



EUROPEAN TELCO CONSUMER SURVEY 2023

Trends e implicazioni per gli operatori in Italia

7 Giugno 2023

COME LEADER DELLA CONSULENZA STRATEGICA, OLIVER WYMAN SUPPORTA I PIÙ GRANDI OPERATORI E PLAYER TELCO A LIVELLO GLOBALE

● Ufficio Oliver Wyman

\$2.8 BN

fatturato annuale

6,500+

professionisti nel
mondo

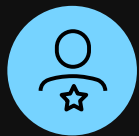



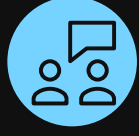

75%

più grandi operatori
telco supportati

70+

uffici in 31 paesi

PRINCIPALI EVIDENZE DELL'OLIVER WYMAN EUROPEAN TELCO SURVEY

	CRITERI DI SCELTA	Il prezzo è ancora il principale driver di scelta ma in misura inferiore rispetto al resto d'Europa – primo aspetto per il 54% dei consumatori intervistati per il mobile e 47% per il fisso
	DINAMICHE DEL MERCATO MOBILE	Sul mobile, la conquista di market share da parte degli operatori Low-Cost non è ancora terminata – il 21% pensa di passare ad un operatore Low-Cost contro solamente il 14% che pensa di fare il passaggio contrario verso un Main Carrier
	5G	Il 5G si può (finalmente) monetizzare – il 43% è disposto a pagare un premium per il 5G rispetto alla media di 37% dei consumatori in Europa; tendenza accentuata tra le fasce più giovani dove il 65% dei consumatori italiani intervistati nella fascia d'età 18-24 è disposto a pagare un premium
	FTTH & FWA	Nonostante un maggior interesse a passare ad FTTH, si è meno disposti a pagare un premium per FTTH rispetto al resto d'Europa – 59% di intervistati disponibili in Italia vs. 65% in Europa
	CANALI DI VENDITA & SUPPORTO	La digitalizzazione dei punti di contatto è ancora indietro rispetto al resto d'Europa – il negozio fisico è il principale canale di vendita prediletto (utilizzato dal 34% degli intervistati) mentre il supporto cliente avviene soprattutto telefonicamente (utilizzato 39% degli intervistati)
	ENTERTAINMENT	I consumatori attingono a contenuti su diverse piattaforme con la possibilità di offrire bundle di servizi combinati – il 59% degli intervistati utilizza più di una piattaforma vs. il 55% in Europa

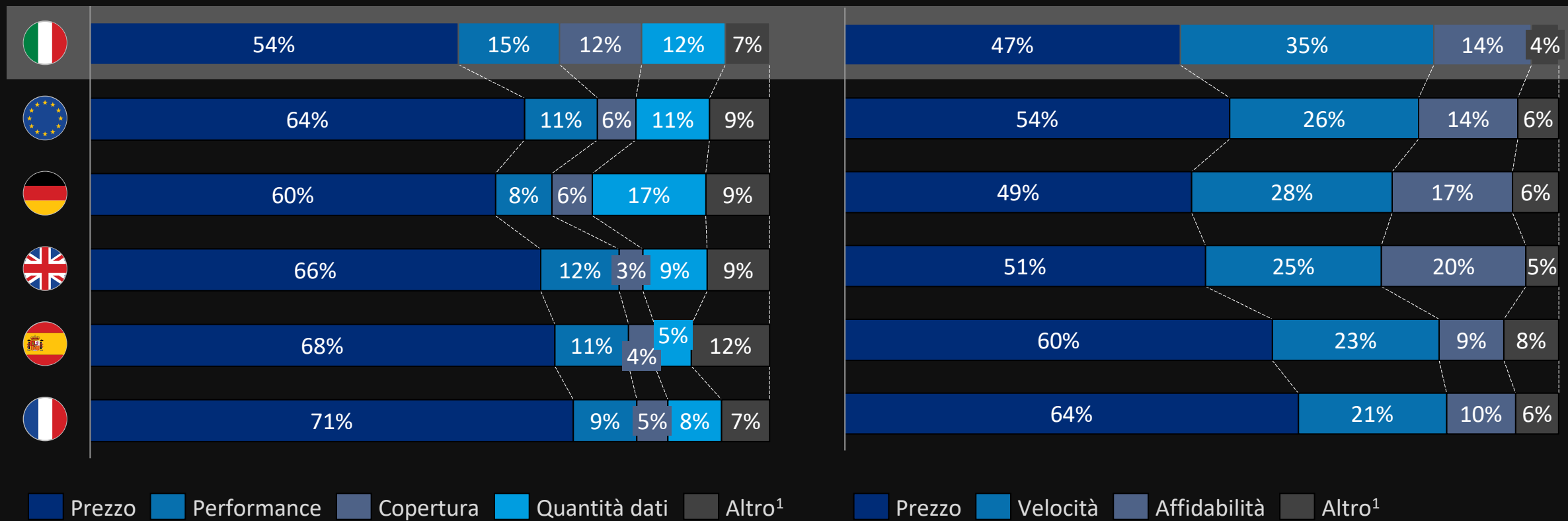


I CONSUMATORI ITALIANI Danno PRIMARIA IMPORTANZA AL PREZZO MA MENO RISPETTO AL RESTO D'EUROPA A FAVORE DI PERFORMANCE E COPERTURA

Classifichi da 1 a 10 ogni aspetto che influisce sulla Sua scelta di acquistare un servizio di telefonia mobile/internet a banda larga
% di intervistati per ogni aspetto valutato 1

MOBILE

FISSO



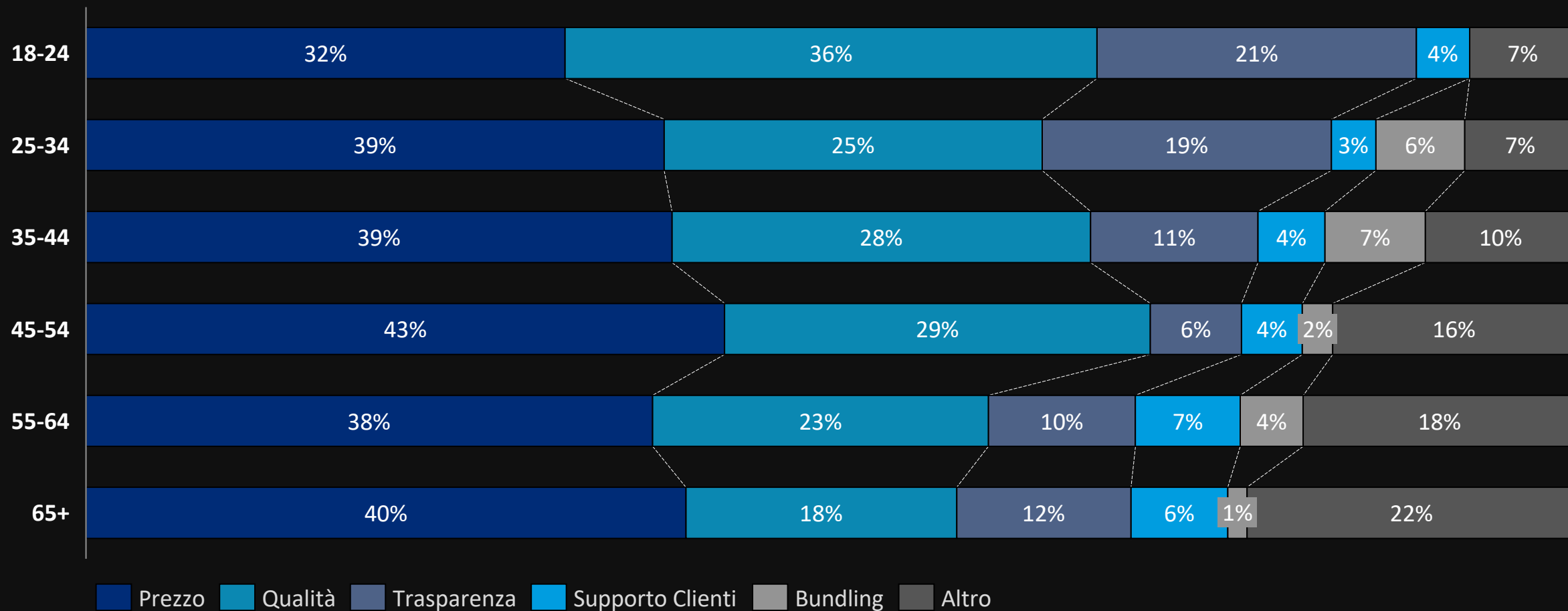
1. Include il servizio clienti, i media in bundle, i giochi e l'intrattenimento, i servizi finanziari in bundle, i servizi non-telco in bundle e le qualifiche ESG. | Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.



LE FASCE D'ETÀ PIÙ AVANZATE Danno PIÙ IMPORTANZA AL PREZZO DELLA FASCIA 18-24, CHE È INVECE PIÙ ATTENTA A QUALITÀ E TRASPARENZA

Qual è il principale motivo per cui pensa di cambiare operatore?

% di intervistati in Italia

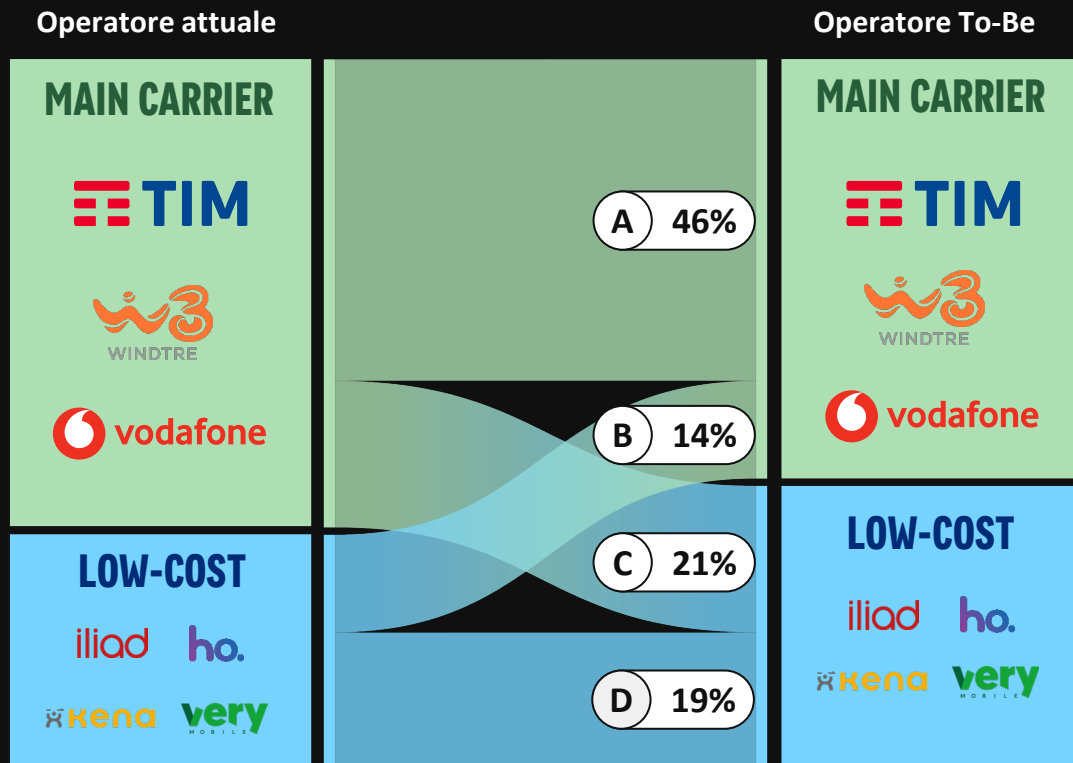


Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

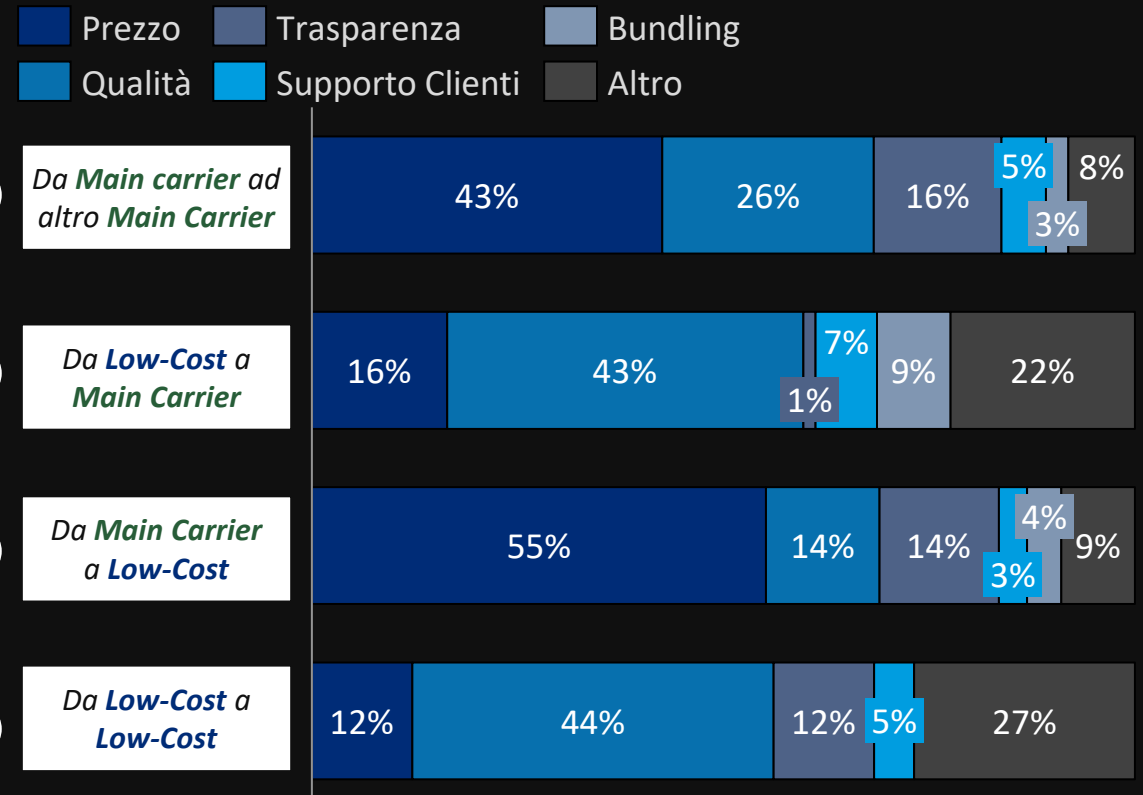


IL SEGMENTO LOW-COST MOBILE IN ITALIA CONTINUA AD ATTRARRE CLIENTI ALLA RICERCA DI MIGLIOR PREZZO E TRASPARENZA

A quale operatore di telefonia mobile pensa di passare?
% sul totale di intenzionati a cambiare operatore in Italia¹



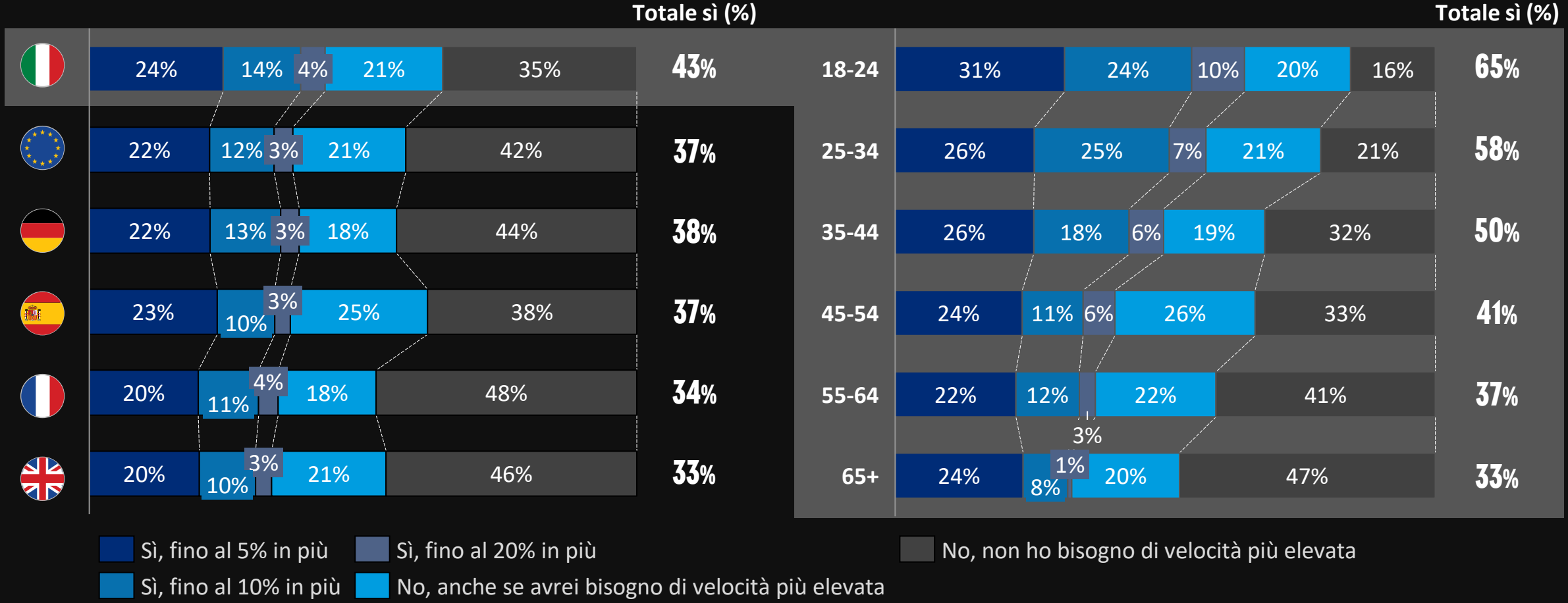
Per quale motivo intende cambiare fornitore di servizi di radiodiffusione?
% di intervistati con intenzione di cambiare operatore in Italia



1. Risultati pesati per il market share relativo degli operatori Main Carrier e Low-Cost. | Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

IN ITALIA SI È MAGGIORMENTE DISPOSTI A PAGARE UN PREMIUM PER IL 5G RISPETTO AL RESTO D'EUROPA, IN PARTICOLARE TRA I PIÙ GIOVANI

Sarebbe disposto/a a pagare un po' di più il Suo abbonamento di telefonia mobile per usufruire di una connessione 5G?
% di intervistati



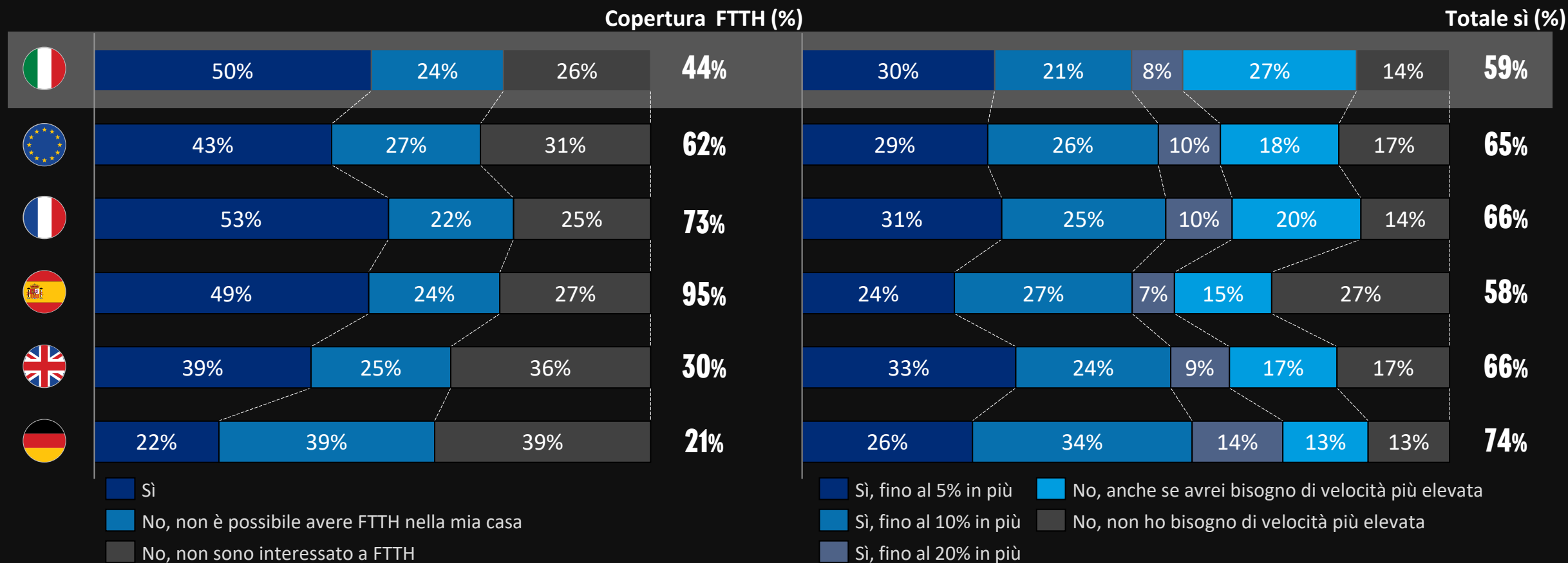
Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.



IL MERCATO ITALIANO DIMOSTRA INTERESSE NELL'FTTH, SEPPUR LA DISPONIBILITÀ A PAGARE UN PREMIUM RESTA TRA LE PIÙ BASSE IN EUROPA

Intende aggiornare il tipo di connessione a banda larga fissa a FTTH nei prossimi 12 mesi?
% di intervistati, esclusi quelli che già hanno una connessione FTTH

Sarebbe disposto/a a pagare qualcosa in più per l'aggiornamento?, % di intervistati in Italia, esclusi quelli che già hanno una connessione FTTH



Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

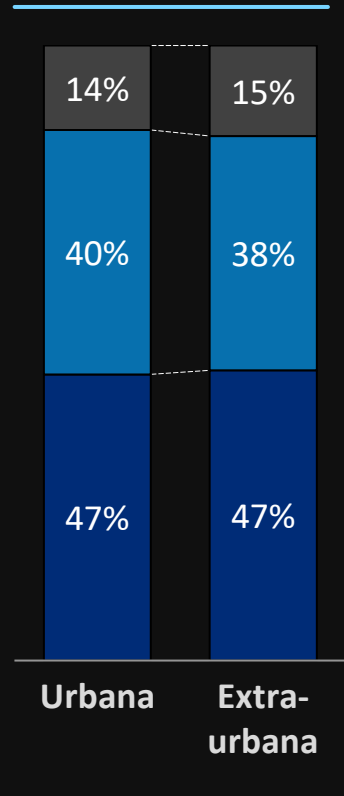
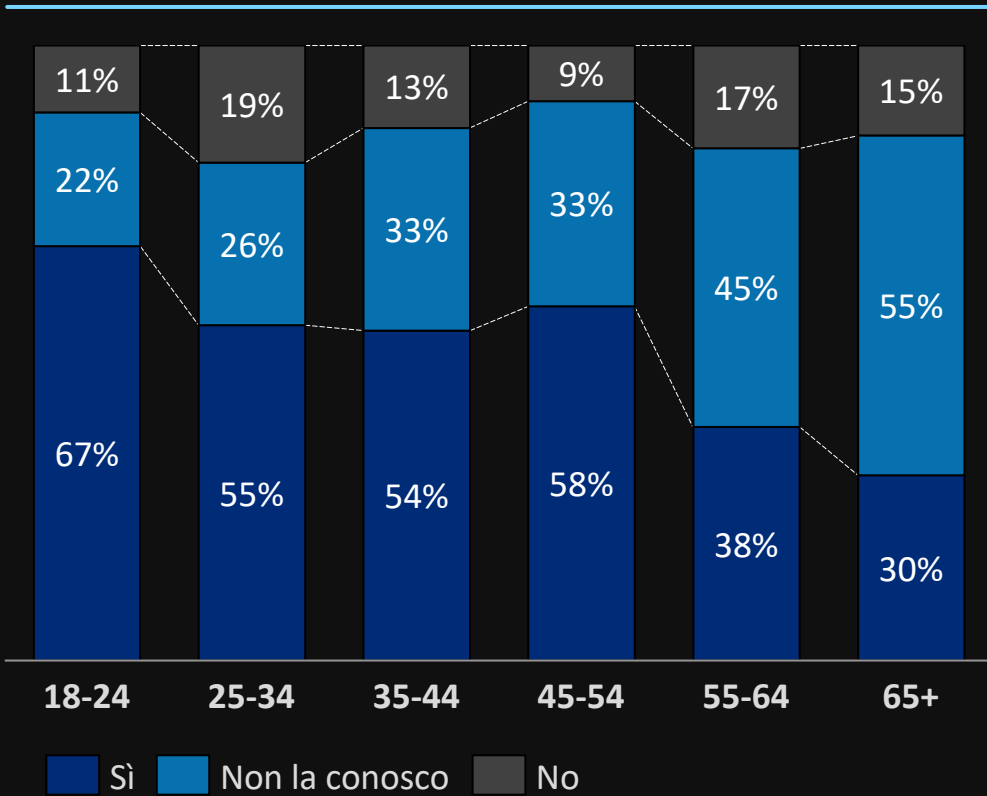


SI EVINCE UNA BASSA AWARENESS DELL'FWA IN ITALIA; VELOCITÀ E FACILITÀ DI INSTALLAZIONE SONO PERCEPITI COME PRINCIPALI VANTAGGI

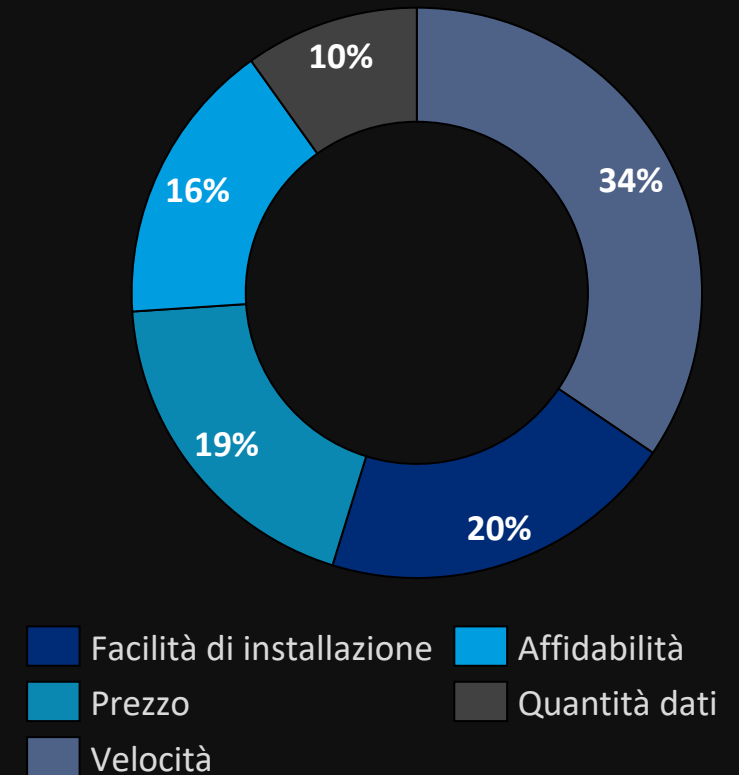
Ritiene che l'FWA sia una valida alternativa alla Sua attuale connessione a banda larga?, % di intervistati in Italia

FASCIA D'ETÀ

TIPOLOGIA DI AREA GEO.



Quali vantaggi ritiene che abbia il wireless fisso rispetto alla banda larga fissa? % di intervistati in Italia

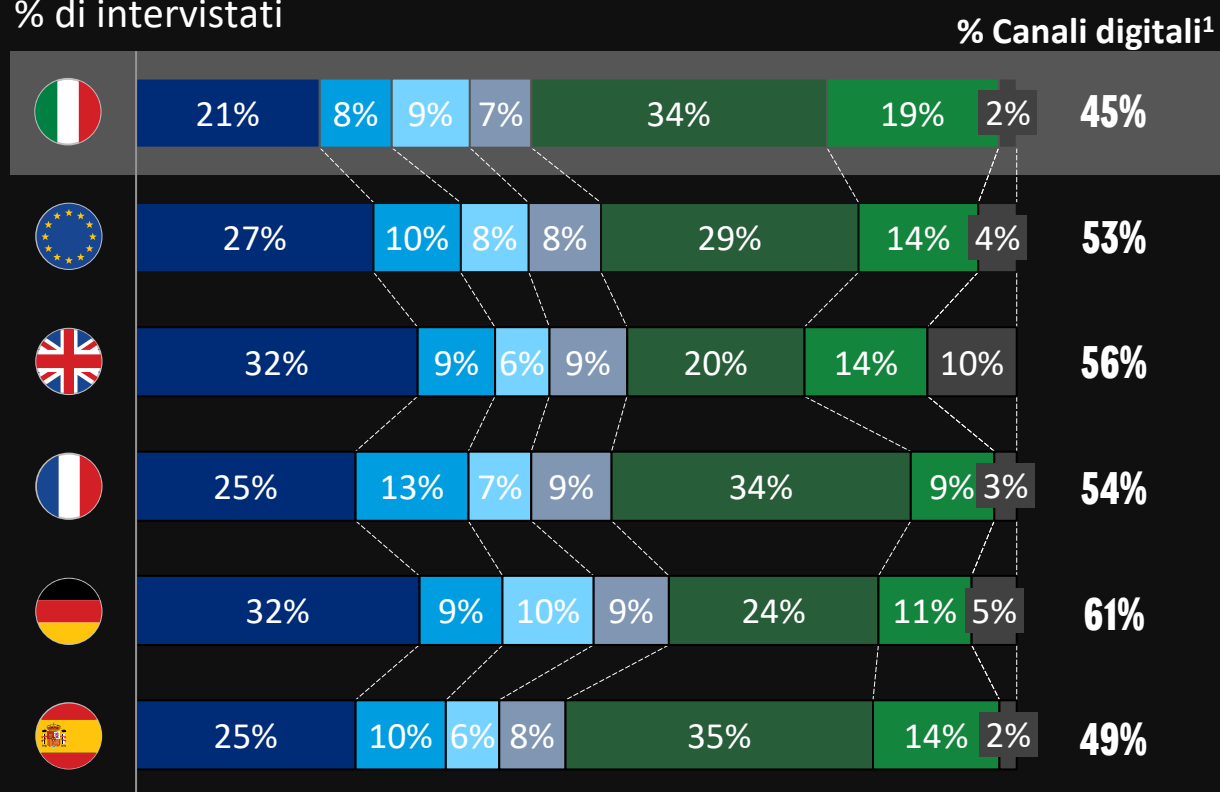


Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

L'ACQUISTO DI SERVIZI TELCO VIA WEB IN ITALIA È MENO DIFFUSO CHE IN EU, MENTRE IL SUPPORTO AVVIENE SOPRATTUTTO TELEFONICAMENTE

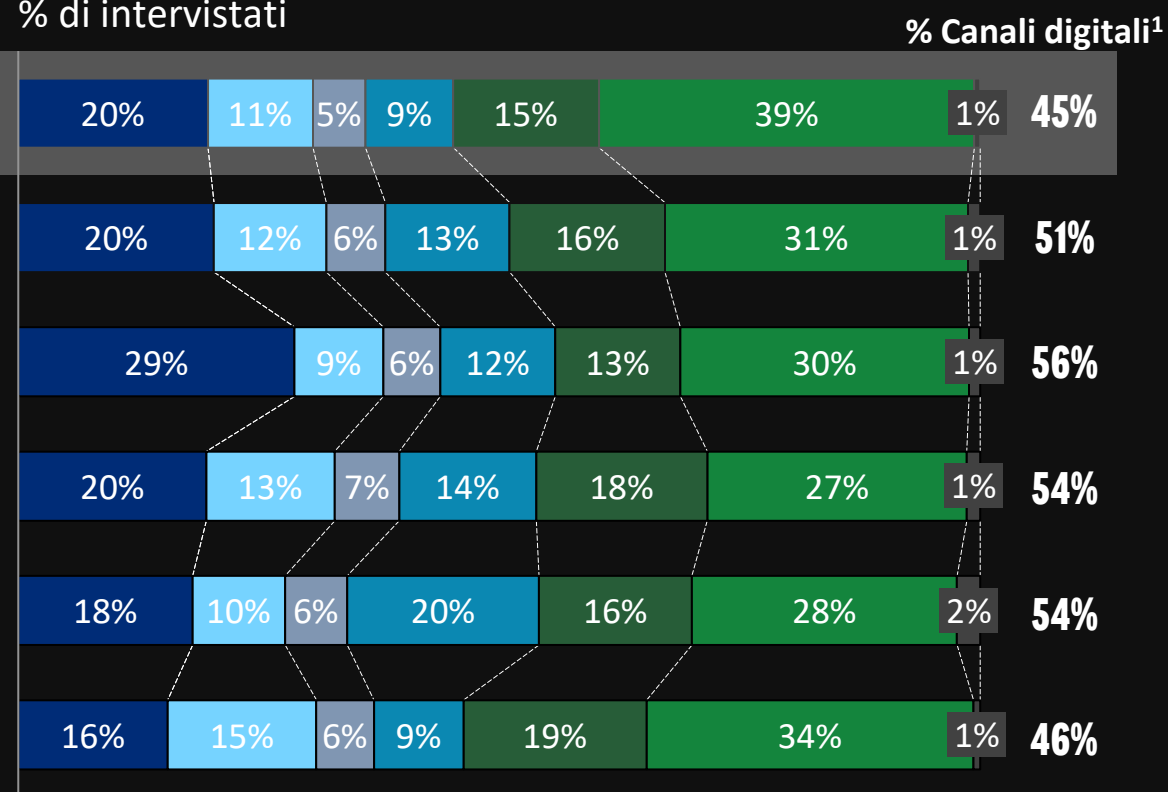
Di solito, quale è il Suo canale di contatto preferito quando desidera acquistare un prodotto di telecomunicazione?

% di intervistati



Quando ha necessità di contattare il servizio clienti, qual è di solito il canale di contatto che preferisce?

% di intervistati



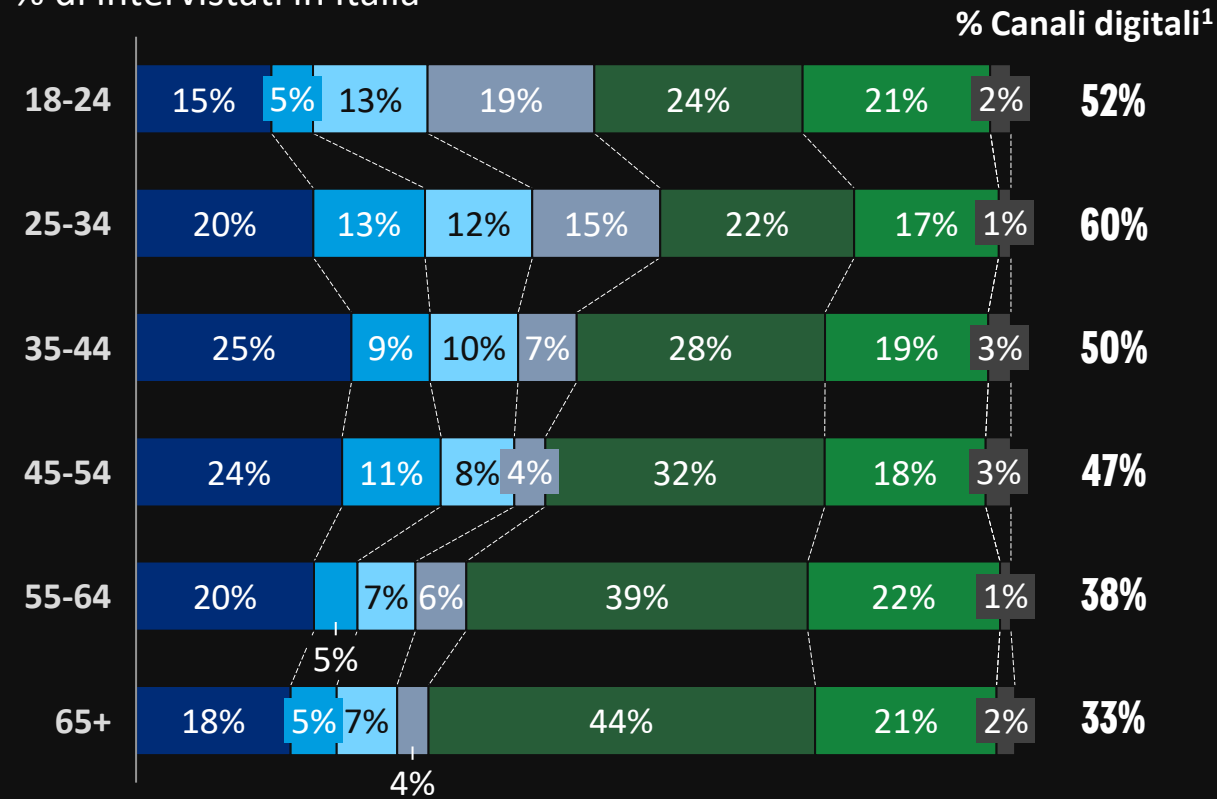
■ Sito web / chat online ■ Sito web terze parti ■ App ■ Social media ■ E-mail ■ Negozi Fisico ■ Rappresentante telefonico ■ Altro

1. Include sito web / chat online, sito web terze parti, app, social media, E-mail. | Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

GLI UNDER 35 FANNO PIÙ UTILIZZO DI APP E SOCIAL MEDIA, MENTRE LE ETÀ PIÙ AVANZATE PREFERISCONO NEGOZI E RAPPRESENTANTI TELEFONICI

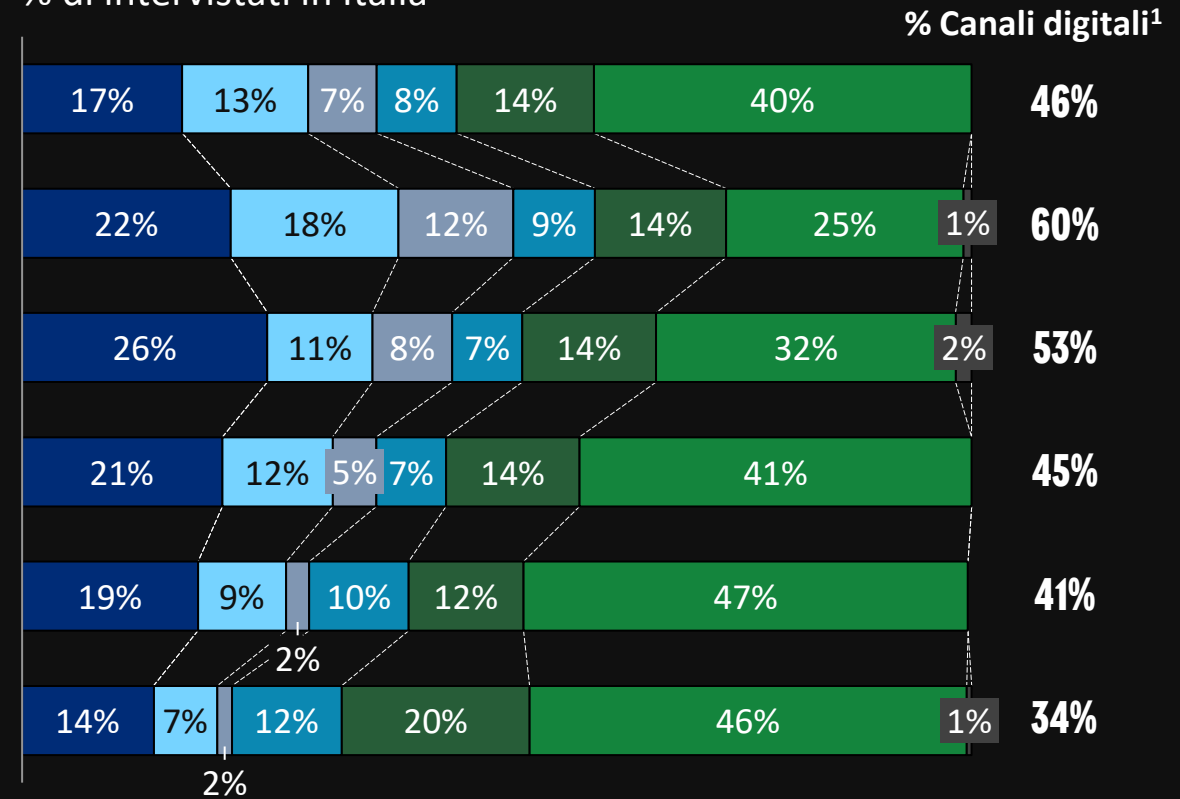
Di solito, quale è il Suo canale di contatto preferito quando desidera acquistare un prodotto di telecomunicazione?

% di intervistati in Italia



Quando ha necessità di contattare il servizio clienti, qual è di solito il canale di contatto che preferisce?

% di intervistati in Italia



■ Sito web / chat online ■ Sito web terze parti ■ App ■ Social media ■ E-mail ■ Negozi Fisico ■ Rappresentante telefonico ■ Altro

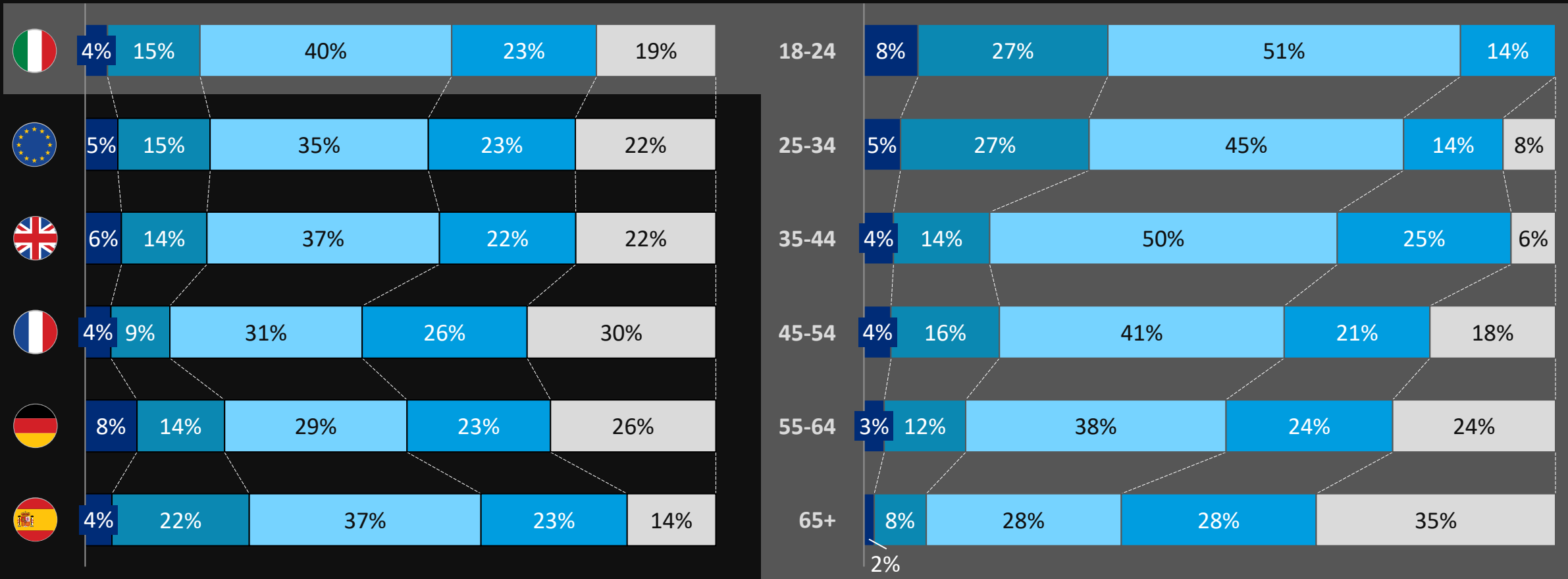
1. Include sito web / chat online, sito web terze parti, app, social media, E-mail. | Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

L'81% DEGLI INTERVISTATI È ISCRITTO A PIATTAFORME STREAMING IN ITALIA, SOPRA LA MEDIA EUROPEA, A GUIDARE LE FASCE UNDER 45

A quali piattaforme streaming è iscritto?

% di intervistati, numero di piattaforme riportate

6+ 4-5 2-3 1 Nessuna



Fonte: Oliver Wyman CMT Global Consumer Survey 2023.

DAL SURVEY EMERGONO TRE DOMANDE CHIAVE PER IL SETTORE DELLE TELECOMUNICAZIONI IN ITALIA

Domande strategiche per il settore Punto di vista Oliver Wyman

SVILUPPO FTTH: A CHI L'ONERE?

Agli operatori, a cui però i clienti non sono disposti a riconoscere un premio, o alle istituzioni?

- Lo sviluppo della rete **FTTH è una priorità chiave per la digitalizzazione** del paese; tuttavia il **24%** degli italiani **vorrebbe passare all'FTTH ma non ci riesce**
- **Soltanto le istituzioni**, Stato e Comunità Europea **o investitori istituzionali**, con orizzonti di investimento di lungo termine, **possono sostenerne lo sviluppo**
- Questo sta in parte avvenendo tramite l'erogazione dei **fondi PNRR**, ma gran parte **rischio è ancora ribaltato sugli operatori; lo Stato dovrebbe entrare in prima linea**

5G: COME MONETIZZARLO?

Contrariamente al comune sentire, i giovani sono quelli più disposti a pagare un premio

- Il **65% dei giovani è disposto a pagare un premium per il 5G** vs. una media del 43%
- Ad oggi, gli **operatori main mirano ai giovani con i loro brand Low-Cost**, che spesso non offrono il 5G; è necessario **ripensare le offerte indirizzate ai clienti più giovani**, facendole evolvere ad offerte premium per qualità e velocità della connessione

CANALI: COME È POSSIBILE CAMBIARE IL PARADIGMA DEI FISICO A DIGITALE?

- I clienti **italiani prediligono ancora i canali fisici sia in acquisto che in assistenza**, se confrontati verso il resto d'Europa; tutti gli **operatori telco** dovrebbero porsi come **promotori del passaggio da canali fisici a digitali**, investendo fortemente in questi ultimi
- È necessario che gli investimenti non si limitino al mero marketing sui canali digitali (i.e. acquisto di keywords) ma considerino **una rivoluzione della digital customer journey** che metta il cliente realmente al centro

PRESUPPOSTI E LIMITI DI UTILIZZO DELLA RELAZIONE

Il presente rapporto è stato predisposto per l'utilizzo esclusivo del cliente di Oliver Wyman qui menzionato. Esso non potrà essere immesso in canali di circolazione generale o ad essere pubblicato, né riprodotto, né citato e/o distribuito per qualsiasi scopo senza la preventiva autorizzazione scritta di Oliver Wyman. Oltre che al cliente di Oliver Wyman qui menzionato, il presente rapporto non è stato predisposto per alcun altro beneficiario e Oliver Wyman declina ogni sua responsabilità nei confronti di eventuali terzi.

Le informazioni acquisite da terzi in virtù delle quali è stato redatto, in tutto o in parte, il presente rapporto sono state valutate come attendibili da Oliver Wyman, ma, salvo espressa e contraria indicazione, non hanno formato oggetto di una verifica indipendente. Le informazioni di natura pubblica e i dati statistici e industriali citati nel rapporto provengono da fonti considerate attendibili da Oliver Wyman; nondimeno, Oliver Wyman non assume alcun impegno o garanzia sulla precisione e completezza di tali informazioni. Le valutazioni inserite nel presente rapporto potrebbero contenere previsioni fondate solo su dati disponibili al momento della redazione e/o sullo studio di andamenti storici verificatisi. Poiché ognuna di tali previsioni è soggetta, come qualsiasi giudizio di natura prognostica, agli inerenti rischi e incertezze, Oliver Wyman declina ogni responsabilità per i risultati effettivi e/o eventi futuri che si potessero in concreto verificare.

Le opinioni espresse nel presente rapporto sono da considerarsi valide esclusivamente per gli scopi qui indicati, e solo con riferimento alla data del presente rapporto. Oliver Wyman non assume alcun obbligo di aggiornamento del presente rapporto alla luce di eventuali cambiamenti, eventi o condizioni verificatisi successivamente alla data anzidetta.

Resta di esclusiva responsabilità del cliente ogni decisione assunta in relazione all'attuazione o all'utilizzo di qualsiasi indicazione o parere esposto nel presente rapporto. Il presente rapporto, infine non intende costituire una consulenza in tema di investimento né intende fornire alcuna opinione inerente alla congruità di qualsiasi transazione tra qualsivoglia soggetto. Inoltre, questo report non rappresenta consulenza legale, medica, contabile, di sicurezza o di altro tipo. Per ottenere qualsiasi tipo di consulenza, Oliver Wyman consiglia di rivolgersi a un professionista qualificato.

