



**Convegno I-Com
ITALIA DIGITALE, ISTRUZIONI PER L'USO
Alla ricerca di uno shock della domanda**

Documento di output

I-GROUP 1 – La domanda digitale dei cittadini: il ruolo dell’audiovisivo, gli effetti della convergenza tra reti e contenuti e il rilancio della produzione italiana

1.1. Il presidio del mercato

Gli operatori dell’audiovisivo sono impegnati nella continua ricerca di modelli di business e innovazione. La posta in gioco è molto alta: la sopravvivenza in un mercato dove la concorrenza è altissima e le offerte pressoché illimitate. In Europa, come negli States, si corre ai ripari contro lo strapotere di Netflix, che ha da poco superato quota 109 milioni di utenti di cui oltre 55 milioni fuori dai propri confini.

Le telco si alleano con le pay-TV per offrire servizi *triple/quadruple play* per non perdere terreno nei confronti degli OTT che, nel 2022, varranno 83 miliardi di dollari: negli USA Verizon ha acquisito Yahoo per 4,4 miliardi di dollari; At&T si è fusa con Time Warner per 85,4 miliardi di dollari; in Spagna Telefonica ha incorporato Digital+ nella propria offerta a marchio Movistar; un’operazione simile in Italia è la joint venture Tim-Canal+.

Le media company cercano di guadagnare terreno: in USA Discovery Communication ha acquisito Scripps Networks Interactive entrambe attive a livello internazionale e player di primo piano nel mercato della pay-TV statunitense; in Spagna Sky ha lanciato il proprio servizio OTT sul modello di Now TV, già presente in Italia, UK, Irlanda, Germania e Austria, senza disporre di un presidio sul mercato satellitare.

I contenuti sono il valore aggiunto del mercato e per accaparrarseli si spendono cifre sempre più consistenti: Disney, lascia Netflix e si prepara ad offrire i propri contenuti direttamente agli spettatori attraverso due nuovi servizi di streaming dedicati rispettivamente allo sport e a film e programmi TV Disney e Pixar; Zuckerberg ha lanciato *Watch*, piattaforma che trasmetterà fiction, reality, sport, sfruttando le potenzialità del social network, ovvero la condivisione dei contenuti; Apple sarebbe pronta a investire, a partire dal 2018, un miliardo di dollari per realizzare contenuti originali in concorrenza con gli studios hollywoodiani; Netflix nel 2018 spenderà 8 miliardi di dollari in contenuti originali (il budget del 2013 era 2,4 miliardi); Amazon potrebbe raggiungere a fine anno 4,5 miliardi di investimento, 4 volte la cifra spesa nel 2013 (1,2 miliardi). Tra i partecipanti alla corsa ai contenuti, vale la pena ricordarlo, le grandi catene televisive, che non ci stanno a farsi da parte: in USA, nella stagione 2016, almeno 17 emittenti da diverse piattaforme hanno realizzato ben 500 show, il doppio rispetto a quelle del 2011.

1.2. Audiovisivo connesso in Europa e in Italia

In Europa la televisione resta il mezzo più visto, ma il consumo di Internet sta aumentando in maniera costante, rosicchiando tempo agli altri media. Secondo Zenith Optimedia da qualche anno trascorriamo online oltre un quinto del nostro tempo mediatico.

Il video on demand continua la sua fase di crescita prospera e, secondo le stime I-Com, sfiorerà, a fine 2017, 4,2 miliardi di euro di ricavi nella sua componente pay.

L'home video su supporto fisico stia registrando un profondo calo, mentre i ricavi del VOD non riescono a compensarne la perdita di introiti. Nel 2015, infatti, nonostante i trend di crescita, i servizi VOD rappresentano ancora una parte poco consistente, il 3%, delle entrate complessive del settore audiovisivo in Europa.

La diffusione dei servizi S-VOD va considerata all'interno del più ampio processo di cambiamento delle abitudini di fruizione dei consumatori, che al possesso dei titoli iniziano a preferire l'accesso. Secondo l'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo l'accesso (che comprende pay-TV, S-VOD e noleggio T-VOD) è cresciuto del 5% tra il 2014 e il 2015, mentre il possesso (DVD e acquisto T-VOD) è in declino del 4% tra il 2014 e il 2015.

Tuttavia molti titolari di diritti sono ancora riluttanti ad offrire i propri contenuti per lo sfruttamento in S-VOD per la convinzione che questo modello di fruizione implichi una diminuzione del valore di un titolo. L'attuale sistema delle windows of release, prevedendo tempi standard nel passaggio dal cinema alla finestra S-VOD, non aiuterebbe, poiché penalizza le produzioni indipendenti o a basso budget a causa del più breve passaggio in sala e aumenta il rischio che i contenuti si diffondano in maniera illegale in rete o su supporto fisico.

La disponibilità di film su piattaforme globali non implica automaticamente che questi raggiungano un pubblico, nemmeno quando i contenuti sono offerti gratuitamente. Il successo di un film disponibile su una piattaforma online dipende infatti dalla presenza sulla homepage dello store digitale a seguito di una promozione mirata. Dunque, se da un lato le grandi piattaforme digitali globali rappresentano una grossa opportunità per i film rispetto alle piattaforme più piccole o a quelle locali, dall'altro, rendere un titolo visibile all'interno di un catalogo più ricco richiede uno sforzo promozionale maggiore.

L'Italia sconta grossi ritardi nella penetrazione dei servizi digitali: se le reti a banda ultralarga coprono nel 2016 il 72% della popolazione, solo il 12% ne usufruisce. L'uso di Internet riguarda il 70% della popolazione, quasi 10 punti percentuali in meno della media europea.

In un mercato in cui la televisione tradizionale torna a fatturare 8 miliardi di euro, gli utenti di video online sono, a giugno 2017, 19,1 milioni ovvero il 58% della base utenti Internet. Quelli a pagamento sono stimati in 4,3 milioni, mentre gli utenti free sono circa 17,7 milioni. Netflix e Tim Vision avrebbero superato i 500mila utenti, mentre Now TV e Infinity sarebbero a quota 300mila. Amazon Prime Video, da poco sul mercato nazionale, ha raggiunto cifre significative.

L'audiovisivo connesso sta attraversando, anche in Italia una fase di grosso fermento, ed è presidiato dai principali attori attivi nella TV tradizionale (Sky Italia e Mediaset Premium), OTT puri (Netflix, Amazon) e, ultime in ordine di tempo, le telco attraverso offerte di tipo triple/quadruple play. In particolare Tim ha avviato una joint venture con Canal+ per la nascita di Canale+, e, attraverso Tim Vision, trasmetterà via streaming gli eventi live di Eurosport; Vodafone ha lanciato, a inizio anno, la propria offerta televisiva Vodafone TV che trasmette il pacchetto base di Sky, contenuti Sony Pictures Television, 20th Century Fox, Lionsgate, BBC Worldwide, National Geographic e un numero limitato di film in prima visione grazie a una collaborazione con Chili.

1.3. La Legge Cinema e il rapporto tra produttori e broadcaster

La legge di riforma del sostegno pubblico all'intera filiera audiovisiva dispone di un fondo da 400 milioni di euro ancorato a meccanismi di autofinanziamento attraverso il quale sono previsti incentivi automatici, selettivi e varie tipologie di tax credit.

Uno degli ultimi interventi approvati dal Consiglio dei Ministri a riforma del settore è il decreto legislativo che aggiorna le quote di investimento e di programmazione delle opere europee e italiane a carico dei broadcaster. Un procedimento molto controverso – attualmente sottoposto ai pareri del Consiglio di Stato e delle competenti commissioni parlamentari – per via dei maggiori oneri in capo alle emittenti ma che incontra il parere favorevole di produttori e autori.

Gli obblighi prevedono che tutti gli operatori trasmettano opere europee per il 55% dal 2019 e il 60% dal 2020; dal 2019 almeno la metà delle opere europee trasmesse dalla Rai e un terzo di quelle trasmesse dagli altri operatori dovranno essere italiane (qualsiasi genere).

Per quanto riguarda le quote di investimento per la Rai: quella riservata al pre-acquisto o all'acquisto o alla produzione di opere europee è pari ad almeno il 15% dei ricavi complessivi annui ed è elevata al 18,5% dal 2019 e al 20% dal 2020; per il 2018 la quota si riferisce esclusivamente a opere prodotte da produttori indipendenti, mentre per il 2019 e 2020 a queste ultime opere sono riservati i cinque sesti delle quote previste; all'interno della quota complessiva prevista per le opere europee, almeno il 4% dei ricavi complessivi netti va investito in opere cinematografiche italiane, percentuale innalzata al 4,5% nel 2019 e al 5% nel 2020 (oggi è il 3,6%). Per gli altri operatori: la quota di investimento riservata all'acquisto o al pre-acquisto o alla produzione di opere europee è pari ad almeno il 10% ed è elevata al 12,5% dal 2019 e al 15% dal 2020; per il 2018 la quota si riferisce esclusivamente a opere prodotte da produttori indipendenti, come oggi, mentre per il 2019 e 2020 a queste ultime opere sono riservati i cinque sesti delle quote previste; all'interno della quota complessiva prevista per le opere europee, almeno il 3,5% degli introiti netti va investito in opere cinematografiche italiane, percentuale innalzata al 4% nel il 2019 e al 4,5% nel 2020 (oggi è il 3,2%).

Il cosiddetto "Decreto quote" è stato il punto principale di discussione nel corso del gruppo di lavoro dedicato ai contenuti audiovisivi. In particolare è emersa una netta contrapposizione tra i broadcaster e i rappresentanti dei produttori. Queste in sintesi le obiezioni dei broadcaster:

- si è scelto di utilizzare il sistema "alla francese" a cui non si era mai fatto riferimento durante i tavoli tecnici di preparazione;
- non si può obbligare ad investire in contenuti che non riguardano l'identità di un canale, pena la sopravvivenza del brand;
- il decreto, oltre ad aumentare lo spazio destinato ad opere nazionali, con obblighi relativi al prime time, inasprirebbe le sanzioni in modo del tutto sproporzionato;
- in una prima fase era stata richiesta flessibilità nell'adempimento degli obblighi di investimento – come suggerito anche nell'indagine conoscitiva dell'Agcom in materia di produzione ma nel decreto non se ne fa più riferimento;
- persiste una disparità di trattamento e si corre il rischio che se ne avvantaggino quei soggetti che sfuggono alle norme;
- le misure sono eccessivamente protezionistiche in quanto impongono ai broadcaster cosa trasmettere, a che ora farlo e come acquistare i contenuti, senza tener conto che dietro ad ogni contratto firmato c'è un modello di business: cambiando le modalità contrattuali si costringono i broadcaster a rivoluzionare anche i modelli di business;
- imponendo obblighi di investimenti in proporzione sui ricavi, non si tiene conto degli alti costi fissi che devono sopportare le emittenti (a differenza degli OTT);
- gli obblighi imposti dal decreto sono ingiustificati in un momento in cui il mercato inizia a riprendersi, ad avere un respiro più internazionale (alcuni nostri prodotti sono venduti all'estero) e si inizia ad attivare un circolo virtuoso con i produttori.
- Il regime sanzionatorio viene considerato troppo aspro e più rigido rispetto a quello del sistema francese maggiormente orientato a procedure di negoziazione.

Tre le richieste emerse nel corso del dibattito da parte dei broadcaster segnaliamo la reintroduzione della tipologia contrattuale del commissioning, molto importante per alcuni generi televisivi; la riduzione dell'importo delle sanzioni; la riconsiderazione dell'irrigidimento delle quote di programmazione in prime time anche in un'ottica di *level playing field*; l'introduzione di meccanismi di flessibilità sulla tipologia di prodotto su cui investire e sul rispetto degli obblighi su base pluriennale.

Di tutt'altro parere i rappresentanti dei produttori cinematografici e televisivi, secondo cui il legislatore ha voluto incentivare la produzione originale come leva di sviluppo del mercato audiovisivo nazionale mettendo in evidenza la decisa volontà di trasformare l'Italia da mercato di conquista/consumo a mercato effettivamente attivo nella produzione di contenuti esportabili. Il provvedimento viene considerato una sfida importante anche nell'ottica di rafforzare dimensioni e patrimonializzazione delle imprese e rendere più equilibrati i rapporti negoziali con le reti televisive

che dovrebbero svolgere un ruolo di editore/distributore. Tra le proposte emerse segnaliamo il ricorso a strumenti di coregolamentazione, una chiara differenziazione fra i costi della produzione audiovisiva indipendente italiana e la valorizzazione della stessa (attraverso lo sfruttamento di diritti secondari); un riequilibrio della posizione negoziale a favore dei produttori.

Sul dibattito sono intervenute le istituzioni: Agcom sostiene che le norme sugli obblighi sono sempre state applicate in modo flessibile, ma auspica che si definiscano bene le competenze dell'Autorità e quelle del MiBACT, soprattutto nella questione dei rapporti fra produttori indipendenti e diritti, accennando all'apertura eventuale di un tavolo di coregolazione. Relativamente al modello francese ha sottolineato che non è stato recepito il meccanismo sanzionatorio, ovvero la procedura scalare che prevede una negoziazione con gli operatori fatta di avvertimenti, per poi arrivare alle sanzioni solo in extremis.

Il rappresentante del Parlamento italiano rivendica gli sforzi fatti a favore del comparto grazie al varo della nuova Legge Cinema e Audiovisivo (approvata l'anno scorso a larghissima maggioranza da tutte le forze politiche e attualmente in fase operativa). In primo luogo si evidenzia l'aumento considerevole delle risorse attraverso un Fondo di almeno 400 milioni di euro che si autofinanzia (svincolato dal FUS) e che, poiché legato all'IRES, cresce se il mercato è virtuoso. In secondo luogo si sottolinea come il decreto sulla promozione delle opere europee collegato alla Legge abbia il pregio di aver anticipato quanto previsto nella nuova Direttiva Servizi Media Audiovisivi (in fase di approvazione a Bruxelles) là dove estende gli obblighi di programmazione (catalogo) e di investimento anche ai fornitori non lineari (*level playing field*). Vi è ampia convergenza politica sul progetto, che però sconta ancora una impostazione "analogica" che non guarda all'evoluzione del sistema nel suo insieme, es. l'imminente transizione del settore televisivo a causa dello switch off della banda 700 Mhz, su cui chiede di "alzare lo sguardo".

1.4. Una regolamentazione incentrata sulla persona

In pochi anni gli equilibri dei mercati dell'audiovisivo sono completamente cambiati, spostando il baricentro da una concorrenza su base nazionale a una competizione internazionale. Ai vecchi operatori televisivi e alle telco si sono aggiunti gli OTT, che, operando a livello multiterritoriale, con strutture più agili e senza possedere una propria infrastruttura, sono spesso soggetti a una regolazione meno stringente se hanno sede al di fuori dell'Unione europea.

La Commissione sta puntando a una regolamentazione che permetta ai cittadini di beneficiare delle opportunità di un Mercato Unico Digitale effettivamente ed efficacemente connesso in cui accedere, senza restrizioni, a servizi e contenuti attraverso dispositivi elettronici, mentre le imprese potranno offrire i loro prodotti e servizi dell'ambito di un quadro regolatorio armonizzato che permetta loro di essere più competitive su scala globale, il cosiddetto *level playing field*.

In merito al cantiere DSM il rappresentante del Parlamento europeo specifica che l'Europa sta spingendo per cambiare i modelli di business basati sulle licenze territoriali a favore di un nuovo modello che si focalizzi sulle singole persone (con maggiori opportunità di accesso ai contenuti a livello transfrontaliero) indipendentemente dal luogo in cui risiedono.

1.5. 4K e asta 700 Mhz tra opportunità e minacce

Il satellite sta sperimentando il 4K e l'Ultra HD, ma è fondamentale, perché il mercato vada avanti l'accesso alle offerte. Tuttavia i contenuti arrivano agli utenti in maniera frammentata e non è pensabile a lungo un modello in cui per avere maggiore scelta l'utente debba abbonarsi a più servizi. Il problema dell'accesso è dunque legato a quello della pirateria.

Relativamente alla liberazione della banda 700 Mhz va tenuto presente che le tempistiche stabilite (switch off nel 2022) vanno inserite in un ragionamento complessivo di riforma dell'intero settore.

I-GROUP 2 – La domanda digitale delle imprese: industria 4.0, copertura delle aree bianche e grigie e la rivoluzione del 5G

La rivoluzione digitale in corso rappresenta un fenomeno di una dirompenza senza precedenti che anno dopo anno raggiunge un livello di maturazione superiore innovando nel profondo ogni aspetto del nostro vivere quotidiano. Nessuna attività, infatti, sembra ormai sfuggire al canale digitale, ogni ambito, da quello lavorativo a quello più intimo e personale, sembra non poter più fare a meno di internet e delle nuove tecnologie.

Si tratta di una svolta epocale, un totale cambio di paradigma cui si accompagna una crescente importanza delle infrastrutture di TLC e delle tecnologie ed un importante incremento del traffico IP che, secondo le previsioni di Cisco, nel 2021 sfiorerà i 280mila petabyte al mese, con un tasso di crescita annuo medio ponderato che si attesta al 24%. Di questa enorme mole di traffico, si prevede che oltre 187mila petabyte saranno prodotti dalla rete fissa che registrerà un tasso di crescita annuo del 23% mentre la rete mobile realizzerà la performance migliore con un tasso di crescita medio annuo del 46% (più ridotto rispetto alle previsioni del 2016 secondo cui il tasso di crescita si sarebbe attestato, nel periodo 2015-2020 al 53%)

In questo processo di digitalizzazione tutti i Paesi dell'Unione europea, sebbene a ritmi e livelli differenti, continuano il proprio percorso di infrastrutturazione e la propria maturazione digitale in un'ottica di sviluppo degli investimenti in reti e tecnologie, da un lato, e di sostegno della domanda, dall'altro.

Anche nel 2016 il Nord Europa ha ricoperto un ruolo da leader, registrando le performance migliori sia dal punto di vista infrastrutturale che con riguardo alla maturità della domanda. Ciò nonostante, si segnalano importanti progressi da parte delle altre realtà nazionali - soprattutto quelle dell'Est - che stanno continuando il proprio individuale percorso di digitalizzazione sia con riguardo allo

sviluppo delle reti che in relazione alla predisposizione di iniziative a sostegno della domanda, consolidando il processo di convergenza tra i Paesi già in atto da qualche anno. In questa corsa verso la digitalizzazione, l'Italia continua il positivo percorso di sviluppo infrastrutturale che ha registrato una decisa accelerazione quando, nel 2015, è stata adottata la Strategia nazionale per la banda ultralarga la quale, attraverso la predisposizione di una roadmap chiara e la fissazione di obiettivi sfidanti, ha creato un clima di certezza e fiducia che ha spronato gli investimenti degli operatori consentendo al nostro Paese il recupero del gap che storicamente ci separa dalle realtà europee più mature.

Il dinamismo del nostro Paese si rispecchia in una variazione del punteggio IBI (I-Com Broadband Index) complessiva tra l'edizione 2016 e quella 2017 pari al 7,4%, quasi cinque volte quella media europea (pari al 1,5%). Questa crescita non basta a porla sullo stesso livello dei Paesi nordici (tipicamente sempre in vetta alla classifica): l'Italia rimane, infatti, nella parte bassa della graduatoria, registrando però positivi passi in avanti, non tanto in termini di ranking (un avanzamento di una posizione rispetto all'edizione 2016, dalla 23a alla 22a) quanto piuttosto nel ridurre (di oltre 5 punti) la distanza dal Paese leader (la Danimarca). Questo avviene in particolare grazie ai miglioramenti sul piano dell'offerta digitale fissa, dove la copertura aumenta dal 43,9% a ben il 72,3%, un salto in avanti notevole che va quasi a chiudere il gap rispetto alla media europea, ridottosi a soli 3,7 p.p. Continua a preoccupare, invece, il lato della domanda, in particolare il numero di sottoscrizioni di abbonamenti in fibra e la diffusione dell'e-commerce, dove i dati appaiono piuttosto deludenti e ben al di sotto della media europea.

Va infine riconosciuto che la qualità dell'offerta condiziona la crescita della domanda, avendo osservato un aumento nel consumo di dati che va dalle 5 alle 7 volte tanto in quei clienti che hanno effettuato il passaggio da una rete DSL ad una in fibra ottica. Risulta, in conclusione, evidente che l'im maturità delle reti FTTH stia penalizzando anche la domanda dei servizi digitali.

2.1. Lo sviluppo dell'infrastruttura fissa

L'agenda digitale per l'Europa fissa, quanto alla connettività, degli obiettivi molto ambiziosi da raggiungere entro il 2020 ed in particolare: 1) copertura con banda larga di base per il 100 % dei cittadini dell'UE (obiettivo di fatto già raggiunto); 2) copertura con banda larga pari o superiore a 30 Mbps per il 100 % dei cittadini dell'UE; 3) 50 % degli utenti domestici europei abbonati per servizi con velocità superiore a 100 Mbps. Alla luce degli ambiziosi obiettivi di copertura e penetrazione fissati dall'Unione Europea per il 2020 nonché dalla Strategia nazionale per la banda ultra-larga varata dal Governo a marzo 2015, è interessante verificare il livello di maturità raggiunto nelle singole realtà nazionali sia lato offerta che lato domanda con riguardo alla banda larga ed ultra-larga. Con riguardo alla banda larga, la copertura ha ormai raggiunto la quasi totalità delle

abitazioni in Europa sebbene la domanda mostri ancora di non aver raggiunto il culmine della maturità.

Per quanto concerne, invece, i dati relativi alla copertura NGA in Europa, il primato spetta a Malta, con il 100% di copertura NGA, seguita da Belgio e Paesi Bassi, con rispettivamente il 98,9% e il 98,3%. A chiudere la classifica Croazia, Francia e Grecia con il 59,9%, 47% e 44,2%, distanti dalla media europea che si attesta al 76%. Per quanto concerne l’Italia, continuano i progressi che stanno consentendo al nostro Paese di colmare il gap con la media europea. Ed infatti, a fronte del 76% europeo, il dato italiano si attesta al 72,4% con una differenza di soli 3,6 p.p. Si tratta di un dato di importanza straordinaria ove si consideri che rispetto al 2015 l’incremento è stato di ben 28,5 p.p. L’indice di crescita, in particolare, dimostra come il nostro Paese abbia registrato, in termini relativi, i maggiori progressi, con un incremento nei cinque anni di quasi il 700%, a fronte di tassi che non vanno oltre il 200% della Francia.

Guardando alle quote di mercato delle diverse tecnologie fisse a livello UE, a luglio 2016, ben il 65% delle sottoscrizioni ha riguardato la tecnologia DSL, seguita dalle tecnologie via cavo (inclusa DOCSIS 3.0) con il 19% e dalla fibra in modalità FTTH/B (fiber to the home /fiber to the building) che si ferma al 13%. Le altre tecnologie registrano una quota pari al 3%.

La ridotta importanza della fibra emerge anche con riguardo al numero di abbonamenti. Ed infatti, i dati relativi a dicembre 2016 evidenziano come anche nel Paese best performer - la Lettonia - la percentuale di connessioni in fibra sul totale degli abbonamenti broadband non superi il 62,7%. Subito dopo la Lettonia si posiziona la Svezia non il 55% e l’Estonia con il 35,9%. I dati più bassi si registrano, invece, in Belgio, Grecia ed Irlanda dove le percentuali si fermano allo 0,2%, 0,3% e 0,6%. Per quanto attiene la performance dell’Italia, la percentuale del 3% - comunque superiore al dato tedesco - evidenzia l’enorme ritardo rispetto alle realtà europee più mature e la necessità, alla luce dei suddetti obiettivi europei, di mettere in campo azioni tese a favorire una rapida e massiccia maturazione della domanda.

Anche quest’anno si è scelto di fornire una verifica il più aggiornata possibile del livello di sviluppo dell’infrastruttura sia fissa che mobile in Italia.

Dalla fotografia che il rapporto scatta sullo sviluppo dell’infrastruttura fissa nazionale, risulta una Puglia che primeggia tra le regioni italiane, con una percentuale di copertura – calcolata come rapporto tra le unità immobiliari (UI) raggiunte dalla rete e le unità immobiliari totali disponibili - pari all’87%, 15,5 p.p. al di sopra della media nazionale (72,3%), seguita dal Lazio, dove in media oltre una unità immobiliare su cinque è raggiunta dalla rete. Grandi passi in avanti sono stati compiuti in Basilicata, dove solo un’abitazione su due risultava raggiunta dalla rete di ultima generazione, dato oggi pari al 73% (solo 1 p.p. di scarto rispetto alla Lombardia). Fanalino di coda resta la Valle d’Aosta, con una copertura di solo il 24,3%, appena 3 p.p. in più rispetto ad un anno fa; in Abruzzo, Molise, Sardegna e Trentino Alto Adige la situazione migliora, sebbene si continui a registrare una copertura inferiore al 50%.

Rispetto allo scorso anno, inoltre, il numero di comuni raggiunti dalla rete di ultima generazione è cresciuto notevolmente, raggiungendo un totale, a livello nazionale, di 3.524 comuni (43,8%). Le regioni con la più ampia copertura in questo senso sono Toscana e Sicilia, la prima con l’83,2%, la seconda col 70,8%.

Infine, un buon livello di concorrenzialità esiste, almeno nelle città principali: sono oltre 9 su 10 le città capoluogo di provincia in cui la banda ultra larga è offerta da più di un operatore, e nel 79% di esse i cittadini possono scegliere tra almeno 3 operatori per la sottoscrizione di un abbonamento in banda ultra larga. E, se si guarda alle 30 più grandi città italiane, in quasi tutte sono presenti almeno 3 operatori ed in buona parte di esse (19 su 30) sono 4 gli operatori in grado di offrire una connessione ultra veloce¹.

Nonostante gli innegabili passi in avanti compiuti, si evidenzia un dato relativo all’FTTH ancora troppo deludente. È importante dunque proseguire sulla strada intrapresa, con attenzione particolare alla rete FTTH, tenendo presenti tutti i vantaggi che una rete digitale tecnologicamente avanzata può generare in termini di sviluppo del territorio, non ultimo un ripopolamento di alcune aree.

Ed infatti, è emerso dalla discussione come lo sviluppo di soluzioni FTTH assicurino prestazioni ben superiori agli obiettivi europei 2020 e nazionali, abilitando numerosi servizi digitali che richiedono performance di rete particolarmente elevate.

È stata al contempo rilevata, però, in generale, la sussistenza di gravi ostacoli allo sviluppo dell’infrastruttura fissa connessi alla complessità e lunghezza dei processi autorizzativi nonché alle opposizioni fraposte dai cittadini spesso contrari a consentire facili accessi ai condomini e ad accettare i disagi collegati alla realizzazione di lavori stradali.

Considerata poi la strategia nazionale delineata dal Governo nel 2015 è stata posta in discussione la vigenza del principio della neutralità tecnologica che sembrerebbe, per certi versi, dover soccombere al determinismo tecnologico.

2.2. Lo sviluppo della banda larga ed ultra larga mobile

Andando ad analizzare il livello di sviluppo dell’offerta mobile in relazione ai diversi standard tecnologici, posto che rispetto al 3G e, dunque, con riguardo allo standard più risalente e consolidato, l’assoluta maggioranza dei paesi europei - tra cui l’Italia - registra una copertura ormai vicina al 100%, risulta ancora variegata la situazione rispetto alla copertura 4G. Ed infatti, la copertura oscilla tra il 45% della Romania ed il 100% di Svezia e Danimarca (seguite da Finlandia e Lituania con rispettivamente il 97% e 96%). Da segnalarsi i progressi di Cipro che, partendo da

¹ Si tenga presente che l’analisi tiene conto solo dei 4 principali operatori a livello nazionale (Telecom, Vodafone, Fastweb e WindTre). Tiscali non è stata esaminata per indisponibilità dei dati.

una situazione di assenza totale di copertura 4G nel 2014, è passata, nel 2016, ad averne ben il 64%.

Molto significativa, a dimostrazione degli ingenti investimenti compiuti dagli operatori negli ultimi anni, anche l'accelerazione dell'Italia; i dati Eurostat 2016, infatti, mostrano come la copertura 4G sia passata dal 17% del 2012 all'86% del 2016, ponendosi al di sopra della media europea (84%). Entrando nel vivo della realtà nazionale italiana, anche quest'anno si è cercato di ricostruire, mediante l'analisi dei dati forniti dagli operatori, lo stato di sviluppo del comparto mobile ed in particolare il livello di diffusione della rete 4G.

Il grado di copertura in termini di popolazione appare oramai in generale piuttosto elevato, con percentuali superiori al 95% in tutte le regioni ad eccezione di Sardegna, Molise e Basilicata, dove comunque la copertura è superiore al 90% (rispettivamente, 93,5%, 93% e 92,5%), con un gap rispetto alla media nazionale ridotto ormai a soli 4-5 p.p.

Appare interessante notare, inoltre, che molto è stato fatto anche nei comuni di dimensioni più esigue, dove risiede una piccola fetta di popolazione: infatti, anche la copertura in termini di numero di comuni raggiunti – tasto generalmente dolente - appare oramai piuttosto elevata in quasi tutte le regioni, sebbene permanga un certo scarto tra quest'ultima e la copertura in termini di popolazione, che rimane particolarmente accentuato solo in Liguria (26 p.p.), Sardegna (24 p.p.) e, a seguire, Basilicata (17 p.p.).

In questo clima di fortissimo dinamismo, in cui i device mobili e l'IoT stanno sempre più diffondendosi nel tessuto socio-economico globale ed europeo, assume rilevanza cruciale, per il futuro delle comunicazioni mobili, lo sviluppo del 5G. In esecuzione dell'Action Plan della Commissione europea (settembre 2016) che prevede, tra l'altro, di promuovere trials preliminari dal 2017 e trials commerciali di dimensione multi-nazionale a partire dal 2018 incoraggiando gli Stati membri ad adottare delle roadmap nazionali per lo sviluppo del 5G ed identificare almeno una città "5G enabled" alla fine del 2020, è stato avviato il processo di sperimentazione del 5G in Italia con la pubblicazione ad opera del Ministero dello Sviluppo economico, dell'avviso pubblico con il quale si è richiesta la presentazione di proposte progettuali preliminari finalizzate a realizzare, a seguito di specifica autorizzazione ministeriale, sperimentazioni pre-commerciali per reti e servizi innovativi 5G nella porzione di spettro 3.7 – 3.8 GHz a Milano, Prato, L'Aquila, Bari e Matera. Con avviso pubblico del 2 agosto 2017 il Ministero ha reso nota la graduatoria dei progetti presentati: Vodafone Italia si è aggiudicata Milano, Wind Tre e Open Fiber Prato e L'Aquila, Telecom Italia-Fastweb-Huawei Technologies Italia Bari e Matera.

Il 5G – che per la prima volta può considerarsi una rete sia fissa che mobile – rappresenta non una semplice evoluzione tecnologica, ma un vero e proprio salto epocale. Per far sì che questo salto prenda piede davvero è assolutamente necessario favorire il deployment della rete accelerando l'adeguamento della normativa nazionale sui limiti elettromagnetici alla normativa UE: questo permetterebbe l'effettiva integrazione tra reti esistenti e reti di quinta generazione e, in ultima

analisi, ottimizzerebbe gli investimenti. Un ruolo importante nell'efficace e rapido sviluppo del 5G nel nostro Paese è giocato anche dagli enti locali, chiamati a rendere quanto più possibile snelle le procedure. Fondamentale appare, inoltre, creare un ecosistema capace di autosostenersi - attraverso servizi ad elevato valore per gli utenti (tra questi, in particolare, soluzioni di un certo tipo per ospedali, Pubblica Amministrazione, sicurezza) che diano la reale misura di quanto superiore sia questa rete di ultima generazione rispetto alle precedenti - favorendo la (oramai necessaria) convergenza servizi-reti e domanda-offerta. Dunque, è certamente stato un primo passo importante l'avvio della sperimentazione 5G nelle cinque città italiane, ma il passo successivo sarà dare valore a questa nuova infrastruttura e, soprattutto, essere in grado di comunicare e far capire il valore che questa genera ed i nuovi servizi che questa abilita.

2.3. Industria 4.0, work in progress

Attualmente, il livello di sviluppo di quello che viene definito il nuovo paradigma industriale denominato Industria 4.0 appare ancora limitato, a livello europeo e italiano. Nel complesso, come dimostra l'I-Com Industry 4.0 Index - un indice sintetico che tenta di dare un'idea complessiva del grado di preparazione delle imprese italiane all'Industria 4.0, in un confronto europeo - l'Italia si classifica solo 17a, con un punteggio (78) tuttavia solo di poco inferiore alla media UE (80). Di questo uno dei responsabili (ma non il solo né il più importante) è il gap infrastrutturale che, grazie ai non pochi passi in avanti degli ultimi anni, appare in via di riduzione.

Al di là dell'aspetto infrastrutturale, tre sono gli aspetti critici ma fondamentali, cui appare necessario prestare attenzione al fine di sfruttare in maniera efficace la rivoluzione in atto: l'adozione da parte delle imprese delle tecnologie abilitanti; lo sviluppo delle competenze specifiche necessarie al corretto impiego di queste tecnologie e all'interazione con esse; il tema della sicurezza informatica.

Rispetto al primo di questi, infatti, ancora piuttosto deludente appare il livello di sviluppo delle tecnologie ritenute chiave per l'affermazione di questo nuovo paradigma tra i Paesi UE: in particolare, ancora troppo contenuto è il grado di adozione dei sistemi di identificazione a radio frequenza (Rfid), dei servizi di cloud computing ad elevato livello di sofisticazione o degli strumenti di Big Data Analytics (BDA) - rispettivamente pari al 13%, 9% e 7% delle imprese manifatturiere europee, con dati piuttosto in linea per l'Italia. Soluzioni, queste ultime, che appaiono tuttavia imprescindibili per un reale sviluppo del nuovo paradigma industriale e ancor più importanti dei più diffusi sistemi di business integration, quali Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM) e Supply Chain Management (SCM) systems - di cui fanno uso il 45%, 33% e 17% delle imprese manifatturiere europee, rispettivamente, e il 44%, 31% e 13% di quelle italiane.

Riguardo al tema delle skills – ormai sempre più urgente e dibattuto – secondo i dati IDC, sono state circa 53.000 le posizioni di data worker scoperte in Italia nel 2016, pari al 9,3% della domanda totale, un dato superiore alla media UE (6,2%). Ancor più sconcertante è che, secondo le stime al 2020, anziché migliorare, la situazione dovrebbe andare peggiorando, giungendo ad una carenza di circa 67.000 profili professionali, pari al 10,4% della domanda totale (9,8% nell’Unione Europea).

Un terzo aspetto che senza dubbio desta una certa preoccupazione è la cybersecurity. Le imprese cominciano a munirsi di strumenti idonei, ma si parla di un livello di diffusione ancora troppo basso: solo il 43% delle imprese manifatturiere italiane (in ogni caso un dato decisamente superiore alla media europea del 32%) ha formalizzato una politica di cybersecurity all’interno della propria azienda. La preoccupazione principale è legata alla distruzione o corruzione dei dati, rischio particolarmente sentito in Italia, dove quasi il 40% delle imprese manifatturiere adotta una politica di protezione contro questo genere di rischio (10 p.p. in più rispetto alla media europea).

Il tavolo appare piuttosto concorde sul fatto che il tema della sicurezza – che, via via che la tecnologia avanza, diventa sempre più pregnante – è ancora troppo sottovalutato e che viene, ancora troppo spesso, considerato dalle imprese come un costo piuttosto che come un’opportunità. È importante, a tal proposito, investire nelle infrastrutture di cybersecurity se si vogliono davvero cogliere tutte le potenzialità delle reti di ultima generazione (5G in primis).

Viene segnalata, a tal proposito, l’istituzione di un fondo di ricerca a uso duale per lo sviluppo di sistemi di cybersecurity, per la sicurezza UE.

Con riguardo, poi, agli sviluppi del 5G, è stata posta in luce la necessità di garantire la sicurezza non solo dei nodi di rete (così come per il 4G) ma anche, vista la virtualizzazione della rete che tale tecnologia prevede, dei data center. A ciò si aggiunge la necessità di educare cittadini ed imprese sulle conseguenze, in termini di sicurezza, connesse all’utilizzo, spesso poco consapevole, di tecnologie e device.

2. 4. Una domanda che fatica a decollare

Il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi fissati dall’Agenda europea per il 2020 richiede necessariamente che alla disponibilità di reti si accompagni una domanda in grado di supportare lo sviluppo delle infrastrutture e dei servizi digitali - garantendo un adeguato ritorno degli ingenti investimenti compiuti ed in corso di realizzazione da parte degli operatori - e di assecondare, se non addirittura catalizzare, il processo di affermazione della società dell’informazione.

Così come per l’offerta, anche dal punto di vista della domanda i Paesi del Nord Europa presentano un maggiore livello di maturità. Ed infatti, in Lussemburgo e Danimarca soltanto il 2% degli individui non ha mai usato internet nel 2016, il 3% in Svezia ed il 4% in Finlandia e Regno Unito. I dati peggiori, al contrario, si registrano in Bulgaria, Romania e Bulgaria dove ben il 33, 30 e

28% degli individui non ha mai usato internet nel 2016. Immediatamente prima di tali ultimi Paesi e, dunque, quintultima nella classifica europea, si posiziona purtroppo l'Italia con il 26%.

Con riguardo all'accesso giornaliero, il primato del Lussemburgo con il 93% degli individui che nel 2016 ha utilizzato internet ogni giorno, seguito da Danimarca e Regno Unito con, rispettivamente, l'89% e l'88%. I dati di utilizzo peggiori si registrano, al contrario, in Grecia e Polonia, Bulgaria e Romania dove le percentuali di accesso giornaliero ad internet si fermano al 57%, 49% e 42%. L'Italia, con il 66%, si pone leggermente al di sotto della media europea che si attesta al 71%.

Le differenze con i best performer europei si aggravano al crescere dell'età; ed infatti, se nella fascia d'età più giovane sono 10 i punti che ci separano dalla Finlandia capolista, la differenza sale a 17 punti nella fascia d'età tra i 25 ed i 34 (il Lussemburgo si attesta al 100%, l'Italia all'83%) e tra i 35 ed i 44 anni (Finlandia e Danimarca si attestano al 97%, l'Italia all'80%), a 24 punti nella fascia d'età 45-54 (Lussemburgo 92%, Italia 68%), a 34 punti nella fascia 55-64 (Lussemburgo 85%, Italia 51%) e addirittura a 57 punti percentuali nella fascia d'età più matura 65-74 (Lussemburgo 81%, Italia 24%). Sebbene si sia registrato un piccolo miglioramento rispetto al 2015 che ci ha consentito di ridurre la distanza dalla media europea suggerendo una qualche piccolo margine di ottimismo, siamo ancora troppo lontani dai best performer europei.

Molti degli interventi hanno cercato di dar risposta alla domanda se sia l'offerta a trainare la domanda o il contrario. Non si è giunti ad una risposta univoca, ma certamente, come già esposto, vi è una stretta correlazione tra qualità dei servizi offerti e aumento della domanda.

Appare dunque importante continuare a spingere sull'infrastrutturazione, ed in particolare sulla fibra ottica, che è quella che davvero consente di fare il salto tecnologico. Resta sempre il problema dei condomini che, molto spesso, non agevolano le opere di infrastrutturazione. Ed anche in questo senso vengono valutati positivamente gli incentivi alla domanda digitale promossi (a breve entreranno in vigore i voucher per la digitalizzazione, ma si ritiene al contempo che utili potrebbero apparire anche iniziative di incentivo da parte di tutti gli operatori insieme. Si ricorda che un tema di fondamentale importanza che soggiace alla scarsa domanda resta quello delle competenze digitali e dunque, parallelamente agli incentivi, si rende necessario anche un intervento di alfabetizzazione digitale, un tema che rimane particolarmente grave in Italia, ma anche l'UE tutta non brilla.

Viene sottolineato anche quanto il tema vero si stia via via spostando verso i servizi, ossia quella parte della filiera che sta tra l'infrastruttura e la domanda del consumatore finale. È questa, infatti, la parte che può dare un reale e maggiore impulso alla domanda digitale.

È importante favorire la digitalizzazione dei modelli di business sia dell'industria che dei mercati, ossia far sì che il modo di offrire prodotti o servizi diventi, da analogico, digitale. Si ribadisce ancora una volta il ruolo che la PA ha in questo processo: tra gli incentivi promossi, bisognerebbe prevedere incentivi che promuovano la fruizione digitale dei servizi offerti dalla PA.