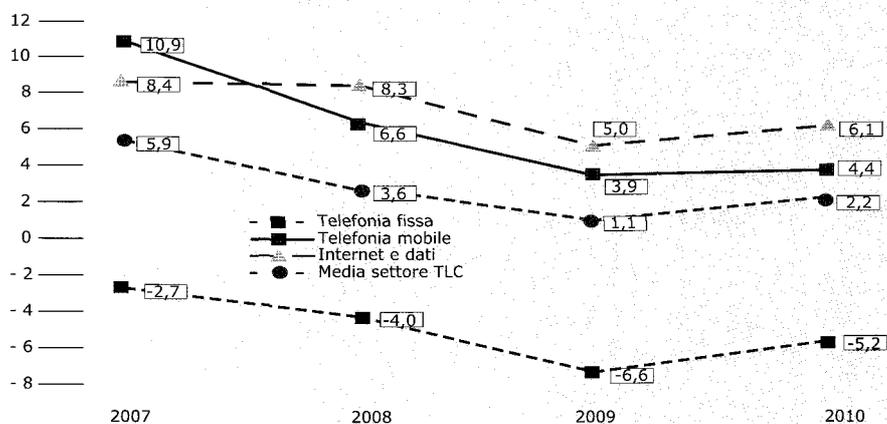


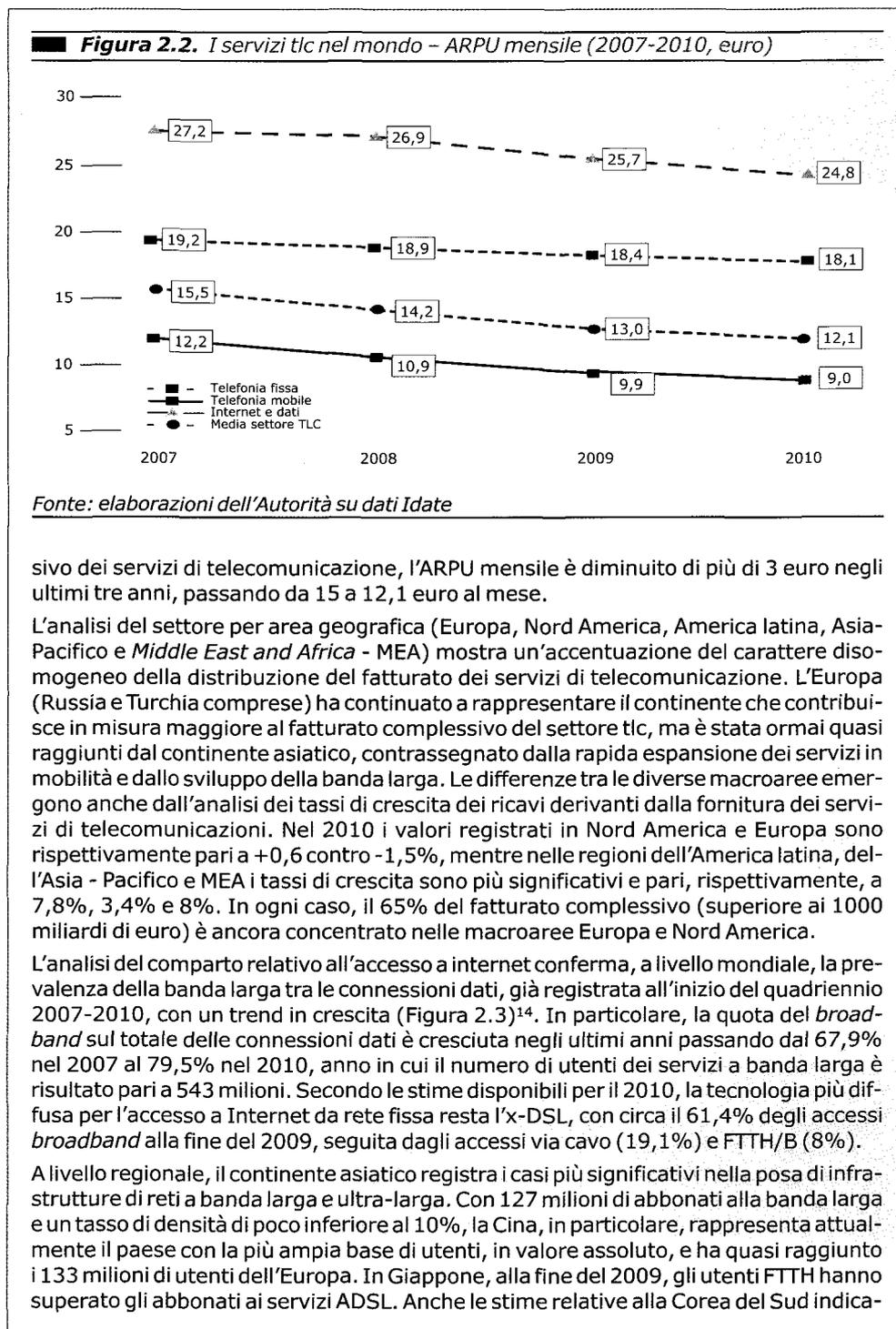
Figura 2.1. I servizi tlc nel mondo – Variazione % dei ricavi (2007-2010)

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

do, anche ultralarga. Il fatturato del comparto è risultato pari a 244 miliardi di euro registrando un'ulteriore diminuzione rispetto al dato del 2009 (258 miliardi), con un trend costante dal 2002. In particolare, il tasso di decrescita si presenta in modo significativo negli ultimi due anni (-6,6% nel 2009 e -5,2% nel 2010). Invece, la quota dei servizi dati (*dial-up*, internet a banda larga e ultralarga, *enterprise data service*) ha superato di circa un punto percentuale il dato del 2009, rappresentando nel 2010 il 19,4% degli introiti complessivi. Coerentemente con questa tendenza, nell'ultimo decennio, la quota dei ricavi generati dalla telefonia fissa sul totale degli introiti del settore si è ridotta drasticamente, passando dal 50% del 2001 al 24% nel 2010 e il declino dei servizi tradizionali di telefonia fissa è stato solo parzialmente compensato dall'aumento degli altri servizi su rete fissa: la perdita stimata per i servizi voce su rete fissa ammonta, infatti, a 130 miliardi di euro, a fronte di maggiori introiti per i servizi dati che non superano i 115 miliardi.

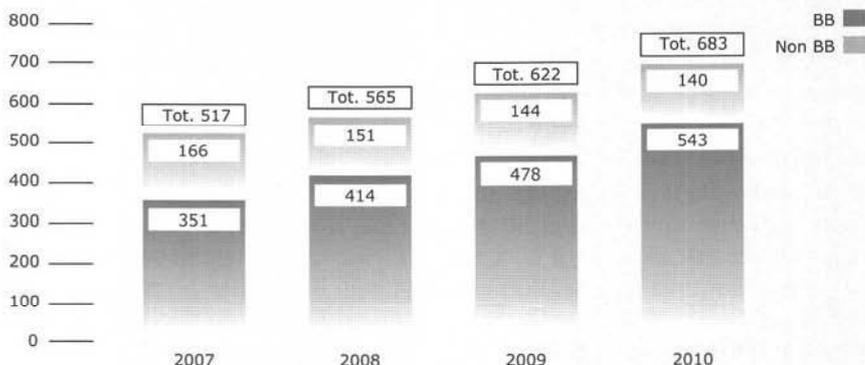
Avuto riguardo al numero di abbonati ai servizi di telecomunicazione, nel 2010 si è registrato un incremento sensibile su scala mondiale del bacino di utenza, che nel 2009 aveva raggiunto complessivamente i 6,3 miliardi: il valore attuale si attesta infatti a oltre 6,9 miliardi, dove ancora una volta è preponderante il peso degli abbonati ai servizi di comunicazione in mobilità, che supera i 5 miliardi. Un incremento costante si registra per gli abbonati a servizi internet e dati da rete fissa che, su scala mondiale, sono stimati in 683 milioni nel 2010, rispetto ai 517 milioni del 2007. Si tratta tuttavia di un aumento più contenuto rispetto agli utenti dei servizi mobili, che, nello stesso arco di tempo, passano da circa 3,4 miliardi a 5,2 miliardi.

I diversi tassi registrati nella crescita dei ricavi e dei volumi si riflettono sull'andamento dell'*Average Revenue Per User* (ARPU). L'analisi relativa al triennio 2007-2010 (Figura 2.2) mostra valori in diminuzione per tutti i mercati, con un decremento medio di circa un euro. Nei settori maggiormente interessati dall'aumento del numero di abbonati, ossia internet e telefonia mobile, i ricavi medi mensili restano inferiori rispetto all'anno precedente: l'ARPU mensile medio per utente è, infatti, passato da 25,7 a 24,8 euro per internet e dati, e da 9,9 a 9 euro nel settore mobile. La telefonia fissa, invece, mostrando una contrazione in termini di abbonati e di ricavi, fa rilevare una contenuta diminuzione dell'ARPU, nella misura di 30 centesimi euro. Nel quadro comples-



14 Fonte: Point Topic, *World Broadband Statistics Q4 2009*.

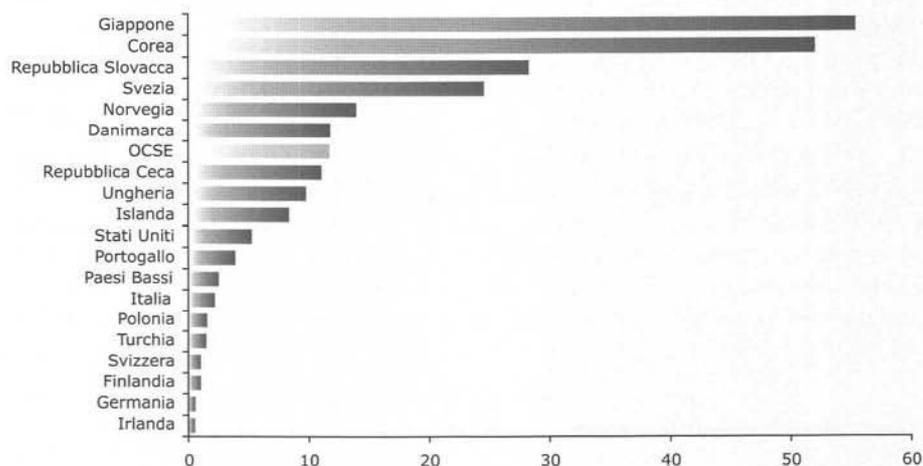
Figura 2.3. I servizi tlc nel mondo – Abbonati internet (2007-2010, milioni)



Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati Idate e Point Topic

no che la principale tecnologia di accesso a internet da rete fissa è quella FTTH/B. Si tratta, in ogni caso, di una situazione ancora eccezionale: nel resto del mondo le reti a banda larga presentano uno sviluppo più lento e, di conseguenza, l’incremento delle connessioni FTTx risulta più contenuto, sebbene in costante aumento. Si conferma, peraltro, una situazione già evidenziata negli scorsi anni, caratterizzata da sostanziale disomogeneità nei trend di sviluppo delle reti a fibra ottica e nella relativa distribuzione degli utenti tra le diverse macroaree geografiche esaminate. Con specifico riguardo all’area OCSE gli abbonamenti alla banda larga fissa ammontano, in termini assoluti, a 294 milioni nel 2010. A questo dato fa da riscontro un valore medio della fibra ottica sul totale delle tecnologie di accesso a internet a banda larga pari al 20%, mentre soltanto in Giappone e Corea del Sud la fibra ottica rappresenta oltre il 50% delle connessioni a internet da rete fissa (Figura 2.4).

Figura 2.4. I servizi tlc in Europa – Diffusione della fibra (giugno 2010)



Fonte: OECD Broadband statistics

Il settore delle telecomunicazioni in Europa

Dopo aver registrato nel 2009 il tasso di crescita più basso dell'ultimo decennio, il comparto delle telecomunicazioni in Europa ha mostrato una lieve ripresa sin dai primi mesi del 2010. Ciononostante, l'anno scorso si è concluso con una contrazione delle vendite pari a -0,7%, inferiore comunque a quanto registrato nel 2009 (-2%). In termini assoluti, i ricavi del 2010 sono risultati pari a circa 300 miliardi di euro, mentre il dato relativo al 2009 superava lievemente i 305 miliardi.

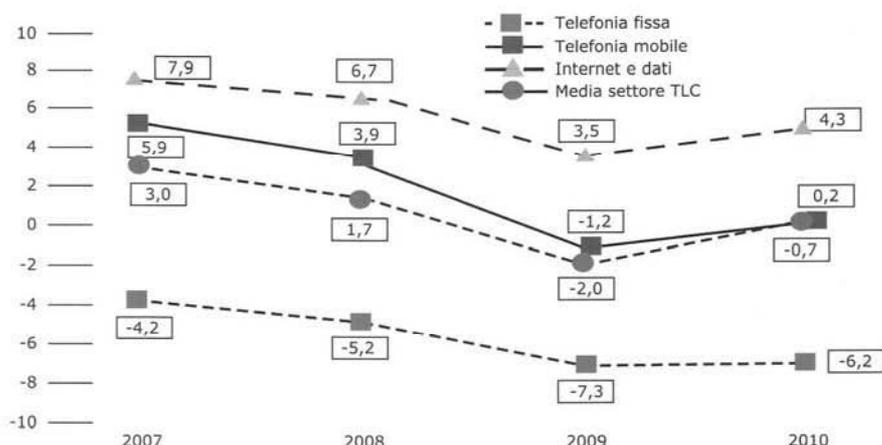
Pur mantenendo un andamento negativo, il mercato europeo dei servizi di telecomunicazioni (che comprende Stati membri UE, Norvegia, Svizzera, Russia e Turchia) rappresenta attualmente il 30% del fatturato mondiale del comparto, mentre nel 2006 rappresentava il 33%. Peraltro, l'84% del fatturato prodotto in Europa è generato dai 27 Stati membri dell'Unione europea. All'interno di questo blocco, tuttavia, restano evidenti disparità circa le dinamiche di mercato riscontrabili nell'ultimo biennio: nei paesi di nuova accessione i ricavi sono diminuiti mediamente del 3%, mentre tra gli Stati membri fondatori, invece, è la Francia a registrare i risultati migliori, con una contrazione dei ricavi pari a -0,3%, grazie soprattutto all'apporto positivo del settore mobile e della banda larga che hanno continuato a crescere in termini di fatturato.

Come per il 2009, l'esame dei redditi prodotti nel 2010 dai diversi segmenti del settore tlc in Europa conferma come il mercato della telefonia mobile sia quello che fornisce il maggiore contributo al fatturato europeo (52%), seguito dalla telefonia fissa (25,2%) e dai servizi internet e dati (22,2%).

I ricavi derivanti dai servizi di telefonia fissa, pari a 74,9 miliardi di euro, sono diminuiti rispetto al 2009, ma in misura più contenuta in confronto all'anno precedente (-6,2%). Anche la variazione annua del numero di linee fisse, seppur negativa (-4,8%), si presenta pressoché costante rispetto al 2009, mentre la diminuzione rispetto al 2008 presentava un decremento di un punto percentuale. Tra i fattori che incidono sulla progressiva contrazione del fatturato generato dai servizi di telefonia fissa, si rinvengono il processo di sostituzione fisso-mobile, nonché il crescente utilizzo di servizi VoIP. Anche nel settore mobile, peraltro, la remuneratività dei servizi voce mostra un andamento decrescente: infatti, al lieve incremento dei ricavi complessivi (+0,2%) fa da riscontro una contrazione media nei Paesi membri dell'Unione europea dei ricavi da servizi voce pari al -3,6%; d'altra parte, nel 2010 la crescita dei servizi dati su rete mobile è continuata, seppur con tassi di crescita inferiori a quelli del 2009, a cui contribuisce la diffusione degli *smartphones*, che presentano un tasso di incremento pressoché costante nell'ultimo biennio, intorno al +9,5% per l'intero continente europeo.

Oltre ai servizi mobili, il maggior apporto al fatturato globale del comparto tlc è imputabile alla crescita (+4,3%) dei servizi internet e dati (Figura 2.5). Rispetto al 2009, questo segmento ha guadagnato circa l'1%, passando da 63,4 miliardi di euro a 66,1 miliardi nel 2010.

Figura 2.5. I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi (2007-2010)

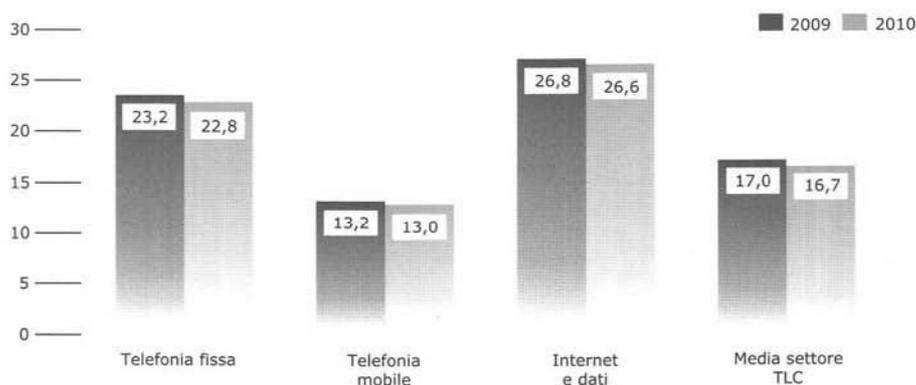


Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati Idate

Il numero complessivo di utenti dei servizi a banda larga e ultra larga da rete fissa in Europa è pari a 168,9 milioni su un totale di 206,9 milioni di abbonati ai servizi internet. L’accesso mediante tecnologie in DSL resta ancora prevalente, nonostante la crescente diffusione delle soluzioni FTTx che, tuttavia, rappresentano ancora circa il 10% del totale degli utenti dei servizi internet a banda larga.

In ogni caso, anche nel segmento internet e dati, oltre che nell’intero comparto delle telecomunicazioni, la variazione nel numero degli utenti prevale sulla variazione dei ricavi. Analogamente al 2009, pertanto, l’ARPU risulta in diminuzione, sia a livello di settore che per i singoli segmenti (Figura 2.6): il comparto internet rimane quello con la maggiore redditività per cliente (di circa 10 euro superiore all’ARPU mensile medio), seguito dal segmento della telefonia fissa (circa 23 euro al mese) e dal settore mobile (circa 13 euro al mese).

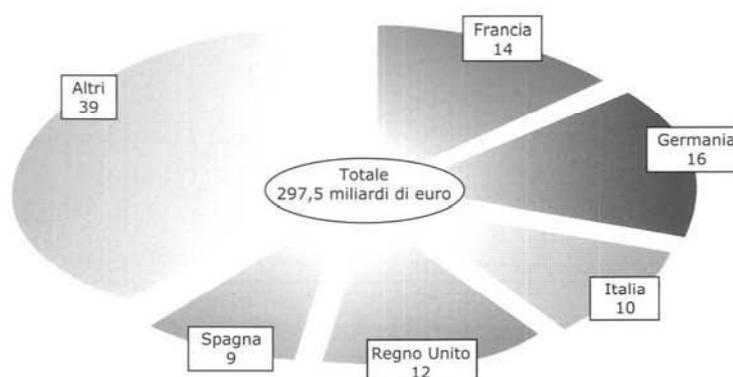
Figura 2.6. I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2009-2010, euro)



Fonte: elaborazioni dell’Autorità su dati Idate

Dall'analisi disaggregata dei dati relativi ai diversi Stati europei, emerge con maggiore nettezza la disomogeneità del contesto di mercato cui si è accennato in precedenza. Per quanto riguarda la distribuzione dei ricavi, circa il 60% del fatturato continentale nel 2010 è rimasto concentrato nei 5 maggiori mercati dell'UE (Figura 2.7): Germania (16%), Francia (14%), Regno Unito (12%), Italia (10%) e Spagna (9%).

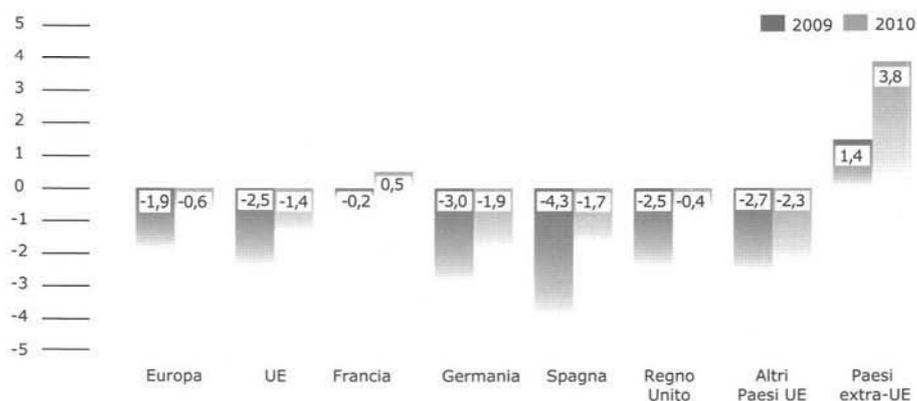
Figura 2.7. I servizi tlc in Europa – Ripartizione dei ricavi per paese (2010, in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

La variazione dei ricavi nell'Unione europea (Figura 2.8) indica un decremento in media pari a -1,4% (con Germania e Spagna in diminuzione di circa l'1,7%, e solo la Francia con una variazione positiva di 0,5%), mentre i paesi extra-UE presentano una crescita che raggiunge quasi il 4%. Ciò ha comportato, su base continentale, come visto, un tasso di crescita negativo, pari a -0,7%.

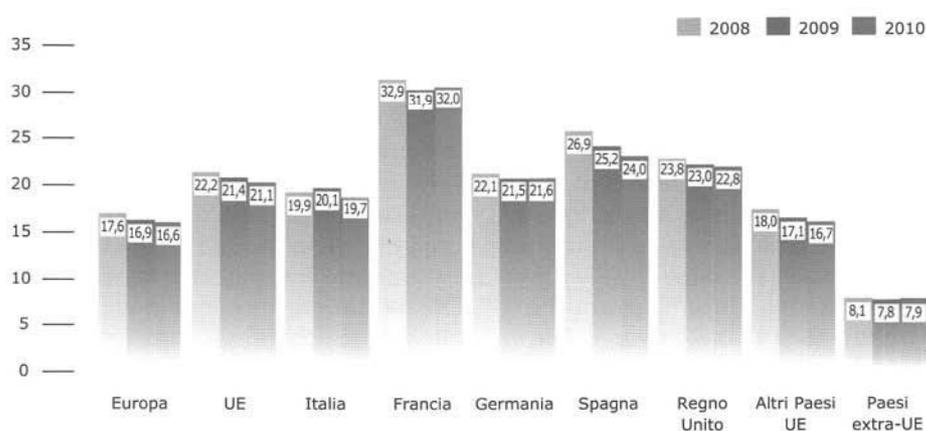
Figura 2.8. I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi per paese (2009-2010)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

L'analisi dei ricavi unitari nel triennio 2008-2010 conferma sostanzialmente le tendenze già riscontrate nel periodo 2007-2009 (Figura 2.9). La Francia risulta ancora il mercato che presenta l'ARPU mensile più elevato (circa 32 euro). Anche Italia e Germania, ossia i paesi che hanno mostrato la maggiore diminuzione dei ricavi nel 2010, registrano un ARPU mensile pressoché invariato, pari rispettivamente a circa 20 euro e 22 euro, superiore alla media mensile europea (circa 17 euro). Netamente inferiore rimane invece l'ARPU mensile nei paesi non aderenti all'Unione, che presentano un ARPU medio mensile pari a circa 8 euro. In termini dinamici, l'incremento annuo dell'ARPU nei paesi extra-UE risulta in aumento, seppure in misura contenuta, rispetto al biennio precedente (tra il 2009 e il 2010 l'aumento è stato solo di circa 0,1 euro), mentre i ricavi per utente nei paesi dell'Unione sono diminuiti di circa 0,8 euro, nel medesimo arco temporale.

Figura 2.9. I servizi tlc in Europa – ARPU mensile per paese (2008-2010, euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Circa le tecnologie di accesso, i dati OCSE (aprile 2011) confermano la tendenza internazionale descritta in precedenza (v. box 6). In raffronto al contesto asiatico, l'importanza del cavo risulta più contenuta (nel 2009 in Europa il cavo costituiva il 15% degli accessi a banda larga) a causa, fra l'altro, della presenza di paesi in cui questa tecnologia è assente.

La fibra, d'altronde, continua ad affermarsi progressivamente sulle altre tecnologie, soprattutto in alcuni paesi europei quali la Repubblica Slovacca (28%), la Svezia (24%) e la Danimarca (12%). Inoltre, paesi di nuova infrastrutturazione, come Bulgaria, Romania, Slovacchia e Turchia hanno registrato progressi significativi nel 2010, grazie agli investimenti in architetture FTtx/LAN da parte dei maggiori operatori presenti nei mercati dell'Europa orientale. Da ciò può desumersi un trend generale di progressivo sviluppo delle reti di nuova generazione, comune all'intera Unione europea che, tuttavia, raffrontato ad altri paesi di area OCSE, quali ad esempio il Giappone e la Corea del Sud, mostra un tasso medio di incremento dell'indice di penetrazione inferiore, a dispetto dei risultati positivi riscontrabili soprattutto nei paesi di area scandinava. Rispetto a questi mercati, ma anche a quelli di Taiwan, Hong Kong e

Australia¹⁵, uno dei possibili fattori di ostacolo alla diffusione delle soluzioni FTTx in Europa è la già diffusa presenza delle tecnologie di accesso DSL. In ogni caso, il tasso di crescita complessivo della fibra in Europa ha registrato un incremento notevole nel 2009 rispetto all'anno precedente (+131%) e risultati analoghi nel primo semestre del 2010. Ciononostante, le offerte commerciali devono fare i conti con un mercato dove il grado di soddisfazione degli utenti di servizi DSL, soprattutto per le offerte "triple play bundles", non favorisce un rapido passaggio alla fibra ottica. Questa situazione è riscontrabile anche nei paesi UE che presentano una maggiore densità delle reti a banda larga e ultra-larga, dove tuttavia la FTTx incontra difficoltà ad affermarsi come soluzione di accesso a internet rispetto a DSL e *cable modem*, anche a dispetto di strategie di *pricing* aggressive messe in atto da taluni operatori.

■ 2.1.2. L'audiovisivo

Il quadro generale

Oltre ai servizi di comunicazione personale (i cosiddetti *personal media*), l'altro comparto che caratterizza le comunicazioni elettroniche è quello relativo ai servizi di comunicazione di massa, nel cui novero è compreso il settore audiovisivo. Per tale comparto, è sicuramente adatta la dizione *mass media*, vista l'ampia platea televisiva a livello mondiale (con oltre un miliardo di famiglie dotate di apparecchi televisivi), nonché il suo intenso consumo giornaliero (l'OCSE ha stimato un valore medio superiore alle tre ore per *TV household*)¹⁶. Tale incremento può essere spiegato, *inter alia*, dal progresso tecnologico: la fruizione di contenuti audiovisivi è oramai possibile su una molteplicità di piattaforme, e non è più dunque confinata alla sola trasmissione analogica terrestre.

Se dunque la disponibilità è aumentata anche in ragione dei nuovi diversi sistemi di ricezione, è da rilevare come la digitalizzazione dei contenuti audiovisivi abbia permesso altresì un allargamento dell'offerta anche all'interno di una stessa rete. La conversione del segnale da analogico a digitale (con la sua conseguente compressione) ha consentito la trasmissione di un maggior numero di canali, pur in presenza di vincoli dovuti alla scarsità di risorse condivise, come nello scenario satellitare e terrestre. Per dare un'idea dell'aumento dei servizi audiovisivi fruibili nel mondo, si consideri il nume-

15 Degno di nota è in particolare il risultato conseguito in Australia, che è stato uno dei primi Stati a introdurre un programma di sostegno finanziario allo sviluppo di una rete aperta per l'accesso alla banda ultralarga *New Broadband Network*, con finalità di contrasto al *digital divide* e l'obiettivo di fornire al 90% delle abitazioni accesso mediante tecnologia FTTH/B con velocità di connessione pari a 100 Mbps entro il 2017. Il piano australiano prevede la copertura del restante 10% con tecnologie alternative, in particolare *wireless*. La realizzazione delle rete annunciata già nel 2007, è stata avviata operativamente nel 2010 e, attualmente, la connessione alla fibra è disponibile sull'intero territorio della Tasmania.

16 Con la dizione *TV households* si indicano generalmente le famiglie dotate di almeno un apparecchio televisivo. Per il consumo televisivo nei paesi dell'OCSE si è fatto riferimento a OECD, *Communications Outlook*, 2009. Se non diversamente specificato, i dati riportati sono aggiornati a dicembre 2010 e sono il frutto di elaborazioni dell'Autorità basate su Idate, *World Television Market Database*, dicembre 2010.

ro dei canali in alta definizione trasmessi in Europa, che è cresciuto di un ordine di grandezza nell'ultimo quinquennio, passando da 65 canali nel 2006 a 721 nel 2010¹⁷.

A seguito di questo ampliamento della domanda e dell'offerta, i ricavi complessivi del settore nel 2010 sono cresciuti sia a livello mondiale che europeo. Tuttavia, rispetto al 2009, si osserva una diversa ripartizione percentuale dei ricavi, con un aumento della componente a pagamento (la cosiddetta *pay-tv*). Infatti, gli editori attivi nella *free-to-air*, tradizionalmente finanziati con il canone e la raccolta pubblicitaria, iniziano ad affiancare ai contenuti gratuiti un sempre maggior numero di contenuti *premium* a pagamento (*from free to fee*).

In tal senso, l'aumento dei ricavi da *pay-tv*, in linea con le dinamiche già evidenziate negli anni passati, sembra riconducibile alla sempre maggiore personalizzazione dei contenuti, ossia a uno scenario dove l'utente non è mero fruitore passivo, ma in maniera consapevole richiede ulteriori servizi audiovisivi più aderenti al suo profilo di consumo; ciò a dimostrazione della progressiva evoluzione dei servizi audiovisivi, da lineari e uniformemente distribuiti (*broadcast* ossia *one-to-many*), a puntuali e trasmessi individualmente (*singlecast* ossia *one-to-one*).

Al riguardo, si osserva come le dinamiche di personalizzazione dei servizi siano trasversali a tutti i servizi di comunicazione elettronica (essendo state già rilevate per il mercato delle telecomunicazioni), e pertanto sono attribuibili all'intero ecosistema digitale in generale (cfr. cap. 1). Infatti, la tradizionale distinzione tra il paradigma di comunicazione bidirezionale e puntuale (come ad esempio nella telefonia) e quello monodirezionale e diffuso (come ad esempio per la televisione) sembra perdere la sua valenza, proprio in virtù dei già citati fenomeni di convergenza: tale processo è in atto sia all'interno dei servizi audiovisivi (con il superamento della distinzione tra servizi lineari e non-lineari), sia più in generale all'interno delle comunicazioni elettroniche (con l'armonizzazione dei settori delle telecomunicazioni e dell'audiovisivo). Le dinamiche in questione caratterizzano il sistema dei *media* a livello mondiale (cfr. Box 7) e a livello europeo.

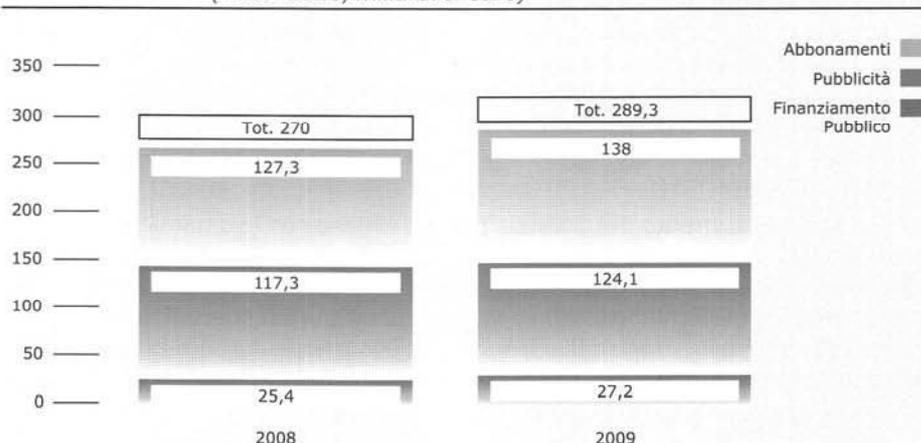
Box 7 - Il settore televisivo nel mondo

Nel 2010 il settore televisivo ha ripreso la sua fase espansiva, che era stata interrotta dalla crisi del 2009: a livello mondiale il comparto ha registrato nell'ultimo anno un aumento in termini sia di bacino di utenza che di ricavi complessivi. In particolare, la platea dei fruitori di servizi televisivi è passata nel 2010 da 1,32 a 1,35 miliardi di TV *households*, mentre i ricavi hanno segnato un aumento percentuale ancora maggiore, con un +7% rispetto ai 270 miliardi di euro fatturati nel 2009.

Un'analisi più dettagliata dei ricavi (Figura 2.10) permette di evidenziare un aumento maggiore della componente relativa alla *pay-tv* (abbonamenti), rispetto alle altre due tipologie di ricavi, ossia il finanziamento pubblico (canoni) e la raccolta commerciale (pubblicità). Nello specifico, dal 2009 al 2010 si osserva un aumento dei ricavi da canone pari al 6%, da pubblicità pari al 7%, e infine da abbonamenti pari all'8%. Anche in termini assoluti il 2010 ha segnato il definitivo sorpasso dei ricavi da abbonamento rispetto agli introiti pubblicitari, dopo il biennio 2008-2009 in cui si è registrato un sostanziale equilibrio delle due componenti.

17 Fonte: Screen Digest, *Global Media Intelligence*, dicembre 2010.

Figura 2.10. I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Distinguendo invece i ricavi per area geografica (Tabella 2.1), si conferma la predominanza del mercato nord-americano che rappresenta quasi il 40% dei ricavi complessivi, seguito dal continente europeo con il 30% del fatturato mondiale. Inoltre, i fatturati riportati nella fornitura di servizi televisivi sono in rapida crescita in alcune zone, mentre sembrano sostanzialmente stabili nelle restanti aree: infatti, Europa e Nord America sono cresciute rispettivamente del 6 e del 4% nel 2010, MEA (*Middle East-Africa*), America latina e Asia-Pacifico hanno registrato tassi di crescita a due cifre (rispettivamente del 16, del 13 e del 10%). Dunque, se l'analisi delle fonti di reddito mostra tassi di sviluppo maggiori per le componenti di ricavo più significative quali gli abbonamenti, lo studio delle diverse aree geografiche mostra un andamento opposto, ossia differenziali di crescita più elevati nelle regioni con ricavi minori.

Tabella 2.1. I servizi televisivi nel mondo – Ricavi per area geografica (2009-2010, miliardi di euro)

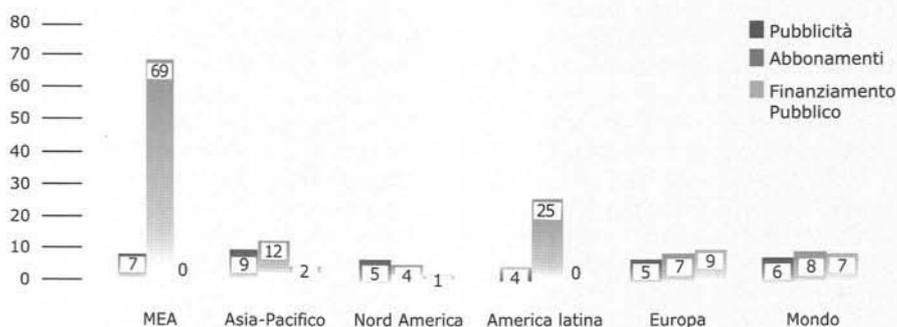
	2009	2010	Var. %
Africa e Medio Oriente	8,9	10,4	16
Asia-Pacifico	59,0	64,8	10
America latina	20,1	22,7	13
Nord America	102,5	107,1	4
Europa	79,2	84,4	7
Totale	269,8	289,4	7

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Infine, un'analisi che tiene conto dell'area e della tipologia di ricavo permette di apprezzare le variazioni osservate nel 2010 rispetto all'anno precedente (Figura 2.11). Si osservano così differenziali estremamente variabili, con casi di sostanziale equilibrio (inferiori all'1%) e scenari di crescita a due cifre (dal 12 al 70%). In particolare, si possono distinguere diversi tassi di sviluppo anche all'interno della stessa regione: ad

esempio, nella zona medio-orientale e africana i fondi pubblici immessi nel settore radiotelevisivo sono essenzialmente stabili, mentre vi è una crescita relativamente significativa dei ricavi da abbonamento, situazione opposta al contesto europeo in cui i ricavi derivati da finanziamento pubblico conseguono il tasso di crescita più elevato (+9%). Tuttavia, è importante notare che, contrariamente a quanto accaduto nel 2009, i differenziali di sviluppo dell'ultimo anno sono tutti positivi, senza riguardo per l'area e la fonte considerata, a conferma della fine della crisi del settore.

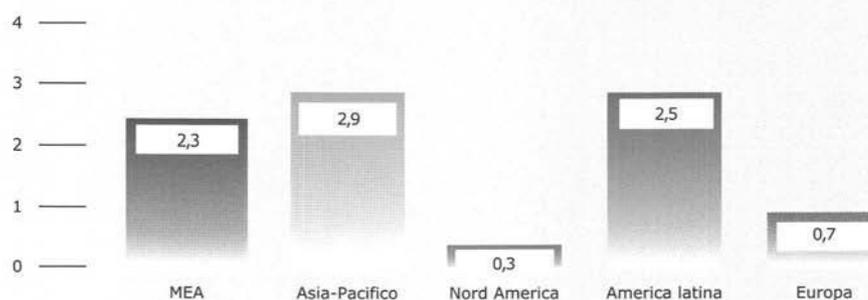
Figura 2.11. I servizi televisivi nel mondo – Variazione dei ricavi per fonte di reddito e per area geografica (2010 in %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Anche i dati riguardanti gli utenti (Figura 2.12) presentano differenze geografiche, anche se meno significative rispetto a quelle relative ai ricavi: mentre la platea europea e nord-americana è sostanzialmente stabile (in entrambi i casi vi è un aumento percentuale di TV households inferiore all'1%), i restanti mercati si rivelano leggermente più dinamici, con aumenti compresi tra il 2 e il 3%.

Figura 2.12. I servizi televisivi nel mondo – Variazione delle TV households per area geografica (2010 in %)

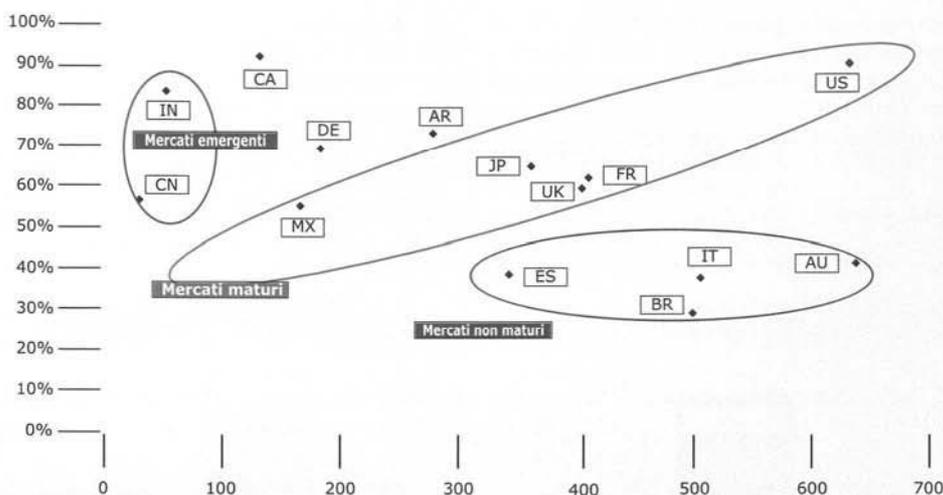


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Considerando congiuntamente i dati riguardanti i ricavi e gli utenti sopra descritti, si desumono le differenze in termini di ricavi unitari dei servizi televisivi nelle diverse aree geografiche: al fianco delle regioni con ampi bacini d'utenza (ad esempio in Asia-Pacifico sono presenti oltre 700 milioni di TV *households*), ma cui corrisponde una non proporzionale quota dei ricavi, si trovano continenti (ad esempio quello Nord americano e quello europeo) dove la platea degli utenti è inferiore, ma tuttavia presentano elevati ricavi complessivi. Pertanto, gli ARPU delle diverse regioni sono racchiusi tra i due estremi dell'area asiatica (circa 84 euro per TV *households*) e di quella nord-americana (oltre 840 euro per TV *households*)¹⁸.

Limitando l'analisi ai soli ricavi da abbonamento ai servizi televisivi, si osserva la relazione tra l'ARPU su base annuale e penetrazione della *pay-tv*, quest'ultima espressa come percentuale di famiglie abbonate ai servizi *pay* sul totale di TV *households* (Figura 2.13). Come osservato anche nell'ultimo rapporto Ofcom, si possono individuare tre aree: una è caratterizzata da bassi ARPU ed elevati tassi di penetrazione, e descrive uno scenario di mercati in rapida espansione (ad esempio Cina e India) dove la redditività di tali servizi non è ancora commisurata alla platea degli utenti; di contro, la seconda area presenta elevati ARPU ma bassa penetrazione, ossia rappresenta il caso di mercati (ad esempio Italia e Spagna) in cui la *pay-tv* viene vista come un servizio *premium* diffuso prevalentemente tra l'utenza *top-spending*; infine, vi è la zona cosiddetta di equilibrio, dove i ricavi sono essenzialmente allineati alla penetrazione, e che sembra caratterizzare i mercati ormai maturi dei servizi audiovisivi in abbonamento (ad esempio USA e Regno Unito)¹⁹.

Figura 2.13. I servizi televisivi nel mondo – ARPU in euro dei servizi televisivi a pagamento e tasso di penetrazione della *pay-tv* (2010)



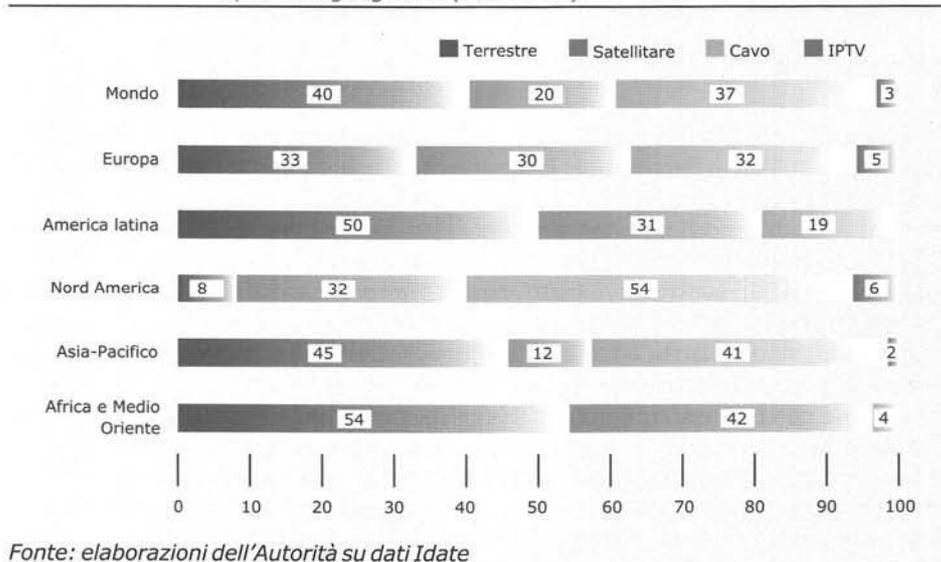
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Ofcom e Idate

18 ARPU è l'acronimo di *average revenue per user*, qui usato per indicare il ricavo medio per singola TV *household*.

19 Fonte: Ofcom, *International Communications Market Report*, dicembre 2010.

Altro aspetto da considerare è la differenziazione degli utenti in base alle diverse reti utilizzate (Figura 2.14). A livello mondiale, in termini di famiglie dotate di apparecchiature televisive, si registra la predominanza della trasmissione terrestre (40%) rispetto a quella satellitare (20%), alla *cable-tv* (37%), e alla IPTV (3%). Tuttavia, nel 2010 si assiste a un arretramento della quota della televisione terrestre rispetto all'anno precedente. Tale risultato è dovuto unicamente all'arretramento registrato dalla *terrestrial television* in Asia-Pacifico, mentre nelle restanti macro-aree si osserva un generale aumento della televisione terrestre rispetto al 2009. Inoltre, l'analisi dei dati proposti rivela risultati asimmetrici: ad esempio, la quota di TV *households* con ricevitori satellitari è pari al 42% nella regione MEA e al 12% in Asia-Pacifico; la *cable-TV* è dominante nel Nord America (54%) e marginale in America latina (19%); infine la quota di IPTV in Europa è più che doppia rispetto a quella in Asia-Pacifico.

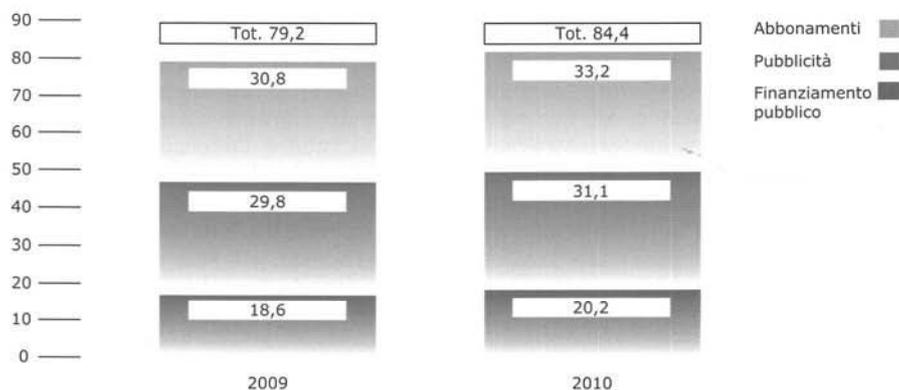
Figura 2.14. I servizi televisivi nel mondo – TV households per tecnologia e per area geografica (2010 in %)



Il contesto europeo

A livello europeo, i servizi di *broadcasting* hanno totalizzato oltre 84 miliardi di euro nel 2010, a fronte dei circa 80 miliardi fatturati dalle imprese televisive nell'anno precedente. Disaggregando gli introiti in base alla tipologia (Figura 2.15), si conferma in Europa la prevalenza degli abbonamenti come fonte di ricavo (33 mld), seguiti dalla pubblicità e dal canone (rispettivamente 31 e 20 mld), in linea con quanto registrato nel 2009.

Figura 2.15. I servizi televisivi in Europa – Ricavi per fonte di reddito (2009-2010, miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Sebbene i ricavi da finanziamento pubblico siano minoritari in termini assoluti, va tuttavia rilevato che in percentuale il canone rappresenta nondimeno circa un quarto dei ricavi complessivi, quota ancor più significativa se confrontata con quella degli altri continenti. Infatti, tradizionalmente nel contesto europeo i *Public Service Broadcaster* (PSB) svolgono un ruolo importante non solo in termini economici: ad esempio, in numerosi paesi i PSB sono coinvolti attivamente nel processo di *roll-out* della televisione digitale terrestre, nella misura in cui sono artefici del lancio di nuovi canali tematici e dell'introduzione di canali ad alta definizione, fattori che promuovono la diffusione del digitale terrestre tra le famiglie. Inoltre, in Europa si registra un aumento dei ricavi da canone con un tasso maggiore (9%) rispetto a quelli relativi agli abbonamenti (7%) e alla pubblicità (5%). In particolare, come avviene ormai da alcuni anni, in alcuni paesi europei è in riduzione l'affollamento pubblicitario nei canali del servizio pubblico, e i minori introiti sono compensati dall'aumento dei ricavi da canone. A tal proposito, si segnala la nuova tipologia di finanziamento pubblico introdotto in Spagna, che ha portato a raddoppiare i contributi statali nel 2010 (stimati in poco meno di 2 miliardi di euro). Tale forma di finanziamento alla *Radio TeleVision Española* (RTVE), dopo i primi dubbi di incompatibilità espressi dalla Commissione europea, è stato dichiarato ammissibile, in quanto garantisce un'equa compensazione (*not overcompensation*) a RTVE, senza configurare un aiuto di Stato illecito²⁰.

Contestualizzando invece i ricavi su base geografica (Figura 2.16), si conferma la concentrazione dei guadagni in determinate aree: Francia, Germania e Regno Unito cumulano quasi il 45% dell'intero fatturato europeo, mentre i restanti 26 paesi considerati rappresentano l'ulteriore 55%²¹. Nei principali paesi sono inoltre localizzati i primi cinque operatori audiovisivi europei, ossia le tedesche ARD e RTL Group, le inglesi BSkyB e BBC, e la francese Vivendi, e 10 dei primi 30 gruppi al mondo.

²⁰ Fonte: Commissione europea, *Press Release IP/10/978*, 20 luglio 2010.

²¹ I paesi analizzati sono Austria, Belgio, Bulgaria, Danimarca, Estonia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Slovacchia, Romania, Russia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria.