

gennaio 2020

Paper I-Com per Iliad

## I BENEFICI DELLA CONCORRENZA

L'EVOLUZIONE DEL MERCATO DELLE TLC IN ITALIA E L'IMPATTO DELL'INGRESSO DI ILIAD

## Paper I-Com “I benefici della concorrenza” - gennaio 2020

### ABSTRACT

Ad oltre un anno dall’ingresso del quarto operatore nel mercato della telefonia, il presente studio si propone di fare un bilancio dell’impatto dell’entrata di Iliad. Dall’analisi svolta emergono tra gli altri i seguenti risultati:

1. **La riduzione dell’elevato grado di concentrazione del mercato.**
2. **La capacità di stimolare la domanda di connettività** – con la conseguente **spinta alla digitalizzazione** che ne deriva - grazie ad un’offerta commerciale notevolmente migliorata (l’offerta media per il consumo dati è oggi di 50 GB) e economicamente più vantaggiosa (tariffe ridotte del 14%). Ne consegue una importante spinta alla digitalizzazione del Paese, se si tiene conto dello scarso livello di penetrazione di fibra sul territorio, della persistente difficoltà nella copertura delle cd. “aree bianche”, per cui il mobile risulta un’alternativa importante.
3. **Un miglioramento del grado di soddisfazione del cliente**, testimoniato dal basso numero di istanze di conciliazione a carico del nuovo operatore: nel caso di Iliad, infatti, si registrano, per ogni 1.000 SIM, solo 0,3 istanze di conciliazione, contro una media di circa 1,5.
4. **La capacità del nuovo operatore** di contribuire positivamente alla soddisfazione dei consumatori italiani e, al tempo stesso, **di affermarsi come un investor credibile di lungo periodo**. Nonostante l’estrema onerosità della gara 5G italiana, che ha comportato per gli operatori i costi più elevati finora raggiunti in Europa, Iliad si è aggiudicata diversi lotti per un esborso complessivo consistente (€1,2 miliardi), con un’enorme incidenza economica sul proprio giro d’affari (addirittura pari al 139% nel solo 2018).
5. **Un impatto rilevante sull’economia nazionale e sull’occupazione**, a seguito degli importanti investimenti programmati, che hanno portato a più investimenti in tecnologia da parte di tutto il settore e a un ulteriore aumento dei volumi dell’industria di riferimento. Grazie ai circa €3,4 miliardi complessivi di Iliad di investimenti effettivi o già programmati nei prossimi anni, si stima un aumento dell’attività economica nazionale di circa €8,5 miliardi ed un incremento occupazionale di oltre 34.000 unità di lavoro.

## Paper I-Com “I benefici della concorrenza” - gennaio 2020

### EXECUTIVE SUMMARY

Dal 29 maggio 2018 è diventato operativo sul mercato italiano delle TLC un **nuovo operatore, Iliad**, in seguito alla decisione della Commissione Europea in merito alla fusione tra Wind e Tre.

Dopo oltre un anno è dunque possibile tracciare un **primo bilancio dell'impatto sul mercato delle telecomunicazioni nazionale derivante dall'ingresso di Iliad**.

La storia relativamente breve del mercato della telefonia mobile è caratterizzata da un continuo progresso tecnologico e, di conseguenza, da frequenti e rapidi cambiamenti delle abitudini di consumo degli utenti. **Un mercato ad elevato tasso di innovazione deve essere accompagnato da un assetto il più possibile concorrenziale, specie in ottica di lungo periodo.** Un risultato complesso e non scontato, data la natura oligopolistica del settore (che in mancanza di rimedi sarebbe andata a rafforzarsi con la fusione tra Wind e H3G), favorita dalla scarsità della risorsa di base (le frequenze) e dagli ingenti investimenti necessari. **Ma che, proprio per questo, deve essere attentamente monitorato e favorito dalla vigile azione delle autorità preposte e più in generale delle istituzioni.**

L'analisi realizzata dimostra che la garanzia di concorrenzialità del mercato delle comunicazioni mobili definita dalla Commissione Europea e la conseguente entrata del nuovo operatore Iliad in Italia abbiano rappresentato un elemento non soltanto positivo, ma necessario a stimolare, all'alba dell'era del 5G, maggiori investimenti e migliori condizioni per i consumatori e per il sistema Paese. Ciò emerge tenendo conto della particolare conformazione e storia del mercato mobile italiano, caratterizzato da continui mutamenti, sia in termini di attori in entrata, che di combinazioni e fusioni.

Come notato dalla Commissione Europea, in mancanza di un “remedy taker” come Iliad, l'operazione di fusione tra Wind e H3G avrebbe comportato il rischio di un minore incentivo a concorrere e di una riduzione della qualità dei servizi per i consumatori, oltre che di un aumento dei prezzi al dettaglio della telefonia mobile. Inoltre, sarebbe aumentata la possibilità di condotte coordinate a danno dei consumatori e si sarebbe indebolita la posizione negoziale degli operatori virtuali, con una riduzione per questi ultimi delle possibilità di ottenere condizioni favorevoli di accesso all'ingrosso.

A fronte di tali gravi rischi, Iliad è stato ritenuto l'operatore in grado di assicurare quella pressione concorrenziale indispensabile a garantire la dinamicità necessaria allo sviluppo del mercato e la competizione opportuna su prezzi e servizi in Italia. I risultati raggiunti nel primo anno di attività da Iliad (che al 30 settembre 2019 contava già 4,5 milioni di utenze mobili totali) testimoniano come tale intervento abbia corrisposto alle necessità dei consumatori.

Rispetto al rapporto tra consumatori e operatori, il mercato italiano della telefonia mobile appare caratterizzato da un **elevato livello di litigiosità**, dovuta in misura significativa alla poca chiarezza e trasparenza delle offerte rivolte ai consumatori. Come emerso da un'inchiesta condotta da Altroconsumo, solo il 6% dei 160 negozi visitati fornisce spontaneamente informazioni sui costi extra-soglia, quasi un addetto alla vendita su quattro non specifica il nome dell'offerta proposta, la quasi

## Paper I-Com “I benefici della concorrenza” - gennaio 2020

totalità (il 92%) non si informa sul profilo di consumo del cliente prima di proporre un piano tariffario e solo uno su due fornisce una risposta corretta in tema di penali in caso di recesso anticipato. Non è un caso, dunque, se nel 2018 il numero di istanze di conciliazione presentate ha sfiorato quota 120.000 (+30% rispetto al 2017), di cui solo poco più di 1.000 hanno visto protagonista Iliad: ciò si traduce in circa 0,3 istanze per 1000 SIM attivate con Iliad, contro una media complessiva di quasi 1,5 istanze ogni 1000 SIM.

**Tuttavia, non è solo tra questi numeri che va indagato il reale impatto del nuovo operatore: vanno considerati gli investimenti, il giro di affari generato e la “spinta” all’innovazione innescata nel settore.**

Risulta quindi necessario partire dall’analisi del mercato *as is*, ovvero dai trend registrati dall’Autorità negli anni precedenti, senza trascurare il fatto che il mercato vive una fase di importante transizione determinata dalla grande velocità di sviluppo tecnologico e dalla diffusione, altrettanto rapida, di differenti modalità di consumo. **Allo stesso modo, va tenuto conto degli sforzi del regolatore, non solo nazionale, ma anche europeo, tesi a garantire un bilanciamento tra esigenze dell’Industry e dei consumatori.**

**Il dato costante è la vivacità della domanda, a cui l’offerta si è dovuta adeguare in particolare nella proposta dei servizi sempre più basati sulla connessione internet e dati.** Il principale responsabile del calo dei ricavi che ha caratterizzato in maniera più o meno costante l’ultimo decennio è stato, infatti, il calo di consumi nel segmento SMS (divenuto marginale) e in quello dei **servizi voce**, nel quale sono andati persi complessivamente ben €6,6 miliardi, di cui €390 milioni solo nel 2018 (-8%). Il calo dei ricavi ha, peraltro, riguardato non solo il segmento residenziale, ma anche quello business - dove il livello di concorrenzialità è rimasto invariato – che ha registrato, nel 2018, una riduzione del 5%. È fondamentale inoltre osservare anche l’andamento di fattori esogeni quali l’abolizione delle tariffe di roaming europei e la riduzione della tariffa di terminazione (MTR) risultante, a gennaio 2019, inferiore di oltre il 90% rispetto a 10 anni prima. Per quanto riguarda i **servizi dati**, invece, i **ricavi unitari** (€/GB) hanno subito, nel 2018, una **flessione** (-41,2%) più contenuta rispetto al 2017 (-47,6%) ed **in linea con la tendenza dell’ultimo quinquennio** (-28% medio annuo). Va infine osservato che, nonostante la riduzione dei ricavi di settore, **il margine di redditività degli operatori – calcolato come rapporto tra l’EBITDA e i ricavi – risulta invece in crescita costante negli ultimi anni**, essendo passato dal 30,5% del 2015 al 34% del 2018, con una crescita di 0,3 p.p. solo nell’ultimo anno.

Come evidente, **il consumo dati è il principale capitolo di spesa, rappresentativo di quasi il 42% della spesa totale nel 2018** e si nota come, pur aumentando fino al 2017, il ritmo di crescita della spesa per consumo dati è stato molto meno incalzante rispetto ai consumi. Da ciò deriva che **la spesa media per petabyte consumato** - passata dai €9,6 milioni nel 2014 a scarsi €2 milioni nel 2018 – **è diminuita di quasi l’80% in soli 4 anni**. L’ingresso del quarto operatore ha dunque accentuato una tendenza già in corso, con una spinta alla concorrenzialità del settore e contribuendo ad aumentare il tasso di fruizione di internet da parte dei consumatori. Per contro, infatti, a fronte di una spesa media in calo, aumenta il consumo di dati, con il numero delle SIM con accesso ad Internet cresciuto solo nel 2018

## Paper I-Com “I benefici della concorrenza” - gennaio 2020

dell’8,7%, un traffico dati nei primi 9 mesi del 2019 aumentato di quasi il 62% rispetto al 2018 ed un consumo medio unitario mensile che ha raggiunto i 6,31 Giga/mese (+61% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno). Questo si traduce in una forte spinta alla digitalizzazione e uso di internet del Paese, rafforzato anche dalla richiesta di pagamenti in forma esclusivamente digitale.

**La chiave per l’innovazione e la crescita (costante) del settore passa per l’evoluzione della domanda e naturalmente per le nuove tecnologie.** L’apporto del nuovo entrante all’asta 5G (che vi ha preso parte a tre mesi dal lancio, investendo in tutti i blocchi di frequenze messe all’asta) ne è stato un aspetto evidente. Anche qui la garanzia di adeguati livelli di concorrenza determina a sua volta evidenti benefici per la competitività del settore tutto, per offrire non solo più giga ma anche servizi sempre più innovativi ai consumatori. **Le istituzioni nazionali hanno compreso l’opportunità di garantire la possibilità di accesso alla competizione tramite la riserva di un blocco dedicato ai nuovi entranti e/o remedy taker rendendo elegibili per l’aggiudicazione di tale blocco tutti gli operatori non MNO e Iliad, in qualità di remedy taker (in linea con le pratiche europee e internazionali).** Non a caso, molti Stati membri stanno favorendo attivamente l’entrata di nuovi operatori in mercati eccessivamente concentrati – onde evitare ulteriori effetti “cartello”, una competizione al ribasso (con conseguente svalutazione della risorsa), allocazione delle risorse non efficiente e ricadute negative per l’utente finale. Per quanto riguarda il 5G in Italia, inoltre, si osserva come il prezzo di riserva sia stato parametrato verso l’alto, come dimostrano sia l’equivalenza con il costo di assegnazione dei blocchi simili, aggiudicati a Tim e Vodafone per importi pressoché identici (intorno ai 680 milioni), sia l’alto prezzo per MHz pagato per la banda 700MHz, superiore a quello pagato per la 3.6-3.8 GHz (che a sua volta risulta nettamente la più cara d’Europa), sia considerando che la stessa banda a 700 MHz sarà disponibile solo a partire da luglio 2022. Nel complesso, Iliad si è aggiudicata 10 MHz nella banda 700 MHz, 20 MHz nella banda 3,6-3,8 GHz e 200 MHz nella banda 26,5-27,5 GHz per un **investimento totale di €1,193 miliardi** (da suddividere tra il 2018 e il 2022).

La partecipazione e l’investimento realizzato dall’operatore entrante per l’asta 5G, così come gli investimenti che la compagnia sta realizzando nel Paese, rappresentano elementi di notevole effetto in un mercato **fortemente concentrato**, con un HHI ben al di sopra della soglia di 2.000 (segnalata dalla Commissione Europea). L’indice è infatti pari a 2.557 a settembre 2019, valore diminuito di oltre 250 punti rispetto a prima dell’ingresso del nuovo operatore, e considerando che, in conseguenza della fusione tra Wind e H3G, aveva sfiorato quota 3.000. Ciononostante, il mercato della telefonia italiano rimane tra i più concentrati a livello europeo, meno solo di quello tedesco (3.336). Questo in effetti, vede la presenza di **tre principali operatori** (TIM, Vodafone e Wind Tre) con quote elevate e abbastanza simili e che, in termini di ricavi, **detengono** complessivamente circa **il 95% del mercato mobile**. Iliad, in solo poco più di 1 anno di attività, è diventato il quarto operatore anche in termini di quota di mercato di SIM<sup>1</sup>, pari al 6,4% (secondo i dati AGCOM pubblicati a gennaio 2020). Si tratta di un risultato molto significativo se si tiene conto che gli operatori virtuali, a distanza di oltre 10 anni dal loro ingresso sul mercato, non sono riusciti ad acquisire una fetta davvero rilevante del mercato

---

<sup>1</sup> Si fa riferimento in questo caso alle cd. SIM residential, escluse quindi quelle M2M e/o business.

## Paper I-Com “I benefici della concorrenza” - gennaio 2020

– detenendo, ad oggi, solo circa il 6% delle linee complessive – e dimostrando, dunque, di non rappresentare un’alternativa reale né per gli operatori storici né per i consumatori.

**L’attività di Iliad in Italia ha un impatto rilevante in termini di crescita economica del Paese.** Una voce di fondamentale importanza (cui si è già accennato) è quella degli investimenti. **Senza investimenti non c’è innovazione.** Nel 2018 il settore delle telecomunicazioni ha rappresentato il 5,9% degli investimenti complessivi in Italia, in forte aumento rispetto al 2017 (5,15%). Gli investimenti complessivi in infrastrutture, dopo una flessione osservata nel 2016, hanno mostrato una leggera ripresa nel 2017 (+1,9%), ma è solo nel 2018 che sono davvero decollati, passando da €7,18 a €8,41 miliardi (+17,1%). In particolare, gli investimenti nella rete mobile, dopo la flessione registrata nel 2017 (-6,8%), hanno mostrato un **aumento di quasi il 42%**, a conferma del paradigma secondo il quale la concorrenza stimola gli investimenti, che sono stati destinati al completamento della rete 4G e all’avvio dell’infrastrutturazione relativa ai servizi mobili 5G.

**L’asta per la nuova rete rappresenta un elemento importante per capire meglio l’impatto di Iliad nel Paese.** La gara per la relativa assegnazione delle frequenze si è conclusa nell’autunno 2018 per un importo complessivo di €6,55 miliardi, di cui il 37% ciascuno a carico di TIM e Vodafone, il 18% ad opera del nuovo operatore e l’8% da parte di Wind Tre. Inoltre, l’asta italiana risulta quella che ha ottenuto gli introiti maggiori in Europa, sia in termini assoluti, sia in relazione al costo per abitante. Nel dettaglio, la banda a 3,6-3,8 GHz è quella in cui sono stati raccolti gli importi più elevati (€4,3 miliardi), mentre per la banda a 700 MHz, che pure sarà disponibile solo a partire dal 2022, è stato pagato il prezzo più alto per singolo MHz (€34 milioni vs €21 milioni nella banda 3,6-3,8 GHz). Analizzando la spesa per singolo aggiudicatario, essa ammonta rispettivamente a €2,4 miliardi per Telecom e Vodafone, a circa €1,2 miliardi per Iliad, a circa €540 milioni per Wind Tre e a €33 milioni per Fastweb. **L’incidenza di tale spesa, effettivamente molto ingente,** si attesta nel caso di Wind Tre al 13% del giro d’affari annuale, al 54% nel caso di Tim, al 61% per Vodafone e persino al 1161% del giro d’affari annuale per Iliad. Nel solo 2018, l’incidenza dei costi per l’asta 5G sul giro d’affari annuale degli operatori è arrivata al 10% per Vodafone, all’11% per Wind Tre e al 12% per Tim, **raggiungendo nel caso di Iliad il picco del 139%, con un esborso di €143 milioni rispetto ad un giro d’affari di €123 milioni.**

Ai costi sostenuti per l’assegnazione delle frequenze andranno sommati quelli per il *roll out* delle reti. A questo proposito, a livello di concorrenza interna, nel dicembre 2018 l’AGCM ha segnalato le **criticità derivanti da previsioni normative locali o regionali difformi** rispetto a quanto previsto dal quadro normativo statale, sottolineando che queste restrizioni sono destinate ad accentuarsi nell’attuale fase di transizione alle tecnologie 5G. **Tali difformità hanno un effetto (negativo) maggiore su un business in fase di startup come quello di Iliad, in termini di costi e di tempistiche per lo sviluppo dell’infrastruttura proprietaria, ma anche in relazione all’accesso concorrenziale all’infrastruttura stessa.** Ovviamente, gli effetti sono evidenti a livello di sistema Paese, con il rischio di disperdere innovazioni acquisite con anni di anticipo rispetto ad altri Stati, e un aumento della burocrazia.

## Paper I-Com “I benefici della concorrenza” - gennaio 2020

Oltre agli investimenti legati alla maggiore concorrenzialità del mercato, vanno considerati gli effetti benefici a livello di Sistema-Paese legati alla nascita di un nuovo investitore. A fronte degli investimenti messi in campo da Iliad - pari a circa 3,4 miliardi di euro programmati per le frequenze e per la realizzazione della rete proprietaria - è stato stimato un **impatto complessivo sull'economia italiana**, in termini di incremento dell'attività economica e dei conseguenti aumenti nei consumi delle famiglie, **pari a circa 8,5 miliardi di euro**, di cui quasi €7,4 mld nei diversi settori economici – dunque, non solo le TLC, ma anche in settori collegati - mentre un ulteriore miliardo circa di euro verrebbe attivato per il tramite dei maggiori consumi conseguenti ai più elevati livelli di reddito dei lavoratori. Tali investimenti avrebbero un **impatto positivo anche sul piano occupazionale**, peraltro in una fase in cui, per effetto dei processi di riorganizzazione messi in atto da alcune delle principali imprese del settore, solo negli ultimi due anni si sono registrati circa 6.500 addetti in meno. Secondo le stime, i soli investimenti di Iliad genererebbero un totale di oltre **34.300 nuove unità di lavoro** (dirette, indirette e indotte).

L'ultimo aspetto di cui tener conto nell'analisi dell'impatto dell'entrata di un nuovo operatore nel mercato italiano della telefonia mobile riguarda i termini di variazione dell'offerta commerciale.

**Ne emerge, a distanza di circa un anno e mezzo dall'ingresso di Iliad, un'offerta per i consumatori fortemente migliorata.** Non si tratta unicamente di tariffe economicamente più vantaggiose – un effetto, sicuramente accelerato, di quanto già in atto negli ultimi anni, se si confronta l'andamento dell'indice dei prezzi dei servizi di telefonia mobile (-25% rispetto al 2010) con l'indice generale dei prezzi (+10%) e si considera che la tariffa media per consumo dati risulta diminuita tra il 2014 e il 2018 di quasi l'80% – ma di **un'offerta più ampia, che prevede ormai servizi voce e SMS illimitati e disponibilità di GB per il traffico dati notevolmente aumentata**. Come notato da diverse ricerche, **piuttosto che delle tariffe, è avvenuta una reale riduzione del costo medio per GB**. Facendo un confronto tra le offerte più recenti e quelle di circa un anno e mezzo fa, la tariffa media risulta in calo di circa il 14%, mentre i GB offerti, che variavano dai 3 GB ad un massimo di 15 GB (7,3 GB in media), oggi vanno da un minimo di 30 GB fino anche a 70 GB (circa 50 GB in media), con un chiaro vantaggio in termini di soddisfazione del cliente (e di digitalizzazione della società italiana nel suo complesso). Si consideri che il costo medio per GB offerto, ad oggi, rispetto al periodo precedente l'ingresso di Iliad risulta inferiore addirittura del 90%, essendo passato da circa €2,80/GB a soli €0,29/GB.

Come questo studio dimostra, l'analisi dell'impatto di Iliad nel settore delle telecomunicazioni italiane è un'operazione complessa. L'auspicio è che tale valutazione rappresenti uno spunto utile per la definizione delle politiche di lungo periodo da operare nel settore, tenendo conto dei vantaggi derivanti da una maggiore concorrenza, in termini di offerte più accessibili, ampliamento dei servizi e migliori relazioni con i consumatori.