

Relazione sull'incontro del 21.10.2010 fra il **Rappresentante Comune dei portatori di obbligazioni emesse da Telecom Italia S.p.A.** ("2002-2022 a tasso variabile, serie speciale aperta, riservato in sottoscrizione al personale del Gruppo Telecom Italia, in servizio ed in quiescenza"; "Telecom Italia S.p.A. Euro 750,000,000 4.50 per cent. Notes due 2011"; "Telecom Italia S.p.A. Euro 1,250,000,000 5.375 per cent. Notes due 2019"), **avv. Francesco Pensato ed il Direttore Domestic Market Operations, dott. Marco Patuano.**

L'avv. Francesco Pensato ha sottoposto al dott. Marco Patuano una serie di argomenti di interesse per gli *stakeholders* di Telecom Italia.

I risultati dell'incontro sono qui di seguito relazionati.

Il dott. Patuano ha spiegato che i ricavi complessivi di Telecom Italia nel mercato domestico sono distribuiti come segue:

- il 59% proviene dal segmento consumer;
- il 21% dalle piccole e medie imprese;
- il 20% dalla Pubblica Amministrazione e dalle grandi imprese.

Il dott. Patuano ha quindi analizzato i tre segmenti e, nello specifico, la situazione dei ricavi di Telecom Italia nell'ambito dei medesimi.

1) Mercato Retail (Consumer)

I ricavi che provengono dalla telefonia mobile del segmento consumer pesano circa il 30% rispetto al totale ricavi del mobile.

Si deve tener conto che la concorrenza in questo segmento è stringente; i ricavi hanno pertanto subito una flessione.

La telefonia fissa va incontro ad una stabilizzazione e la flessione delle linee si sta arrestando. La flessione che, infatti, era pari al 6/7% nell'anno 2009, è oggi pari al 2/3%. Nella telefonia fissa segmento consumer, Telecom Italia sta operando oltre gli obiettivi prefissati e detiene una quota di mercato pari al 70%.

Per quanto concerne la banda larga, se ne deve lamentare una diffusione troppo scarsa.

Telecom Italia sta in ogni caso difendendo la sua market share, che si aggira intorno al 56%.

2) Le piccole e medie imprese

Per quanto concerne i servizi prestati alle piccole e medie imprese, l'anno 2009 è stato un anno in perdita per tutti gli operatori.

Nel 2010 sono nate nuove PMI che hanno dato un maggior impulso al mercato.

Nel complesso, i ricavi provenienti dai servizi offerti alle piccole e medie imprese hanno subito una flessione pari al 7/8% nel 2009.

Si è verificato un recupero consistente nei ricavi provenienti dai servizi tradizionali (linea fissa e mobile) mentre, per tutti gli operatori, la crescita è stata lenta nei ricavi da servizi innovativi (banda larga e banda larga in mobilità).

Vi è da notare come la banda larga abbia una relativamente scarsa diffusione anche nel segmento delle piccole e medie imprese.

Anche in questo segmento Telecom Italia sta dando risultati migliori rispetto alle previsioni.

3) Grandi imprese e Pubblica Amministrazione

Per quanto concerne le grandi imprese si sta verificando una tendenza contraria rispetto alle piccole medie imprese: in questo caso, infatti, i servizi innovativi stanno trovando maggiore diffusione rispetto ai servizi tradizionali.

L'offerta dei servizi alle grandi imprese presenta una serie di difficoltà che trovano la loro ragione nel forte potere contrattuale di questi soggetti. Per fare fronte a tali difficoltà, Telecom Italia ha adottato una politica tesa all'offerta di un maggior numero di servizi volti a soddisfare le sempre maggiori esigenze dei clienti.

Il dott. Patuano ha poi ulteriormente approfondito gli argomenti relativi ai trend della **telefonia mobile e di TIM**.

Egli ha spiegato che i ricavi provenienti dalla telefonia mobile hanno subito una forte flessione nel 2010 che si manterrà tale anche nel 2011.

La crisi economico finanziaria generale ha favorito lo spostamento della clientela verso operatori che offrivano servizi a prezzi competitivi rispetto a quelli praticati da Tim, e ciò anche a costo di una minore qualità.

La riduzione dei prezzi praticati da Tim è stata accompagnata da una contestuale riduzione dei prezzi praticati dagli altri operatori.

Ciononostante, Tim è riuscita a recuperare alcune quote di mercato.

A dispetto delle quote di mercato recuperate, il trend dell'offerta mostra come la clientela presti oggi, in termini quantitativi, una maggiore attenzione nell'utilizzo dei servizi di telefonia mobile (in particolare, i clienti mostrano attenzione al numero ed alla durata delle conversazioni telefoniche).

Il minor accesso ai servizi e la contestuale riduzione dei prezzi applicata hanno determinato l'importante flessione dei ricavi di Tim.

Per quanto concerne la **TV via internet**, Il dott. Patuano ha annunciato al Rappresentante Comune la messa in commercio, entro il Natale 2010, di un prodotto innovativo.