

EXECUTIVE SUMMARY	5	CAPITOLO 2	
CAPITOLO 1		IL MERCATO DELL'AUDIOVISIVO CONNESSO: IN CERCA DELLA PROSSIMA "DISRUPTION"	89
LO SVILUPPO DELLE RETI E DEI SERVIZI DI NUOVA GENERAZIONE NEL CONTESTO NAZIONALE ED EUROPEO	13	2.1. Il vortice digitale	91
1.1. Le infrastrutture di telecomunicazione in Italia e nel contesto europeo. Stato dell'arte	15	2.1.1. Il mercato dei media e la digital disruption	91
1.1.1. Lo sviluppo della banda larga fissa	15	2.1.2. La crescita dei video e dell'advertising online	95
1.1.2. La diffusione della fibra ottica in Italia ed in Europa	22	2.1.3. #NetflixEverywhere. Quale sarà la prossima rottura?	102
1.1.3. Lo sviluppo dell'infrastruttura mobile	23	2.2. Trend e cifre dell'audiovisivo connesso	105
1.2. La penetrazione delle tecnologie digitali nel tessuto socio-economico nazionale ed europeo	26	2.2.1. Un aggiornamento sul cord cutting	105
1.2.1. Le competenze digitali dei cittadini europei	26	2.2.2. TV e SVOD a confronto nel mercato europeo	109
1.2.2. L'utilizzo del canale digitale da parte dei cittadini. L'importanza dei social network	30	2.2.3. Prove tecniche di convergenza	116
1.2.3. L'internet banking e la digitalizzazione dei servizi bancari	33	2.2.3.1. Mediaset vs Vivendi e il mancato debutto dell'Anti-Netflix	117
1.2.4. Il digitale nei rapporti tra consumatori ed imprese. La diffusione dell'e-commerce	37	2.2.3.2. La necessità dell'espansione nel mercato europeo della pay-tv	117
1.2.5. Una misura dello sviluppo dei mercati della banda larga ed ultra-larga in Europa: l'I-Com Broadband Index 2016	44	2.2.3.3. Sky: dopo l'unificazione dei rami europei, il potenziamento della produzione locale	118
1.3. Il potenziale dell'industria 4.0 In Europa e in Italia	50	2.2.3.4. In attesa della Vodafone TV	119
1.3.1. Il (necessario) rilancio dell'industria manifatturiera	50	2.2.4. Focus: Italia	120
1.3.2. L'impatto del digitale nell'industria manifatturiera europea	51	2.2.4.1. Il Mercato televisivo italiano e il ruolo del satellite nella transizione verso il 5G	129
1.3.3. L'innovazione nel sistema manifatturiero italiano	53	2.2.4.2. La riforma del sistema di sostegno pubblico al cinema e all'audiovisivo	132
1.3.4. Il Piano Nazionale Industria 4.0. La Strategia del Governo italiano	59	2.2.4.3. Una nuova strategia di internazionalizzazione	135
1.4. Policy e prospettive di sviluppo del mercato della banda larga ed ultralarga in Italia	63	2.3. Le nuove regole dei media nell'era digitale del XXI Secolo	137
1.4.1. L'andamento del settore delle comunicazioni in Italia	63	2.3.1. Il processo di revisione della Direttiva 2010/13/UE sui servizi di media audiovisivi	137
1.4.2. Il mercato della banda larga ed ultra-larga in Italia. Gli investimenti ed i piani di sviluppo degli operatori	66	2.3.2. Contesto di mercato e valutazione d'impatto	137
1.5. Il processo di digitalizzazione in Italia. Dalle azioni europee alla strategia nazionale del governo	77	2.3.3. Illustrazione delle disposizioni della proposta della Commissione UE	139
1.5.1. I dossier europei per la creazione del Digital Single Market	77	2.3.4. La posizione italiana in fase di consultazione pubblica	141
1.5.2. I piani strategici del Governo per lo sviluppo delle infrastrutture di TLC. Lo stato dell'arte	82	2.3.4.1. Il contributo di I-Com al dibattito sulla revisione della Direttiva	144
1.5.3. Le iniziative ed i provvedimenti dell'Autorità di regolazione	83	2.3.5. Il pacchetto copyright UE: un difficile crinale tra tutela dei diritti e accesso ai contenuti	145
		CONCLUSIONI E SPUNTI DI POLICY	151