situazione economica nell'ultimo quadriennio



Nel 2012 la filiera conferma il trend negativo degli ultimi anni

- Il fatturato complessivo della filiera è in continua contrazione ed ha perso un ulteriore 2.4% nel 2012 su base annua:
  - si acuisce la perdita di ricavi TLC da rete fissa, segmento in cui la riduzione dei ricavi voce (attribuibile principalmente alla maggiore propensione all'uso del mobile e alla riduzione dei ricavi wholesale) non è compensata da uno stagnante mercato banda larga (-0.1% nel 2012 vs. +3.7% nel 2011)
  - i ricavi TLC da rete mobile hanno subito un'ulteriore battuta d'arresto nel 2012 (-4.7%), a causa della forte competizione a livello retail, dell'azione regolamentare (MTR*) e della crisi economica che ha ridotto il potere d'acquisto delle famiglie



** Tariffe di terminazione mobile*

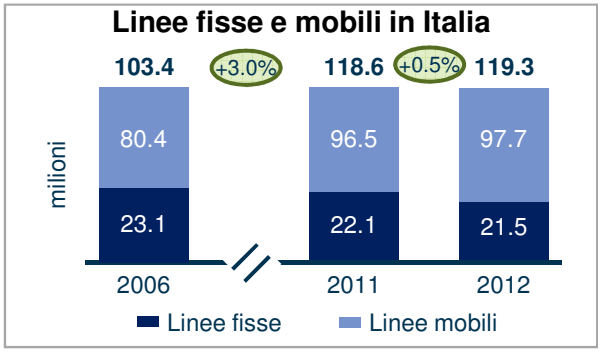
Variazione media annua

analysys mason

... dovuti all'aggravarsi del ritardo italiano nella banda larga

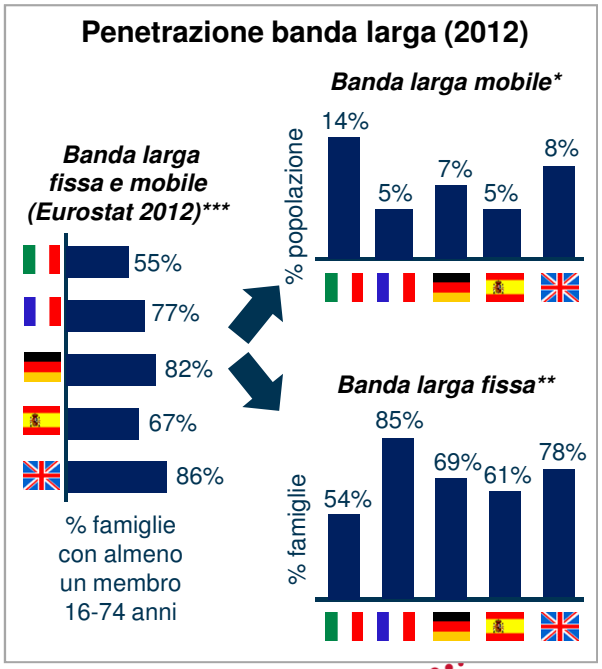
Crescono le linee mobili e continua la graduale decrescita degli accessi fissi, in un contesto di generale saturazione

- Le linee (fisse e mobili) nel 2012 sono cresciute solo dello 0.5%, segnale di forte saturazione del mercato in un momento economicamente difficile (le linee totali sono addirittura decresciute a livello UE5)
- Confermando il trend storico di decrescita delle linee fisse e crescita delle linee mobili, l'Italia rimane uno dei Paesi europei con la più ampia forchetta tra fisso e mobile in termini di penetrazione e tassi di crescita



Si aggrava il ritardo italiano nell'adozione della banda larga, nonostante la leadership nella banda larga mobile

- L'Italia resta il Paese con la più bassa diffusione della banda larga nelle famiglie tra i Paesi UE5, con un quadro nettamente diverso tra mobile e fisso:
  - da un lato l'Italia rafforza la leadership di adozione di banda larga mobile nella UE5, grazie ad un'ulteriore forte crescita delle linee (+27% nel 2012 vs. -2% nel resto della UE5) spinta da prezzi molto competitivi
  - dall'altro, nonostante la penetrazione della banda larga fissa sia relativamente bassa, il mercato è rimasto fermo nel 2012, aumentando la forbice di penetrazione col resto dei Paesi UE5 (addirittura 31 p.p. rispetto al Regno Unito)



** Nota: numero di accessi totali a banda larga mobile divisi per la popolazione*
*** Nota: numero di accessi totali a banda larga fissa divisi per il numero di famiglie*
**** Nota: famiglie con collegamento a banda larga (si escludono i clienti affari)*

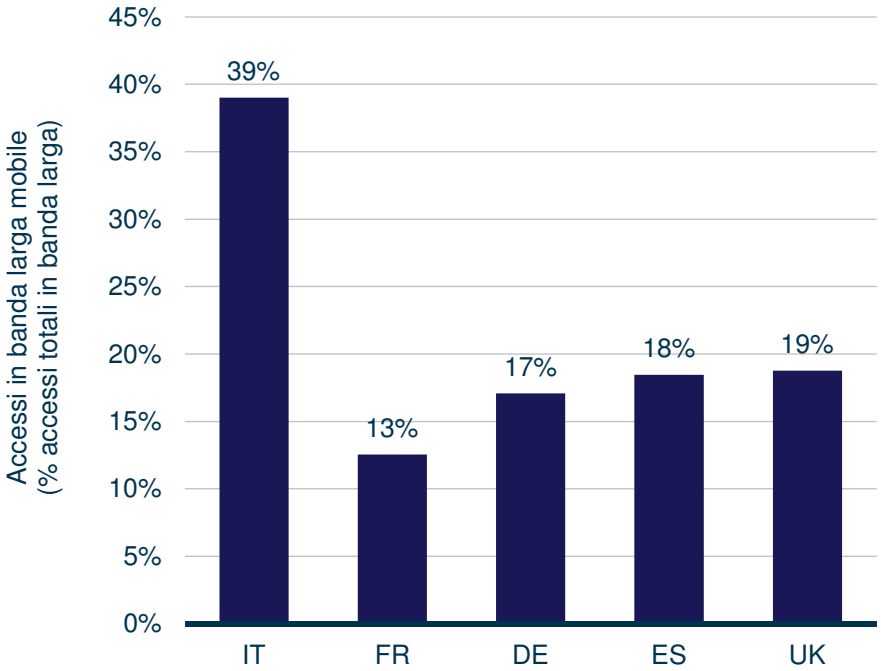
Variazione media annua

analysys mason

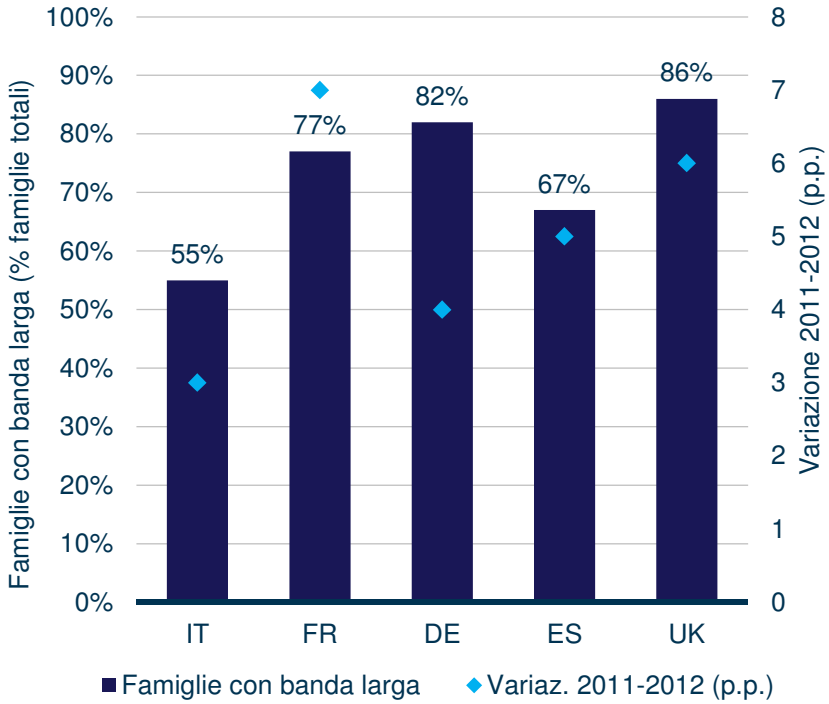
Nonostante tutto, l'Italia resta il Paese con la più bassa diffusione della banda larga nelle famiglie tra i Paesi UE5

- In Italia l'elevata penetrazione della banda larga mobile potrebbe apparire un driver importante per la diffusione della banda larga tra le famiglie:
  - tuttavia stimiamo che solo il 30-35% delle linee mobili espanda la penetrazione effettiva
  - il restante 65-70% degli accessi in banda larga mobile è utilizzato da famiglie che già hanno un accesso fisso in banda larga
- Questo comporta che la penetrazione della banda larga (fissa e/o mobile) tra le famiglie italiane sia stato solo del 55% nel 2012, inferiore alla media (78%) degli altri Paesi UE5

Banda larga mobile sul totale accessi in banda larga (2012)



Famiglie con collegamento a banda larga (2012)*

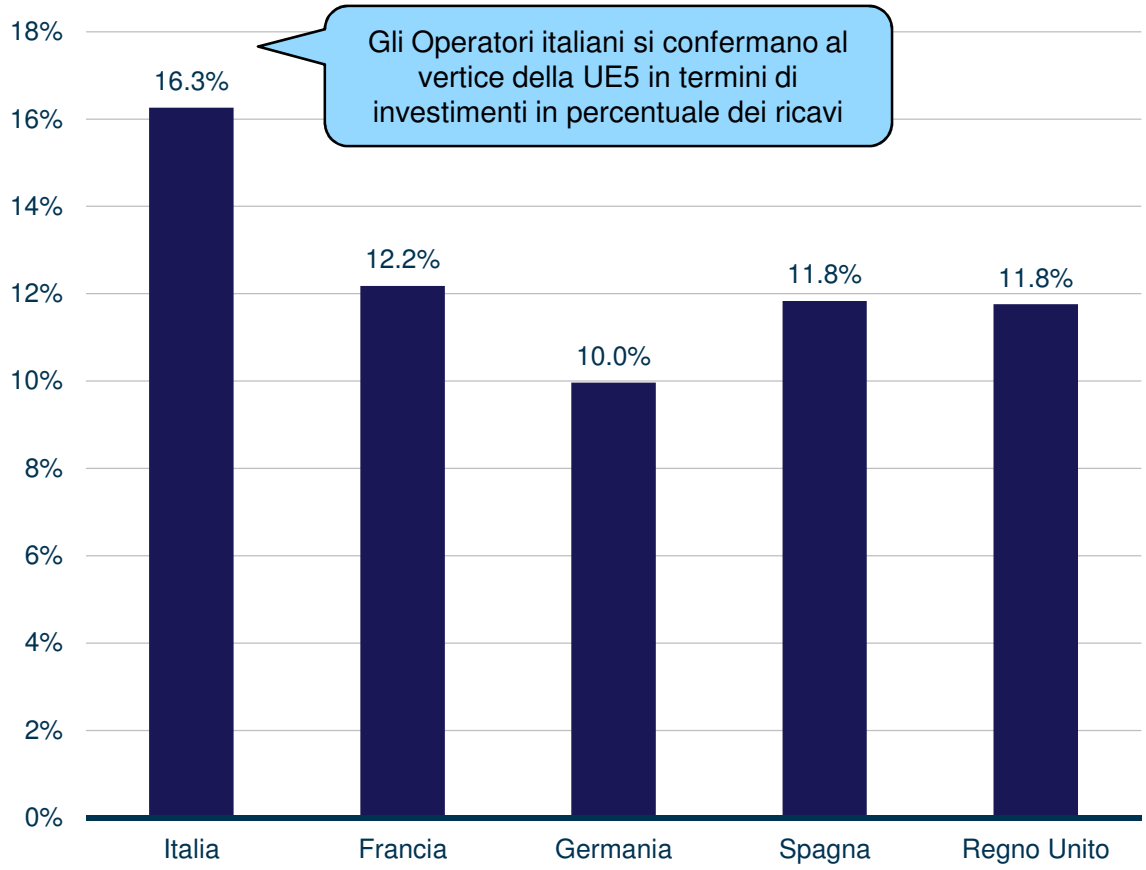


** Numero di famiglie (si escludono aziende) con connessione a banda larga sul numero totale di famiglie con almeno un individuo tra 16 e 74 anni*
Fonte: Analysys Mason Research, Eurostat

analysys mason

... ed hanno confermato l'Italia al gradino più alto tra i Paesi UE5 (investimenti in rapporto ai ricavi)

Investimenti degli Operatori TLC in percentuale dei loro ricavi (2012)



Fonte: Elaborazione Analysys Mason su dati aziendali, Ofcom, ARCEP, CMT, BNetzA, Euromonitor

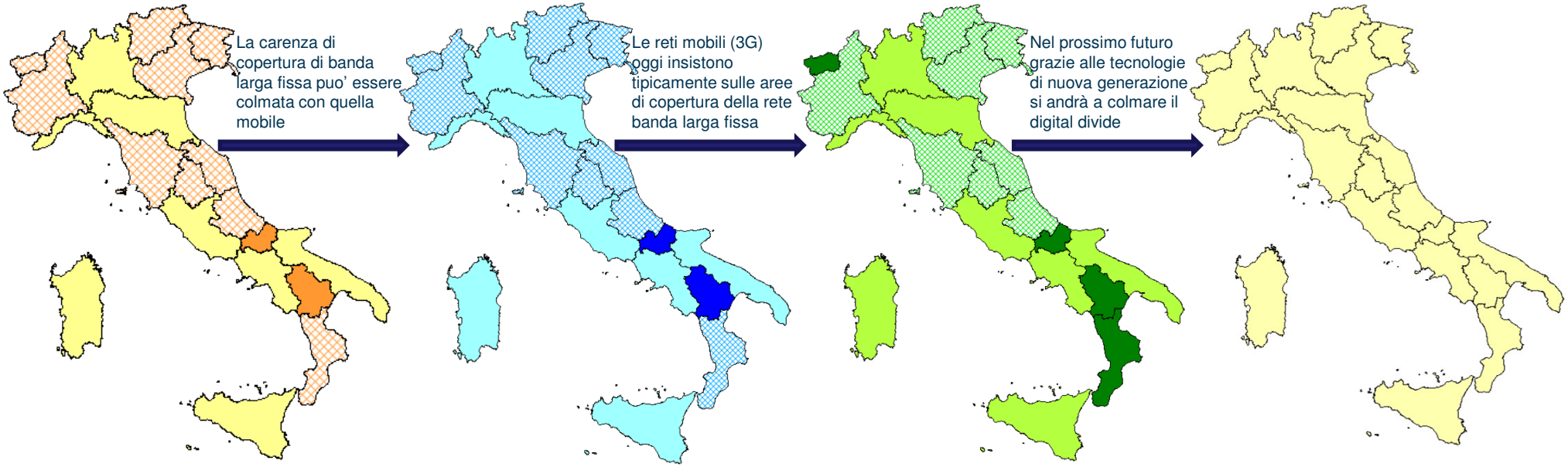
L'incremento della copertura della banda larga fissa e mobile ha contribuito alla riduzione del digital divide durante il 2012

Copertura banda larga fissa (ADSL ≥ 2Mbit/s)

Copertura banda larga fissa (ADSL ≥ 2Mbit/s) e mobile 3G

Copertura banda larga e digital divide

La copertura domani (LTE e piani regionali banda larga)



Copertura ADSL banda larga: 90.6% **(+1.4 p.p.)** → Copertura totale: (ADSL+3G) = 95.6% **(+1.2 p.p.)** → Digital divide: 4.4% **(-1.2 p.p.)** → Riduzione sostanziale del digital divide

Legenda: ***colore chiaro*** *= alta copertura;* ***tratteggiato*** *= media copertura;* ***colore scuro*** *= bassa copertura*

Tra parentesi la variazione del dato rispetto al 2011

Fonte: Elaborazioni Analysys Mason su dati del Ministero dello Sviluppo Economico 2012

analysys mason

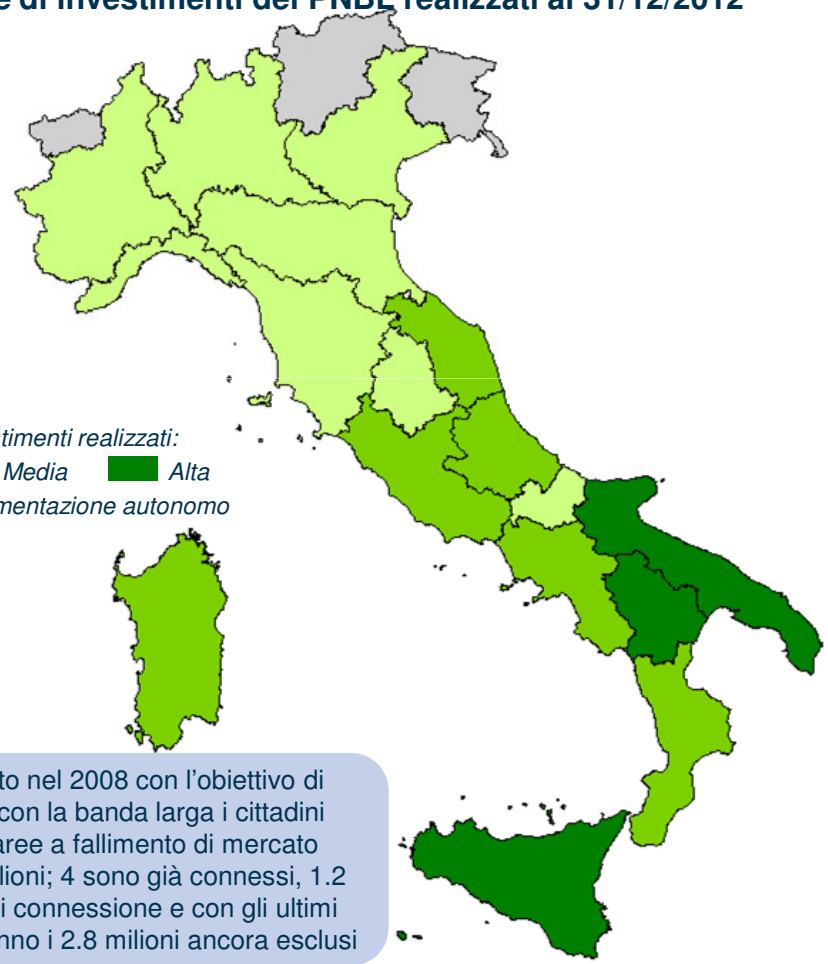
Alla fine del 2012 è già stato investito ca. il 20% del budget del Piano Nazionale Banda Larga, sebbene con grandi differenze tra le diverse regioni

Stato dell'arte del Piano Nazionale Banda Larga (PNBL)

Regione	Totale PNBL EUR milioni	Inv. realizz. al 31/12/'12 % PNBL	Inv. in corso % PNBL	Totale % PNBL
Abruzzo	49.2	32%	25%	58%
Basilicata	26.9	62%	18%	80%
Calabria	52.1	41%	10%	50%
Campania	73.2	33%	48%	81%
Emilia-Romagna	146.1	13%	32%	44%
Friuli-Venezia Giulia	41.7	-%	12%	12%
Lazio	72.6	27%	11%	38%
Liguria	48.0	11%	10%	21%
Lombardia	157.2	14%	13%	27%
Marche	65.2	28%	13%	41%
Molise	24.9	16%	16%	32%
Piemonte	196.5	2%	46%	48%
Puglia	35.3	120%	26%	146%
Sardegna	44.5	32%	15%	46%
Sicilia	68.0	71%	15%	86%
Toscana	135.7	4%	31%	35%
Trentino-Alto Adige	50.6	-%	-%	-%
Umbria	41.9	21%	24%	45%
Val d'Aosta	9.9	-%	-%	-%
Veneto	132.2	8%	23%	30%
Totale	**1,471.8**	**20%**	**24%**	**44%**

- Il Piano Nazionale Banda Larga del MiSE ha un budget di EUR1.47 miliardi di per lo sviluppo di infrastrutture nelle aree in digital divide
- Al 31/12/2012, è stato investito ca. il 20% del budget previsto, sebbene con differenze anche significative tra le diverse regioni
  - con i fondi in fase di stanziamento si prevede di arrivare a ca. il 44% dell'intero budget del piano

Percentuale di investimenti del PNBL realizzati al 31/12/2012



Il PNBL è nato nel 2008 con l'obiettivo di raggiungere con la banda larga i cittadini residenti in aree a fallimento di mercato (all'epoca 8 milioni; 4 sono già connessi, 1.2 sono in fase di connessione e con gli ultimi bandi si copriranno i 2.8 milioni ancora esclusi

Nota: Il Friuli Venezia-Giulia, la Val d'Aosta e le province autonome di Trento e Bolzano hanno piani di implementazione autonomi

Fonte: elaborazioni Analysys Mason su dati Ministero Sviluppo Economico

Il Progetto Strategico Banda Ultralarga mira al raggiungimento della copertura totale a 30 Mbit/s entro il 2020 previsto dall'Agenda Digitale

- In aggiunta al Piano Nazionale Banda Larga è stato varato anche il Progetto Strategico Banda Ultralarga, per incentivare lo sviluppo di infrastrutture in grado di fornire connettività a banda ultralarga (≥ 30 Mbit/s)
  - questo progetto è mirato al rispetto dell'obiettivo dell'Agenda Digitale Europea che prevede la copertura totale del Paese con almeno 30 Mbit/s entro il 2020
- La prima fase del progetto è concentrata su cinque regioni del Sud, per cui sono previsti ca. EUR550 milioni di investimento di cui almeno il 30% proveniente dal settore privato
  - successivamente il progetto coinvolgerà tutte le regioni che manifesteranno volontà di adesione, e si potrà avvalere anche delle risorse comunitarie messe a disposizione per il periodo di programmazione 2014-2020

Progetto Strategico Banda Ultralarga – Prima fase

Regione	Target (% pop.)		Fondi pubblici
	≥ 30 Mbit/s	≥ 100 Mbit/s	EUR milioni
Basilicata	33.2%	17.0%	54.8
Calabria	36.4%	20.0%	126.9
Campania	36.4%	7.0%	122.4
Molise	19.9%	4.0%	4.0
Sicilia	14.2%	3.0%	75.0
Totale finanziamento pubblico			**383.1**
Contributo privato minimo			164.2
Totale piano (minimo)			**547.3**
Contributo privato minimo in % totale piano			*30%*

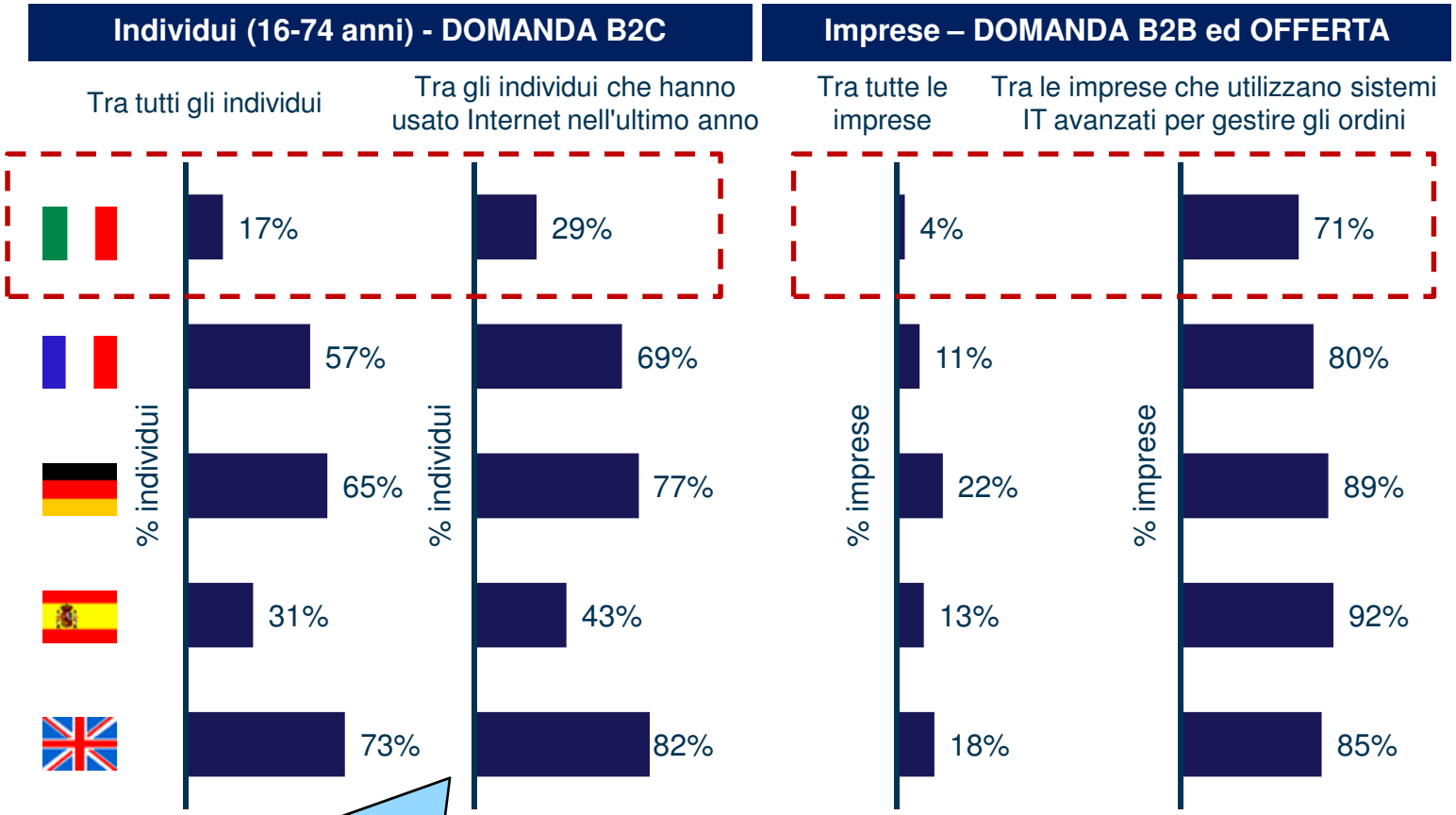
Nota: I fondi pubblici non includono la quota per lo sviluppo dei cabinet per i servizi a velocità >30Mbps

Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento Comunicazioni

analysys mason

L'Italia appare in ritardo nell'e-commerce a causa delle abitudini di consumo e della bassa adozione di sistemi IT avanzati nelle imprese

Percentuale di individui e di imprese che hanno effettuato transazioni online negli ultimi 12 mesi



- **Lato domanda**, in **Italia è poco diffusa l'abitudine di acquistare online**, anche a causa dello scarso utilizzo della moneta elettronica
- **Lato offerta**, sembra che poche imprese italiane (4% del totale) vendano online…
- …tuttavia se si considerano solo le imprese che già usano sistemi elettronici per la gestione degli ordini, l'Italia risulta non molto distante dai Paesi UE
- Il **ritardo italiano** sembrerebbe attribuibile a:
  - **abitudini** di **consumo** e uso moneta elettronica
  - **basso utilizzo** di **sistemi IT avanzati** da parte delle imprese

L'Italia è molto indietro rispetto agli altri Paesi UE5 anche considerando la platea Internet (cioè al netto dell'impatto della bassa alfabetizzazione ICT)

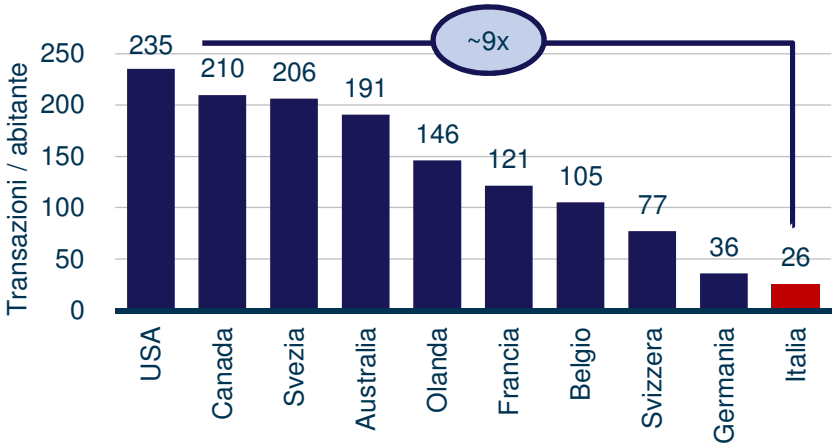
Fonte: Eurostat (2012)
Nota: e-commerce è definito da Eurostat come la vendita o l'acquisto di beni o servizi attraverso transazioni avvenute attraverso Internet o reti di computer. Transazioni e-commerce possono avvenire attraverso siti web, o lo scambio di messaggi elettronici (es. nel formato EDI o XML). Sono escluse le transazioni che avvengono per tramite dello scambio di messaggi email

analysys mason

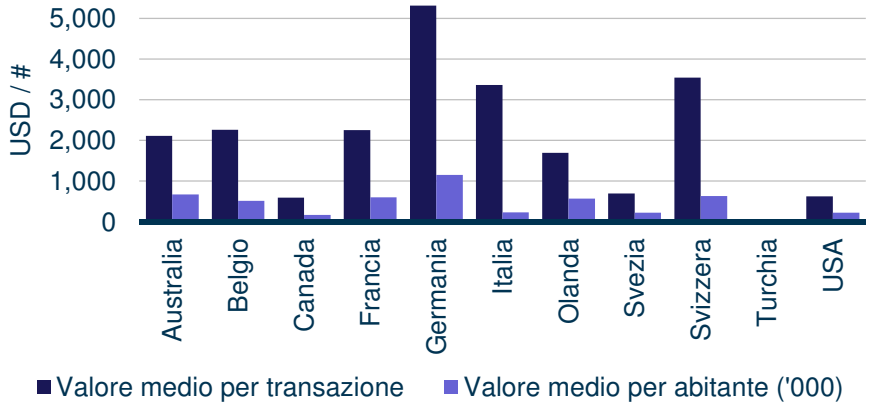
Gli italiani non privilegiano le forme di pagamento elettroniche: questo è un fattore culturale che limita lo sviluppo dell'e-commerce

- La scarsa propensione degli italiani all'utilizzo di forme di pagamento elettroniche alternative al contante ('non-cash') è una tendenza nota
- L'alto valore unitario per transazione indica inoltre che la moneta non-cash viene utilizza principalmente per (pochi) pagamenti di importo elevato, e dimostra che la bassa adozione è (anche) un fattore culturale

Numero di pagamenti con carte* per abitante – 2011



Valore medio delle transazioni non-cash – 2011



**Definiti come 'transazioni di pagamento eseguiti con carte con funzioni di debito, credito o pagamento differito emesse nel Paese, ad un terminale o attraverso altri canali'*
Fonte: Analysys Mason su dati Casaleggio Associati, Bank for International Settlements