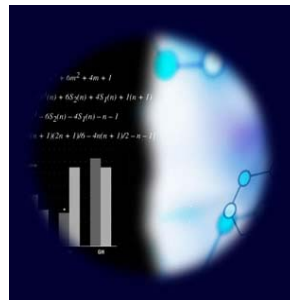


Milano, 21 ottobre 2005



## L'industria della convergenza digitale

Il mercato, gli attori e le opportunità

Industry Briefing presented by Pier Angelo Biga, ICM Advisors

Il presente documento integra un'illustrazione orale degli argomenti in esso contenuti: non può essere pertanto considerato esaustivo senza le informazioni e i commenti che lo accompagnano

# Storyboard

- **Siamo stati tra i primi a vedere l'opportunità nell'industria della convergenza digitale**
- **La filiera italiana ha ottime capacità, ma è fragile industrialmente**
- **E' necessario assumere un ruolo di *market developer/maker* proponendo progetti prioritari per il lancio dell'industria digitale**
- **Non perdere l'opportunità, favorire lo sviluppo con interventi anche di politica industriale**

Le notizie e i dati utilizzati nel presente documento, provengono da informazioni fornite al pubblico dalle società citate e/o da altra documentazione di pubblico dominio. ICM Advisors s.r.l. non risponde della completezza, precisione e imparzialità di tali dati e notizie. Il presente documento è stato redatto con la massima accuratezza e diligenza, in via autonoma e indipendente e senza la collaborazione delle società oggetto di analisi. In nessun caso ICM Advisors s.r.l. può essere ritenuta responsabile per danni derivanti dall'utilizzo delle informazioni e delle opinioni riportate nello studio. Il presente documento, che ha esclusivamente finalità informative e non può essere riprodotto, ridistribuito a terzi, né pubblicato per qualsiasi finalità. I destinatari del presente documento sono vincolati ad osservare le limitazioni sopra riportate.

The information reflected in this document, including without limitation, case studies, frameworks, methodologies and benchmark comparisons, is confidential and proprietary information of ICM Advisors, s.r.l. and of third parties referred as sources. Unauthorized reproduction, distribution, disclosure or dissemination is prohibited.

(Copyright © 2003 ICM Advisors, s.r.l. All rights reserved. This precautionary notice against inadvertent publication is neither an acknowledgement of publication, nor waiver of confidentiality.)

# E' ormai noto...

## Vantaggi della Digital TV

- Moltiplicazione del numero di canali TV irradiabili
- Aumento della qualità media del servizio televisivo
- Riduzione delle emissioni elettromagnetiche

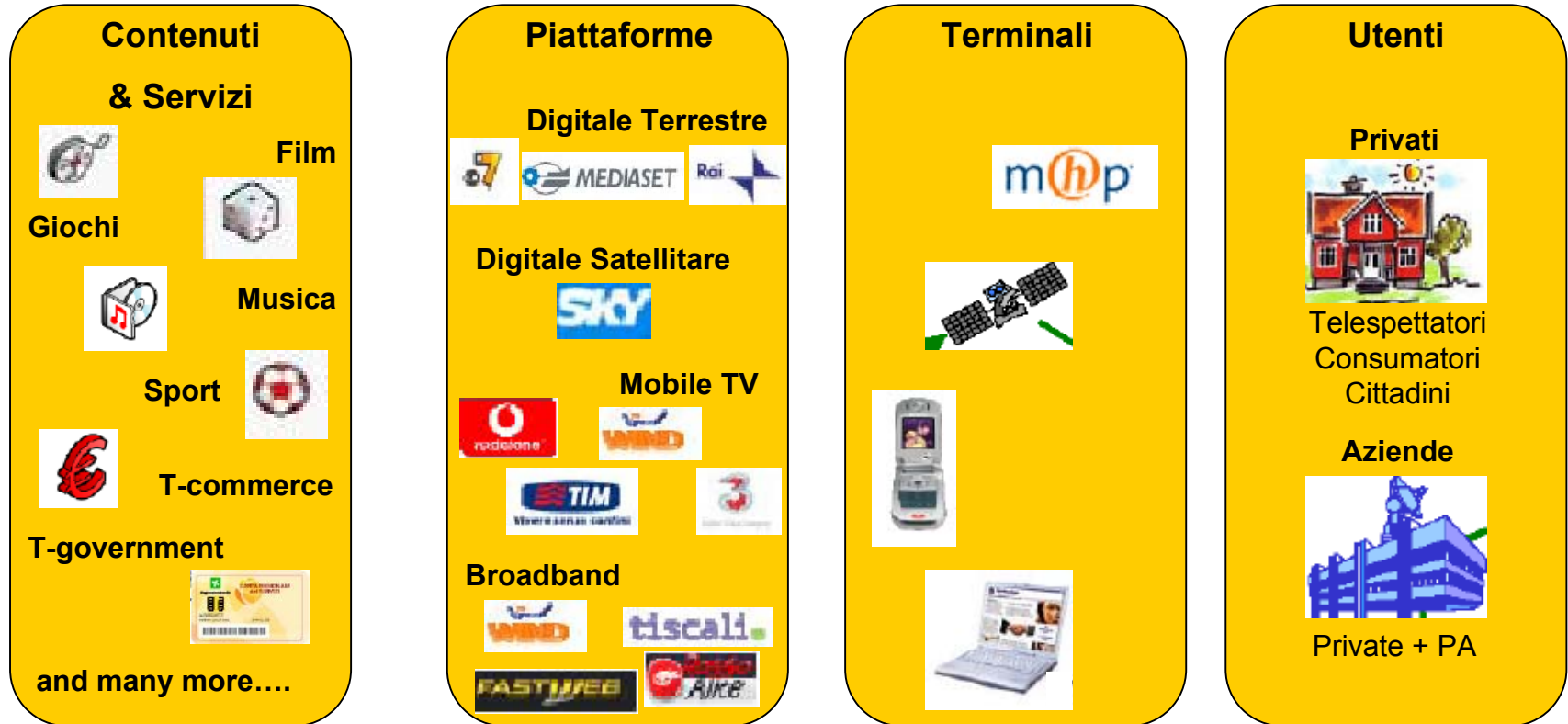
## Ma soprattutto...

- Multimedialità
- Interattività
- **Convergenza tra TV, informatica e telecomunicazione**

# La convergenza è la vera opportunità di mercato

ANY CONTENT, ANYTIME, ANYWHERE, ANY PLATFORM

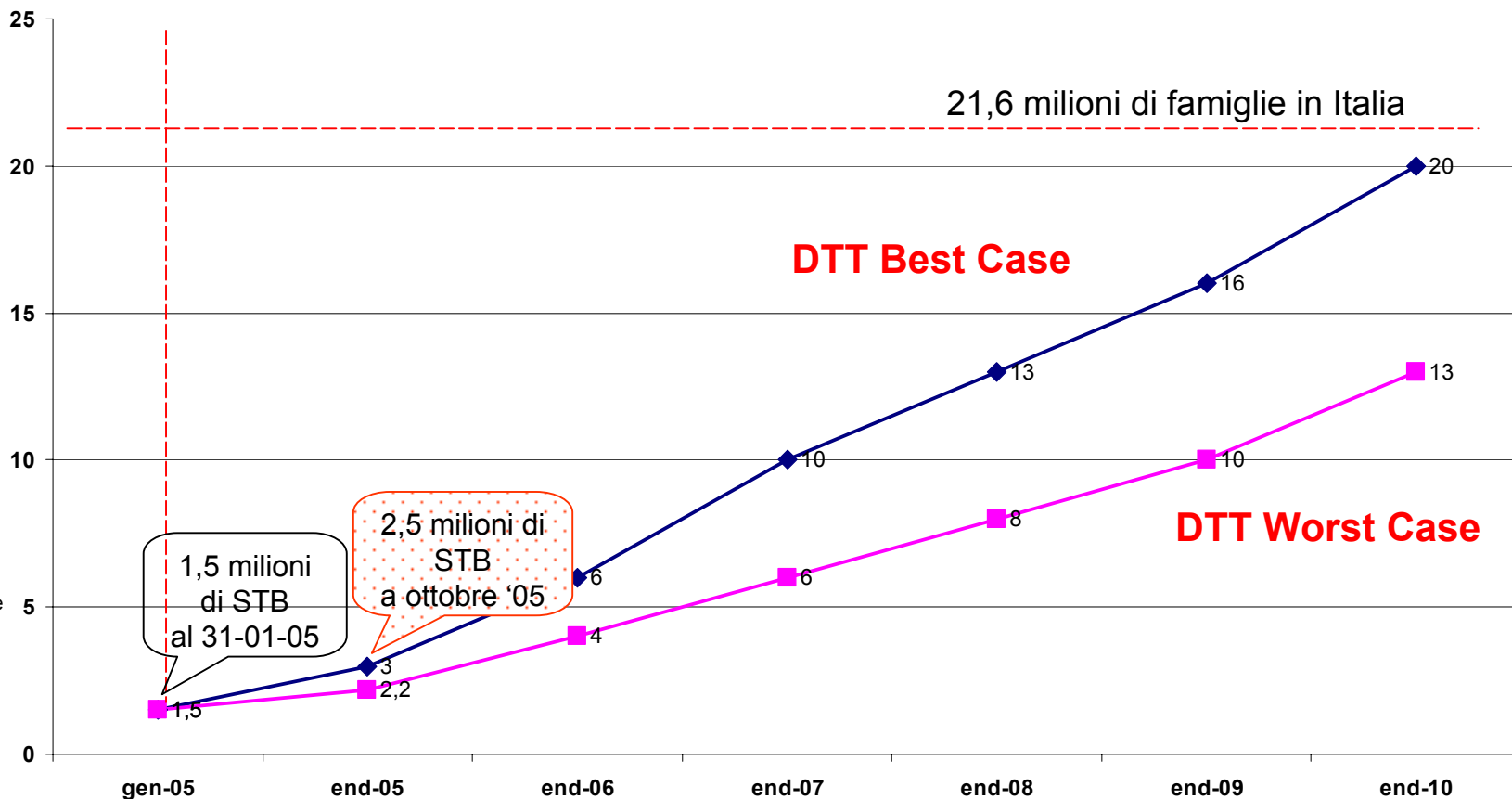
Regolamentazione



Sviluppo tecnologico

# TDT - La piattaforma tv per il mercato di massa

## Il mercato potenziale della DTT



Fonte: Ministero delle telecomunicazione, BAH, Italmedia, Analisi ICM Advisors

### Tasso di penetrazione famiglie

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>DTT best case</b>	14%	28%	46%	60%	76%	93%
<b>DTT worst case</b>	10%	19%	28%	37%	47%	60%

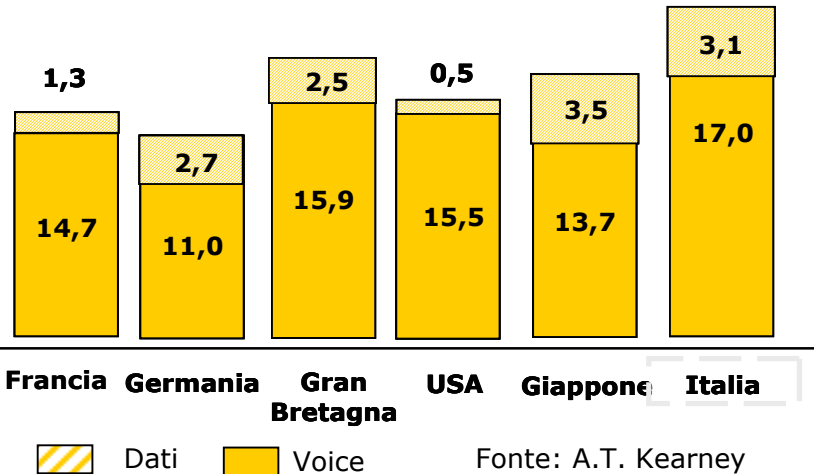
# Non solo TDT

## ANY CONTENT, ANYTIME, ANYWHERE, ANY PLATFORM

### Mobile industry

60 milioni di SimCard, 42 milioni di utenti

Mercato consumer: spesa media pro capite (dollari per mese) nei servizi di telefonia mobile



**14 mld €**

la spesa annuale degli italiani solo per il traffico voce dei telefoni cellulari

### Broadband Industry

4 milioni di connessioni ADSL

Le linee ADSL in Europa (in migliaia)

	2.004	2.005	2.006	2.007	Cagr % 2003-2007
Danimarca	564	705	860	1.015	23,7
Finlandia	376	467	555	639	22,4
Francia	4.415	5.794	7.359	8.978	31,4
Germania	6.692	9.034	11.292	13.550	31,8
Italia	4.000	6.200	8.100	9.500	39,6
Norvegia	378	510	643	772	32,3
Spagna	2.513	3.393	4.275	5.172	32,1
Svezia	767	982	1.178	1.354	24,3
Svizzera	578	722	845	946	21,9
Regno Unito	3.309	4.733	6.247	7.809	42,3
Europa Occidentale	27.108	37.286	47.525	57.449	33,8

Fonte: Eito

**Un mercato che cresce del 40% l'anno**

### Satellite Industry

**3 milioni di abbonamenti alla Tv satellitare**

Audience di oltre 10 milioni

# I driver della convergenza

- Per la prima volta nella storia i media si incrociano e vanno a influenzare i rispettivi settori, dando luogo ad un **panorama di possibilità di comunicazione e di servizi senza precedenti**
- **L'impulso maggiore è dato dal mondo informatico**, e in particolare telematico, che digitalizzando i contenuti e rendendoli disponibili su internet ha fatto da piattaforma e veicolo anche per la trasformazione degli altri media
- E' qui che la convergenza digitale ha trovato la sua piena espressione grazie a un **insieme di reti, sistemi e dispositivi che hanno consentito la fruizione di qualsiasi tipo di servizio informativo e ludico in ogni istante e ovunque**
- Ma anche la grande diffusione della telefonia mobile, con la sperimentazione di nuove formule di interazione, e la tv (satellitare prima e digitale terrestre ora), con un'offerta sempre più diversificata e interattiva, stanno favorendo questa **fase di transizione dell'attuale panorama italiano dei media digitali**

# Il potenziale di mercato della filiera digitale

- **L'industria digitale rappresenta una grande opportunità di sviluppo.** I volumi potenziali e gli investimenti in gioco possono favorire il rafforzamento dell'industry che dispone di un ricco patrimonio di know-how tecnologico che a causa dell'elevata frammentazione non può essere pienamente sfruttato.
- La disponibilità di contenuti, servizi e applicazioni che stimolino l'adozione e l'utilizzo della TV digitale interattiva da parte dei consumatori è uno dei **fattori critici di successo**.
- **Il settore è caratterizzato dai grandi operatori della comunicazione e delle telecomunicazioni e dalla presenza di decine di piccole e medie imprese altamente innovative e capaci**, ma prive della massa critica di volumi ed investimenti necessaria per favorirne la crescita.
- Ad oggi oltre **300 aziende operano nella filiera digitale**. Nel triennio 2005-2007 **gli incumbent investiranno 600-700 milioni** di euro in infrastrutture, diritti su contenuti, applicazioni interattive e servizi di gestione
- **Il valore del mercato dell'industria digitale italiana, a livello di contenuti (core maret), è destinato a superare gli 8 miliardi di euro nel 2005, mentre il valore aggregato dell'indotto (complementors market) è stimabile in circa 25 miliardi di Euro (Assodigitale)**

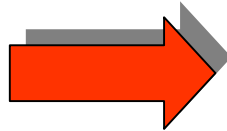
# I principali trend

## La Digital TV è destinata nei prossimi anni a mutare lo scenario competitivo nel comparto dei media

- Aumenteranno per l'utente le possibilità di interagire con i contenuti
- Aumenterà la disponibilità di contenuti televisivi, riducendo lo spazio per la conquista dell'attenzione dello spettatore
- Lo scenario di fruizione della tv sarà sempre più basato su palinsesti personalizzati costruiti ad hoc dai consumatori

## I driver dello sviluppo

- Nuovi contenuti e servizi
  - Killer service: il calcio
  - T-governemnt
- Interattività
  - T-commerce
  - Interactive Advertising
- Costi
- Tecnologie (accessibilità/usabilità)
- Copertura del segnale
- Ruolo del governo



It's not really about the switching off  
**...it's all about what we switch on!**

# Gli interventi

- La filiera italiana ha ottime capacità, ma è fragile industrialmente
- E' necessario assumere un ruolo di market developer/maker proponendo progetti prioritari per il lancio della DTV e per il nostro business
- Gli investimenti degli incumbent non sono sufficienti e sono frammentati su più fronti, incluso l'insourcing
- E' necessario prestare attenzione alle ricadute IP per i successivi ricavi da licensing
- Dobbiamo cercare funding dalle istituzioni/operatori finanziari e dalle agenzie per lo sviluppo
- Non perdere l'opportunità, favorire lo sviluppo con interventi anche di politica industriale