

15 luglio 2014 11:37

 ITALIA: Relazione Agcom al Parlamento

Cala il fatturato delle comunicazioni in Italia. Nel 2013, secondo le stime, il settore vale nel suo complesso 56,1 miliardi di euro, in calo di 5,4 miliardi di euro rispetto al 2012 (-9%), cifra che porta il fatturato lordo nella sua totalità a scendere sotto il 4% del Pil. Di questi, 34,5 miliardi è il giro di affari nel settore tlc, 8,6 quello di Radio e tv, 6,9 per i servizi postali e 6,2 per editoria e internet. Ma la fotografia scattata dall'Autorità per la Garanzia nelle comunicazioni nella Relazione 2014 presentata in Parlamento, non è quella di un settore in crisi, bensì di un mercato in profonda evoluzione. Il confronto rispetto al periodo 2011-2012 (con un giro complessivo di affari, rispettivamente di 65,8 e 61,4 miliardi di euro e un calo in termini percentuali del 6,7%) non deve, infatti, trarre in inganno per via delle ristrutturazioni che sta attraversando l'intero comparto soprattutto per via delle nuove tecnologie e del web. Tre le tendenze che si osservano: la prima è una diversa commercializzazione delle offerte. Solo per fare un esempio, nella telefonia cala il traffico voce ma viene sostituito dalla messaggistica e da internet con dei bundle di offerta a favore del consumatore a prezzi più bassi. La seconda tendenza è una risalita della raccolta degli investimenti i cui numeri, tuttavia, scontano, sempre per fare un esempio, il pagamento nel 2013 delle frequenze da parte degli operatori di telefonia. Infine, nell'ambito della televisione, il momento "congiunturale" finisce per incidere negativamente sui ricavi che nel 2013 sono calati del 6% per quella "in chiaro" e del 2% per le "pay-tv". "Il settore delle telecomunicazioni in Italia - ha detto il presidente dell'Agcom Angelo Marcello Cardani nel corso della presentazione della Relazione al Parlamento - ha visto come conseguenza dell'innovazione tecnologica, della liberalizzazione dei mercati e della regolamentazione, una progressiva e consistente riduzione dei prezzi che, manifestandosi in modo sempre più significativo dal momento dell'avvio del processo di liberalizzazione, ha portato l'indice dei prezzi al consumo delle telecomunicazioni a decrescere del 44% negli ultimi quindici anni".

Scendendo nei dettagli, le telecomunicazioni hanno visto nel complesso un calo del 10,77% nel 2013 rispetto all'anno precedente, i servizi media del 6,94% e i servizi postali del 2,08%.

TLC - La rete fissa è passata dai 18,580 miliardi di ricavi del 2012 ai 17,2 del 2013 con una variazione negativa del 7,43%. Addirittura peggio la rete mobile che è passata dai 20,04 ai 17,26 miliardi dello scorso anno (-13,87%). Gli investimenti complessivi nel settore sono calati del 5% (-0,7% per la rete fissa e -9,8% per la mobile) anche se il pagamento delle frequenze LTE incide sul bilancio complessivo. L'Agcom si attende infatti, per il 2014, una "ripresa degli investimenti per la realizzazione dei piani a banda larga e ultra larga". Come detto, cala il traffico voce su rete fissa (-14,5%) compensato però da un maggiore traffico su reti mobili che aumenta dell'8,4%. Bene anche internet da cellulari e smartphone (oltre 35 milioni di persone). Cala infine la quota di mercato Telecom che per la prima volta scende sotto il 50% (49,4 nell'ultimo trimestre dello scorso anno), mentre aumenta il numero delle persone che usufruiscono dei servizi di portabilità (nel 2013 16 milioni gli italiani).

Tutti i settori dei media (online, editoria, radio e tv) risultano in perdita rispetto al 2012. La tv gratuita ha visto calare propri ricavi da 4,993 miliardi a 4,695 miliardi (-5,97%), mentre le tv a pagamento sono passate da 3,395 a 3,326 miliardi (-2,02%). Complessivamente il calo dei due settori è del 4,4% a poco più di 8 miliardi di euro. La pubblicità rimane la principale fonte di finanziamento con il 41% ed è incalzata dai ricavi di abbonamenti e servizi pay che valgono il 37% degli introiti complessivi. Secondo le stime, il calo più pesante è per Mediaset che crolla dell'8,2% nei ricavi totali passando dai 2,4 miliardi del 2012 ai 2,2 dello scorso anno: la raccolta pubblicitaria passa a 1,73 mld rispetto agli 1,96 del 2012 mentre le offerte a pagamento salgono da 520 a 550 milioni di euro. Male anche Sky Italia con un -3,5% di ricavi con la pubblicità che scende da 265 a 210 milioni e le offerte a pagamento da 2,43 a 2,39 miliardi, mentre la Rai arretra dell'1,6% con il canone sostanzialmente stabile (1,64 contro 1,65 miliardi) e la pubblicità in contrazione (632 milioni contro 683 del 2012).

EDITORIA - Il fatturato dei quotidiani ha registrato tra il 2012 e il 2013 un calo del 7%. I ricavi sono passati da 2,507 miliardi a 2,331 miliardi con un calo del 7,02%; ancora peggio hanno fatto i periodici che registrano un -17,28% (da 2.842 a 2.351 miliardi), mentre internet ha visto calare i ricavi del 2,46% (passando da 1,503 a 1,466 miliardi).

RACCOLTA PUBBLICITARIA - Nel complesso, cioè considerando tutti i settori, la raccolta pubblicitaria registra una contrazione dei ricavi nei diversi settori da un minimo del 2% di internet a un massimo del -30% per gli annuari per un totale di -10,9%. In termini assoluti si è passati dagli 8,35 miliardi del 2012 ai 7,44 del 2013.

SERVIZI POSTALI - Anche nel settore postale calano i ricavi (-2,1%) e i volumi (-8,4%) per via delle tecnologie web. In controtendenza solo il comparto dei corrieri espressi che, al contrario, beneficiano degli acquisti on line per la spedizione di merci. Per le poste i servizi che registrano il segno più dal punto di vista dei ricavi sono quelli da esclusiva (+6,22%) e, come detto, i corrieri espressi (2,5%).

