

TELECOM ITALIA GROUP

Incontro con i Sindacati – 6 giugno 2012

DISTRIBUITO
DA C ISAL
COMUNICAZIONE

Telecom Italia – Domestic Market Incontro con i Sindacati 6 giugno 2012

MARCO PATUANO

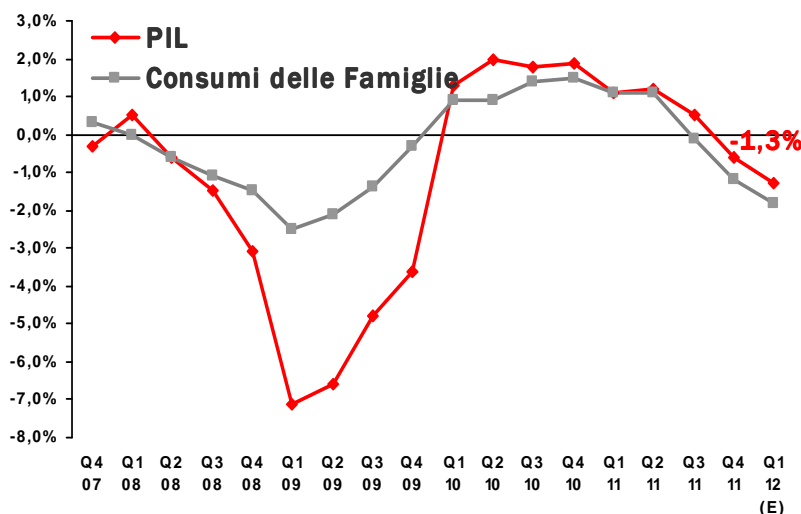
Agenda

- ▶ **Scenario Macro Economico Italia**
- ▶ Andamento del mercato e dinamica competitiva
- ▶ Le sfide tecnologiche
- ▶ Gli elementi della strategia di TI
- ▶ Piano 2012-14 TI Domestic

DISTRIBUITO
DA C
ISAL
COMUNICAZIONE

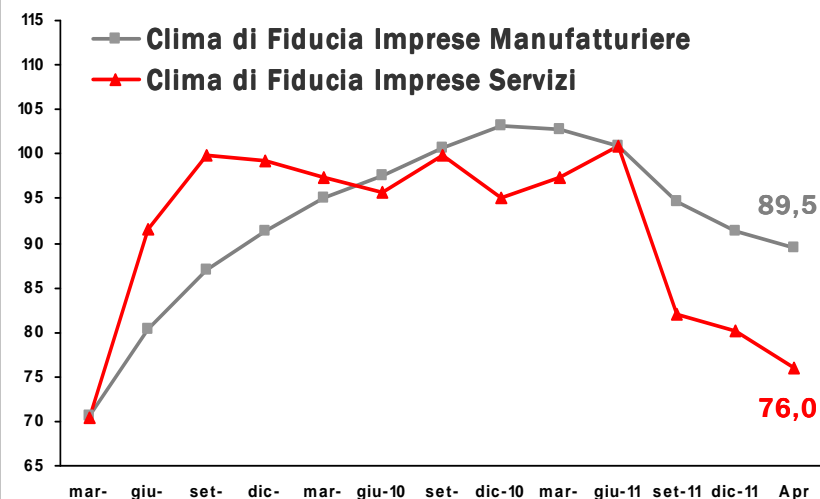
Italia: Contesto Economico e Clima Congiunturale

Trend YoY PIL e Consumi



Fonte ISTAT

Indice Clima di Fiducia

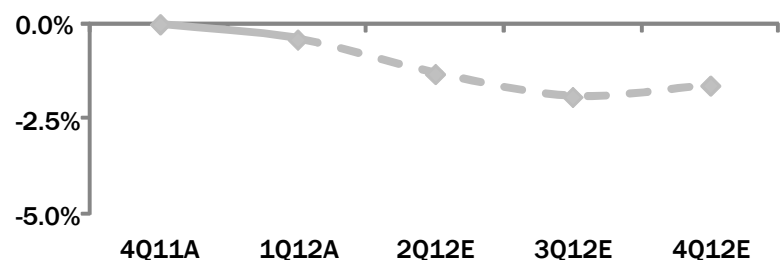


Fonte ISTAT

- ▶ Il PIL nel primo trimestre 2012 si riduce dello 0,8% QoQ e dell'1,3% YoY. La crescita acquisita per il 2012 è pari a -1,3%.
- ▶ La domanda interna (Consumi delle Famiglie) presenta una contrazione per il quarto trimestre consecutivo.
- ▶ Il Clima di fiducia delle imprese ad Aprile presenta un'ulteriore flessione e fa registrare il peggior valore degli ultimi due anni.

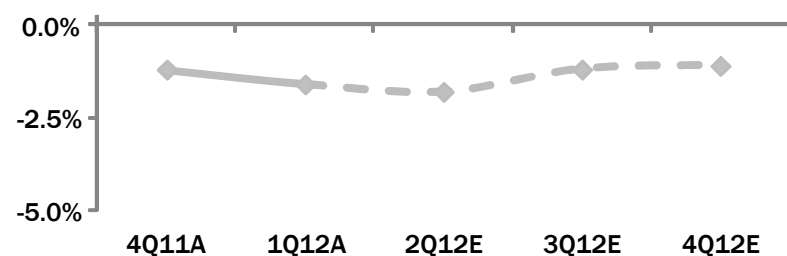
Italia: Le Previsioni Macroeconomiche

Trend YoY PIL



Fonte: Research Dep. Intesa Sanpaolo

Consumi delle Famiglie



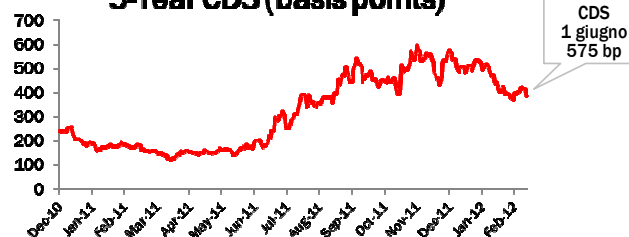
Fonte: Research Dep. Intesa Sanpaolo

Spread BTP - Bund



Italy

5-Year CDS (basis points)



Sovereign Ratings

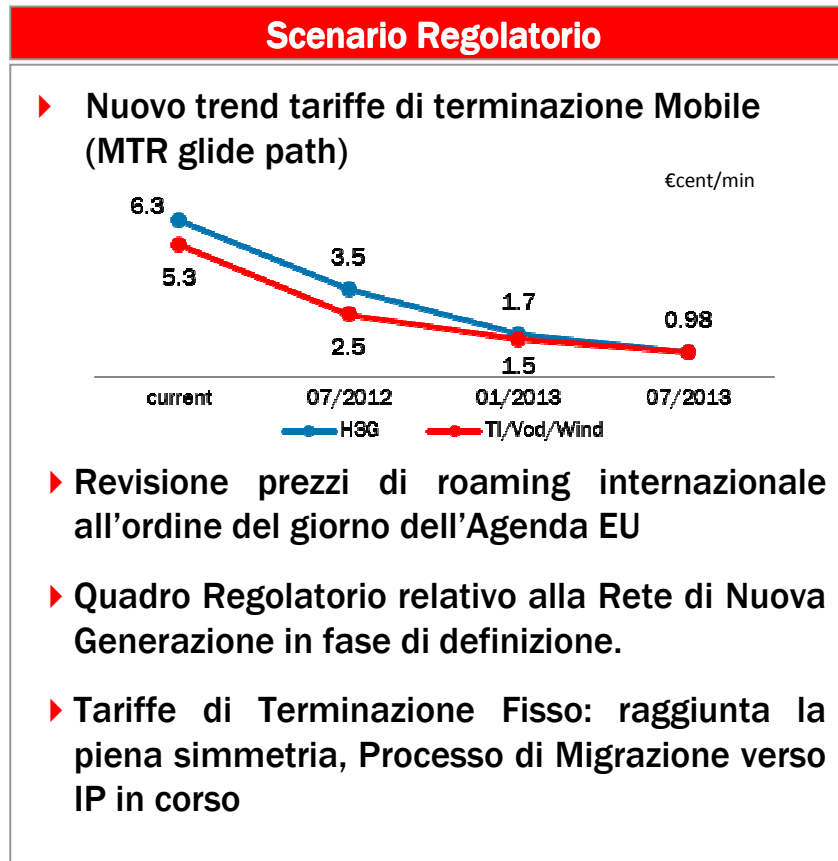
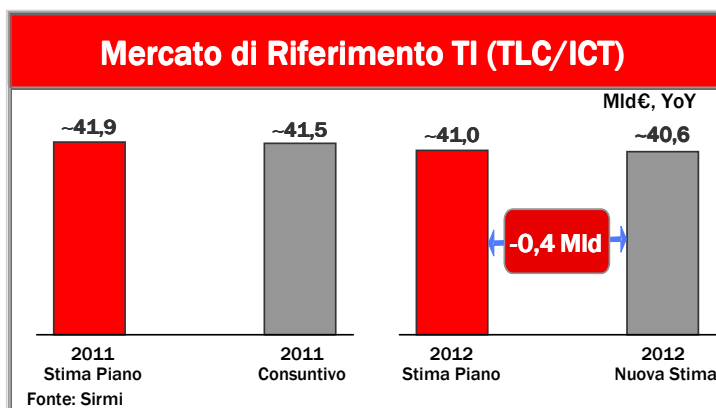
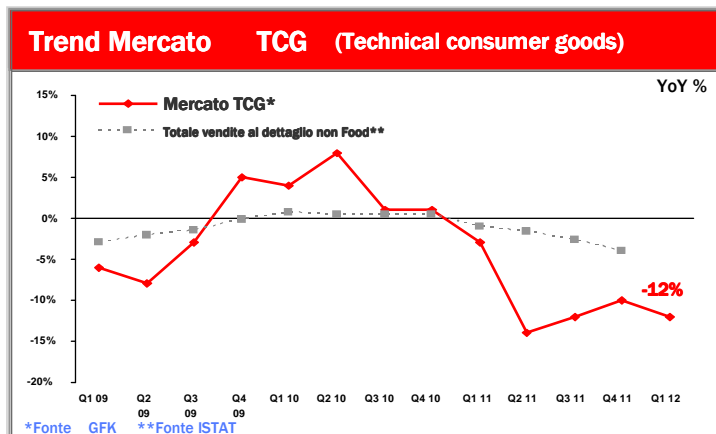
| | 13 Jan 2012 | 13 Feb 2012 | 27 Jan 2012 |
|---------|-------------|-------------|-------------|
| | S&P | Moody's | Fitch |
| Current | BBB+ Neg | A3 Neg | A- Neg |
| Dec-10 | A+ Stable | AA2 Stable | AA- Stable |

- ▶ Alla luce del peggioramento dello scenario macroeconomico, una importante priorità è la riduzione del debito per evitare che il Gruppo sia esposto a grandi rischi finanziari
- ▶ Tale risultato va conseguito con il presidio del Free Cash Flow senza tuttavia pregiudicare il quadro investitorio e in particolare l'Innovazione

Agenda

- ▶ Scenario Macro Economico Italia
- ▶ **Andamento del mercato e dinamica competitiva**
- ▶ Le sfide tecnologiche
- ▶ Gli elementi della strategia di TI
- ▶ Piano 2012-14 TI Domestic

Evoluzione del Mercato Domestico TLC/ICT & Scenario Regolatorio

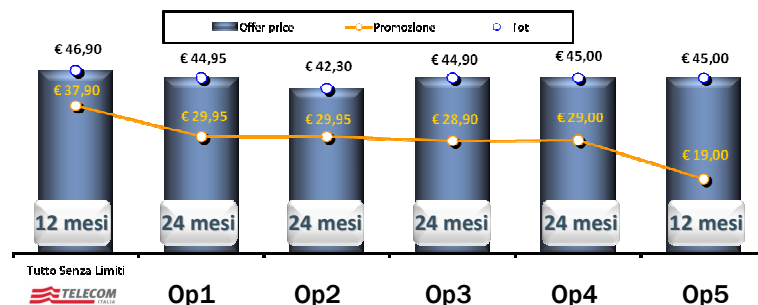


- Il Mercato Technical Consumer Goods conferma il trend di forte flessione (Q1 -12% YoY), con particolare riferimento a Elettronica di Consumo, Informatica ed Office Equipment.
- Il Mercato di Riferimento TI 2011 presenta una contrazione a consuntivo di ca. 400 mln € rispetto alle stime di Piano che si riflette anche nella previsione 2012.

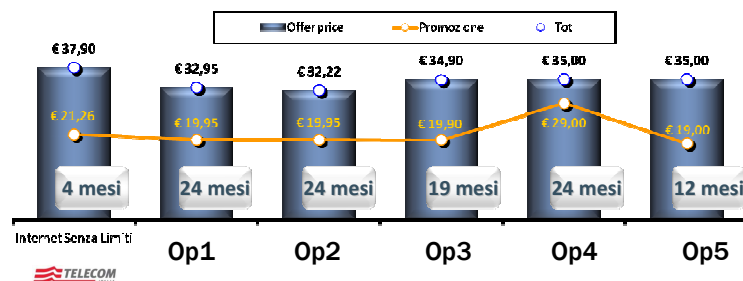
Mercato Domestico TLC: Rimane Alta la Pressione Competitiva

Benchmark Offerte BB Fisso – Maggio 2012

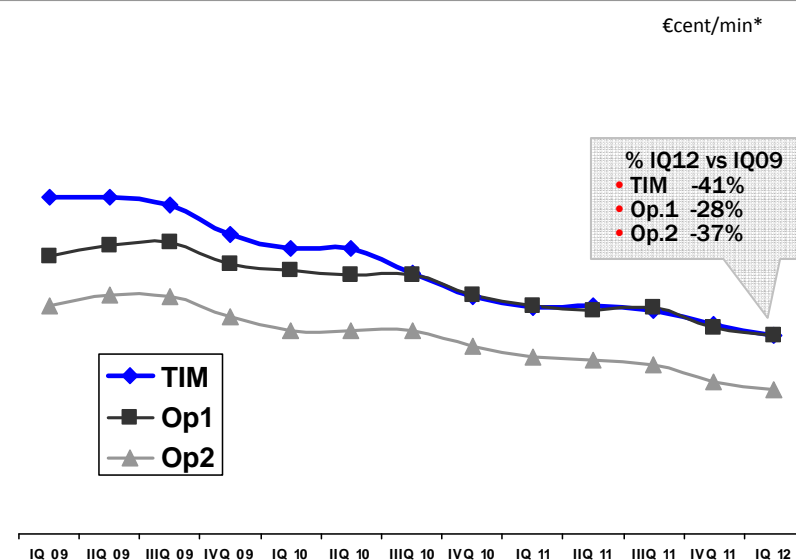
Benchmark Full Flat



Benchmark Adsl Flat – Voce a Consumo



Mobile: Trend Ricavo Medio Voce

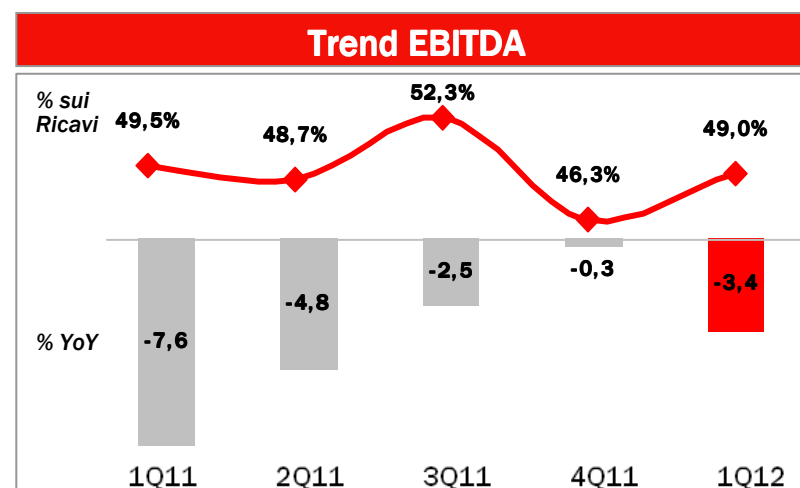
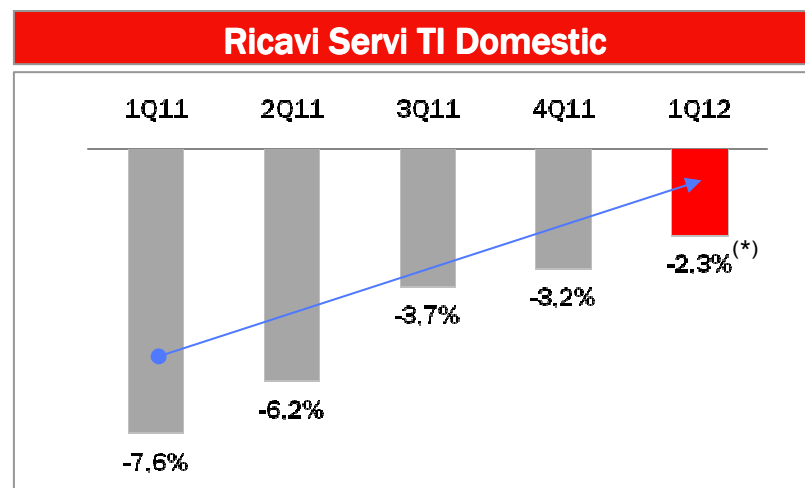


* Totale ricavi da servizi netto VAS retail/Totale volumi (uscente+entrante+visitors)

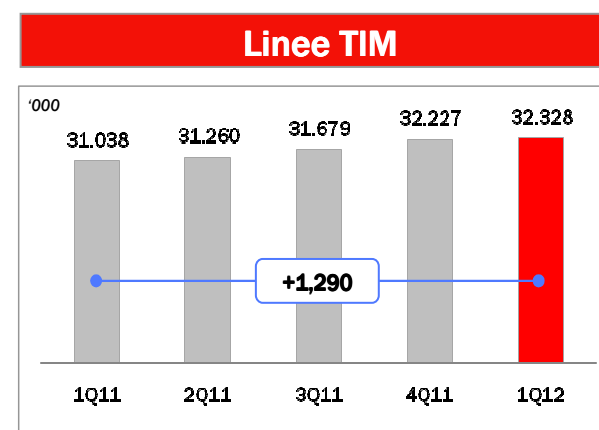
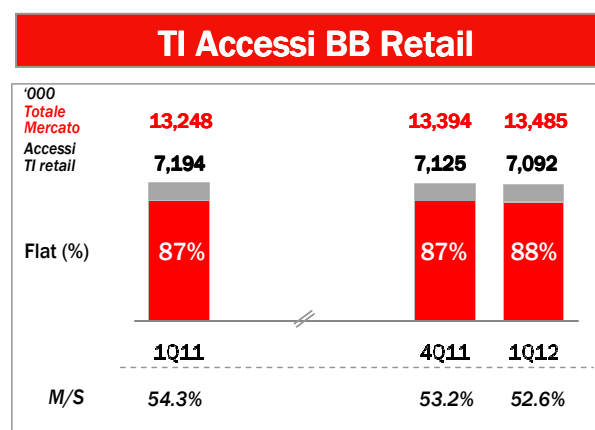
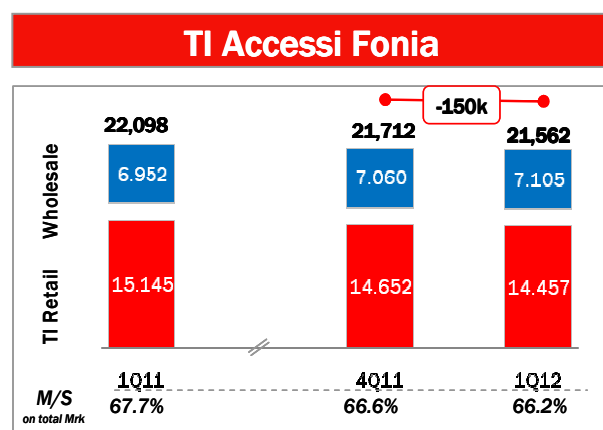
- ▶ Nel mercato BB Fisso rimane alta la pressione competitiva degli Operatori con offerte che consentono al cliente di avere uno sconto fino a 24 mesi sul prezzo di mercato nominale.
- ▶ Nel mercato Mobile continua la costante discesa dei prezzi, indice dell'elevata pressione competitiva

Risultati TI Domestic 1Q 2012: il trend è in miglioramento

Euro mln, Organic data, %



(*) i valori sono al lordo di effetti stagionali 1Q12 beneficia degli effetti dell'anno bisestile



Agenda

- ▶ Scenario Macro Economico Italia
- ▶ Andamento del mercato e dinamica competitiva
- ▶ **Le sfide tecnologiche**
- ▶ Gli elementi della strategia di TI
- ▶ Piano 2012-14 TI Domestic

DISTRIBUITO
DA C ISAL
COMUNICAZIONE

Approccio Convergente di TI verso l'UltraBroadband Fisso e Mobile

Il valore del nostro Core Asset

Rete di
Accesso

- ▶ Asset Chiave sia per il Fisso sia per il Mobile
- ▶ Alta Capillarità
- ▶ Asset Strategico per lo Scenario Economico, Sociale & Regolatorio



Ieri

NGN

Rete Fisso

Oggi: UltraBroadband Pervasivo

UBB

Rete Fisso & Mobile

Super
Internet +

NGAN Fttx

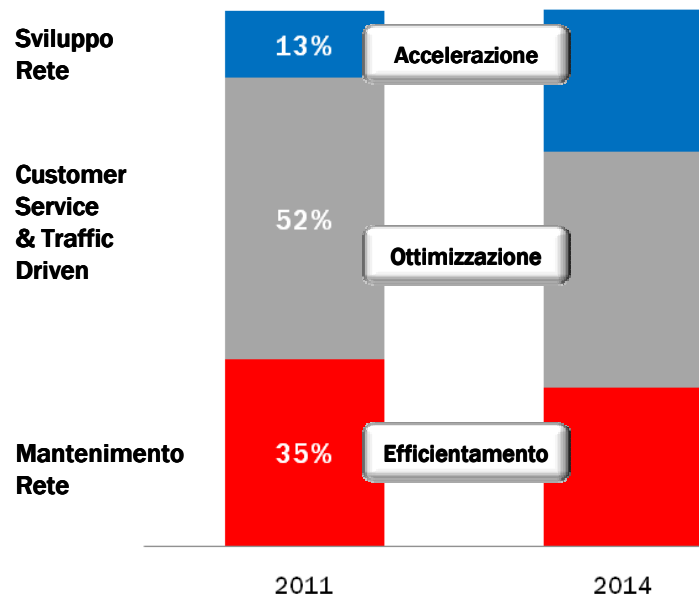
HSPA+

LTE

Rafforzamento della Rete per confermare la Leadership Tecnologica

Allocazione dei Capex di Rete

Capex di Rete



- ▶ Ottimizzare gli Investimenti di Rete per mantenere un'eccellente qualità nei Servizi TLC
- ▶ Incrementare l'effort nello Sviluppo della Rete e nell'Innovazione per confermare la Leadership Tecnologica ed assicurare la "Best Experience" sulla Rete.

Roadmap UltraBB

Sviluppo NGAN

2014

100 Città (incluso tutte le principali) coperte attraverso la Tecnologia FTTH&Cab

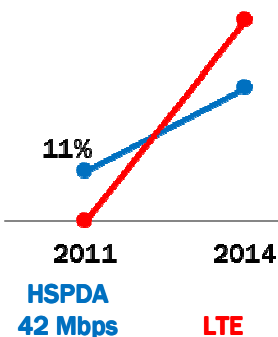
~1/4 delle Unità Abitative con velocità >30 Mb/s



Copertura Mobile

2014

Più del 40% della popolazione italiana coperta da Rete LTE



Piano di Sviluppo NGAN e LTE

Sviluppo NGAN

2012-1H2013

30 città

- ▶ Circa 60% città nel Nord Italia (es. Milano, Torino, Genova);
- ▶ NewCo Trentino NGN con la Prov. di Trento;
- ▶ Circa 20% città nel Centro Italia (es. Roma, Firenze),
- ▶ Circa 20% al Sud (es. Napoli, Palermo e Bari)

2014

100 città

Driver per Piano NGAN:

- ▶ Densità di Popolazione;
- ▶ Fare leva sull'Infrastruttura esistente (es Canaline già presenti nelle maggior parte delle città target)

entro 2020

Verso gli Obiettivi

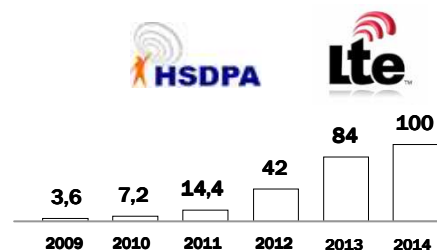
dell'Agenda

Digitale Europea

Sviluppo LTE

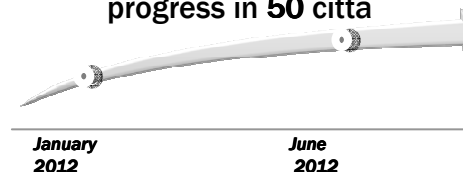
Rafforzamento HSDPA e introduzione Tecnologia LTE (Trial Ongoing)

Velocità Max. (kbps)



Roadmap Copertura 42MB

Copertura 42 Mbps in progress in 50 città



Mantenere un approccio Coordinato Fisso & Mobile

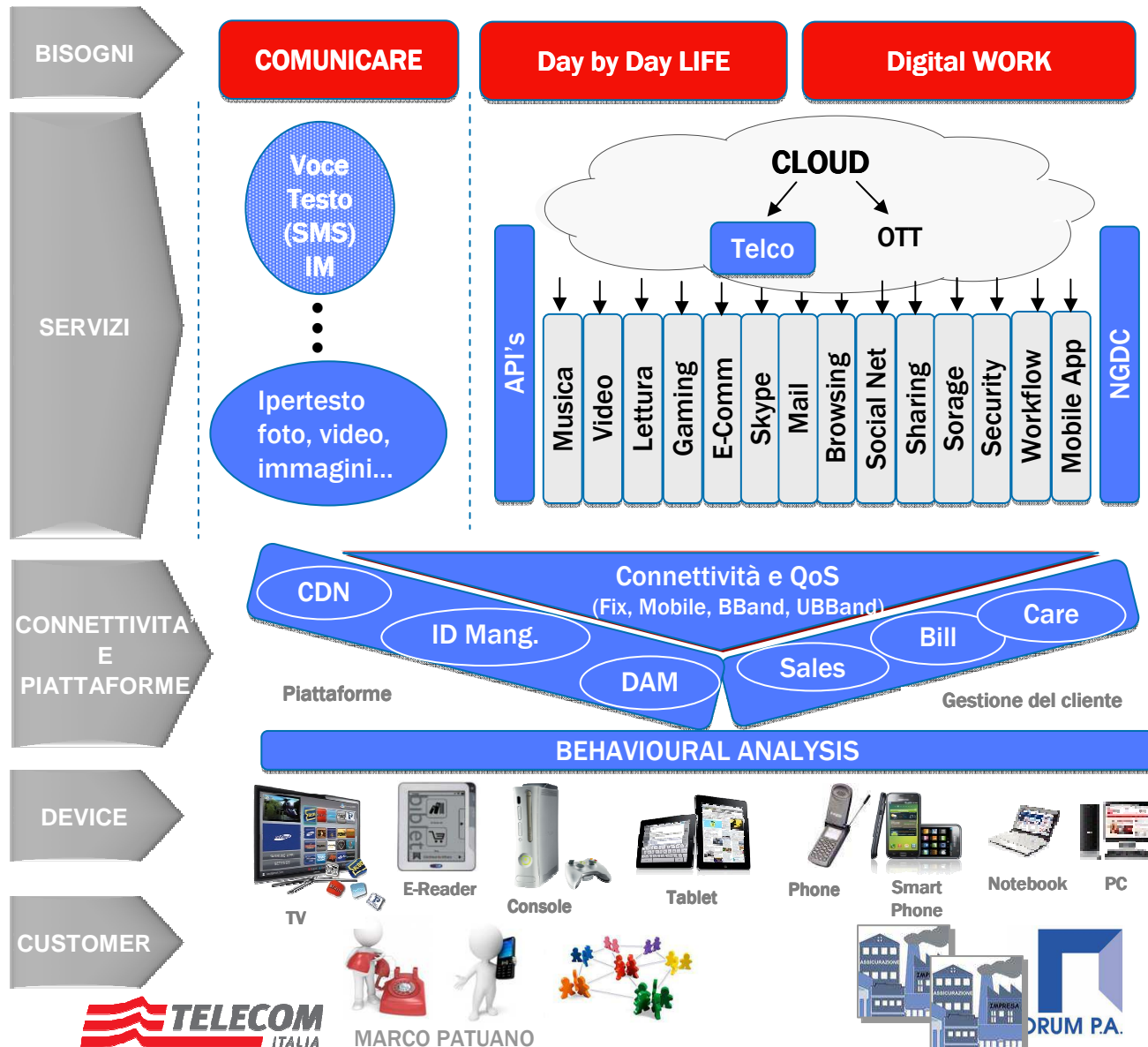
Cloud: «Oltre la Connettività»



Agenda

- ▶ Scenario Macro Economico Italia
- ▶ Andamento del mercato e dinamica competitiva
- ▶ Le sfide tecnologiche
- ▶ **Gli elementi della strategia di TI**
- ▶ Piano 2012-14 TI Domestic

Il Posizionamento di TI



- Il nuovo posizionamento di TI fa leva sulla capacità di offrire **connettività di qualità (da BroadBand a UltraBroadBand)**, **servizi/piattaforme cloud-based** garantendo ampia disponibilità di **APIs**
- In sintesi Telecom Italia intende focalizzarsi su **servizi erogati con livelli di qualità differenziata su scala locale** per i quali può offrire distintività rispetto a quelli erogati best effort su scala globale dagli OTT (es. Google)
- Le energie e gli skill dell'Azienda devono dunque concentrarsi sulla ingegnerizzazione di **soluzioni cloud** e sul presidio di **connettività, piattaforme e processi eccellenti di gestione del cliente**

I Driver Strategici e di Efficienza per TI



Alcune Azioni Esemplificative

Principali Azioni Strategiche

- **Apprendistato, Formazione
Riqualficazione Personale**
- **Collaborazione Imprese-Università**
- **Nuovi Modelli di Business Internet Driven**
- **Ultrabroadband e Cloud**
- **Investimenti in Tecnologia**
- **Miglioramento Customer Satisfaction dei
Brand TI-TIM**
- **Territorio come asset distintivo**

Nuovi Modi di Fare Efficienza

- **Fornitori “Green”**
- **90% Acquisti da Vendor Italiani**
- **Riduzione emissioni come leva
competitiva**
- **Efficienza energetica Stazioni
RadioMobili**
- **Accordo Sostenibilità Ministero Ambiente**
- **Flotta Aziendale Bifuel/Elettrico**
- **Risparmio energetico da PC Tramite
Cloud**
- **Certificati Bianchi**

Agenda

- ▶ Scenario Macro Economico Italia
- ▶ Andamento del mercato e dinamica competitiva
- ▶ Le sfide tecnologiche
- ▶ Gli elementi della strategia di TI
- ▶ **Piano 2012-14 TI Domestic**

Piano 2012-14 – Key Driver TI Domestic

| TI DOMESTIC | |
|---|------------------|
| Difesa dei Ricavi <ul style="list-style-type: none">▶ Proteggere il Valore dei Servizi Tradizionali▶ Migliorare la Performance sull'Offerta Fisso Broadband▶ Cavalcare profittevolmente la crescita del Mobile Broadband | Capex Allocation |
| Efficienza Opex <ul style="list-style-type: none">▶ Focus continuo sul miglioramento dell'Efficienza▶ Mantenimento della Qualità come Asset Distintivo | |
| Sviluppo Network Selettivo <ul style="list-style-type: none">▶ Approccio Market-driven per sfruttare la domanda dell' Ultra Broadband | |

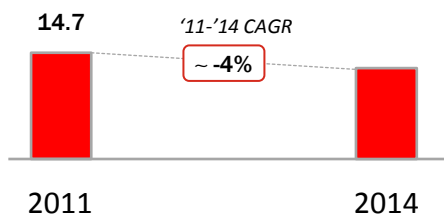
Business Fisso: Difesa del Valore

Incremento Valore Accesso

- ▶ Incremento penetrazione Offerte flat/bundle
- ▶ Focus sui clienti prospect per migliorare il win-back
- ▶ Affinamento della Segmentazione per indirizzare Nuovi Target
- ▶ Proteggere la CB lock-in attraverso prodotti innovativi e nuove proposte commerciali

Trend Accessi Fisso

mln



Miglioramento della Broadband Experience

- ▶ Ampliamento del portafoglio di opzioni aggiuntive (es. Super Internet, Internet Play)
- ▶ Approccio "Caring Proattivo"
- ▶ Sinergie con Negozi TIM per incrementare le vendite BB

Penetrazione BB sulla CB TI

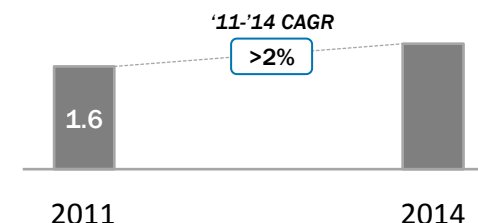


Sostegno al Posizionamento Premium

- ▶ Arricchimento dell'Offerta
- ▶ Ampliamento Portafoglio per Contenuti e Applicazioni in bundle
- ▶ Qualità e Livello di Servizio differenziata in funzione del Valore del Cliente

Ricavi da Servizi Broadband

Euro Mld



Business Mobile: Cavalcare la crescita del Mobile Broadband

Crescita Customer Base

- ▶ Mantenere la leadership sulle Acquisizioni focalizzandosi sulla Qualità e sul Valore
- ▶ Maggiore focus su Offerte segmentate con uso limitato e mirato della leva prezzo

Incrementare la Loyalty

- ▶ Ottimizzazione delle Campagne CRM attraverso una più profonda conoscenza del Cliente (profiling e social network analysis)
- ▶ Focalizzazione sulle offerte bundle e lock-in customizzate per segmento

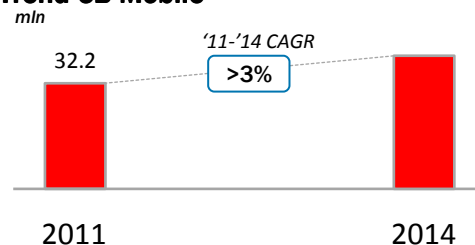
BroadBand Mobile

- ▶ Continuare il push sui bundle smartphone/servizi e pack per il mass market
- ▶ Attività CRM estesa ai Servizi Dati
- ▶ Introduzione Offerte PREMIUM a più alta velocità, migliore qualità di Rete e Priorità Radio

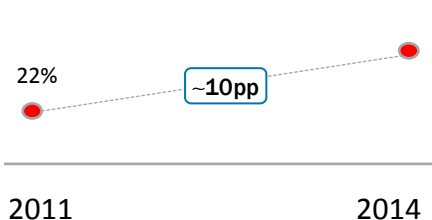
Leadership Tecnologica

- ▶ Introdurre innovazione nel Mass-Market facendo leva sulla leadership tecnologica
- ▶ Sfruttare la forza riconosciuta al brand TIM in termini di affidabilità per guidare l'evoluzione della tecnologia LTE

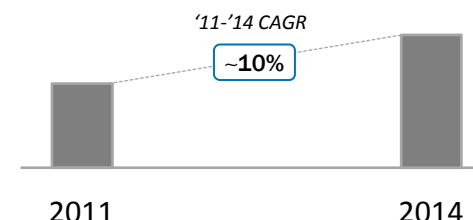
Trend CB Mobile



Penetrazione Mobile BB su CB TIM

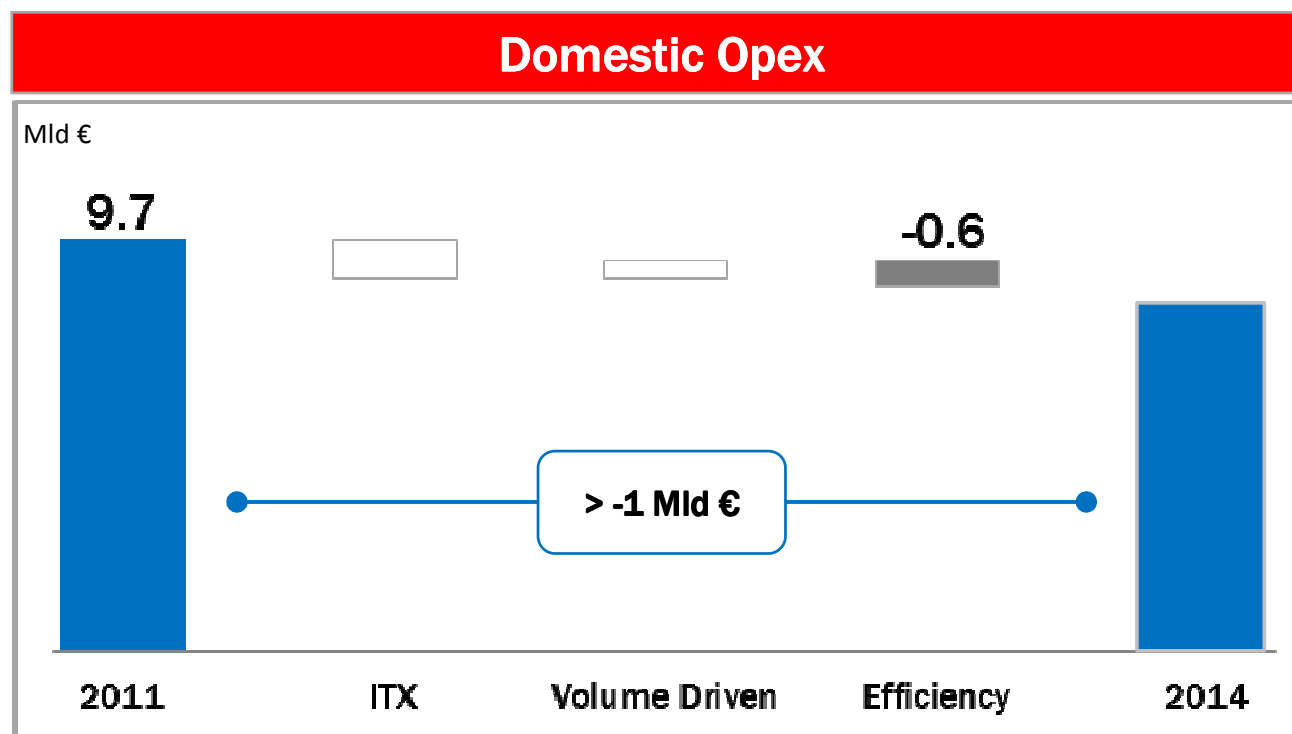


Trend Ricavi BB Mobile BB



Efficienza nei Processi di Re-engineering

DISTRIBUITO
DA C ISAL
COMUNICAZIONE



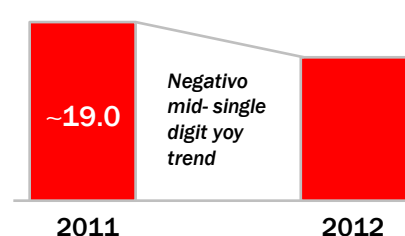
- Razionalizzazione Opex 12-14 per 1.0 Mld€ di cui 0.6 Mld € per Efficienze e 0.4 Mld€ su driver commerciali

Take-aways sui principali Trend TI Domestic

Ricavi

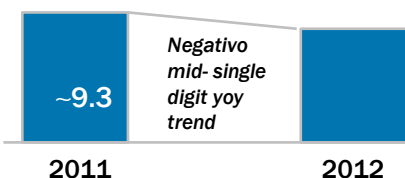
- ▶ La pressione macro-economica, la commoditizzazione dei Servizi Tradizionali e il trend in riduzione delle tariffe di Terminazione Mobile delinano una riduzione del trend dei Ricavi della Consumer e delle Aziende, parzialmente compensati dalla crescita dei ricavi da Browsing e da Servizi Innovativi.
- ▶ Per il 2012, ci aspettiamo una diminuzione dei ricavi YoY sulla Top Line “mid-single digit”

Euro Mid, Organic data



EBITDA

- ▶ Controllo dei Costi: misure di efficienza e di ottimizzazione dei modelli di caring e go-to-market per contrastare l'erosione del margine.
- ▶ Per il 2012, ci aspettiamo un EBITDA con un trend simile ai Ricavi, con un EBITDA margin sostanzialmente stabile.



Capex

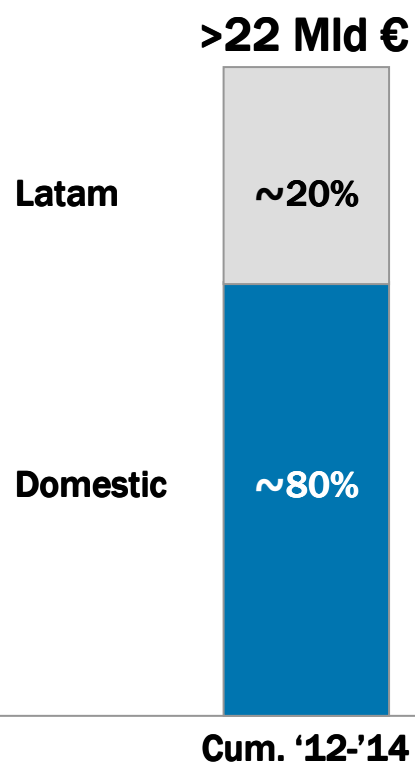
- ▶ Difesa leadership tecnologica, Accelerazione sviluppo Reti UBB e Cloud, Recupero qualità Rete Mobile, IP-zzazione Rete, Stabilizzazione effort su capex commerciali
- ▶ TI Domestic 2012 Capex: “Almost Stable vs 2011” (crescita prevista sulle componenti di Innovazione e Sviluppo Rete Mobile)
- ▶ Si prevede un investimento di circa 9M.di€ nel triennio 2012-14



2011-2013 Confermati i Target relativi alla Riduzione del Debito

Generazione di Cash Flow (EBITDA- Capex)

Organic Data*



Posizione Finanziaria Netta Adjusted**

