Roundtable I-Com

DIGITAL SINGLE MARKET
Una sfida europea per l'Italia di domani

Silvia COMPAGNUCCI

Direttore Area Comunicazioni I-Com

Bruno ZAMBARDINO

Direttore Osservatorio Media I-Com

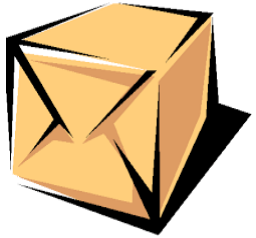
1 °luglio 2015

Sede I-Com, Piazza dei Santi Apostoli, 66 Roma

Agenda

Le priorità e le azioni per la creazione di un Digital Single Market

La riforma delle TLC per il DSM



Lo sviluppo dell'*e-commerce* e dei servizi di consegna pacchi

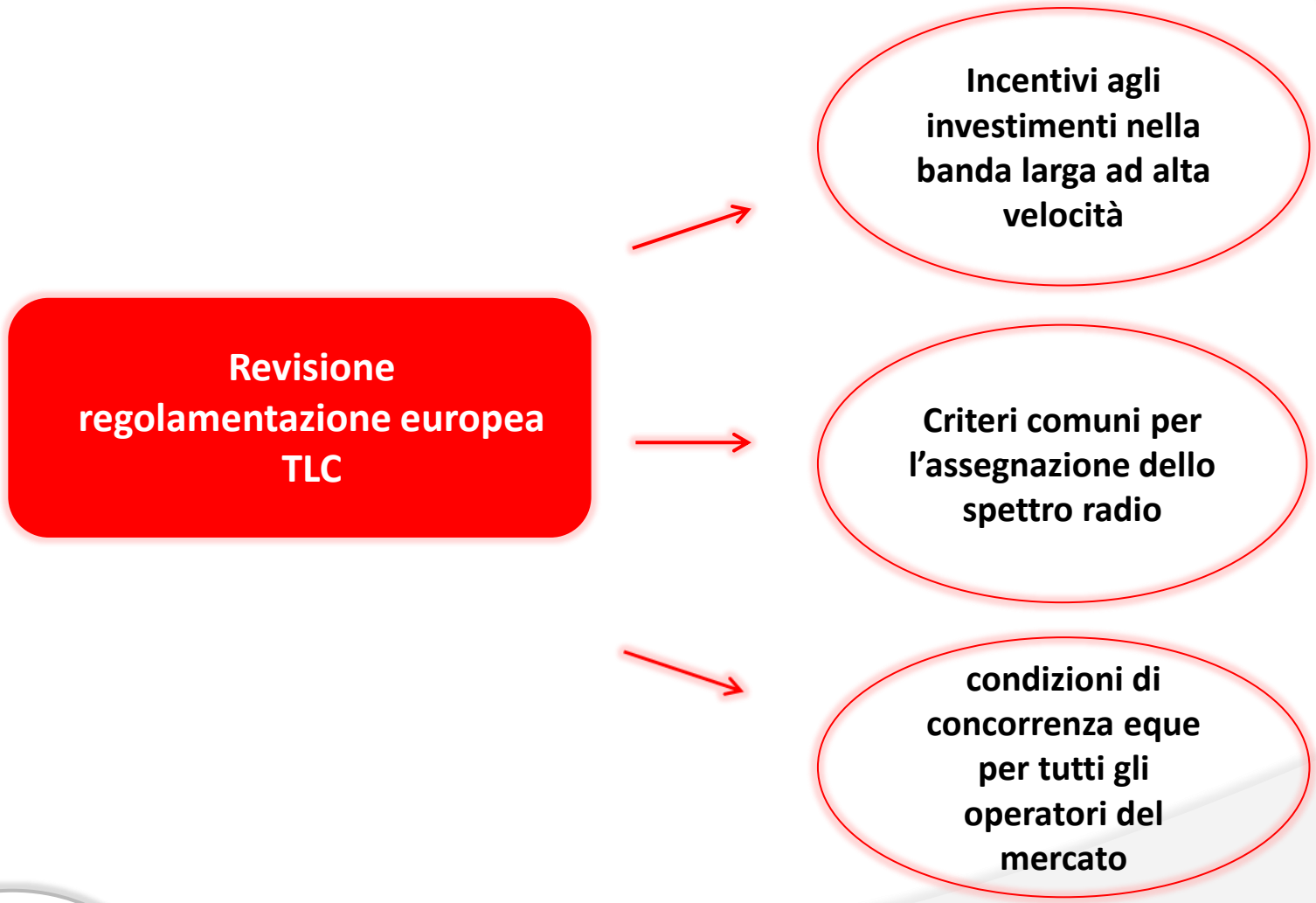
La fruizione dei contenuti audiovisivi nel DSM

Digital Single Market: le priorità e gli obiettivi

Nella Comunicazione della Commissione del 06/05/2015 sono state individuate le priorità e le azioni per la creazione di un unico mercato digitale europeo. A tal fine la Commissione prevede una serie di iniziative tese a:

- ✓ favorire il **commercio elettronico transfrontaliero**
- ✓ creare una quadro normativo-regolamentare maggiormente armonizzato in materia di **diritto d'autore**
- ✓ rivedere la **direttiva sulla trasmissione via satellite e via cavo**
- ✓ modernizzare il quadro dei **media audiovisivi**
- ✓ ridurre gli oneri amministrativi che le imprese sostengono in conseguenza dei diversi **regimi IVA** esistenti
- ✓ analizzare in maniera dettagliata il ruolo delle **piattaforme online**
- ✓ presentare una **revisione** della regolamentazione europea in materia di **telecomunicazion**i
- ✓ individuare le priorità per l'elaborazione di norme e l'**interoperabilità** in settori fondamentali per il mercato unico digitale (es. sanità elettronica, pianificazione dei trasporti, energia)
- ✓ promuovere una **società digitale** in cui i cittadini dispongano delle competenze necessarie per beneficiare di tutte le opportunità offerte da Internet anche in termini occupazionali

La riforma delle TLC per il Digital Single Market



Roaming zero e Net Neutrality: Intesa dell'UE

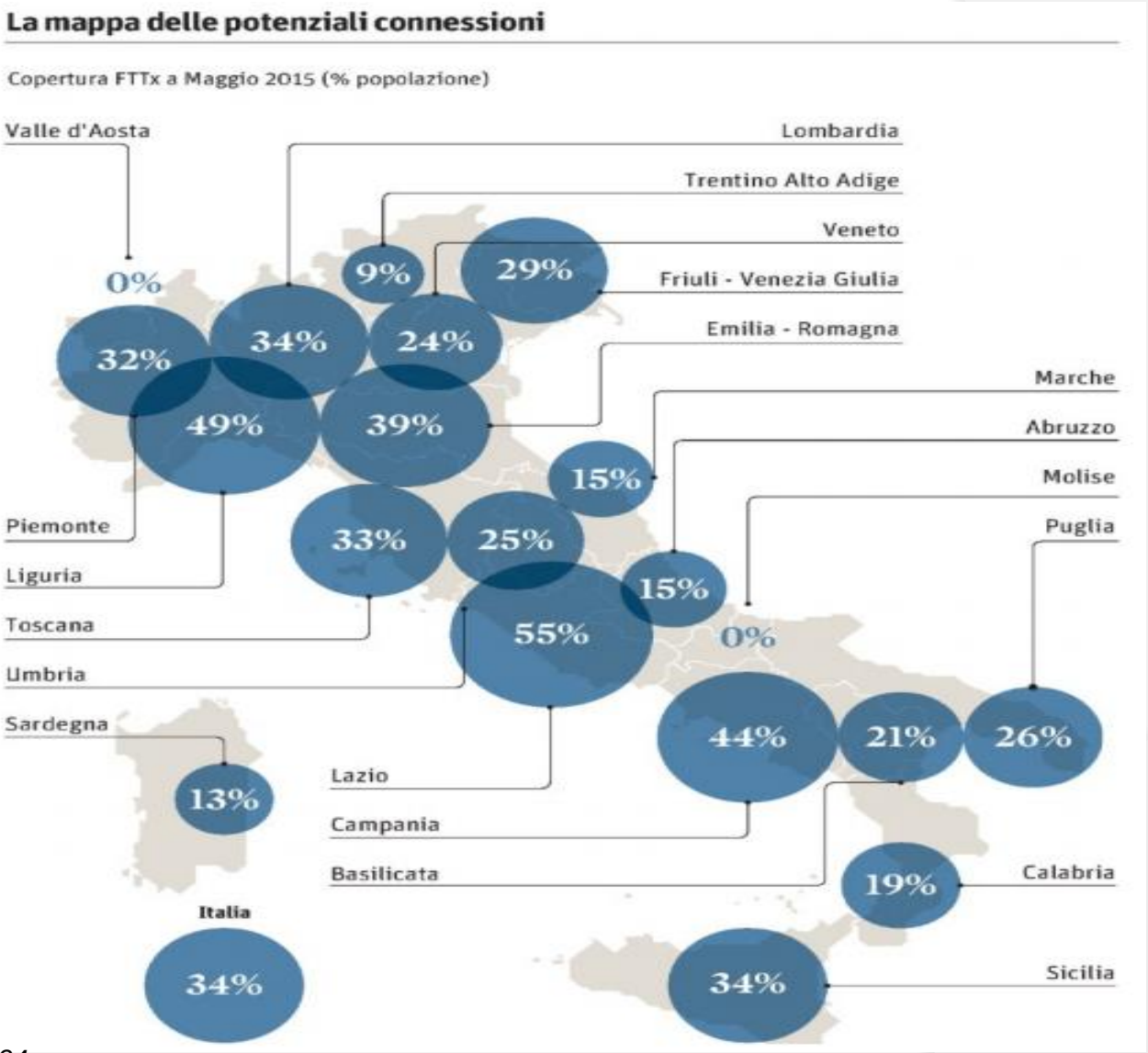
L'UE ha recentemente raggiunto un'intesa preliminare con riferimento:

Alla fine del roaming a partire dal 15 giugno del 2017. Nelle prossime settimane l'accordo sull'abolizione del roaming avrà bisogno dell'approvazione di Parlamento e Stati membri per trasformarsi in legge

Alla net neutrality (open Internet), con l'obiettivo di arrivare ad una normativa comune nella UE il 30 aprile 2016. Tale accordo sarà sottoposto agli Stati Membri per l'adozione formale fra luglio e dicembre

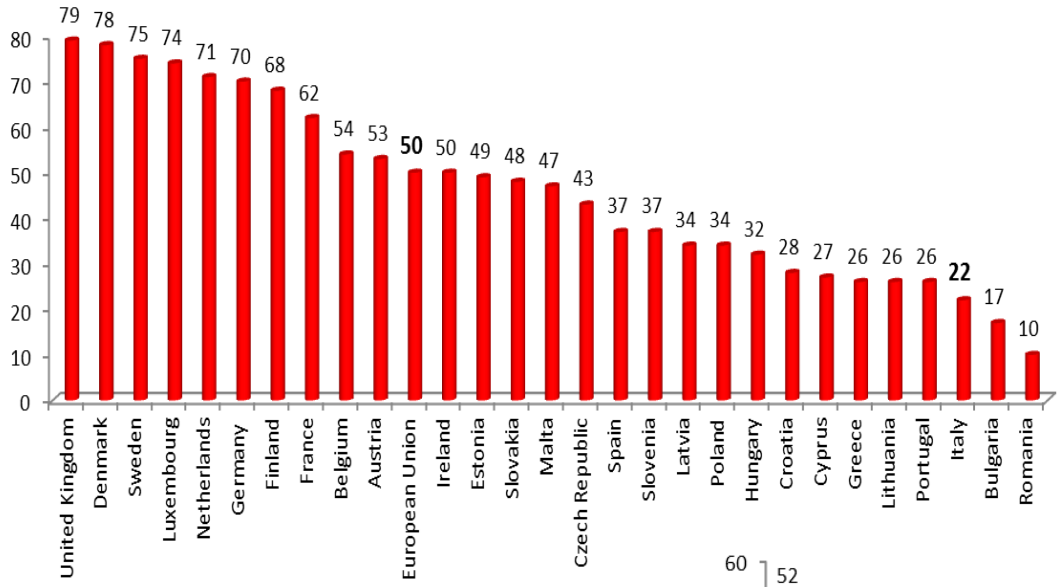
La copertura in fibra ottica nei comuni italiani

- ✓ Secondo i dati dell'Osservatorio Ultra Broadband di Between-EY a maggio 2015 sono saliti a 169 i comuni italiani con copertura in fibra ottica, circa **un terzo** della popolazione italiana
- ✓ I dati segnano una ripresa considerato che a fine 2013 ed alla fine del primo semestre 2014 era pari al 14% ed al 24%



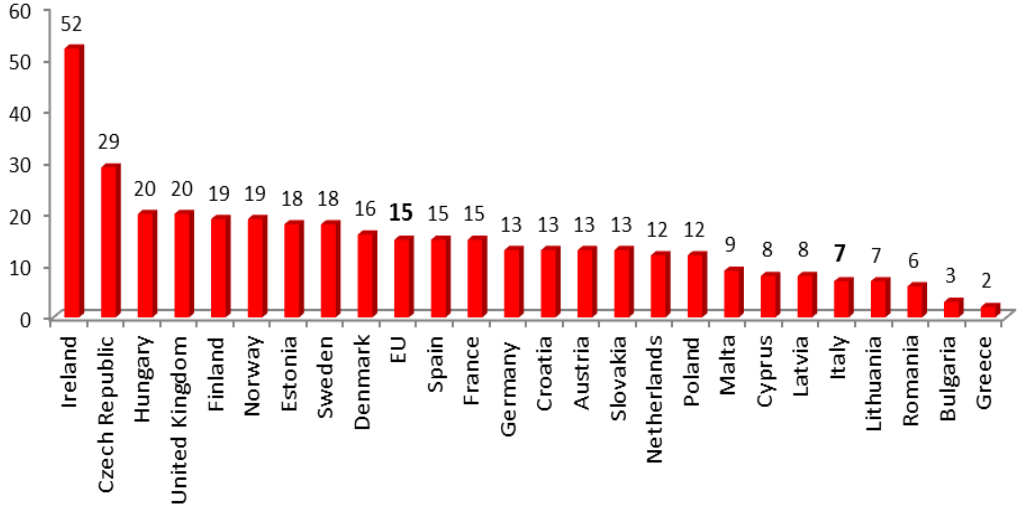
Fonte: il Sole 24ore

Lo sviluppo dell'*e-commerce* in Europa 1/2



- ✓ A livello UE il 50% degli individui ha acquistato su internet nell'ultimo anno
- ✓ In Italia il dato si ferma al 22%

- ✓ Nel 2014 a livello UE il 15% del fatturato delle imprese è stato prodotto dall'e-commerce
- ✓ In Italia il dato è bloccato al 7%



Fonte: Eurostat,2014

La diffusione dell'*e-commerce* in Europa 2/2

- ✓ Come agevolare la creazione di colossi del web che competano con Google e Facebook e facciano ripartire la crescita economica ? Occorre un'analisi comprensiva del ruolo delle piattaforme online come motori di ricerca e i siti di comparazione delle tariffe per rilanciare il commercio transfrontaliero europeo (annunciata apertura indagine antitrust)

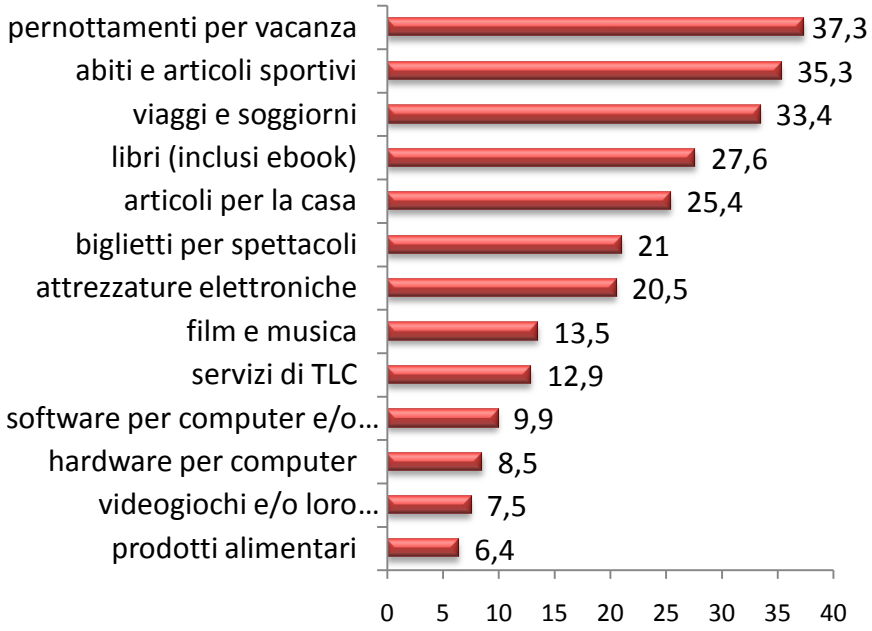
- ✓ Lo spostamento verso un unico mercato digitale implica la rimozione della frammentazione che sfavorisce la crescita del business on line

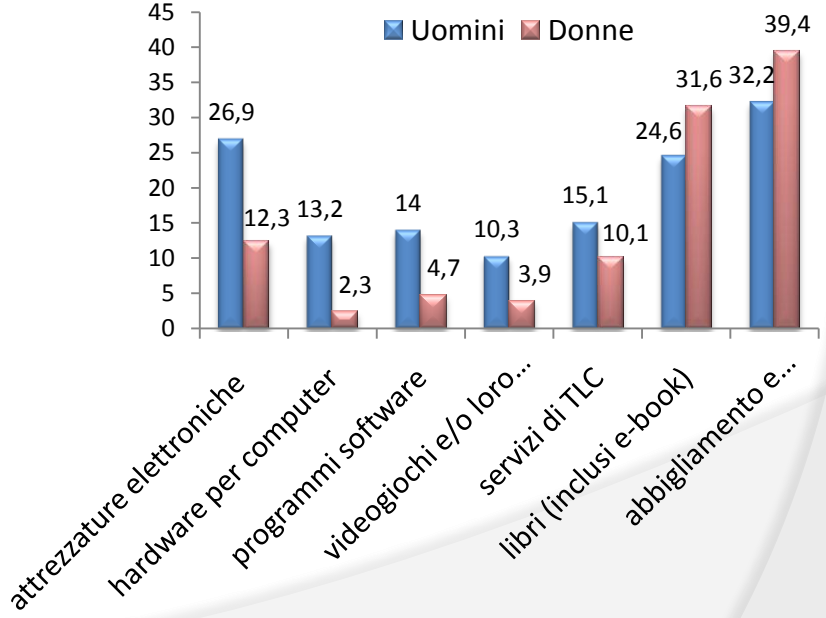
- ✓ Abbiamo 315 milioni di navigatori del web ma solo il 4% dell'offerta dei beni e servizi è trasfrontaliera. L'UE stima 415 miliardi di euro di impatto sul PIL europeo abbattendo i mercati nazionali

- ✓ Solo il 15% dei cittadini europei nel 2014 hanno fatto acquisti da altri Paesi europei. L'UE stima in circa 12 miliardi il risparmio annuo grazie ad un singolo mercato continentale

- ✓ L' e-commerce è frenato anche dall'assenza di armonizzazione e regolamentazione dei costi di spedizione

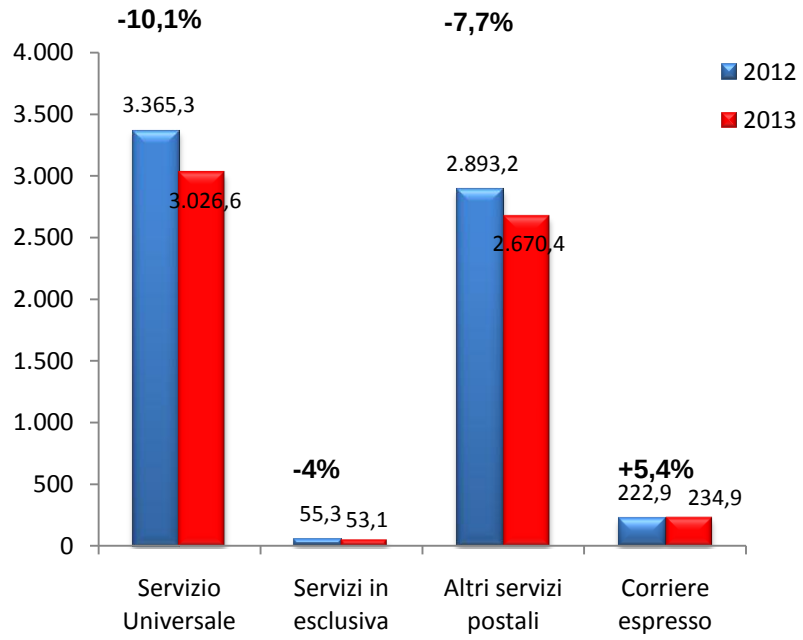
La diffusione dell'*e-commerce* in Italia





Fonte: Eurostat,2014

L'andamento dei volumi nel settore dei servizi postali



Fonte: AGCom

- ✓ Continua il trend di decrescita del settore postale che da 2012 al 2013 ha registrato una riduzione del 10,1%, del 4% e del 7,7% dei volumi relativi al servizio universale , ai servizi in esclusiva ed agli altri servizi postali ed un incremento , al contrario, dei corrieri espresso (+5,4%)

- ✓ Con riguardo ai ricavi, i servizi di corriere espresso hanno generato un incremento del 2,5%

DSM e armonizzazione multi-territoriale dei diritti

L'obiettivo UE è giungere gradualmente ad un sistema di autorizzazioni e di diritti che si adatti in maniera più moderna alle mutate modalità di fruizione dei contenuti

Portabilità

Sbloccare la possibilità di vedere anche dall'estero contenuti trasmessi (e già pagati dagli abbonamenti) dalla piattaforme online delle pay tv.

In questo caso occorre dotare le piattaforme sotto il profilo tecnologico di una sorta di "un passaporto europeo"

Geoblocking/Interoperabilità

Eliminazione delle barriere che impediscono di comprare e vedere dall'estero programmi trasmessi a pagamento da una piattaforma italiana e viceversa

Quale impatto sul sistema dei diritti su base nazionale e in esclusiva su cui si basa l'attuale modello di business delle pay tv ?

Quale impatto sui regimi IVA ?

Forti resistenze da parte dell'industria dei contenuti AV ai propositi di riforma del copyright previsti nel piano DSM

Accesso più agevole (ma non free) ai contenuti in Europa

Redditività delle imprese

Modello di business basato su licenze territoriali

Nel Regno Unito si è formata un inedito gruppo di lobby che vede insieme l'Associazione dei produttori di contenuti audiovisivi e gran parte degli studios e dei broadcaster incluse Bbc, Nbc Universal, tutti accomunati dal timore di cambio di paradigma del sistema di finanziamento dei contenuti fondato sulle prevendite a favore di licenze multi-territoriali

We are absolutely of one mind that this is probably the single biggest threat to our

ability to make high-quality content in the UK," (…)

"[The digital single market] completely pulls the rug out from under our financing"

(John McVay, chief executive of Pact,

which represents the UK's independent producers)

I produttori UK ricavano dalle vendite estere 340 milioni di sterline. Questo business deriva dalla possibilità di vendere i diritti dei loro programmi singolarmente nei 27 Paesi Membri sulle differenti piattaforme. Queste risorse raccolte grazie alle prevendite vengono investite spesso nella produzione di nuovi contenuti (pesano circa il 60% del budget)

I principali gruppi commerciali di Italia, Belgio, Polonia, Grecia, Svezia e Paesi Bassi hanno scritto a BXL le loro obiezioni al piano

Rilevanza delle prevendite territoriali: esempi film europei

AMOUR

Budget : 8,5 M€

Prevendite: 2,7M€ 31,8%

Produce/Private investors: 2,97M€ 34,85%

Sussidi

2,8M€ 33,35%

CARNAGE

Budget : 19 M€

Prevendite: 12,5M€ 66%

Produce/Private investors: 1,1M€ 6%

Sussidi

5,3M€ 28%

A ROYAL AFFAIR

Budget : 6,7 M€

Prevendite: 2,5M€ 37%

Produce/Private investors: 1,5M€ 23%

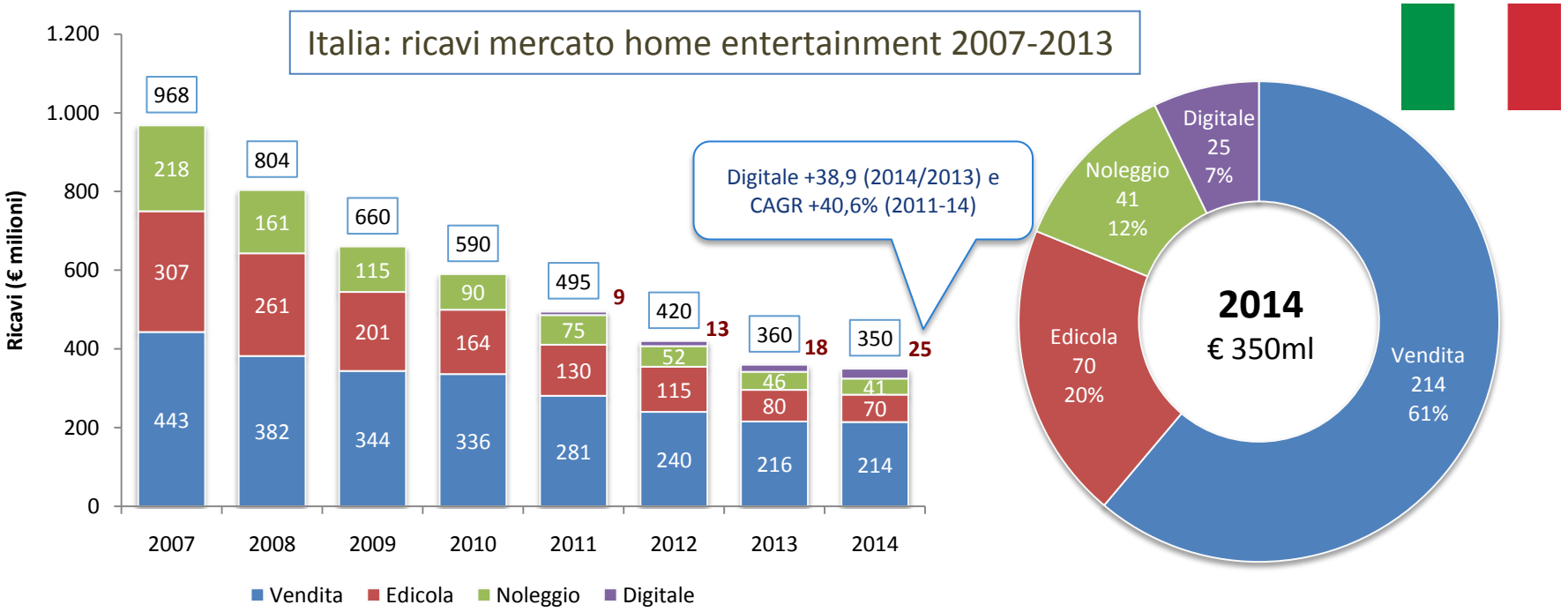
Sussidi

2,68M€ 40%

DSM e spinta all'offerta legale online 1/2

Favorire nuovi modelli di business che incoraggino la distribuzione on line dei contenuti audiovisivi

- Il mercato digitale è l'unico segmento in crescita, con un +38,9% rispetto al 2013 (CAGR 2011-13: +40,6%).
- Nonostante il forte incremento, il digitale rappresenta ancora il 7% del fatturato complessivo dell'Home Video, a differenza di altri Paesi dove la crescita del digitale compensa il calo del fisico
- In Italia sconta la presenza di un rigido sistema di finestre di sfruttamento



Fonte: elaborazioni DG Cinema su Univideo, GFK Eurisko

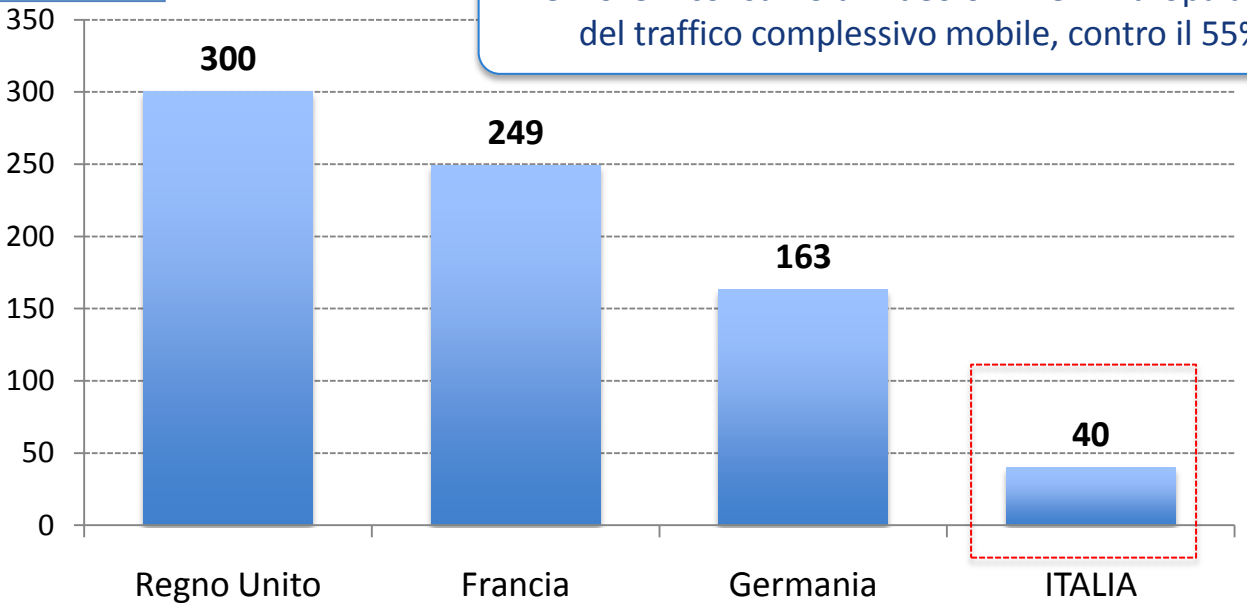
DSM e spinta all'offerta legale online 2/2

Il mercato europeo del video on demand vale circa 2 miliardi di euro. Come favorire la crescita di piattaforme on line europee per contrastare i colossi USA ?

- Italia fanalino di coda nei ricavi da Video On Demand a causa del ritardo negli investimenti in banda larga, della pirateria e del forte presidio dei broadcaster (ottobre 2015: ingresso anche in Italia di Netflix).
- Il totale dei ricavi derivanti dall'offerta VOD in Europa Occidentale sarà di € 2,14 miliardi a fine del 2015 di cui € 823 generati da SVOD e raggiungerà € 3,85 miliardi nel 2018 (+22% annuo).

Video On Demand 2014

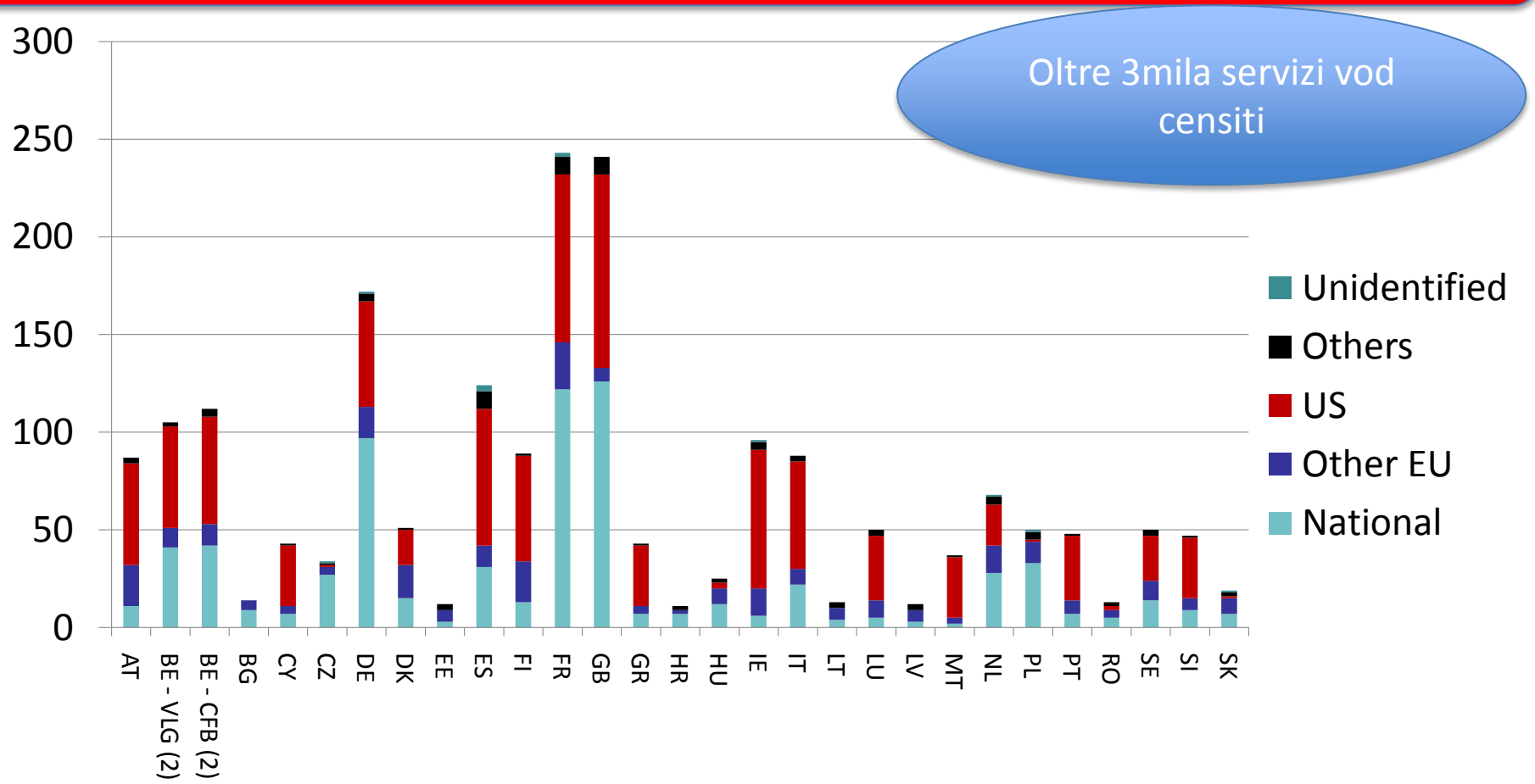
Nel 2019 il consumo di video on line in Europa assorbirà il 72% del traffico complessivo mobile, contro il 55% del 2014



Note: il dato italiano, superiore a quello Gfk/Univideo, include in questo caso anche il VOD dei broadcaster, quindi non solo ad esempio iTunes e Chili, ma anche Infinity e Sky On Demand
Fonte: elaborazioni DG Cinema su IHS, CNC, It Media Consulting, OEA

Localizzazione servizi vod nell'UE (2013)

Il 60% dei servizi Vod attivi nell'Ue ha sede al di fuori del Paese di destinazione



Fonte: OEA, su Mavide database

Conclusioni 1/2

- ✓ Alla luce degli orientamenti espressi dalla Commissione, quali sono le iniziative e le soluzioni tecniche da intraprendere per risolvere le criticità legate al coordinamento internazionale per gestire le zone di spettro confinanti con altri Paesi? Quali potrebbero essere i criteri comuni a livello europeo per l'assegnazione dello spettro a livello nazionale che garantiscano un uso efficace ed efficiente di risorse preziose e scarse come le frequenze? Alla luce del recente accordo sul Telecom Single Market, con riferimento alla Net Neutrality si ritiene che vi siano effetti sulla user exeprience degli utenti e sulla qualità della rete? Con riferimento al roaming, invece, si ritiene che le regole proposte rappresentino un rischio di distorsione dei mercati nazionali? Ed, inoltre, permettano il recupero dei costi per tutti gli attori del mercato? In un panorama europeo proiettato al rapido sviluppo infrastrutturale quanto incide la mancata presentazione del cosiddetto "DI Comunicazioni", rispetto all'implementazione della Strategia nazionale per la banda ultralarga messa a punto negli scorsi mesi dallo stesso Esecutivo? Quali ancora i nodi da sciogliere e quali le possibili soluzioni per un rapido avvio delle gare e dunque degli investimenti nell'infrastrutturazione del Paese?

- ✓ I servizi di consegna dei pacchi rivestiranno un ruolo da protagonisti nello sviluppo dell'e-commerce a livello europeo oltre che nazionale rappresentando una grande opportunità di business per gli operatori postali, che vedono invece ridursi i ricavi derivanti dagli altri segmenti di mercato. Quali sono gli interventi indispensabili ad assicurare servizi di consegna dei pacchi più efficienti ed a prezzi accessibili? Quali sono le criticità ad oggi esistenti nel quadro normativo e regolamentare nazionali da risolvere per garantire agli operatori nazionali di essere competitivi a livello europeo e globale? Più in generale, nell'ambito del Strategia sul DSM, non sarebbe auspicabile una prospettiva di respiro più ampio sugli scenari del servizio postale nel nuovo ecosistema digitale?

Conclusioni 2/2

- ✓ L'Europa è in grado (e in che modo) di garantire una fornitura legale di contenuti e soddisfare efficacemente la crescente domanda transfrontaliera? Come ricercare un equilibrio tra la piena circolazione transfrontaliera delle opere audiovisive europee, la presenza delle opere europee nelle diverse piattaforme di distribuzione e le esigenze di redditività dei fornitori di servizi media audiovisivi e dei titolari dei diritti, garantendo al tempo stesso condizioni di parità per tutti gli operatori? La revisione della direttiva 2001/29/CE (Copyright) può procedere in modo autonomo o deve avvenire in efficace combinazione con l'adeguamento delle direttive 2004/48/CE in tema di enforcement e 2000/31/CE in materia di commercio elettronico? Nel quadro del processo di armonizzazione della legislazione sul diritto d'autore come favorire soluzioni contrattuali, analogamente a quanto già previsto con le licenze multiterritoriali nel settore musicale? Un quadro uniforme in materia di concorrenza e fiscalità potrebbe essere il presupposto della scelta del regime giuridico in base al criterio del paese di origine dell'uploading (messa a disposizione) ovvero a quello del paese di destinazione?

- ✓ E' ipotizzabile un "alleggerimento" del carico regolatorio e di alcuni vincoli per i media tradizionali introducendo meccanismi graduali in considerazione dell'attuale situazione di mercato e parallelamente introdurre una soft regulation per gli OTT (ad esempio in materia di quote di produzione, tutela del diritto d'autore e dei minori)? Quali interventi adottare per rimodulare gli strumenti normativi ed attenuare le asimmetrie tra operatori, garantendo le migliori condizioni di competitività senza frenare l'innovazione? A livello nazionale, quali questioni possono essere risolte in autonomia dal regolatore, e quali al contrario devono trovare soluzione nel quadro normativo primario? Si può lavorare ad un punto di equilibrio tra i vari stakeholder che - a fronte di un allentamento di alcuni vincoli normativi e ad una riduzione degli oneri organizzativi e di rendicontazione finanziaria- conduca ad una maggiore certezza e trasparenza degli investimenti in produzione di contenuti audiovisivi?

Grazie!!