

Rapporto sulla filiera delle Telecomunicazioni in Italia

Edizione 2020

**ASSTEL, SLC/CGIL, FISTEL/CISL,
UILCOM/UIIL**

Executive Summary

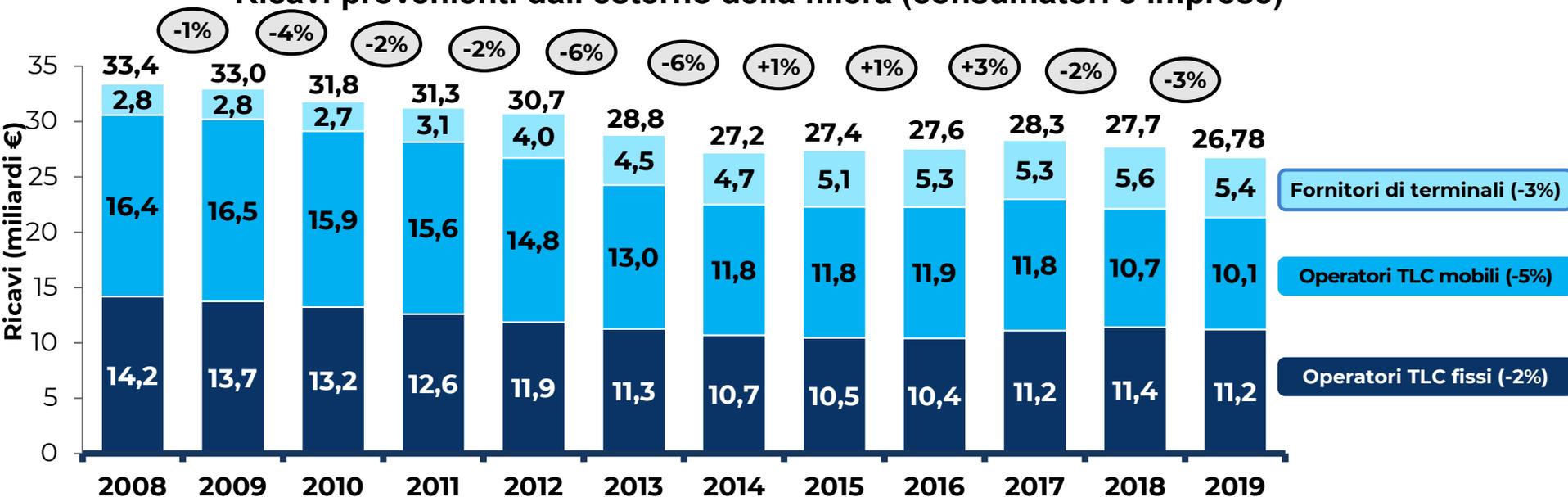
Indice

- ❑ La spesa e i consumi dei clienti finali
- ❑ Le dinamiche di mercato degli attori della filiera
- ❑ Le sfide per il futuro

I ricavi netti della filiera TLC calano del 3% e raggiungono il valore assoluto più basso degli ultimi 11 anni

- I ricavi netti della filiera TLC, ossia la spesa di imprese e consumatori per servizi e terminali di telecomunicazione, nel 2019 registrano una perdita complessiva di circa 1 miliardo di euro (-3% rispetto al 2018). Il valore del 2019 (26,78 miliardi di euro) è il più basso di tutta la serie storica
- Questo è dovuto, in prima battuta, a un forte calo dei ricavi netti da servizi mobili (-5% per un valore di circa 600 milioni), conseguente alla battaglia sui prezzi iniziata nel 2018 e continuata nel 2019 a seguito dell'ingresso in Italia del quarto Operatore mobile
- A questo si aggiungono anche il calo dei ricavi netti da servizi fissi che diminuisce di circa 200 milioni (-2%) e quello della vendita di terminali (-3% per un calo di 200 milioni di euro) frutto di mercati sempre più competitivi e maturi
- Complessivamente, dal 2008 al 2019, la filiera ha perso circa 6,7 miliardi di euro, pari al 20% del valore iniziale

Ricavi provenienti dall'esterno della filiera (consumatori e imprese)



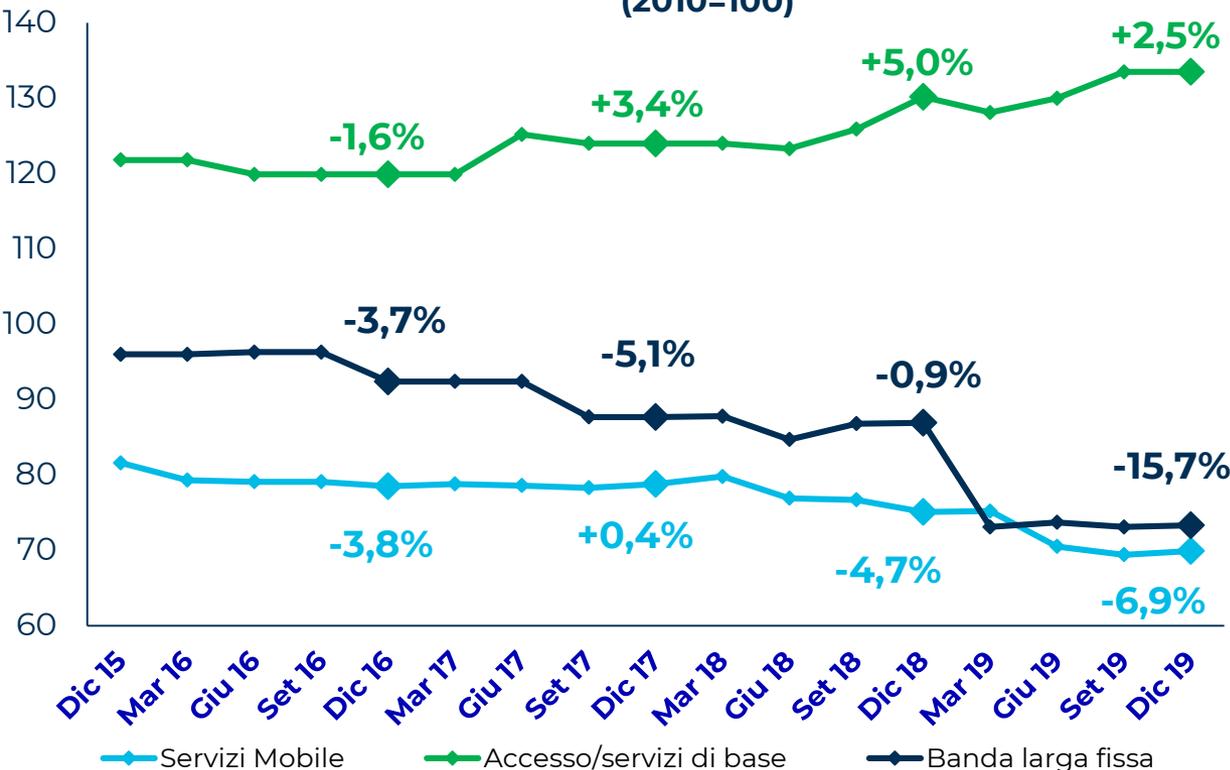
FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI, BILANCI AZIENDALI, FONTI SECONDARIE E MODELLI DI STIMA

I valori nel grafico rappresentano i ricavi provenienti dall'esterno della filiera (consumatori e imprese). Nello specifico per quanto riguarda i fornitori di terminali sono comprese le vendite di terminali provenienti da tutti i canali e non soltanto dagli Operatori Telco. Per questo motivo il valore della spesa può differire da quanto presentato nelle relazioni Agcom

Continua la discesa dei prezzi dei servizi di telecomunicazione, con chiari benefici per consumatori e imprese

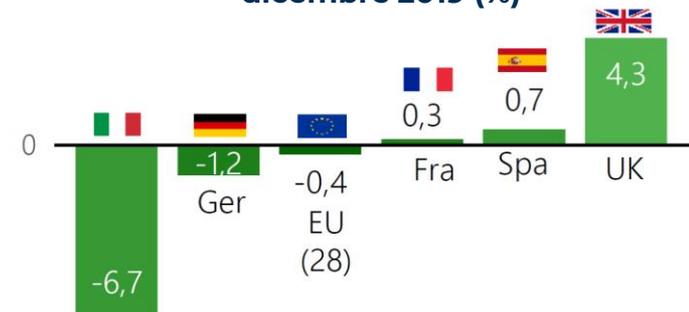
- Le TLC italiane, non solo sono l'unico settore utility che, secondo i dati Agcom, ha visto nel tempo un calo dei prezzi, ma la riduzione dei prezzi relativi a servizi di Telecomunicazione del nostro Paese è nettamente superiore a quello della media europea (-29,6% vs -11,8%)
- Anche nel 2019, come già accennato, la contrazione dei prezzi è continuata, con benefici per consumatori e imprese. Più nel dettaglio, nel 2019 si è assistito a una forte riduzione sia dei prezzi per i servizi di rete mobile (-6,9%) sia soprattutto dei servizi di banda larga fissa (-15,7%)

Indice dei prezzi dei servizi di Telecomunicazione (2010=100)

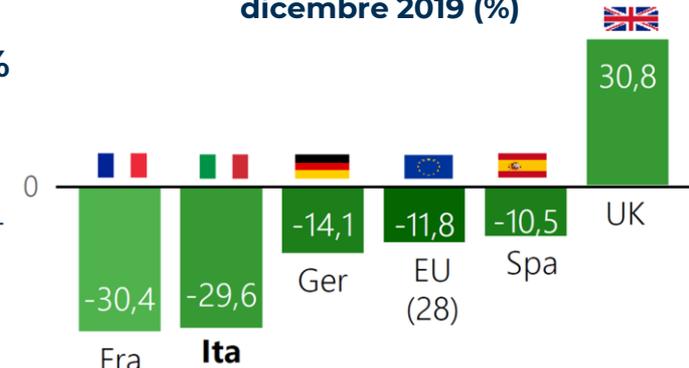


FONTE AGCOM OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI DICEMBRE 2019, MARZO 2020

Variazione dei prezzi tra dicembre 2018 e dicembre 2019 (%)



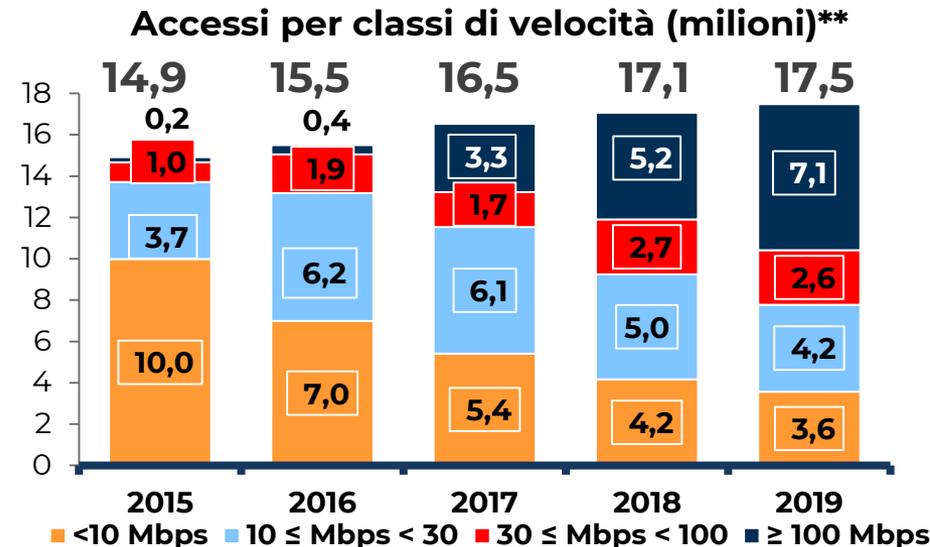
Variazione dei prezzi tra dicembre 2009 e dicembre 2019 (%)



Diminuiscono i ricavi ma crescono i consumi grazie in particolare alla crescita degli accessi >100 Mbps

- Nonostante i ricavi netti della filiera TLC diminuiscano, aumentano sia l'adozione di banda ultralarga sia i consumi, a ulteriore conferma dell'impatto della dinamica concorrenziale sui prezzi
- Per quanto riguarda il primo punto, secondo i dati Agcom, infatti, gli accessi broadband su reti con velocità >100 Mbps in Italia raggiungono a dicembre 2019 i 7,1 milioni di linee, con una crescita di oltre 1,9 milioni di linee rispetto all'anno precedente (+37%). Negli ultimi 5 anni tali linee sono passate dal pesare il 2% del totale linee broadband al 40,5%
- Nonostante questo importante incremento, non bisogna dimenticare che rimane ancora un gap rispetto alla media europea e, per questo, è importante lo stimolo della domanda anche da parte del Governo italiano con servizi digitali per cittadini, imprese e PA
- Sul fronte mobile, la penetrazione delle sim 4G in Italia è cresciuta in modo significativo in Italia (+8 pp) nell'ultimo anno, raggiungendo il 71% sul totale delle linee mobili connesse a internet. Negli ultimi 4 anni l'Italia, insieme alla Germania, è la nazione che mostra la maggiore crescita (+45 pp). Parallelamente è cresciuta la velocità media (il KPI forse più importante per i clienti) arrivata a 24,3 Mbps (+22% rispetto al 2018)

	Fonte: Commissione EU*			
% sulle abitazioni	Media EU (metà 2018)	Italia (metà 2018)	Media EU (metà 2019)	Italia (metà 2019)
Penetrazione BL base	76,6%	60,3%	77,6%	60,9%
Penetrazione BL >30 Mbps	40,6%	23,6%	48,7%	30,6%
Penetrazione BL >100 Mbps	19,9%	8,9%	25,9%	13,4%



FONTE: RIELABORAZIONE SU DATI COMMISSIONE EUROPEA E AGCOM, OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI DICEMBRE 2019, MARZO 2020

* I valori Agcom differiscono leggermente da quelli riportati dalla Digital Agenda Scoreboard 2020 della Commissione Europea per un diverso orizzonte temporale (aggiornamento dei dati a dicembre per Agcom vs metà anno 2019 per la Commissione Europea)

**A seguito di riclassificazioni operate dalle imprese di entità anche non marginale nell'allocazione degli accessi per classe di velocità commerciale, i dati esposti non sono confrontabili a quelli presentati nelle edizioni precedenti

Continua a crescere in maniera significativa il traffico dati, calano ancora gli Sms e, per la prima volta, anche i volumi di fonia mobile

- Continua la forte crescita dei volumi di traffico dati sia da fisso (+25% nel 2019) sia da mobile (+50%); complessivamente i volumi di traffico dati fisso valgono 6 volte quelli mobile
- Continua invece il calo vertiginoso (e costante ormai da 7 anni) del numero di Sms inviati da dispositivi mobili (-41%), imputabile al sempre maggior utilizzo di servizi di instant messaging da parte dei consumatori
- Probabilmente per lo stesso motivo, per la prima volta si registra un calo anche dei volumi di fonia mobile (-4%), che sommati al calo di quelli di traffico voce fisso (-18%), fanno segnare nel complesso una riduzione ai volumi voce del 6%

Traffico dati fisso
25.106 Petabyte

+25% 2018 vs 2019
+708% 2010 vs 2019

Traffico dati mobile
4.024 Petabyte

+50% 2018 vs 2019
+3002% 2010 vs 2019

Traffico voce
204 mld di minuti

-6% 2018 vs 2019
-5% 2010 vs 2019

Sms
7 mld di sms

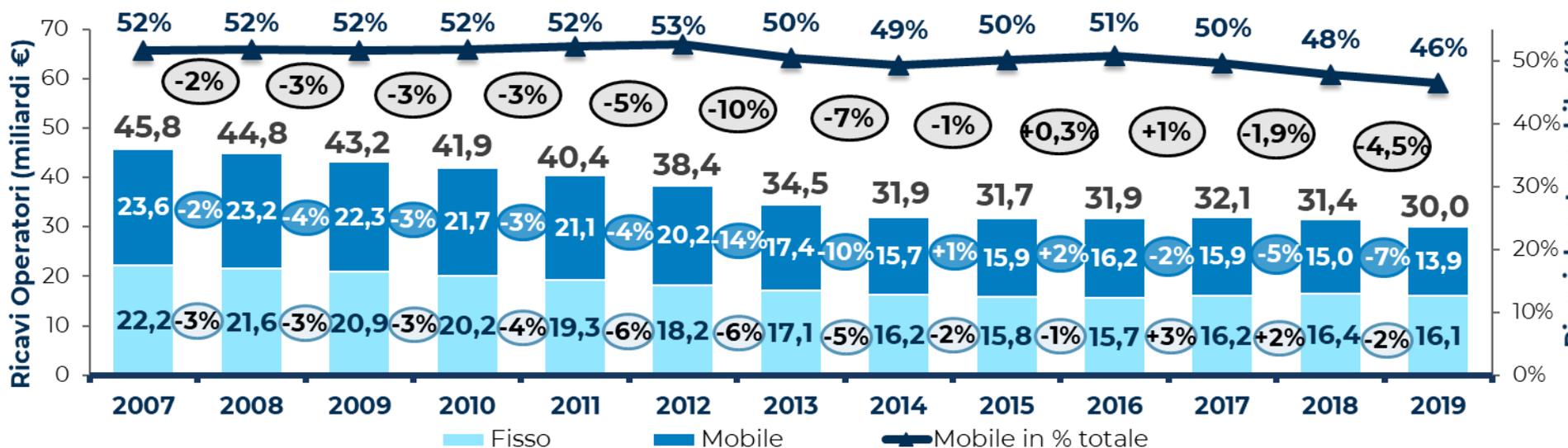
-41% 2018 vs 2019
-92% 2010 vs 2019

Indice

- ❑ La spesa e i consumi dei clienti finali
- ❑ Le dinamiche di mercato degli attori della filiera
- ❑ Le sfide per il futuro

I ricavi lordi degli Operatori TLC calano per via della forte competizione sia sulla rete fissa che sulla rete mobile

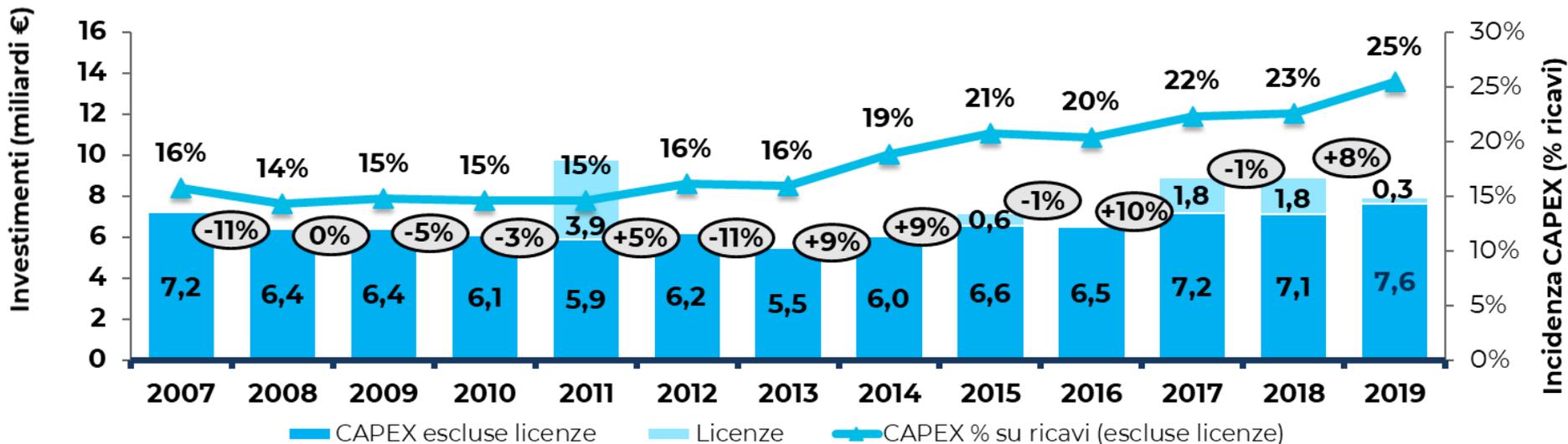
- Allargando lo sguardo dai ricavi netti della filiera ai ricavi lordi complessivi dei diversi attori operanti in questo mercato, emerge innanzitutto che il 2019 è stato un anno particolarmente difficile per i conti economici degli Operatori TLC. Essi, infatti, registrano un calo complessivo dei ricavi lordi pari a -4,5%, a causa delle già citate forti dinamiche competitive del mercato mobile che nel 2019 ha segnato un calo tra i peggiori della serie storica e di una contrazione anche dei ricavi da rete fissa, dopo due anni di crescita
- Tali dinamiche, come già accennato, dipendono fortemente da un calo dei prezzi sui servizi. Per quanto riguarda la rete fissa, si registra, inoltre, un calo dei ricavi da servizi wholesale (-5% per un valore di 200 milioni in meno), mentre per quanto riguarda la rete mobile è in forte diminuzione la componente degli altri ricavi (-16%) in particolare per le dinamiche relative sia alle vendite dei terminali sia ai VAS



FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI

Gli investimenti (CAPEX) infrastrutturali degli Operatori TLC nel 2019 sono i più alti degli ultimi 12 anni

- Nel 2019 la voce principale degli investimenti rimane quella in infrastruttura, che crescono dell'8% per un totale di più di 500 milioni di euro. Registrano quindi un valore assoluto pari al 25% dei ricavi, valore più alto degli ultimi 12 anni. Tali investimenti sono quelli che consentono l'incremento di copertura di banda ultralarga sul territorio e che, peraltro, creano ricavo e sostengono l'occupazione per gli altri attori della filiera
- Il 2019 non ha visto, invece, una quota importante di investimenti in licenze, in particolare per via della rateizzazione dei pagamenti delle frequenze 5G, che nel 2019 prevedeva da parte degli Operatori un esborso nettamente inferiore rispetto a quello sostenuto nel 2018. Di conseguenza, rallentano gli investimenti complessivi (infrastrutturali e per l'acquisto o il rinnovo di licenze) per un valore pari a circa 1 miliardo in meno rispetto al 2018 (-12%)
- Complessivamente nell'ultimo anno gli Operatori TLC hanno investito 7,9 miliardi di euro. Guardando alla cumulata dal 2007 si raggiungono circa 93 miliardi di euro



FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI

La copertura delle reti FTTP si avvicina al valore della media europea

- Grazie agli investimenti fatti dagli Operatori TLC, negli ultimi anni si è assistito ad una forte crescita della copertura della banda larga veloce >30 Mbps che ha consentito di superare la media degli altri Paesi europei
- Secondo i dati della Commissione Europea, l'89% delle abitazioni a metà del 2019 risulta infatti raggiunto dalla banda larga >30 Mbps (più che raddoppiato negli ultimi 5 anni, nel 2015 era infatti il 41%), valore superiore a quello della media europea (85,8%)
- Rimane invece distante dalla media europea il valore della copertura >100 Mbps: 30% vs 44% (valore però che include anche la copertura tramite cavo – Docsis 3.1 - che è totalmente assente in Italia). Va inoltre sottolineato che: sulla copertura FTTP i valori tra Italia e media europea sono molto vicini - 30% Italia vs 33,5% media EU; in questi valori non viene considerato il contributo della tecnologia VDSL2, ampiamente presente in Italia che, in determinate condizioni permette di raggiungere le medesime velocità

	Fonte: Commissione EU			
	Media EU (mid 2018)	Italia (mid 2018)	Media EU (mid 2019)	Italia (mid 2019)
Copertura BL>30 Mbps (sulle abitazioni)	82,6%	87,9%	85,8%	88,9%
Copertura BL >100 Mbps con reti VHCN* (sulle abitazioni)	n.d. (di cui 29,0%*** FTTP**)	23,9%*	44%* (di cui 33,5%*** FTTP**)	30,0%***

FONTE ELABORAZIONE SU DATI DIGITAL AGENDA SCOREBOARD 2019, COMMISSIONE EUROPEA

* Per VHCN si intendono le tecnologie FTTH, FTTB e Docsis 3.1 che permettono di raggiungere velocità >100 Mbps. Tali percentuali non includono però la tecnologia VDSL2, ampiamente presente in Italia che, in determinate condizioni permette di raggiungere le medesime velocità

**Fiber-to-the premises: termine generico usato in contesti diversi al posto di FTTH oppure al posto di FTTB

*** La copertura banda larga >100 Mbps riportata è un di cui della copertura banda larga >30 Mbps; di conseguenza le due voci non sono sommabili

Il valore di EBITDA-CAPEX degli Operatori TLC pone interrogativi sulla sostenibilità prospettica dell'industry

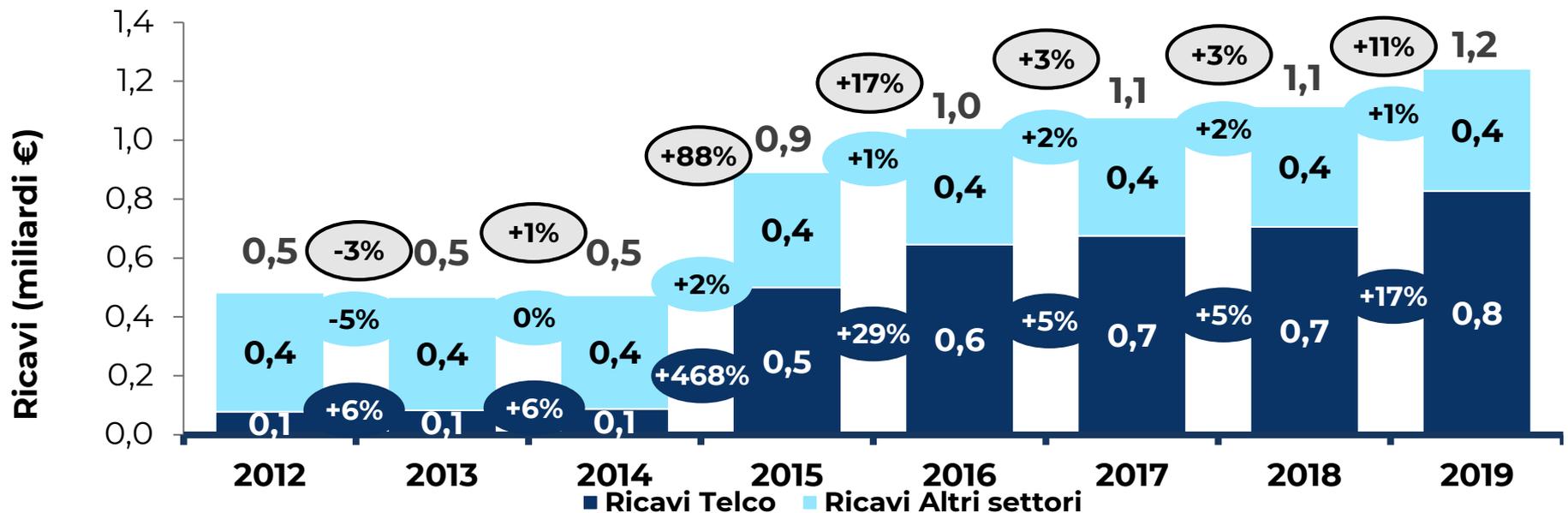
- Il raffronto tra EBITDA e CAPEX fa emergere chiaramente come la seppur buona marginalità degli Operatori TLC venga assorbita dai flussi di cassa necessari a sostenere i significativi investimenti del settore. Nel 2019 l'effetto netto di EBITDA – CAPEX cresce leggermente grazie ai minori investimenti sostenuti per le licenze, arrivando a 3,1 miliardi di euro, ma rimane comunque tra i valori più bassi della serie storica
- Se nel 2007, quindi, il settore disponeva di oltre 9 miliardi di euro (risultato di EBITDA-CAPEX), pari al 21% dei ricavi, per il servizio del debito finanziario, per il pagamento delle imposte e per la remunerazione degli azionisti, i numeri dell'ultimo triennio evidenziano una situazione che pone forti punti interrogativi sulla sostenibilità prospettica dell'industry



FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI

In crescita i ricavi dei fornitori delle torri per le comunicazioni

- A beneficiare della crescita degli investimenti degli Operatori TLC sono, tra gli altri, gli attori che si occupano di realizzare e gestire le torri per le comunicazioni (per qualunque industry). Proviene infatti da questo settore la gran parte dell'incremento: oltre a fenomeni di crescita organica questo nel 2019 si è assistito anche alla nascita da parte delle Telco di società spin-off dedicate, che hanno portato all'allargamento del mercato
- Le dinamiche del mercato delle infrastrutture legato al settore TLC sono direttamente collegate ad un profondo processo di trasformazione caratterizzato da: strategie di riallocazione del capitale investito da parte degli Operatori che tendono a esternalizzare e condividere asset e attività infrastrutturali; necessità degli Operatori di aumentare la capacità di rete nelle aree a maggior densità di traffico

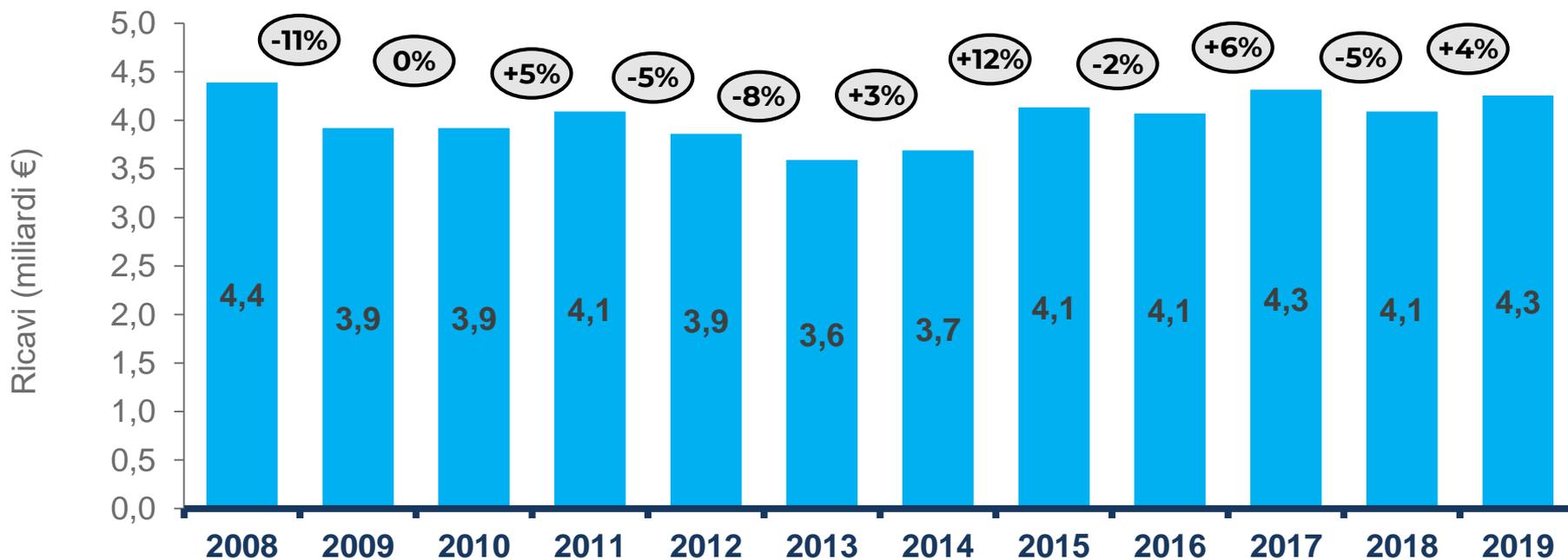


FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI E BILANCI AZIENDALI

L'incremento del 2019 include un ampliamento del perimetro dei player analizzati dovuto all'esternalizzazione, da parte di uno dei principali Operatori, delle sue infrastrutture proprietarie

I ricavi dei fornitori di apparati

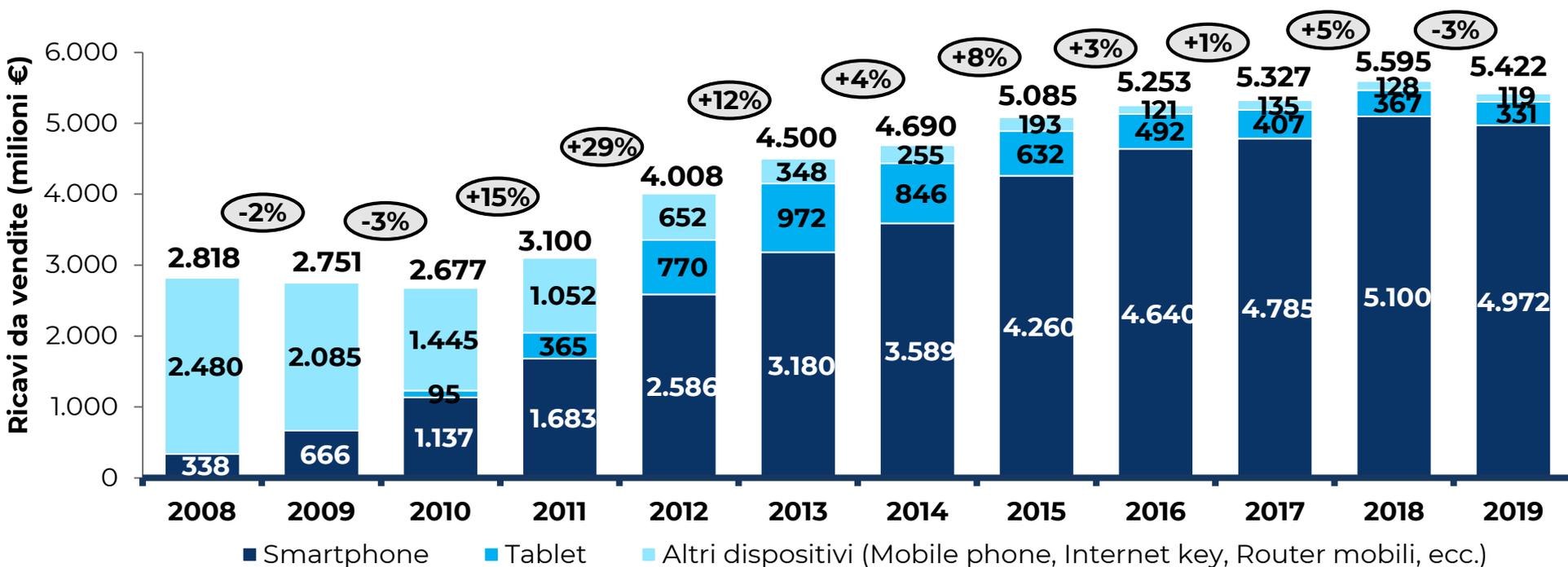
- Il mercato complessivo dei fornitori di apparati (comprensivo quindi sia dei ricavi generati in Italia sia di quelli all'estero, in qualsiasi settore) registra una crescita di circa il 4%, con un'inversione di tendenza quindi rispetto al 2018.
- La crescita può essere ricondotta ai maggiori investimenti degli Operatori TLC sia sul fronte fisso sia sul fronte mobile, in particolare per lo sviluppo delle reti 5G. Sul totale ricavi infatti, il peso delle TLC italiane è pari a circa il 70%



FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI E BILANCI AZIENDALI

Rallenta invece, per la prima volta, il mercato dei terminali

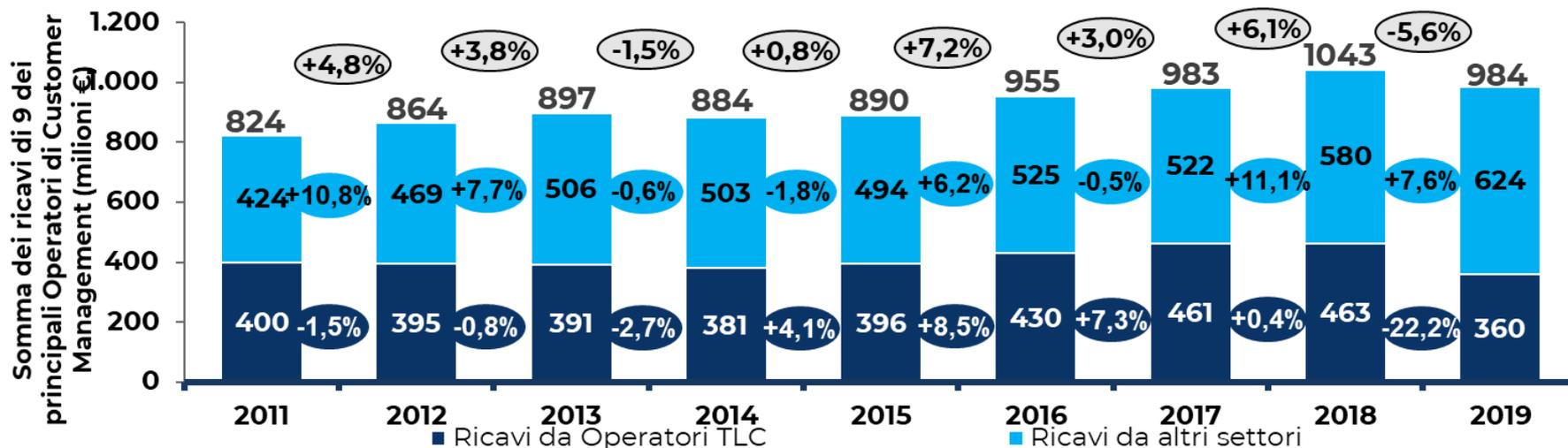
- Nel 2019 la vendita dei terminali in Italia vede un calo del 3%, perdendo circa 170 milioni di euro
- Dopo anni di crescita anche il mercato degli Smartphone registra un segno negativo (circa -2,5%) per via sia della diminuzione dei prezzi medi a parità di performance sia di un aumento della durata di vita media dei cellulari (anche considerando il ridotto tasso di innovazione da una generazione all'altra rispetto al passato). Tale componente rimane comunque la principale di questo mercato con un peso del 92%



Fonte: Elaborazione Osservatori Digital Innovation Politecnico di Milano su dati pubblici di fonti varie (GfK, IDC, Gartner)

In difficoltà gli Operatori di Customer Management in Italia

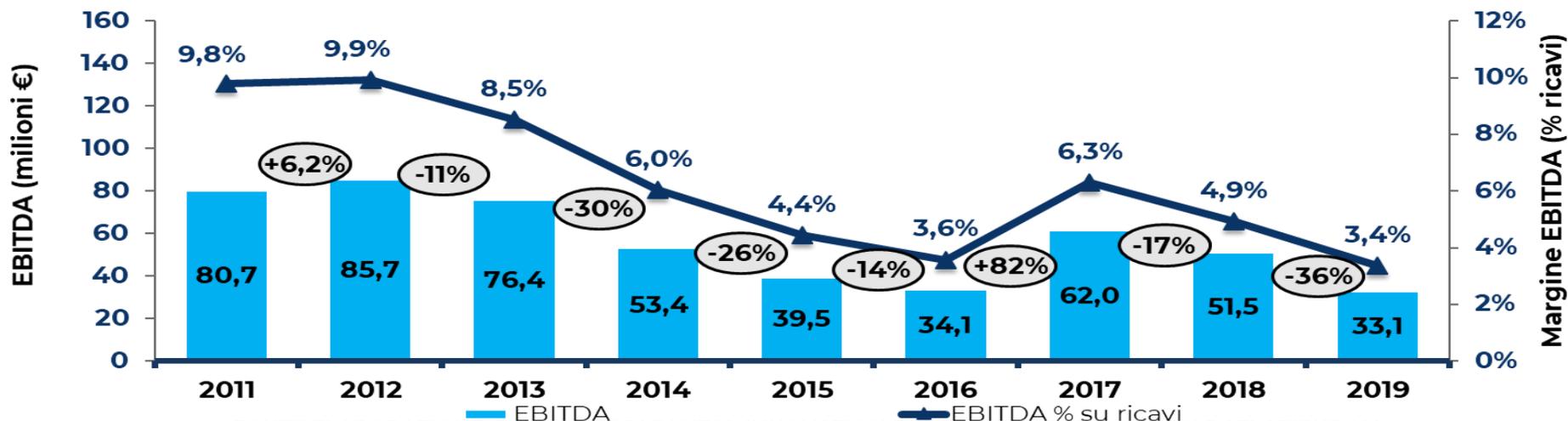
- Il mercato complessivo degli Operatori di Customer Management, dopo alcuni anni di lieve crescita, nel 2019 registra una leggera diminuzione (-1,5%): ciò è dovuto in particolare alla componente legata al settore TLC, che vede la propria spesa in questi servizi in diminuzione rispetto a quello che accade in molte altre industry
- Anche concentrando l'attenzione su 9 dei principali player del mercato italiano, che rappresentano circa la metà del mercato complessivo, emerge una forte diminuzione dei ricavi provenienti dal settore Telco (-22%); crescono invece i ricavi provenienti da altri settori (+7,6%), per un aumento degli investimenti di industry diverse dalle telco e per via delle acquisizioni di realtà minori focalizzati su altri settori (es. utility e finance), con l'effetto netto di un calo dei ricavi complessivi per questi attori del 5,6%
- Per leggere le dinamiche è interessante anche guardare cosa accade all'estero: i ricavi di 7 dei principali Operatori internazionali di Customer Management registrano tassi medi di crescita interessanti negli ultimi 4 anni in quasi tutti i casi. Alcuni di questi, inoltre, registrano tassi di crescita molto significativi (a doppia cifra) anche nel passaggio tra il 2018 e il 2019. In Italia, invece, a parte qualche eccezione, i tassi medi annui dal 2015 al 2019 sono in calo o leggermente positivi



FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI
 DATI RIFERITI AL CAMPIONE CHE HA RISPOSTO AI QUESTIONARI (Base: 9 dei principali Operatori di Customer Management)

L'EBITDA dei principali operatori di Customer Management in Italia vale poco più del 3% dei ricavi

- L'EBITDA complessivo delle 9 aziende analizzate diminuisce drasticamente a 33 milioni di euro, valore più basso di tutta la serie storica. Il calo è pari a -36%, in quanto il calo dei ricavi (-5,6%) è più significativo della diminuzione dei costi (-4,1%). Tale dinamica è però influenzata dalle difficoltà incontrate da alcune aziende nello specifico: nel 2019, infatti, diverse aziende hanno registrato EBITDA negativi
- L'incidenza dell'EBITDA sui ricavi scende così al 3,4%, a conferma che è un settore con una marginalità molto bassa
- Come noto, il costo del personale incide per quasi l'80% dei costi complessivi. In merito a questo, la dinamica del 2019 del costo del personale che risiede in Italia e lavora su commesse italiane (al netto quindi dei lavoratori esteri e degli oneri straordinari) segna una diminuzione del 4% e un valore assoluto di 725 milioni di euro. Tale dinamica è frutto di: una diminuzione del 4% del numero di dipendenti e del 12% dei somministrati; un calo del 2% del numero medio di FTE sull'anno; un calo dell'8% dei costi dei collaboratori coordinati e continuativi (co.co.co)
- Inoltre, il tasso di turnover dei dipendenti arriva ad un valore del 38,1% (+24,1 pp rispetto al 2018), fortemente influenzato dall'applicazione delle clausole sociali che prevedono il passaggio dei dipendenti da un'azienda all'altra in concomitanza di un passaggio di commessa. Al netto di tale fenomeno il turnover sarebbe nell'intorno del 12,6%



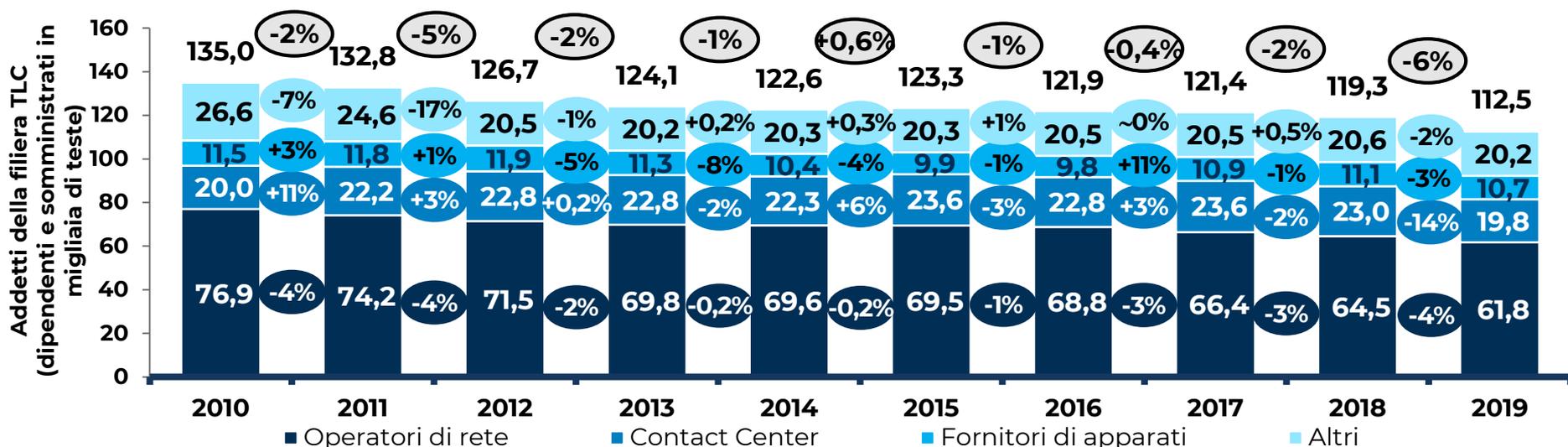
Fonte: Elaborazione Osservatori Digital Innovation Politecnico di Milano su dati aziendali. Dati riferiti al campione che ha risposto ai questionari (Base: 9 dei principali Operatori di Customer Management)

Le 9 aziende del campione rappresentano circa il 50% del fatturato totale

Per ragioni di continuità dei dati presentati nelle precedenti edizioni del rapporto Asstel, l'EBITDA è stato calcolato come differenza tra i ricavi e tutti i costi operativi

In calo il numero di addetti della filiera TLC nel 2019

- Uno degli effetti delle dinamiche fin qui presentate è la riduzione (-6%) del numero di addetti (dipendenti e somministrati) che contribuiscono alla generazione di ricavi in tutti i segmenti della filiera TLC, ossia che sono impiegati su servizi TLC e non relativi ad altre industry*
- Si evidenzia, in particolare, un calo più significativo degli anni precedenti per effetto di fenomeni di riorganizzazione aziendale, per una riduzione dei volumi degli Operatori Telco per i servizi di customer care (e, di conseguenza, lo spostamento di parte degli addetti degli operatori di Customer Management su commesse relative ad altre industry) e per l'uscita dal mercato di alcune realtà (in particolare nel mondo dei fornitori di apparati)



FONTE ELABORAZIONE OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU DATI AZIENDALI, BILANCI AZIENDALI E MODELLI DI STIMA

*I dati relativamente agli Operatori di Customer Management non si riferiscono al totale addetti degli Operatori di Customer Management ma ad una stima degli addetti che operano direttamente in outsourcing per gli Operatori TLC. Lo stesso vale per i fornitori di apparati e gli altri player della filiera

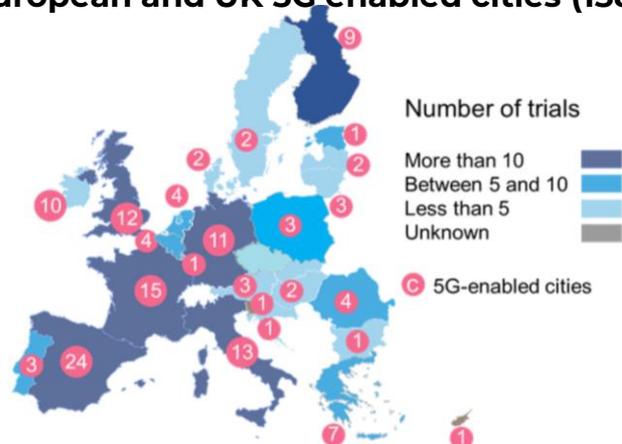
Indice

- ❑ La spesa e i consumi dei clienti finali
- ❑ Le dinamiche di mercato degli attori della filiera
- ❑ Le sfide per il futuro

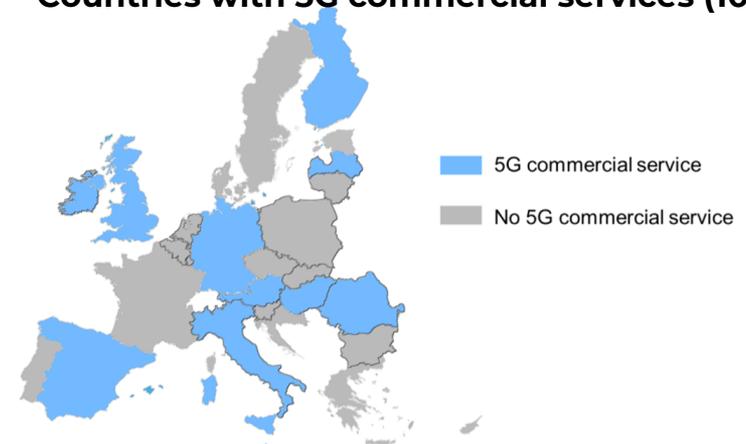
La valorizzazione delle reti ultrabroadband passa dallo sviluppo dei business model su reti 5G e dalla spinta alla digitalizzazione del Paese

- Proiettando lo sguardo al futuro, un passo importante - per la ripresa non solo della filiera TLC ma di tutto il Paese - riguarda un'adeguata valorizzazione delle reti ultrabroadband
- In questo scenario, una sfida importante riguarda le nuove reti 5G
- Su questo fronte, secondo i dati dell'Osservatorio 5G della Commissione Europea, a marzo 2020 l'Italia è tra i Paesi europei con il maggior numero di città abilitate al 5G (13 città), subito dopo Francia (14) e Spagna (24) ed è, inoltre, tra i Paesi con il maggiore numero di sperimentazioni effettuate (21) dopo la Spagna (31 sperimentazioni)*
- L'Italia è inoltre tra le 10 nazioni europee che hanno già lanciato i primi servizi commerciali 5G (in 10 città)
- Aldilà dello sviluppo della rete, tuttavia, la partita più rilevante riguarda la creazione di business model sostenibili nei diversi verticali di mercato e la costruzione di nuove catene del valore che prevedano un ruolo importante (e non di puro fornitore di connettività) per gli Operatori TLC. Per raggiungere tale obiettivo è sicuramente importante la collaborazione tra gli Operatori di telecomunicazione e gli attori specifici delle filiere di riferimento (es. le filiere del manifatturiero) per l'identificazione delle esigenze e la creazione di nuovi servizi
- Parallelamente azioni volte a incrementare il livello di digitalizzazione di imprese, PA e cittadini dalle istituzioni costituiscono un altro tassello importante per la sostenibilità prospettica dell'industry

European and UK 5G enabled cities (138)



Countries with 5G commercial services (10)

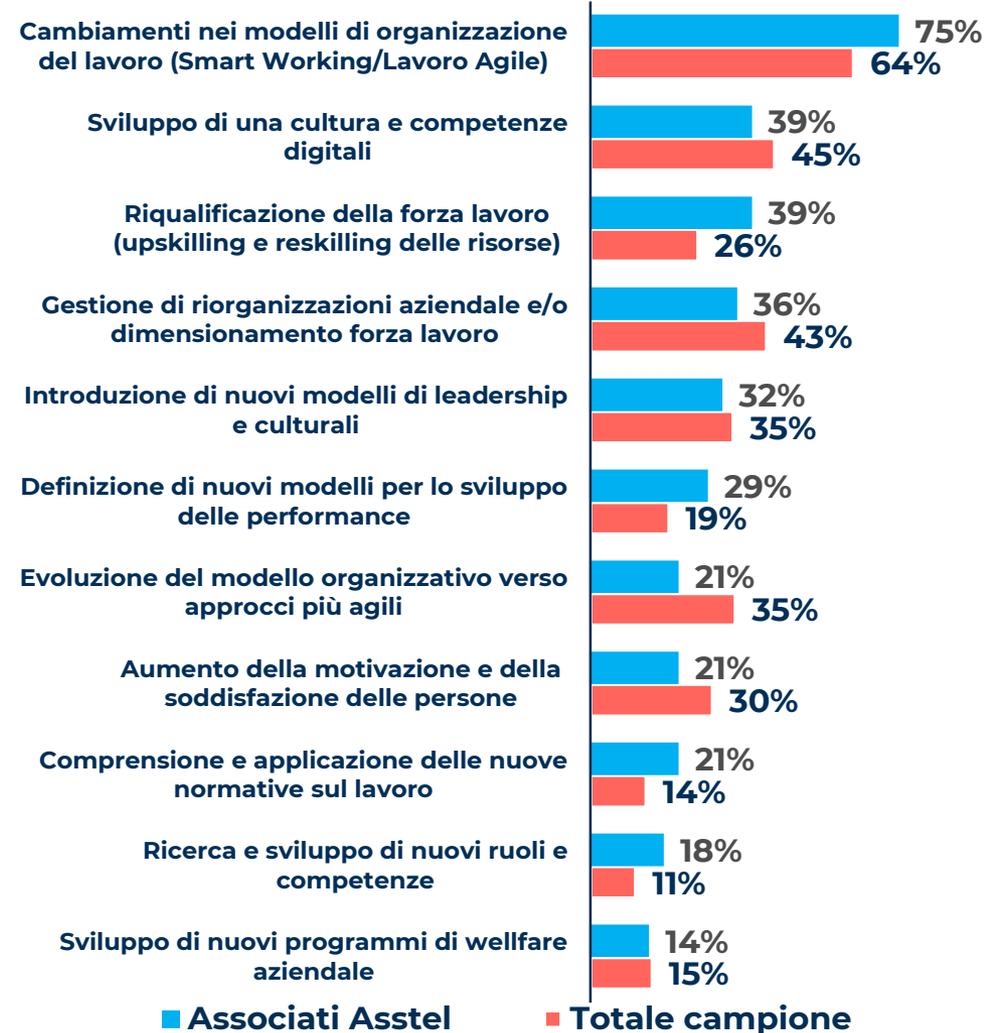


FONTE EUROPEAN 5G OBSERVATORY, COMMISSIONE EUROPEA, MARZO 2020 E OPERATORI TLC

*I dati dell'Osservatorio 5G della Commissione Europea vengono citati a titolo comparativo tra l'Italia e gli altri Paesi; tuttavia i valori assoluti sono molto inferiori rispetto al numero di sperimentazioni dichiarate in Italia dagli Operatori

Per poter crescere sono fondamentali i cambiamenti nell'organizzazione del lavoro, lo sviluppo di competenze digitali e la riqualificazione della forza lavoro

- Parallelamente allo sviluppo della rete e dei servizi a disposizione, per affrontare le sfide per il futuro è necessario lavorare sulle competenze delle persone e sulla trasformazione professionale
- La rilevanza di tale fenomeno è ancora più evidente leggendo gli ultimi dati DESI* che collocano l'Italia fanalino di coda nell'area del capitale umano, evidenziando in particolare ritardi preoccupanti proprio sulle competenze digitali
- Le principali sfide che la Direzione HR dovrà affrontare nel 2020 riguardano, per il 75% delle imprese associate a Asstel (che hanno risposto a uno specifico questionario** su lavoro e competenze e che rappresentano circa il 98% degli addetti complessivi nel perimetro dell'Associazione), il cambiamento nei modelli di organizzazione del lavoro, anche alla luce della situazione di emergenza legata al COVID-19. Tale tema è ancora più sentito rispetto al campione generale (64%), proprio come la riqualificazione della forza lavoro (in termini di upskilling e reskilling) segnalata dal 39% delle aziende
- Altro tema particolarmente importante per la Direzione HR delle imprese del settore TLC, in coerenza con il campione generale, riguarda lo sviluppo di cultura e competenze digitali (39% delle aziende)



FONTE OSSERVATORIO HR INNOVATION PRACTICE – POLITECNICO DI MILANO E SURVEY OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION SU ASSOCIATI ASSTEL

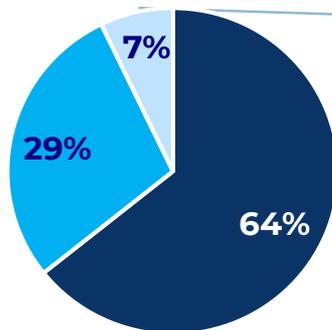
* Il DESI è un indice creato dalla Commissione Europea che misura i progressi dei diversi Paesi europei in termini di digitalizzazione dell'economia e della società

** Gli Osservatori Digital Innovation hanno somministrato una survey per indagare la prospettiva delle Direzioni HR delle imprese operanti in Italia in termini di sfide future, competenze, azioni messe in atto. Tale survey è stata poi somministrata anche agli associati Asstel per verificare i trend in maniera comparata

Lo Smart Working è ormai ampiamente presente nelle imprese TLC

- Concentrando l'attenzione sui cambiamenti nei modelli di organizzazione del lavoro, un tema chiave è sicuramente lo Smart Working
- Tra le imprese associate ad Asstel che hanno risposto al questionario, quasi due aziende su tre (il 64%) avevano introdotto forme di lavoro agile/Smart Working, consentendo al lavoratore di non avere precisi vincoli di orario o di luogo di lavoro, già prima della fase di emergenza legata al Covid-19. Tra queste ci sono tutte le telco associate, mentre il 29% lo ritiene un tema di interesse da affrontare o introdurre nel prossimo anno
- Tra le imprese che applicano forme di Smart Working tra i rispondenti al questionario, il 56% lo applica a più della metà della popolazione aziendale. Vi sono poi il 17% delle aziende del campione che lo applica ad una piccola parte della popolazione aziendale (tra il 10% e il 25%) e il 28% che lo applica ad una minima parte degli addetti (<10%)

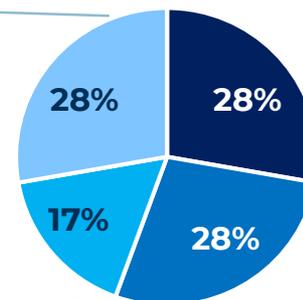
Prima della fase attuale di emergenza legata al Covid-19, l'azienda aveva introdotto forme di lavoro agile (smart working)?



- Sì
- No, ma si ritiene un tema di interesse da affrontare/introdurre entro 12 mesi
- No

Base: 28 aziende associate ad Asstel

Quanti sono i dipendenti coinvolti?



- L'intera popolazione aziendale
- Oltre metà della popolazione aziendale
- Una piccola parte della popolazione aziendale (tra il 10% e il 25%)
- Una minima parte della popolazione aziendale (<10%)

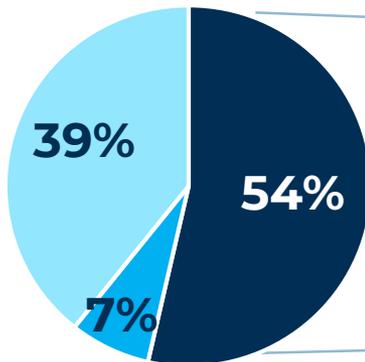
Base: aziende che hanno applicato lo Smart Working

FONTE SURVEY OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU ASSOCIATI ASSTEL - DATI RIFERITI AL CAMPIONE CHE HA RISPOSTO AI QUESTIONARI

Le principali imprese TLC applicano la contrattazione di secondo livello

- Anche le forme contrattuali sono in trasformazione. Tra le imprese associate ad Assotelecomunicazioni-Asstel il 54% ha già applicato un contratto aziendale di natura economica, ossia che prevede l'erogazione di un premio variabile collettivo
- Concentrando l'attenzione sulle aziende che hanno applicato questa logica contrattuale almeno una volta, emerge che due aziende su tre la stanno attualmente applicando. Di queste nessuna azienda prevede tra i benefici forme di partecipazione dei lavoratori agli utili o forme di coinvolgimento paritetico, mentre il 47% prevede la possibilità di convertire i premi in welfare
- Inoltre, tutte le aziende del campione hanno introdotto una serie di benefit per i dipendenti. Oltre a quelli già previsti dal CCNL (assistenza sanitaria e previdenza complementare), si parla di servizi quali l'erogazione di buoni pasto o mense aziendali e altri fringe benefit (come ad esempio autovetture assegnate ad uso promiscuo; fabbricati in locazione, in uso o in comodato; prestiti agevolati)

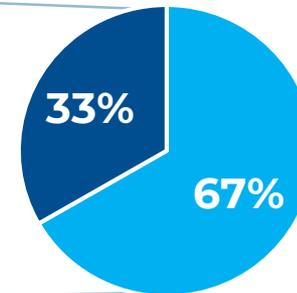
L'impresa ha mai applicato un contratto aziendale di natura economica, ossia che prevede l'erogazione di un premio variabile collettivo?



■ Sì ■ No ma è in programma ■ No e non è in programma

Base: 28 aziende associate ad Asstel

L'impresa attualmente applica un contratto aziendale di natura economica, ossia che prevede l'erogazione di un premio variabile collettivo?



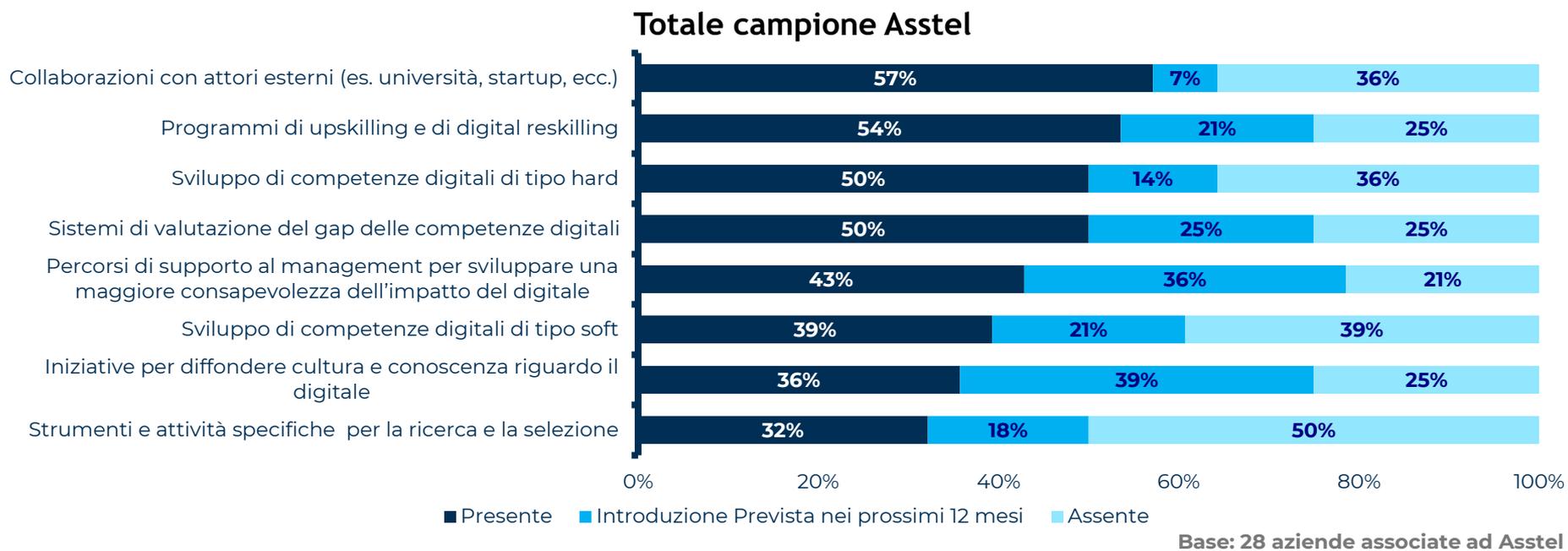
■ Sì ■ No

Base: aziende che hanno già applicato un contratto aziendale di natura economica

FONTE SURVEY OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU ASSOCIATI ASSTEL
DATI RIFERITI AL CAMPIONE CHE HA RISPOSTO AI QUESTIONARI

Le principali azioni per lo sviluppo delle competenze digitali sono già presenti in molte tra le imprese TLC

- Per quanto riguarda le azioni che le aziende associate a Asstel stanno implementando al fine di sviluppare le competenze digitali, queste risultano in linea con quelle registrate mediamente sul mercato: le più diffuse, infatti, sono quelle relative alle collaborazioni con attori esterni, come ad esempio le università o le startup (57%), i programmi di digital reskilling (54%), lo sviluppo di competenze digitali di tipo hard, come ad esempio l'uso di specifici macchinari o software (50%). In più sono già presenti per la metà delle aziende sistemi di valutazione del gap delle competenze digitali
- Tra le attività che saranno implementate nel corso dei prossimi 12 mesi più di un terzo del campione si dice interessato ad introdurre iniziative per diffondere cultura e conoscenza riguardo il digitale e percorsi di supporto al management per sviluppare una maggior consapevolezza dell'impatto del digitale



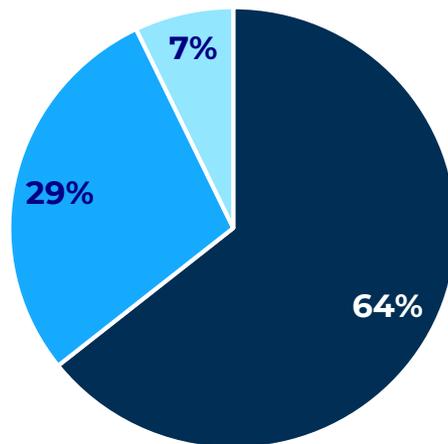
FONTE SURVEY OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU ASSOCIATI ASSEL - DATI RIFERITI AL CAMPIONE CHE HA RISPOSTO AI QUESTIONARI

Domanda: Quali azioni sta portando avanti la sua azienda per l'introduzione o lo sviluppo di competenze e attitudini digitali?

La maggior parte delle imprese della filiera TLC non ha subito particolari impatti sulle attività lavorative a causa dell'emergenza sanitaria

- Una considerazione finale a parte non può non riguardare le dinamiche osservate nella fase di emergenza sanitaria legata al Covid-19. Tra le aziende associate ad Asstel, rispetto al mercato complessivo, si registra una maggiore percentuale di imprese che dichiara di non aver subito un particolare impatto sullo svolgimento del lavoro, riuscendo a portare avanti più dell'80% delle attività lavorative (64% vs 43% della media di mercato). Tra queste, in particolare, sono presenti quasi tutte le Telco associate
- Inoltre per il 29% c'è stato un impatto moderato, ossia si è continuato a svolgere più del 60% delle attività. Solo il 7% delle aziende rispondenti, invece, ha subito un impatto significativo, poiché l'organizzazione ha dovuto ridimensionare in modo significativo le proprie attività (contro il 27% della media di mercato)
- L'impatto, tutto sommato limitato, sulle aziende associate ad Asstel è legato anche al fatto che il 50% delle imprese rispondenti ha messo in atto un piano per consentire all'intera popolazione aziendale di lavorare in remote working, mentre un altro 43% ha consentito tale possibilità a oltre metà dei propri dipendenti

Totale campione Asstel



Base: 28 aziende associate ad Asstel

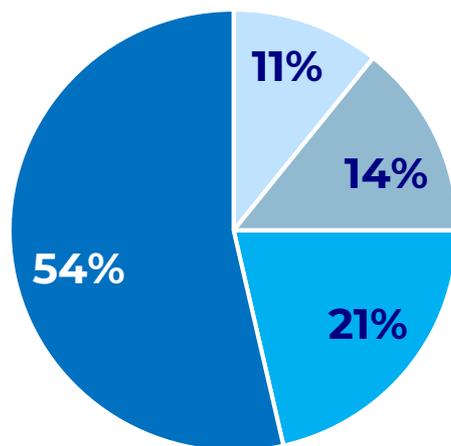
- Impatto basso, l'organizzazione nel suo complesso sta riuscendo a portare avanti le attività lavorative (più dell'80% delle attività)
- Impatto moderato, l'organizzazione nel suo complesso sta riuscendo a portare avanti un'ampia parte delle attività lavorative (più del 60%)
- Impatto significativo, l'organizzazione ha dovuto ridimensionare in modo significativo le proprie attività

FONTE SURVEY OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU ASSOCIATI ASSTEL
DATI RIFERITI AL CAMPIONE CHE HA RISPOSTO AI QUESTIONARI

I piani di formazione sono già molto sviluppati nelle aziende della filiera TLC e non hanno visto cambiamenti significativi a causa dell'emergenza

- Il 54% delle aziende associate ad Asstel non ha subito particolari cambiamenti nemmeno rispetto ai piani di formazione programmati prima dell'emergenza sanitaria. Ciò è legato da una parte alla necessità di garantire il proseguimento delle attività essendo un servizio essenziale per la cittadinanza e dall'altra al fatto che fossero già stati previsti investimenti straordinari importanti in formazione (in alcuni casi anche per l'intera popolazione)
- Il 25% delle aziende associate ha invece richiesto ai propri dipendenti di intensificare le attività di formazione nel periodo di emergenza: alcune di queste hanno riguardato gli strumenti di lavoro per garantire una gestione delle attività e un coordinamento ottimale tra i vari membri dell'organizzazione
- Il 43% delle aziende associate ha inoltre già definito una strategia di sviluppo del capitale umano, in termini di evoluzione delle competenze, professionalità e stili di leadership necessari per ciascuna linea di business, mentre il 46% lo ritiene un tema di interesse da affrontare nel corso del 2020

Totale campione Asstel



- Si, è stato richiesto a gran parte della popolazione aziendale di intensificare le attività di formazione in questo periodo
- Si, è stato richiesto ad alcune aree della popolazione aziendale di intensificare le attività di formazione in questo periodo
- No, abbiamo dovuto interrompere o ridurre queste attività di formazione
- No, non ci sono stati cambiamenti significativi su queste attività di formazione

Base: 28 aziende associate ad Asstel

FONTE SURVEY OSSERVATORI DIGITAL INNOVATION POLITECNICO DI MILANO SU ASSOCIATI ASSTEL DATI RIFERITI AL CAMPIONE CHE HA RISPOSTO AI QUESTIONARI

Nota metodologica

L'ambito di analisi e gli obiettivi della Ricerca

- Il Rapporto analizza le dinamiche dell'intera filiera delle Telecomunicazioni in Italia, che include gli attori di seguito rappresentati:



- Gli obiettivi del Rapporto sono stati:
 - analizzare le principali dinamiche di mercato in atto nella filiera italiana delle Telecomunicazioni
 - analizzare le dinamiche del mercato del lavoro nella filiera italiana delle Telecomunicazioni, con un approfondimento specifico sul comparto degli Operatori di Customer Management
 - inquadrare e approfondire i trend rilevanti per la filiera delle Telecomunicazioni

... con l'intento ultimo di fornire dati a supporto della discussione del Forum Nazionale organizzato da Asstel

La metodologia di Ricerca (1 di 2)

- Le principali tematiche oggetto della Ricerca sono state affrontate con metodologie e fonti composite ed eterogenee, come:
 - Raccolta diretta di dati quantitativi e qualitativi da parte delle principali aziende della filiera TLC operanti in Italia, associate e non ad Asstel
 - Raccolta diretta di dati qualitativi tramite una survey erogata alle aziende associate ad Asstel sulle tematiche di contrattazione di secondo livello, sui servizi di welfare aziendale, sulle competenze digitali e sullo Smart Working
 - Analisi diretta di bilanci pubblici aziendali (di tutte le principali imprese della filiera TLC operanti in Italia che non hanno fornito direttamente i dati)
 - Interviste qualitative ai principali player del mercato
 - Analisi della letteratura accademica e scientifica internazionale
 - Analisi delle principali fonti secondarie internazionali e italiane (report di società di ricerca e analisti finanziari; fonti istituzionali; comunicati stampa; stampa generalista e specializzata; ecc.)
 - Dati e analisi provenienti dalle Ricerche degli Osservatori Digital Innovation

La metodologia di Ricerca (2 di 2)

- Più precisamente le stime delle dinamiche economiche dei diversi attori della filiera delle TLC sono state realizzate attraverso la raccolta diretta di dati dai principali attori del mercato, la consultazione dei bilanci delle aziende non partecipanti alla Ricerca e una stima sui player su cui non sono disponibili pubblicamente informazioni. La raccolta diretta di dati coinvolge la quasi totalità degli associati Asstel cui si aggiungono alcune altre realtà. Con riferimento al valore delle vendite di terminali, non avendo dati forniti direttamente, ci si è basati su fonti secondarie che monitorano il mercato
- Per quanto riguarda il mercato del lavoro è stata realizzata una stima del numero di addetti (dipendenti e somministrati) che si occupano di servizi e prodotti TLC calcolata considerando l'incidenza delle Telco sul business di ciascuna delle imprese della filiera TLC sia attraverso fonti primarie che secondarie. I dati relativi all'età anagrafica, all'anzianità aziendale, all'incidenza dei lavoratori a tempo parziale e al numero di uscite annuali fanno riferimento alle aziende che hanno partecipato attivamente alla Ricerca attraverso la compilazione di questionari
- Con riferimento, invece, ai dati sulla domanda di servizi TLC ci si è basati in parte su dati aziendali forniti dalle imprese partecipanti attivamente alla Ricerca e in parte su fonti pubbliche (es. Agcom)
- Per quanto concerne i dati sullo stato di copertura del broadband ci si è basati esclusivamente su fonti secondarie (es. Commissione Europea, GSMA)
- Per le sezioni relative alla contrattazione di secondo livello, i servizi welfare offerti dalle aziende e, in parte, alle competenze digitali e allo Smart Working è stata erogata una survey alle aziende associate ad Assotelecomunicazioni-Asstel
- Sono stati inoltre raccolti dati e informazioni qualitative dalle imprese partecipanti attivamente alla Ricerca per commentare i trend di mercato e su alcune tematiche specifiche quali le sperimentazioni 5G
- Completano il quadro una ricca analisi delle principali fonti secondarie internazionali e italiane (report di società di ricerca e analisti finanziari; fonti istituzionali; comunicati stampa; stampa generalista e specializzata; ecc.) e l'utilizzo di dati e analisi provenienti dalle Ricerche degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano

Gruppo di Lavoro

Il Gruppo di Lavoro

I membri del team

Il Gruppo di Lavoro che ha lavorato sul Rapporto è costituito da:

- Andrea Rangone, *Responsabile Scientifico degli Osservatori Digital Innovation*
- Marta Valsecchi, *Direttore Osservatori Mobile B2c Strategy, Omnichannel Customer Experience, 5G&Beyond*
- Claudio Conti, *Ricercatore Osservatori Digital Innovation*
- Giulia Tua, *Analista Osservatori Digital Innovation*

Rapporto sulla filiera delle Telecomunicazioni in Italia

Edizione 2020

**ASSTEL, SLC/CGIL, FISTEL/CISL,
UILCOM/UIIL**