

**Le strategie.** Dai vertici della società accento sugli investimenti infrastrutturali - Da 29 a 50 i centri coperti in FttH a 1 Giga entro il 2019

# «Pronti a rispondere a Iliad e OpEn Fiber»

**Le strategie.** Dai vertici della società accento sugli investimenti infrastrutturali

## Pronti a rispondere a Iliad e OpEn Fiber

di **Andrea Biondi**

**P**ronti a rispondere alla concorrenza. Che si chiami Iliad o OpEn Fiber, oltre ai tradizionali competitor. Il ceo di **Telecom**, Flavio Cattaneo, lo dice senza tentennamenti rispondendo alle domande in conference call, da New York: «Siamo pronti a rispondere a Iliad, contrattaccando su costi e servizi, e sulla concorrenza wholesale di OpEn Fiber».

Cattaneo risponde a domande su quelli che possono essere considerati, per motivi differenti, spauracchi per il business della società telefonica. Tuttavia è in vari passaggi che dalle parole dell'ad Cattaneo come del presidente Giuseppe Recchi traspare la descrizione di una strategia votata all'attacco, abbandonando, spiega il ceo, quel vestito da «natural loser» dell'ex monopolista. Certo, il contesto di mercato non è facile: dal 2011 al 2015 il settore tlc nel nostro Paese ha perso nove miliardi, attestandosi a 31,9 miliardi come rilevato dall'ultima indagine R&S di Mediobanca. La discesa si è però assestata già nel 2015 (-1,5%) con un 2016 in cui, trasversalmente fra i vari operatori, i ricavi da servizi mobili hanno ripreso a crescere. Così è stato anche per Tim che con il +3,1% del quarto trimestre ha portato a 4,58 miliardi i ricavi da servizi mobili nel 2016 (+1,4%).

■ **Luci e ombre sul mercato delle tlc quindi, ma con una convergenza fra infrastrutture e contenuti che sembra poter dare sale al business.** E infatti Timvision appare centrale, con l'apertura a un'offerta di contenuti sportivi (si veda altro articolo in pagina). Pur non stando a significare la partecipazione a prossime aste per i diritti sportivi per la Champions o la Serie A che si terranno in primavera, l'entrata nell'agone sportivo non è da poco e va a completamento di un quadro di offerta che ha registrato un'accelerazione dopo l'accordo con Rai per l'esclusiva dei film Rai Cinema e che potrebbe sostanziarsi anche in coproduzioni di film e fiction.

Un'intesa, quella con Rai, che segna uno scatto importante per una Timvision che, comunque, in Italia deve competere in un mercato abbastanza presidiato sui servizi di video on demand, con Netflix, Now Tv (Sky), Infinity (Mediaset), Chili Tv, Google Play e, da poco, Amazon Prime Video e Vodafone Tv.

Farsi spazio in questo mercato sarà questione di contenuti, ma anche di infrastruttura. Ecco quindi il focus sugli investimenti: 11 miliardi, di cui 5 sull'ultrabroadband. Numeri che portano Cattaneo a sottolineare l'implementazione delle reti innovative entro il 2019 «raggiungendo la copertura del 95% della popolazione per le reti di nuova generazione nel fisso e del 99% per lte», la rete mobile. In questo quadro, i centri coperti con fibra FttH (fino a casa) a un Giga passeranno da 29 a 50.

Sono questi i numeri che fanno parlare i vertici **Telecom** di strategia di attacco. Qui si innesta anche il confronto con il competitor OpEn Fiber. La partecipata di Enel e Cdp è a un passo dall'en plein nel bando Infratel per la costruzione della rete in fibra pubblica, ma data in gestione ventennale, in 6 regioni. La graduatoria provvisoria vede OpEn Fiber in testa. E intanto il 20 febbraio scade il termine per presentare le offerte per il secondo bando da 1,25 miliardi per altre 10 regioni e la provincia di Trento.

A fronte di tutto questo **Tim** però chiarisce di andare per la propria strada per arrivare «ovunque prima di loro», con Cattaneo che ha anche ricordato di aver comunicato al Mise «della nostra intenzione di investire per conto nostro selettivamente in alcune aree C e D (quelle più svantaggiate e oggetto dei bandi Infratel, ndr.)». Di margini nel mercato del resto ce ne sono visto che le linee a oltre 30 mega a settembre 2016 (ultimo dato Agcom) erano in tutto 2 milioni, su un totale di 20 milioni di linee fisse. **Tim**, Fastweb e Vodafone valevano il 94% di questi accessi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

