

DigitEconomy.

24

TELCO E OTT A CONFRONTO

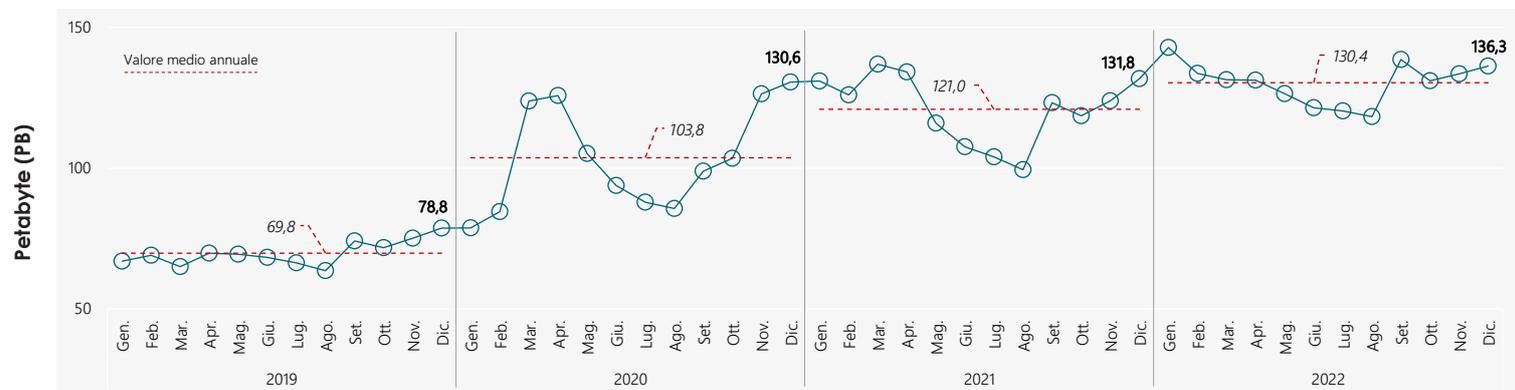
11 maggio 2023

IL TEMA

Boom del traffico dati: necessità di investire su reti e telco in difficoltà. Il punto alla fine della consultazione Ue sul fair share

Rete fissa: traffico dati medio giornaliero (download + upload) 2019-2022

COMPLESSIVO



Fonte: Agcom

Gianluca Corti, ad di WindTre A PAGINA 2

«Sulle reti gli Over the top contribuiscano a partire da una soglia di traffico»

Antonella Dominici, manager di Paramount+ A PAGINA 4

«Lo streaming è un gioco di squadra, ognuno, dalle Telco agli Ott faccia la propria parte»

Marco Azzani, country director di Prime Video A PAGINA 3

«Rispettato l'obbligo imposto dall'Agcom sulla Champions, ma le regole vanno aggiornate»

Massimiliano Capitanio, commissario Agcom A PAGINA 4

«Tra le ipotesi un fondo con contributi Ott per la rete»

L'INTERVISTA A GIANLUCA CORTI, AD DI WINDTRE

I numeri chiave

56%

Il peso degli Over the top sul traffico mondiale, fisso e mobile (dati AXON)

36-40 mld

I costi che questo traffico scarica sugli operatori (Frontier Economics)

70%

Il valore del traffico generato da video streaming, social media e videogiochi (dati AXON)

«Sulle reti gli Over the top contribuiscano a partire da una soglia di traffico»

Il manager spiega le scelte dell'azienda e lo scorporo della rete anche per tutelare i posti di lavoro



L' aumento del traffico sulle reti è ormai «esponenziale con il calcio in streaming che arriva a pesare da solo intorno al 26-28 per cento». Di fronte a

questi numeri, dice Gianluca Corti, ceo di WindTre, bisognerebbe imporre agli Ott di contribuire agli investimenti sulle reti. «L'obbligo dovrebbe scattare a partire da una soglia di traffico generato tale da rispettare i principi di net neutrality e parità di accesso per gli utenti, senza discriminazioni», spiega a DigitEconomy.24 (report del Sole 24 Ore Radiocor e di Digit'Ed, gruppo attivo nella formazione e nell'e-learning), in prossimità della fine della consultazione europea sul fair share, ovvero la discussione sull'equa quota che dovrebbero pagare gli Ott per contribuire allo sviluppo delle infrastrutture. In generale, se non si fa qualcosa per il settore telco, agendo con provvedimenti come l'innalzamento dei limiti elettromagnetici e l'abbassamento dell'Iva. Altrimenti, a far farne le spese, sarebbe in primis l'occupazione. Nel frattempo, «Wind Tre sta facendo delle scelte: da un lato lo scorporo della rete per favorire nuovi modelli di business e, al tempo stesso, tutelare i posti di lavoro, dall'altro le acquisizioni per aumentare il portafoglio di servizi per le imprese»

Negli ultimi anni, a causa pure della pandemia di Covid, il traffico è aumentato sulle reti in maniera esponenziale e le telco sono chiamate a investire sempre di più. Quanto pesa il traffico degli Ott sulle infrastrutture delle telco?

È vero, l'aumento esponenziale del traffico è ormai una costante, anche dopo la pandemia. L'ultimo report dell'Agcom ci dice che nel 2022 ci sono stati picchi di crescita settimanali rispetto all'anno prima fino al 111% sul fisso e al 167% sul mobile. Il calcio in streaming arriva a pesare da solo intorno al 26-28% dell'intensità massima registrata sulle reti. Secondo Axon, i sei Over-the-top (OTT) e Content Application Provider più grandi generano da soli il 56% del traffico globale su Internet. I costi che questo traffico scarica sugli operatori europei è stato stimato da Frontier Economics tra 36 e 40 miliardi di euro

Che cosa ne pensate della possibilità di far pagare il fair share agli Ott, possibilità su cui la Ue ha aperto una consultazione pubblica?

Siamo d'accordo che agli Ott venga imposto di contribuire agli investimenti necessari sulla rete. L'obbligo dovrebbe scattare a partire da una soglia di traffico generato tale da rispettare i principi di net neutrality e parità di accesso per gli utenti, senza discriminazioni.

A livello europeo ci sono Paesi che si sono mostrati, almeno inizialmente,

più 'freddi' sull'ipotesi del fair share? Come telco pensate di muovervi assieme nei confronti del governo e della Ue?

Su questo tema, tra le telco c'è unità di visione e di intenti. Il settore ha portato al Governo italiano e alla Commissione europea dati ed evidenze per contribuire in modo concreto a un avanzamento nel dibattito.

Problema del fair share a parte, avete chiesto al governo di innalzare i limiti elettromagnetici e di abbassare l'Iva per le telco. Quali i provvedimenti più impellenti e a che punto è il dialogo con il Governo?

Il dialogo con il Governo è continuo e aperto e abbiamo segnali di comprensione da parte del ministro Urso e del suo staff. Adesso i tempi sono maturi per passare dalle analisi alle decisioni: confidiamo che almeno qualcuna delle nostre richieste possa trovare soddisfazione nei prossimi mesi. Sono tutti provvedimenti indispensabili per garantire la sostenibilità economica del settore e quindi la capacità di continuare a fare investimenti.

>> [continua a leggere sul sito](#)

L'obbligo dovrebbe scattare a partire da una soglia di traffico generato tale da rispettare i principi di net neutrality e parità di accesso per gli utenti

PARLA MARCO AZZANI, COUNTRY DIRECTOR DI PRIME VIDEO

«Abbiamo rispettato l'obbligo imposto dall'Agcom sulla Champions, ma le regole vanno aggiornate»



Per il 2023 si prevede ancora una crescita a due cifre degli abbonati



Nel 2023 si prevede una prosecuzione della crescita a due cifre degli abbonamenti registrata negli ultimi anni e si continuerà a puntare su qualità e ampliamento dell'offerta. A fare il punto sull'andamento di Prime Video è il country director Marco Azzani, nell'intervista a Digit'Economy.24 (report del Sole 24 Ore Radiocor e di Digit'Ed, gruppo attivo nella formazione e nel digital learning) all'indomani della partita di Champions League che la piattaforma è stata obbligata a trasmettere sia in chiaro su Prime sia su Tv8 previo accordo con Sky. Questo poiché, secondo regolamento dell'Agcom, alcuni eventi, tra i quali una semifinale di Champions con almeno una squadra italiana, devono essere trasmessi non solo in chiaro ma anche in modo tale da assicurare ad almeno l'80% della popolazione italiana la possibilità di seguirli gratuitamente senza costi supplementari. «Noi - dice Azzani - saremo sempre compliant ai regolamenti Agcom» ma «chiediamo che il regolamento, risalente a 11 anni fa, vada aggiornato». Dal canto suo Prime è pronta a trasmettere immediatamente in chiaro questi eventi, e lo ha già fatto in Francia.

Come stanno andando gli abbonamenti, che cosa prevedete per il 2023?

Uno dei metri che usiamo è la soddisfazione sui contenuti che produciamo. Abbiamo lanciato il primo original italiano all'inizio della pandemia, seguito da format che sono diventati dei classici come "Lol", già alla terza stagione. Per noi è fondamentale non solo la crescita del business, ma anche il livello di qualità. Offriamo contenuti premium popolari che raggiungono una fetta della popolazione amplissima e hanno l'ambizione di raggiungerla tutta. Al contempo sono contenuti di qualità. L'anno scorso quando abbiamo fatto per le prime volte serie scritte, "The Bad Guy" con Luigi Lo Cascio e Claudia Pandolfi premiata al Ciak D'Oro come serie più innovativa dell'anno. Abbiamo lanciato da poco "Citadel", ambiziosissimo progetto globale che avrà spin off locali, e il primo sarà quello italiano con Matilda De Angelis. Oltre ai contenuti teniamo molto al modello di business che vediamo come parte fondamentale della nostra crescita. Ospitiamo, infatti, sull'app di Prime Video una quarantina di canali di terze parti che completano l'offerta del nostro portfolio inteso in senso stretto.

Quanto siete cresciuti, in termini di abbonati, negli scorsi anni e quanto prevedete di crescere?

Abbiamo avuto una crescita costante in doppia cifra fin dal 2020, contiamo anche quest'anno di continuare, siamo molto ottimisti sul futuro. Abbiamo appena lanciato "Citadel" che sta andando benissimo, abbiamo "The Ferragnez", la cui seconda stagione uscirà a breve. La Champions League, che non ho citato, è stato un boost non indifferente.

A proposito di Champions siete stati obbligati a trasmettere in chiaro Milan Inter e fare un accordo con Sky. Vi organizzerete in un altro modo se ci fosse una simile occasione?

Il regolamento Agcom applicato in questo caso è stato emanato nel 2012 e prevede che una serie di eventi, inclusa la semifinale di Champions League con almeno una squadra italiana, debba essere trasmessa free su un canale lineare, quindi noi abbiamo agito di conseguenza in collaborazione con l'Autorità. Abbiamo ricevuto diverse offerte, d'altro canto è una partita con appeal forte, stata trasmessa ieri sera sia su Prime Video sia su Tv8 di Sky. Noi saremo sempre compliant con i regolamenti di Agcom, ma crediamo che, trattandosi in questo caso di un regolamento di 11 anni fa, risalente a un periodo antecedente all'arrivo di streamer e degli Ott, crediamo che andrebbe fatto un aggiornamento.

>> continua a leggere sul sito

PARLA ANTONELLA DOMINICI, SVP DI STREAMING ITALY AND SOUTH EMEA DI PARAMOUNT+

«Lo streaming è un gioco di squadra, ognuno, dalle Telco agli Ott faccia la propria parte»



Paramount+, piattaforma sbarcata di recente in Italia, punta sul nostro Paese dove intende «continuare a investire in tecnologie e contenuti, portando

la forza delle nostre produzioni ma anche dando il giusto palcoscenico alla qualità Made in Italy affinché le produzioni italiane superino i confini nazionali fino a diventare prodotti noti anche in altri Paesi in cui siamo presenti». Parola di Antonella Dominici, senior vice president di Streaming Italy and South EMEA di Paramount+. Dopo il boom del periodo Covid, «con il ritorno alla normalità, e dunque alla vita sociale fuori dalle mura domestiche, lo streaming ha continuato a crescere: secondo il Digital Trend 2022 di Ergo Research, il 45% delle famiglie possiede un abbonamento attivo ad almeno una delle principali piattaforme Svod (dato che sale al 54% se si considera-

no anche Sky e Dazn)». In generale il mercato dello streaming, sottolinea Dominici, sta aiutando la digitalizzazione e tutto ciò mette in evidenza la necessità di implementare le infrastrutture digitali «mettendo in luce problematiche prima poco evidenti. La trasmissione in streaming di contenuti audio-video è un gioco di squadra dove ogni player, dai produttori di device alle Telco passando per gli Ott e l'istruzione digitale, fa la propria parte. Il mondo dello streaming sta vivendo una crescita veloce e per certi versi inaspettata e trovare un equilibrio è necessario».

Lo sbarco in Italia della vostra piattaforma a pagamento è relativamente recente; come sta andando e che obiettivi di clienti avete per fine 2023?

Siamo arrivati in Italia con Paramount+ a settembre 2022 con un'offerta significativa: 8.000 ore di contenuti al lancio e una pipeline di titoli (già disponibili o in arrivo) che comprendeva Circeo, Quattordici giorni, The Offer e Tulsa King, la prima serie TV della star del cinema Sylvester Stallone, rivelatosi molto apprezzato anche nella performance seriale. Siamo entusiasti di come il pubblico italiano abbia accolto la nostra piattaforma, un prezzo competitivo, l'alta qualità dei contenuti e un'offerta hard bundle con

IL NUMERO

45%

la percentuale delle famiglie che possiede un abbonamento attivo ad almeno una delle principali piattaforme Svod

Sky, che permette ai clienti Sky Cinema di accedere a Paramount+ senza costi aggiuntivi, ci ha consentito di entrare sul mercato italiano suscitando tanta curiosità e attirando un'importante fetta di mercato. A livello mondiale, Paramount+ ha aggiunto nel quarto trimestre 2022 9,9 milioni di abbonati grazie a contenuti di successo come Top Gun: Maverick, 1923, Tulsa King e Criminal Minds: Evolution divenendo una delle prime cinque piattaforme globali (in relazione ai ricavi), nonostante il servizio sia partito negli Usa solo due anni fa. Per quanto riguarda il nostro Paese, l'obiettivo ricalca quello internazionale: crescere in abbonati e in contenuti per portare anche in Italia una montagna di intrattenimento di qualità, per tutta la famiglia, ma anche per esportare la qualità italiana all'estero facendo conoscere i nostri prodotti al di là dei confini nazionali.

>> [continua a leggere sul sito](#)

L'INTERVISTA A MASSIMILIANO CAPITANIO, COMMISSARIO DELL'AGCOM

«Tra le ipotesi un fondo con contributi Ott per la rete»



Il punto su pirateria on line, rapporti tra Over the top e gruppo di telecomunicazioni, caso Dazn e l'obbligo a Prime Video di trasmettere in chiaro

Per Milan-Inter, mandata sul canale Tv8, l'Agcom ha applicato la delibera che prevede, riguardo a una lista di eventi, la trasmissione in chiaro, obbligando Prime Video all'accordo con Sky. Sul fenomeno della pi-

rateria on line, «è in dirittura d'arrivo un regolamento che permetterà una maggiore efficienza per gli eventi sportivi». Quanto al dibattito sul fair share, ovvero l'equa quota che gli operatori europei di telecomunicazioni richiedono agli Ott per potenziare le loro reti, l'Autorità ha anticipato il tema con il caso Dazn. Sono i punti fermi di Massimiliano Capitano, commissario Agcom, nell'intervista a DigitEconomy²⁴, report del Sole 24 Ore Radiocor e di Digit'Ed, nuovo gruppo attivo nella formazione e nel digital learning.

Uno strumento, quello del fair share che, spiega Capitano parlando a titolo personale, potrebbe avere la forma di «un fondo a tantum a cui gli Over the top sono chiamati a contribuire per sostenere l'implementazione della rete in Italia».

>> [continua a leggere sul sito](#)