

Convegno I-Com

***Reti & servizi di nuova generazione
Chi fischia il secondo tempo
dell'economia italiana?***

Giovanni GANGEMI

Direttore Area Comunicazione I-Com

11 dicembre 2013

Istituto Luigi Sturzo, Via delle Coppelle 35, Roma

Programma

icom
istituto per la competitività

INVITO

CONVEGNO

RETI E SERVIZI DIGITALI. CHI FISCHIA IL SECONDO TEMPO DELL'ECONOMIA ITALIANA ED EUROPEA?

Mercoledì 11 Dicembre 2013, ore 9.40 – 13.30
Roma, Istituto Luigi Sturzo, Via delle Coppelle 35

Ore 9.40

APERTURA

Stefano DA EMPOLI
Presidente I-Com

Ore 9.50

PRESENTAZIONE RAPPORTO I-COM 2013

Giovanni GANGEMI
Direttore Area Comunicazione I-Com

Ore 10.15

L'AGENDA DIGITALE EUROPEA: L'ESPERIENZA SVEDESE

Ewa BJÖRLING
Ministro del Commercio svedese

Ore 10.30

L'ECONOMIA DIGITALE DI UN PAESE AVANZATO: TANTI PASSI FANNO UN SISTEMA

Gianluca BAINI
Presidente Regione Mediterraneo Akatel Lucent

Antonio GAUDIOSO
Segretario generale CittaInnovazione

Don KOCH
Country Manager ING Italia

Massimiliano MAGRINI
Co-Fondatore e Managing Partner United Ventures

Nunzio MIRTILLO
Presidente Regione Mediterraneo e Amministratore delegato
Ericsson Telecomunicazioni

Francesco SACCO

Member Comitato di coordinamento Agenda Digitale

Michelangelo SUIGO

Head of Public Affairs Vodafone Italia

Ore 12.00

DAI SERVIZI DIGITALI ALLE INFRASTRUTTURE DI NUOVA GENERAZIONE, VIAGGIO DI ANDATA E RITORNO

Franco BASSANINI

Presidente Cassa Depositi e Prestiti

Altero MATTEOLI

Presidente Commissione Lavori pubblici e comunicazioni
Senato della Repubblica

Massimo MUCCHETTI

Presidente Commissione Industria, commercio, turismo
Senato della Repubblica

Antonio PRETO

Commissario AgCom

Roberto SAMBUCCO

Capo Dipartimento per le Comunicazioni
Ministero dello Sviluppo Economico

MODERA

Alessandro LONGO

giornalista, Responsabile agendadigitale.eu

Agenda



I dati del mercato
TLC



Investimenti e
piani di sviluppo

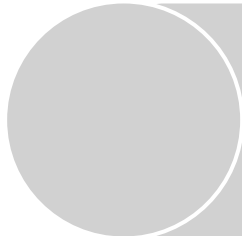


La digitalizzazione
dei servizi

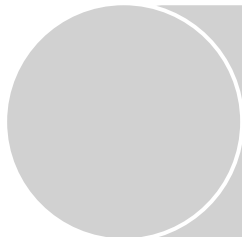
Agenda



I dati del mercato
TLC



Investimenti e
piani di sviluppo



La digitalizzazione
dei servizi



I dati: il posizionamento dell'Italia

- La penetrazione della banda larga cresce ma aumenta il gap con gli altri Paesi
- Continua a crescere il broadband mobile, più grazie a tablet e smartphone che non a internet-key
- La fibra ottica non cresce ancora e la velocità media delle connessioni è la più bassa dell'UE. Gli obiettivi del 2020 si allontanano, ma si intravede una ripresa nel 2014
- L'indice IBI (fisso+mobile+fibra) certifica il ritardo dell'Italia, che ha standard di connettività inferiori alla media UE
- L'utilizzo di internet resta basso, specie nelle fasce di età più avanzata
- Ampie fette della popolazione restano fuori dai servizi digitali e l'e-commerce

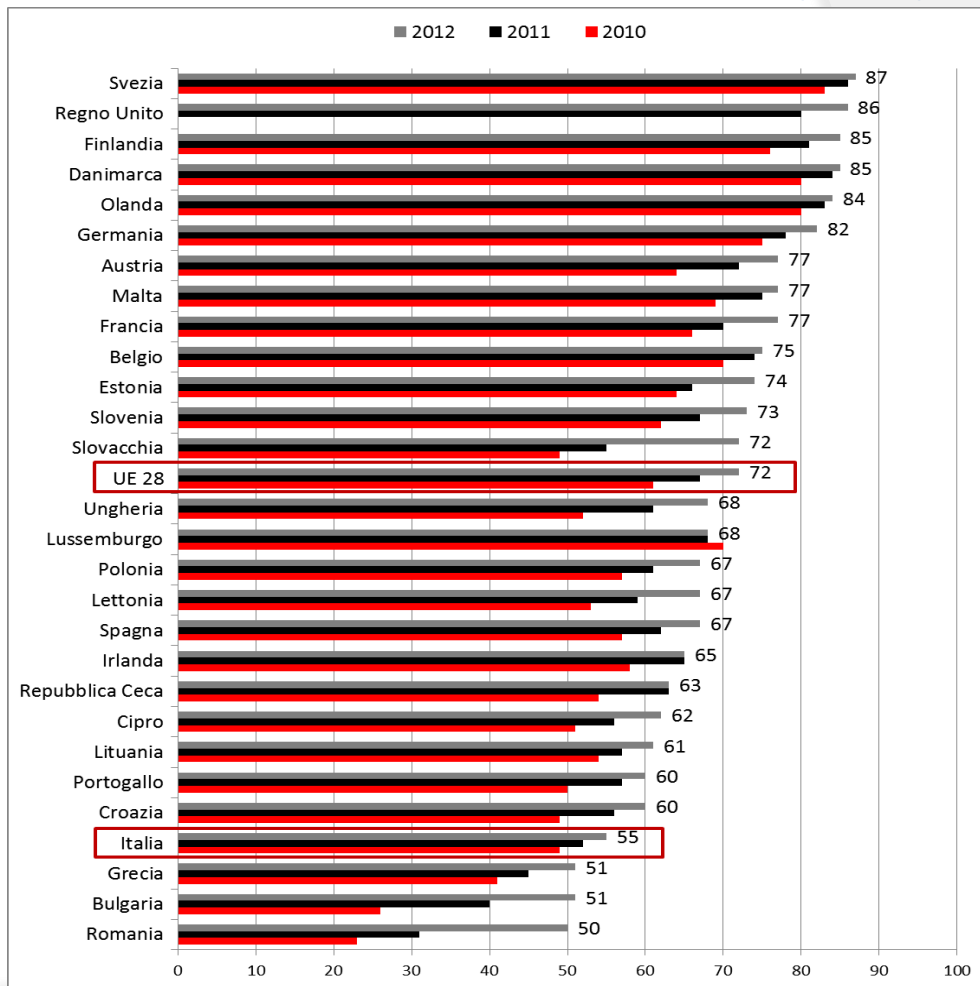


I dati: penetrazione broadband

Italia ancora al 55% di penetrazione della broadband fissa

- In Italia, la penetrazione broadband cresce di soli 3 punti percentuali, al 55% nel 2012. La distanza dalla media UE cresce, e passa da 15 a 17 punti.
- Sui 28 Paesi UE, l'Italia è quartultima. Solo Grecia, Bulgaria e Cipro fanno peggio.
- In 6 Paesi la penetrazione supera ormai l'80%. Si tratta dei Paesi scandinavi e nordeuropei.
- L'assenza di alternative alla rete in rame continua a pesare sul mancato sviluppo.

Abitazioni connesse alla broadband nell'Unione Europea (dati in %)



Fonte: Dati Eurostat- Information society

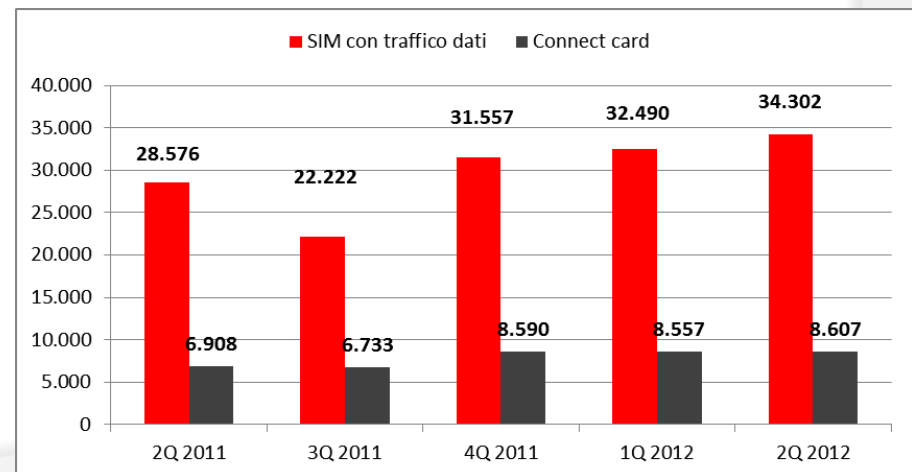
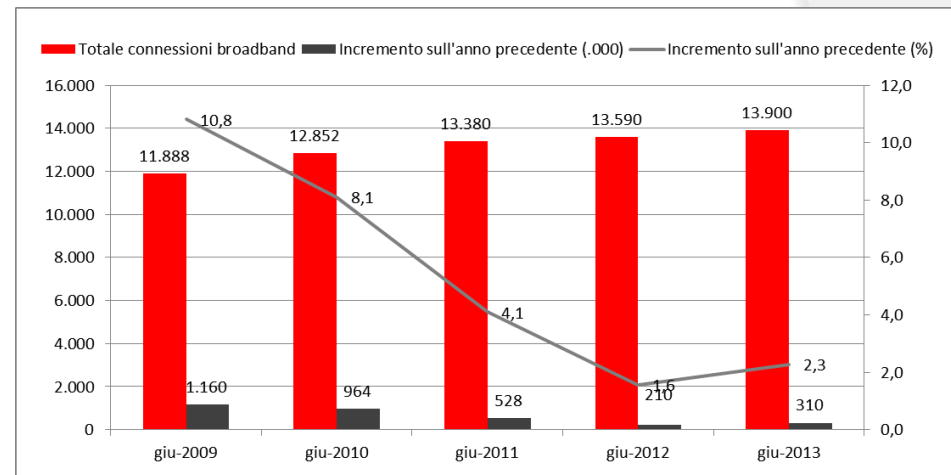


I dati: penetrazione broadband

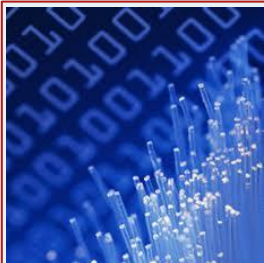
Banda larga fissa crescita piatta, ma in lieve ripresa. Conitnua a crescere il mobile broadband

- I dati Agcom a giugno 2013 certificano un miglioramento della crescita YoY della banda larga fissa sebbene rimanga su valori bassi +2,3% .
- In un anno le abitazioni connesse sono cresciute di 300mila unità.
- La crescita è in parte compensata dall'aumento sul mobile : 8,6 milioni di chiavette (+24% YoY) e oltre 34 milioni di SIM dati.
- Broadband fissa e mobile però non sono (ancora) sostituibili, per velocità, stabilità e prezzo.

Evoluzione connessioni broadband fissa e mobile in Italia



Fonte: Elaborazione I-Com su dati AgCom



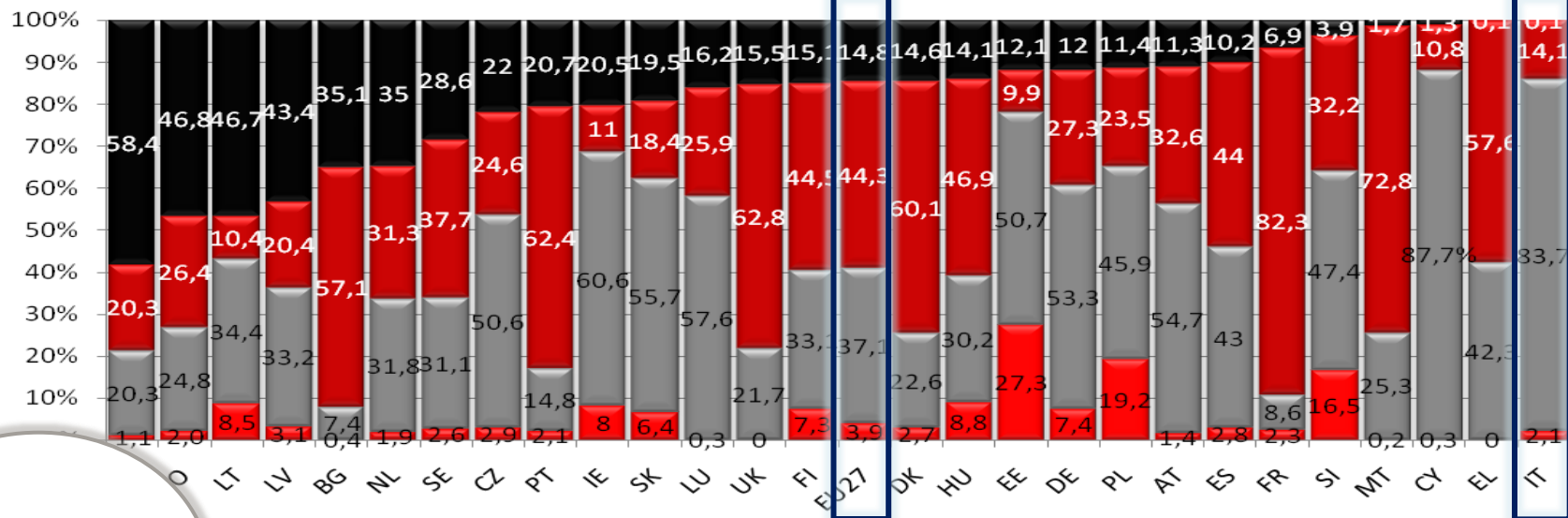
I dati: la velocità

L'Italia è ultima per velocità delle connessioni

- L'Italia scivola in fondo alla classifica delle velocità delle connessioni.
- A fronte di una media europea del 59%, in Italia le connessioni oltre i 10Mbps sono appena il 14%
- Le connessioni superiori ai 30Mbps, che in Europa mediamente sono arrivate al 15%, in Italia sono ancora meno dell'1%.

Velocità delle connessioni broadband per il 2011 (dati in %)

■ < 2 Mbps ■ 2<Mbps<10 ■ 10<Mbps<30 ■ Mbps>30



Fonte: Elaborazione I-Com sui dati Digital Agenda Scoreboard 2012

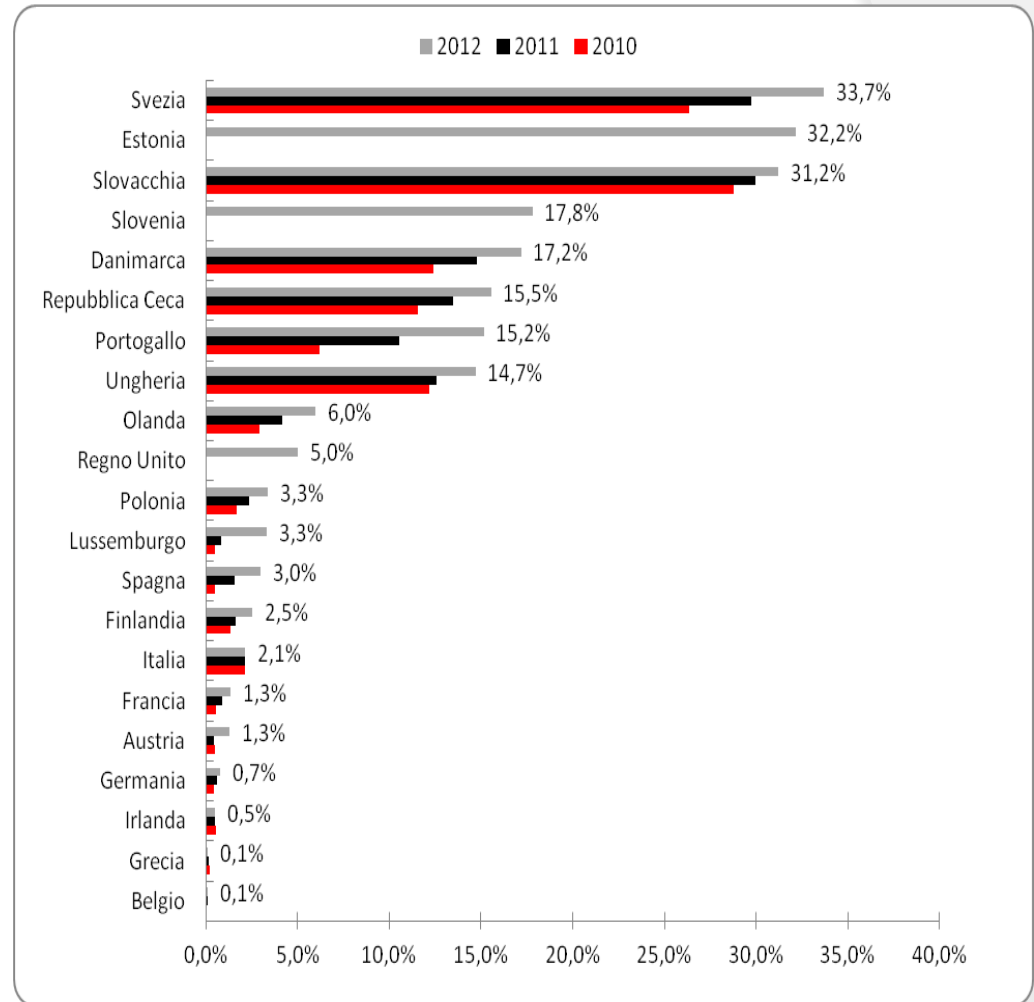


I dati: la fibra ottica

La fibra ottica in Italia continua a non crescere

- Anche per il 2012, per il terzo anno consecutivo, il numero di abitazioni connesse alla fibra ottica rimane al 2,1% del totale delle connessioni.
- L'Italia viene scavalcata da Finlandia e Spagna.
- In Svezia, Estonia e Slovacchia superano ormai il 30%.
- La dinamicità dei mercati della fibra ottica è anche la conseguenza della competizione di tecnologie alternativa (es. il cavo).

Abitazioni connesse in fibra in % sul totale connessioni banda larga



Fonte: Elaborazione I-Com su dati Digital Agenda Scoreboard 2012

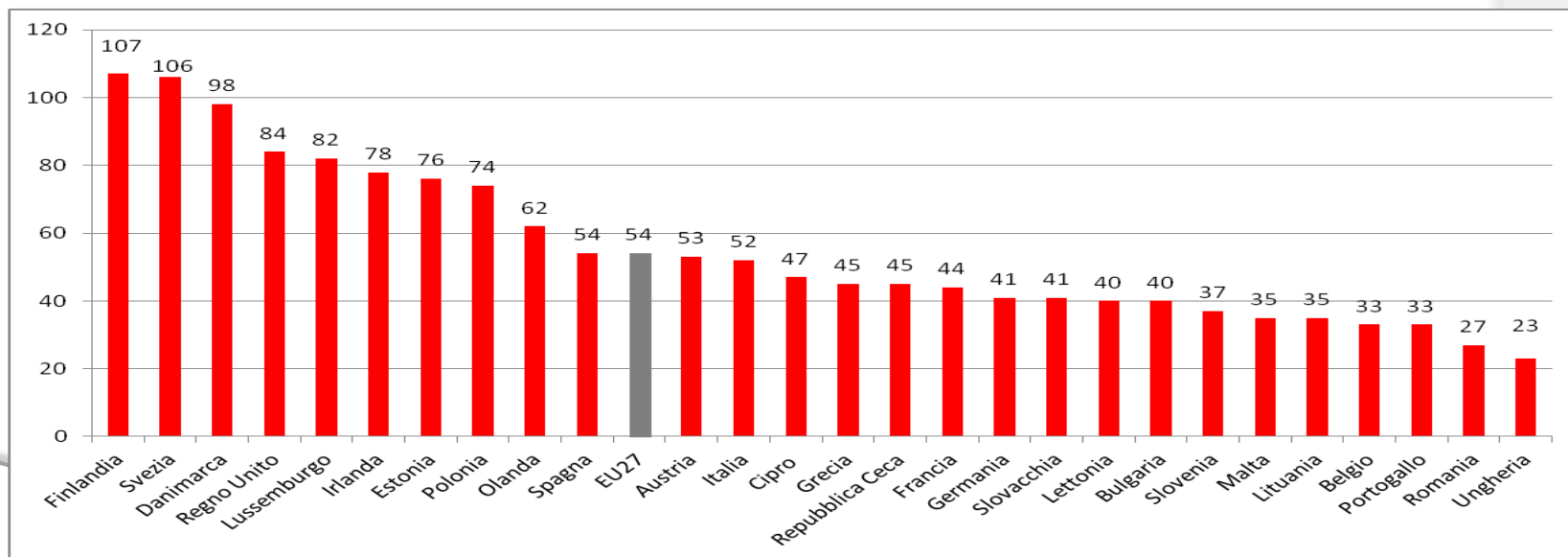


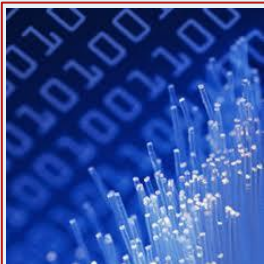
I dati: il mobile broadband

Buona performance dell'Italia nel mobile broadband

- Nel mobile broadband la performance dell'Italia si mostra in linea con la media UE. Considerando tutti gli usi, il nostro Paese è al 52%, solo 2 punti sotto la media, anche se lontano dai leader scandinavi
- Considerando solo le connect card, l'Italia è invece al sesto posto, con il 14%, preceduta solo dai Paesi scandinavi e dall'Austria

Mobile broadband, percentuale di utilizzo, tutti gli usi





I dati: l'indicatore IBI

L' I-Com Broadband Index certifica il ritardo dell'Italia

- L'indicatore sintetico IBI, che unisce variabili del broadband fisso e mobile certifica il ritardo dell'Italia, che risulta terzultima su 27 Paesi, con uno score pari a metà di quello del leader svedese.
- L'Italia sconta il ritardo nella connettività broadband da rete fissa e la mancanza di connessioni veloci, nonché la minore quota degli operatori alternativi.
- La buona performance del mobile non riesce a compensare i ritardi sulla rete fissa.
- I Paesi scandinavi dominano la classifica, grazie a ottime performance sia sul fisso che sul mobile. Anche Paesi dell'Est come Estonia, Slovacchia ed anche Bulgaria ottengono buoni risultati.

Figura 20: I-Com Broadband Index (IBI)

Paese	2011	2012	Ranking (variazione su 2011)
Svezia	10,0	10,0	1 (-)
Finlandia	8,4	9,1	2 (-)
Danimarca	8,3	8,6	3 (-)
Regno Unito	7,8	8,2	4 (-)
Estonia	7,0	7,6	5 (+3)
Paesi Bassi	7,1	7,5	6 (+1)
Slovacchia	7,1	7,4	7 (-1)
Francia	6,7	7,1	8 (+1)
Bulgaria	5,9	6,9	9 (+5)
Portogallo	6,0	6,9	10 (+1)
Repubblica Ceca	7,6	6,7	11 (-6)
Slovenia	5,7	6,4	12 (+6)
Ungheria	6,4	6,4	13 (-3)
Malta	5,1	6,3	14 (+10)
Belgio	5,9	6,1	15 (-)
Romania	5,3	6,0	16 (+7)
Austria	5,8	6,0	17 (-)
Lussemburgo	5,6	6,0	18 (+2)
Lettonia	5,5	5,9	19 (+2)
Germania	5,9	5,9	20 (-7)
Irlanda	5,8	5,9	21 (-5)
Polonia	5,6	5,8	22 (-3)
Spagna	6,0	5,7	23 (-11)
Lituania	5,5	5,7	24 (-2)
Italia	4,4	5,1	25 (+1)
Grecia	4,8	5,0	26 (-1)
Cipro	4,3	4,6	27 (-)

Nota: per le spiegazioni metodologiche, si rimanda al testo.

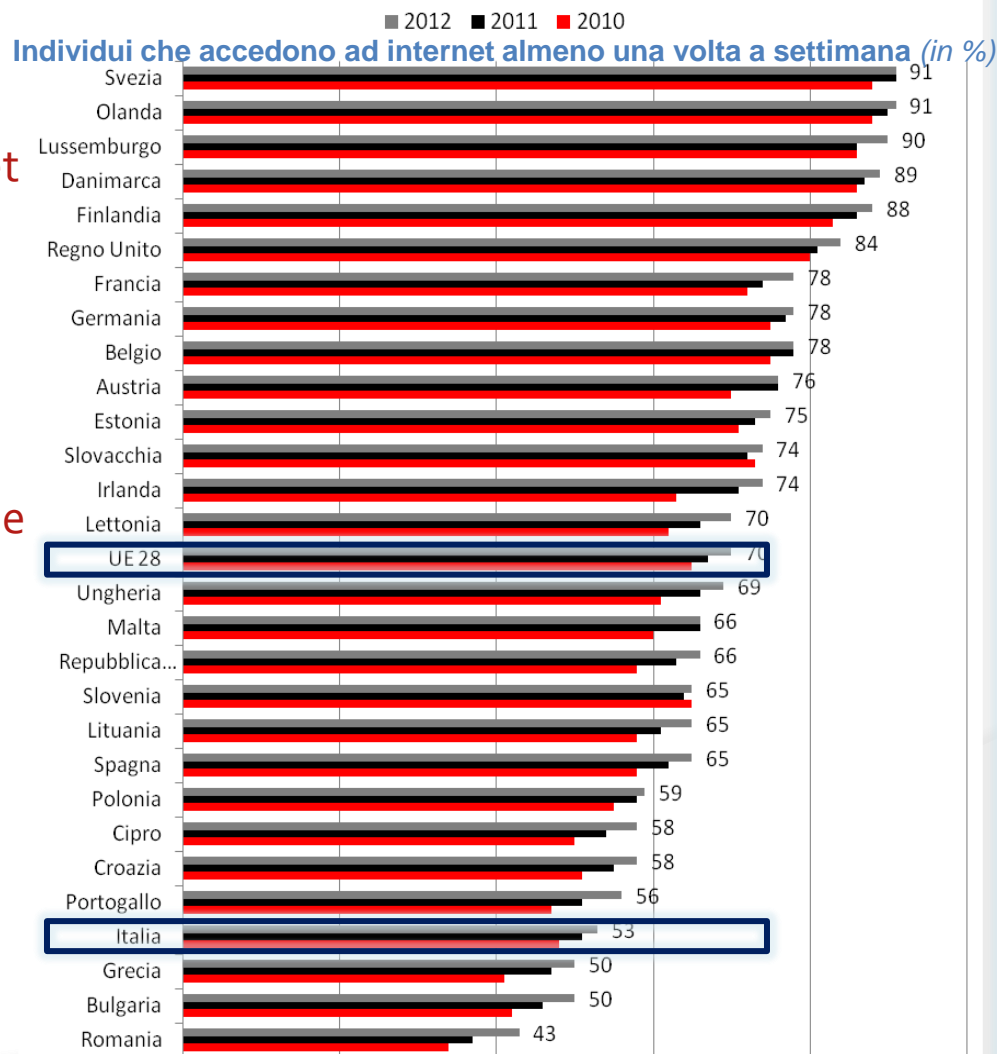
Fonte: elaborazione I-Com.



I dati: l'accesso ad internet

In Italia metà della popolazione non usa internet

- Ampie fette della popolazione italiana continuano ad essere escluse da internet in Italia.
- Solo il 53% degli italiani naviga con regolarità su internet, a fronte di una media europea del 71%.
- Alla questione del ritardo infrastrutturale si somma anche un grave ritardo culturale.
- Questo "divide" culturale evidenzia importanti differenze tra le diverse aree del Paese (non solo nord / sud).



Fonte: Elaborazione I-Com su dati Eurostat

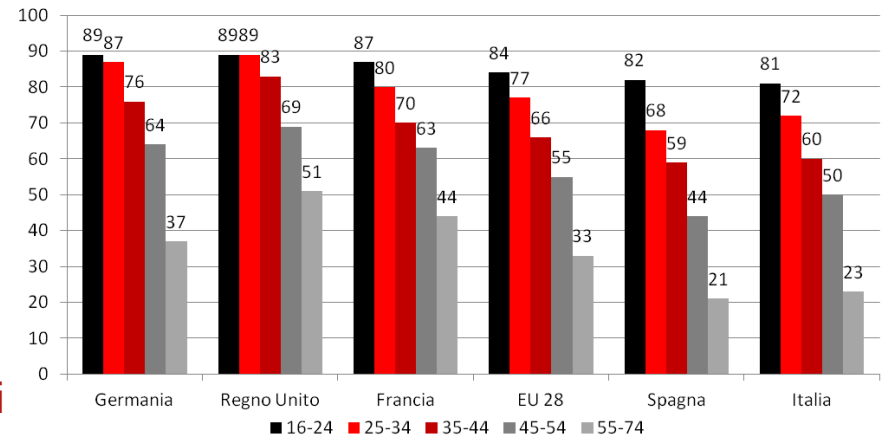
I dati: modalità di utilizzo di internet

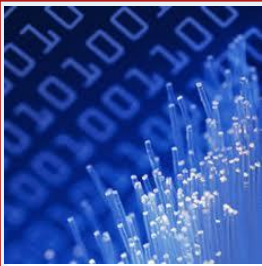
Basso utilizzo da parte delle fasce di età più elevata



- Il divario in termini di utilizzo della rete con il resto d'Europa cresce per tutte le fasce di età.
- Il consumo dei giovani (16-24) tende ad avvicinarsi alla media: 81% contro 84%, ma lontano da Germania, UK e Francia.
- Più marcati i ritardi delle altre fasce dai 25 ai 55 anni, che scontano 5-6 punti di differenza con la media UE.
- Nella fascia 55-74 il ritardo con la media sale a 10 punti, che diventano addirittura 20 rispetto alla Francia e quasi 30 rispetto a UK

Utilizzo di internet giornaliero per fasce di età



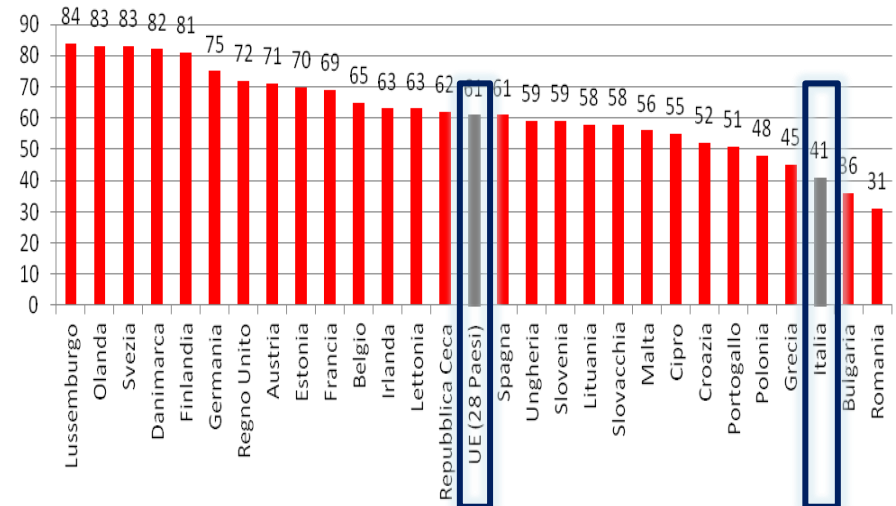


I dati: l'e-commerce

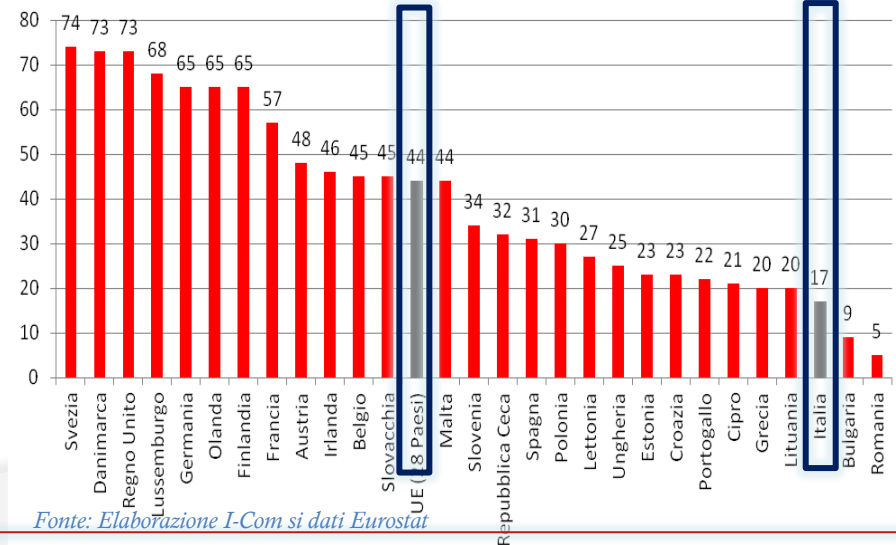
L'uso di internet per finalità commerciali è ancora basso

- Solo il 42% degli italiani utilizza internet per cercare informazioni su beni e servizi, a fronte di una media UE del 61%.
- L'Italia è terzultimo posto della graduatoria, davanti solo Bulgaria e Romania; Lussemburgo e Olanda sono oltre 40 punti avanti.
- Ancora più netto il ritardo per l'uso della moneta elettronica
- Anche in questo caso, l'Italia resta dietro alla media UE (84%) e penultima in classifica davanti alla Romania.

Individui che utilizzano la rete per informazioni su beni e servizi (in %)



Individui che hanno effettuato acquisti online negli ultimi 12 mesi (in %)



Fonte: Elaborazione I-Com su dati Eurostat

Agenda

I dati del mercato
TLC



Investimenti e
piani di sviluppo

La digitalizzazione
dei servizi

Investimenti e piani di sviluppo



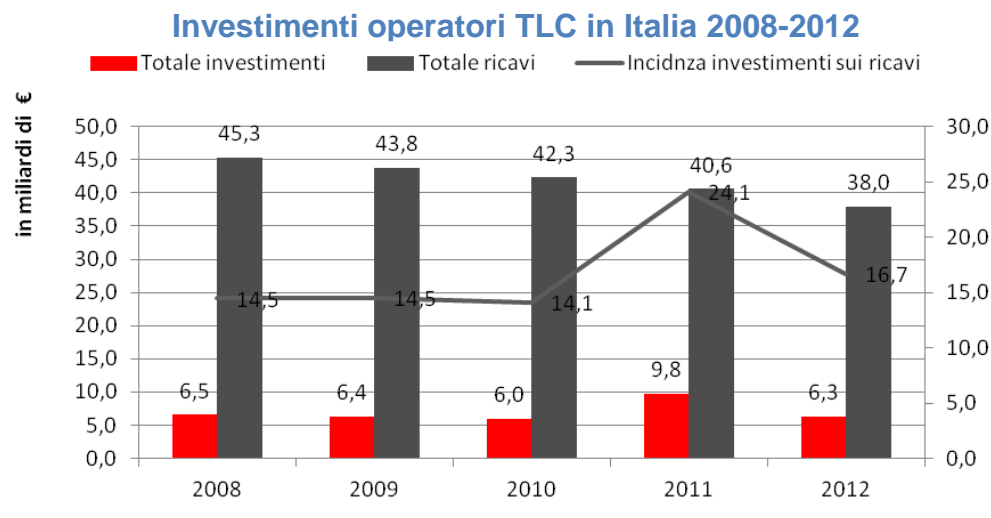
- **Le telco italiane sono riuscite a mantenere gli stessi livelli di investimento, malgrado la crisi**
- **Nel 2013 molti operatori hanno avviato importanti progetti per la realizzazione delle NGN, il cui rollout proseguirà anche nel 2014**
- **Gli investimenti in ICT sono in generale diminuzione**



Investimenti e piani di sviluppo

Gli investimenti tengono, a fronte di un calo dei ricavi

- Negli ultimi 5 anni i volumi di investimento dei maggiori operatori TLC sono rimasti costanti tra i 6 ed i 6,5 miliardi di euro, con l'eccezione del 2011, anno in cui ci sono stati gli investimenti per l'acquisto delle frequenze LTE
- Nell' stesso periodo i ricavi delle compagnie si sono ridotti del 16,1%, a causa della crisi e delle difficoltà del settore.
- L'incidenza degli investimenti sui ricavi è pertanto cresciuta di 2,2 punti, dal 14,5% al 16,7%



Fonte: Elaborazione I-Com su dati Osservatorio degli operatori ed AgCom



Investimenti e piani di sviluppo

Gli operatori si apprestano a rilanciare gli investimenti

	Fisso	Mobile
Telecom Italia	<ul style="list-style-type: none"> - Technology exp. 60% Capex nel 2016 - 4 Mln unità coperte in FTTC entro 2013, pari a 15% popolazione (40 comuni). 50% entro 2016 	<ul style="list-style-type: none"> - 300 comuni coperti, 37% della popolazione coperta - Obiettivo copertura 60% nel 2015, 80% nel 2016
Vodafone	<ul style="list-style-type: none"> - Raddoppio investimenti da 0,9 a 1,8 Mld € - Accordo con Metroweb (v. Wind) - 150 città in FTTC entro il 2016, 6,4 unità (25%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Copertura di 46 città, per totali 10 milioni di abitanti; - Potenziamento copertura tramite piano Spring
Fastweb	<ul style="list-style-type: none"> - Investimento di 400 milioni - Copertura di 3,5 unità in 20 città 	
Wind	<ul style="list-style-type: none"> - Accordo con Metroweb (come Vodafone) per coprire 40mila edifici e 600mila unità - Accordo per copertura di Milano (2012) e altre 30 città (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> - Lancio previsto per fine 2013 - Investimento di 1 miliardo in 5 anni, grazie ad accordo con Sirti
3 Italia		<ul style="list-style-type: none"> - Copertura di Roma e Milano - Entro il 2013, copertura di piccoli comuni - Lancio nei grandi centri nel 2014

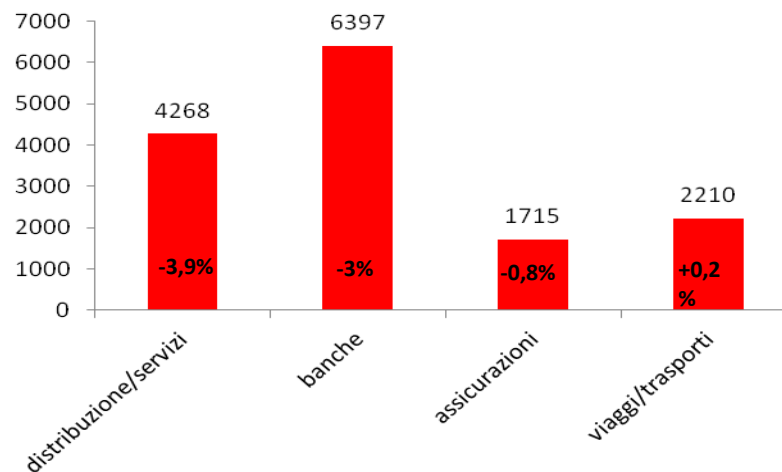


Investimenti e risparmi

Calano gli investimenti in ICT di alcuni settori (Assinform)

- Secondo i dati Assinform, i settori di banche, assicurazioni, trasporti e distribuzione hanno investito nel 2012 circa 14,5 miliardi di euro.
- Il dato risulta però in calo rispetto al 2011
- La diminuzione ha riguardato soprattutto il settore delle banche e della distribuzione, mentre quello dei trasporti risulta in controtendenza.

Spesa in ICT dei 4 maggiori settori privati



Fonte: Elaborazione I-Com su dati Osservatorio Assinform 2012

Agenda

I dati del mercato
TLC

Investimenti e
piani di sviluppo



La digitalizzazione
dei servizi



La digitalizzazione dei servizi

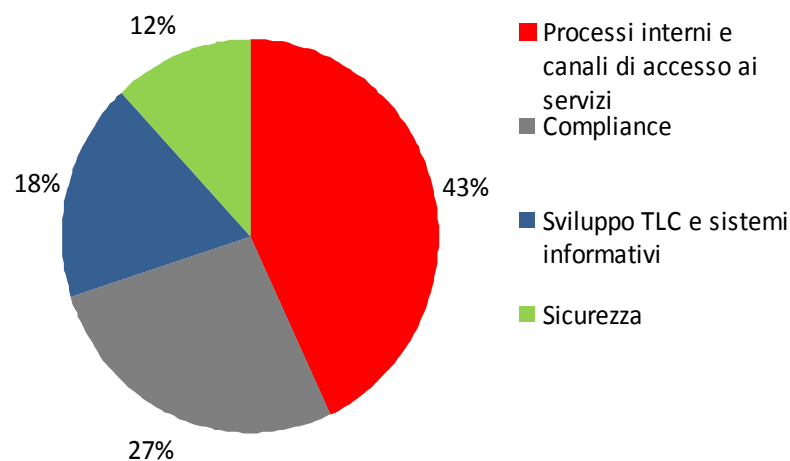
- **Nel settore bancario, malgrado la riduzione degli investimenti, risultano in crescita mobile e social banking**
- **L'Italia registra buone performance**
- **Nelle assicurazioni si diffondono sempre più le black-box, specialmente con l'incentivo della riduzione della polizza**
- **Si diffondono anche app e canali distributivi online**



Digitalizzazione servizi: il settore bancario

Andamento spesa GDM e priorità di investimento

- Contrazione spesa GDM dal 2011 al 2012 pari al 3%
- Processi interni: semplificazione processi, efficientamento utilizzo risorse (modelli distributivi hub & spoke), dematerializzazione documenti (firma biometrica o grafometrica), credit management
- Canali di servizio: sviluppo app e piattaforme internet e **mobile banking, social banking**
- Compliance: adeguamento normativa Basilea, disciplina antiriciclaggio, prescrizioni Garante Privacy, Decreto Salva Italia, normativa statunitense "Foreign Account Tax Compliance Act (FACTA)"



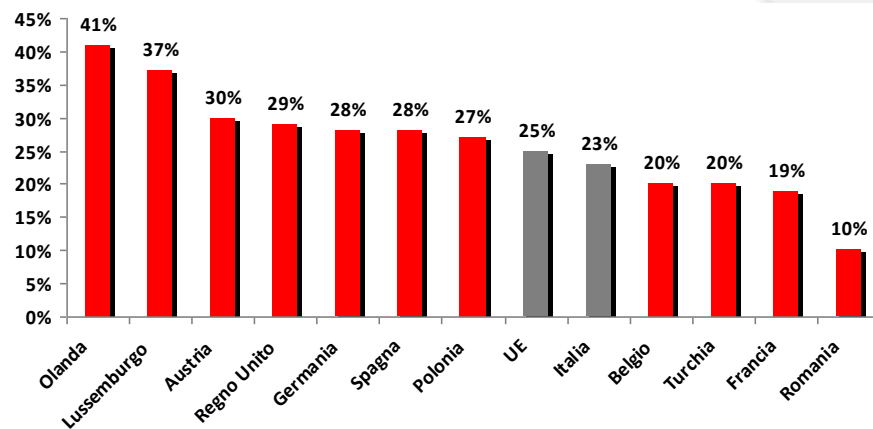
Fonte: Rapporto Abi Lab 2013



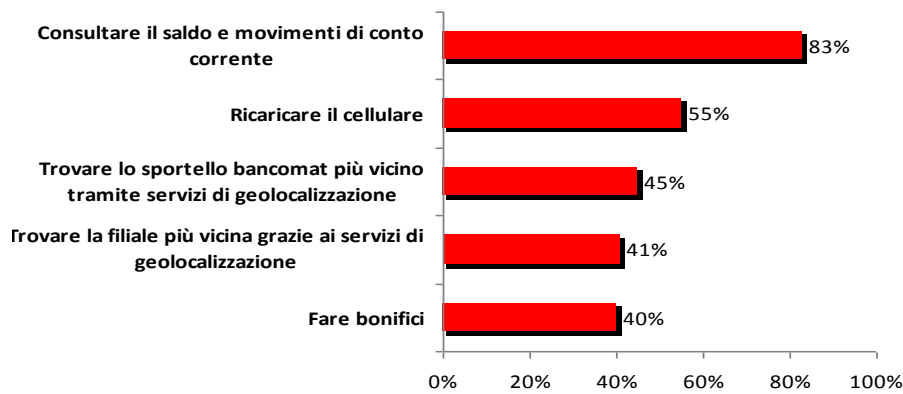
Digitalizzazione servizi: il settore bancario

Le piattaforme di internet e Mobile banking

- 12 milioni i clienti che accedono a internet per le principali operazioni legate ai propri conti: il 10% utilizza solo internet, il 60% dei giovani non si reca mai in filiale (dati Istituto di ricerche di mercato GfK Eurisko).
- Italia in media UE** col 23% di utilizzatori dei servizi mobile banking.
- Smartphone device mobile preferito per consultare il saldo e i movimenti di conto corrente (83%), ricaricare il cellulare (55%), trovare lo sportello bancomat o la filiale più vicina mediante servizi di geolocalizzazione (45% e 41%) e fare bonifici (40%). Il 76% dei clienti di mobile banking accede ai servizi bancari in mobilità una o più volte alla settimana



Fonte: Indagine Internazionale ING su Mobile Banking, Social Media & Financial Behaviour



Fonte: Rapporto annuale ABI Lab 2013



Digitalizzazione servizi: le assicurazioni

Spesa GDM del settore assicurativo e progetti di investimento

- ⊙ **Contrazione nel 2012 dello 0,8% della spesa GMD del settore**
- ⊙ **Investimenti concentrati sulla performance aziendale:**
 - ✓ Sistemi danni/vita e gestione sinistri (fascicolo sinistri elettronico)
 - ✓ IT Governance
 - ✓ Videoconferenze
 - ✓ Formazione on-line
 - ✓ Desktop sharing
 - ✓ Software CRM
 - ✓ Dematerializzazione (firma grafometrica)
 - ✓ Cloud
- ⊙ **Investimenti rivolti al mercato**
 - ✓ Siti web che consentano la predisposizione di offerte sempre più personalizzate
 - ✓ Valorizzazione del **canale distributivo on-line**
 - ✓ **App per smartphone e tablet** (accesso alla propria posizione assicurativa, denuncia sinistri, invio documenti, ricerca carrozzeria convenzionata, registrazione messaggi audio aventi ad oggetto la dinamica del sinistro)
 - ✓ Diffusione polizze black box (Decreto Liberalizzazioni)



Digitalizzazione servizi: le assicurazioni

La diffusione delle polizze black box (scatola nera)

- ⊙ “**Black box**”: rilevatore satellitare previsto dal Decreto Liberalizzazioni a fronte di una riduzione della tariffa RCA
- ⊙ Registra via web i movimenti del veicolo consentendo:
 - ✓ Localizzazione del mezzo
 - ✓ Ricostruzione dei movimenti e di eventuali urti
 - ✓ Conoscenza delle abitudini di guida dei conducenti (riduzione gap informativo delle compagnie)
 - ✓ Migliore gestione rischi
 - ✓ Contrasto delle frodi: secondo la società Viasat il 34% dei sinistri dalla stessa gestiti presenta anomalie; il 27% degli incidenti non sarebbe mai avvenuto, il 32% si sarebbe verificato ma con circostanze di tempo e luogo diverse, il 15% con una dinamica differente da quella dichiarata dal denunciante, il 14% con danni materiali non compatibili con la dinamica del sinistro ed il 12% con danni fisici non compatibili
- ⊙ Crescente interesse dei consumatori per le polizze con scatole nere in virtù degli sconti che assicurano



Digitalizzazione servizi: trasporti

Trend ed investimenti

- ⊙ **Lieve incremento della spesa GDM nel 2012 rispetto al 2011 (+ 0,8%)**
- ⊙ **Investimenti tesi all'efficienza aziendale**
 - ✓ Digitalizzazione dei processi
 - ✓ Sistemi di business intelligence
 - ✓ Cloud computing
 - ✓ IT Governance
- ⊙ **Investimenti rivolti al mercato**
 - ✓ Servizi wi-fi
 - ✓ Mobile Ticketing mediante SMS (Firenze, Genova, Savona, Mantova, Treviso, La Spezia, Bari, Trani, Vicenza dove di sera è previsto l'autobus "on demand") ovvero mediante NFC (Napoli ed Emilia Romagna). Entro il 2016 un possessore di smartphone su otto in Europa occidentale utilizzerà il proprio telefono come biglietto contactless per fruire dei servizi di trasporto pubblico ed i ticket basati su tecnologia NFC "contactless" rappresenteranno il 50% circa del mercato del Mobile Ticketing (Juniper Research)
 - ✓ App che consentono di pianificare il percorso e monitorare la posizione e la velocità dei mezzi di trasporto (Moovit, AutobusAroundMi, FlightTrack e FlightRadar24 Pro, MarineTraffic, ShipFinder)



Digitalizzazione servizi: GDO

L'andamento della spesa GDM e gli investimenti nella tecnologia

- ⊙ La spesa ICT nel settore distribuzione e servizi ha subito una riduzione del 3,9% nel 2012 che si è andata ad aggiungere a quella del 2,1% già registrata nel 2011
- ⊙ **Investimenti rivolti all'efficienza aziendale**
 - ✓ sistemi informatici per gestione magazzini ed comunicazione tra punti vendita
- ⊙ **Investimenti rivolti al mercato**
 - ✓ Siti web e cataloghi digitali
 - ✓ Monitoraggio di blog e social networks
 - ✓ Semplificazione ed innovazione tecniche di pagamento: self-scanning, selfcheckout
 - ✓ Portali di couponing
 - ✓ Campagne pubblicitarie via e-mail
 - ✓ Marketing di prossimità



Digitalizzazione servizi: GDO

La diffusione del Mobile Payment

- ◉ **Mobile Remote Payment:** consente operazioni di pagamento “a distanza”
- ◉ **Mobile Proximity Payment:** richiede una ridotta distanza (a volte pochi cm) tra device mobile e dispositivo di pagamento dell’ esercente
- ◉ Straordinaria diffusione di app (Fandango, Starbucks)
- ◉ L’Italia si colloca al secondo posto con un tasso di crescita del 61,3%, quasi 5,6 milioni di visitatori di siti retail da smartphone ed un possessore di smartphone su sei che ha effettuato un acquisto mediante il proprio device mobile (indagine ComScore sull’uso del mobile in Italia, Francia, Spagna, Germania e Regno Unito)
- ◉ Categorie merceologiche preferite negli acquisti mediante smartphone:
- ◉ “elettrodomestici” (6,1%)
- ◉ “abbigliamento e accessori” (5,4%)
- ◉ “libri” (4,3%)
- ◉ “buoni regalo” (3,7%.)

Conclusioni

Le parole chiave

- Il ritardo è cresciuto, ma è cominciata la rincorsa
- Resta un grande problema di cultural divide
- Gli operatori TLC stanno sviluppando piani di sviluppo, ma manca un quadro regolamentare chiaro
- Digitalizzazione sta tornando al centro dell'agenda politica
- L'e-banking è una realtà vincente, anche grazie al mobile
- Il cloud si conferma un driver centrale, ma fatica ad attrarre investimenti in alcuni settori (assicurazioni)
- Il mobile-ticketing si sviluppa sia per il trasporto locale che nazionale
- Sviluppo dei servizi contact-less

Grazie!

GiovanniGangemi

Con la collaborazione di
Silvia Compagnucci