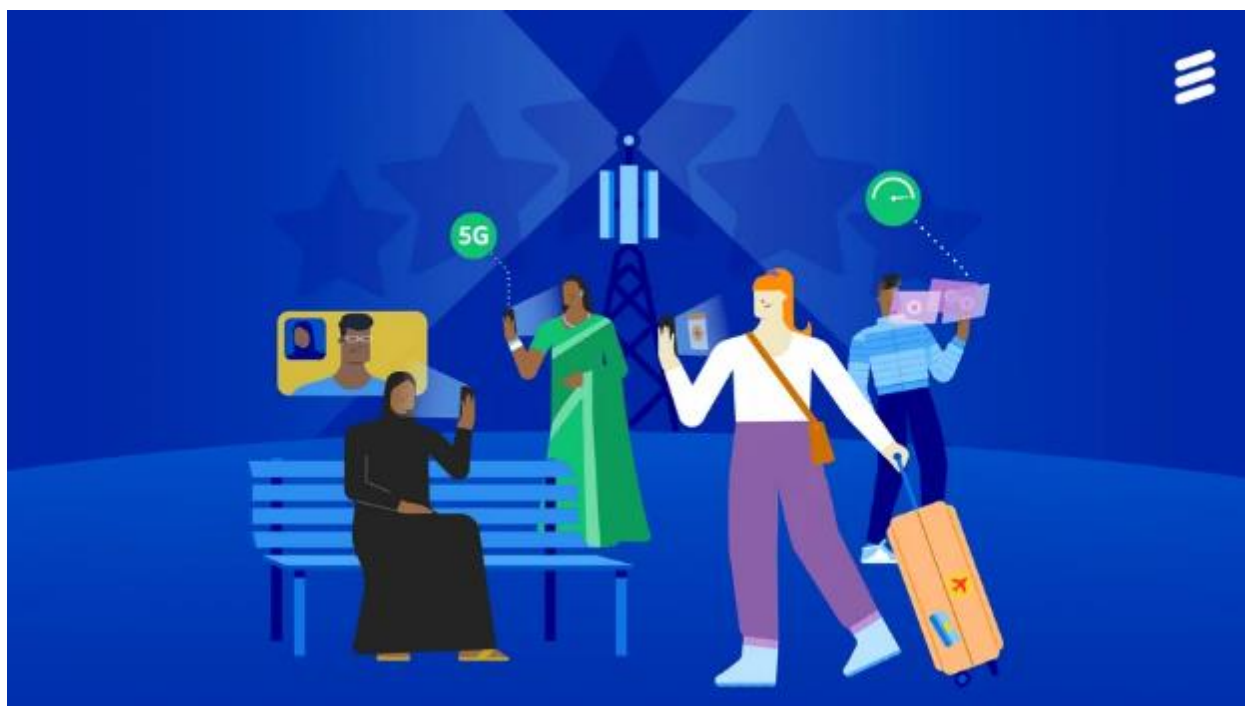


5G in Italia: i consumatori vogliono più qualità, copertura indoor e applicazioni evolute

- Secondo il nuovo report di Ericsson Consumer Lab “5G Value: Turning Performance into Loyalty” in aumento la soddisfazione dei consumatori italiani per il 5G
- I consumatori che sperimentano problemi di connettività 5G in ambienti indoor sono due volte più propensi a cambiare operatore
- Circa un utente smartphone 5G su sei si dichiara disposto a pagare di più in cambio di prestazioni di rete superiori o di una qualità di servizio prioritizzata

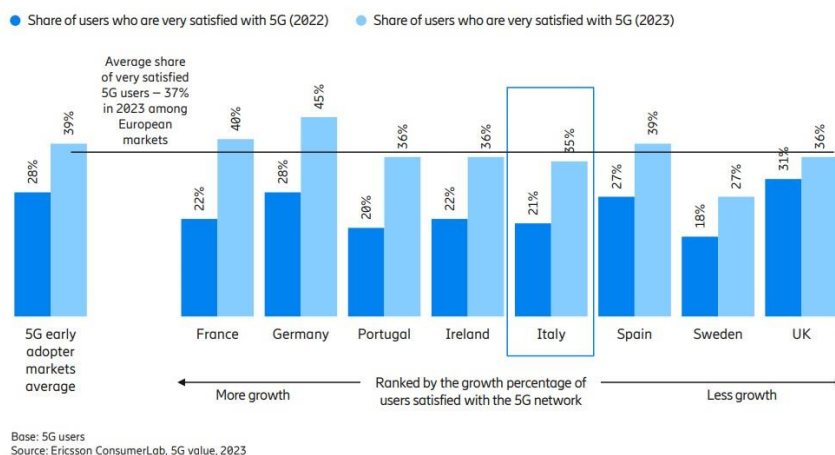


Il livello di soddisfazione dei consumatori italiani rispetto al 5G è aumentato di **14 punti percentuali** in un solo anno. Secondo le dichiarazioni degli intervistati, stanno cambiando anche i fattori che influenzano il livello di soddisfazione. Si passa da considerazioni sulla copertura geografica del 5G a metriche più basate sull'esperienza, come la qualità dello streaming video e la disponibilità del 5G dentro le mura domestiche.

È quanto emerge da [“5G Value: Turning Performance into Loyalty”](#), il nuovo rapporto dell’Ericsson ConsumerLab sulla fidelizzazione dei clienti e sulle opportunità di business legate alla nuova generazione di reti mobili.

5G network satisfaction is improving

Percentage-point increase in 5G overall network satisfaction, Apr–May 2022 versus May–Jun 2023



14%

The number of users highly satisfied with overall 5G network performance has increased by 14 percent year-on-year in Italy

Il rapporto rivela inoltre che **esperienze di connettività 5G insoddisfacenti** in luoghi chiave come stadi, arene di intrattenimento e aeroporti possono rendere i clienti fino a due volte **più propensi a cambiare operatore**. Emerge quindi la grande importanza di avere un servizio capace di garantire prestazioni adeguate ovunque – e sempre più **anche in ambienti indoor** - per mantenere la fiducia di una clientela che cambia operatore con una certa facilità, dato che il **29%** degli utenti italiani ha affermato di averlo fatto da quando c'è stato il lancio commerciale del 5G nel nostro paese. Tra questi, ben il **39%** lo ha fatto a causa dei problemi riscontrati nelle prestazioni (copertura outdoor e indoor, stabilità della connessione, velocità) della rete 5G.

Riccardo Mascolo, Direttore Strategia di Ericsson in Italia, commenta: *"È interessante notare come circa un utente di smartphone 5G su sei, abbia espresso una chiara preferenza di voler accedere a una connettività con qualità differenziata. Piuttosto che accontentarsi di prestazioni 5G generiche, questi utenti sono attivamente alla ricerca di prestazioni di rete elevate e costanti, in particolare per determinate applicazioni molto esigenti, come il cloud gaming o le video conferenze, o per connettersi in alcuni luoghi specifici. La ricerca mostra che sarebbero disposti a pagare un premio dell'8% qualora l'operatore mobile dovesse offrire loro questa possibilità."*

Un'analisi condotta da Ericsson sull'offerta 5G di 105 operatori attivi in 30 diversi mercati svela che circa il 13% ha già iniziato a proporre **offerte basate sulla qualità del servizio**, con differenti caratteristiche. Ad

esempio l'offerta "5G Stock Pro" di 3 Hong Kong alloca maggiori risorse e l'utilizzo prioritario della rete per migliorare l'esperienza di un'applicazione di trading azionario; l'offerta di China Unicom "Super Live Streaming" offre priorità sull'uplink (ovvero la trasmissione dei dati); il servizio "ProPing" di Ooredoo Kuwait offre un piano premium con bassa latenza per il mobile gaming su rete 5G.

Gli operatori che stanno cavalcando questa tendenza sono principalmente quelli che hanno già lanciato il 5G standalone (SA), che consente loro di utilizzare più facilmente il network slicing e di fornire API agli sviluppatori API per creare applicazioni "quality on demand", soddisfare le esigenze più evolute e creare quindi nuove opportunità di monetizzazione del 5G.

Dalla ricerca Ericsson emerge, infine, un ultimo insight a cui gli operatori possono guardare con attenzione. La disponibilità di **pacchetti di servizi innovativi** ha un ruolo fondamentale nell'incentivare l'esplorazione e adozione di applicazioni video avanzate, specie nei mercati in cui questi servizi sono facilmente disponibili.

Continua **Mascolo** di Ericsson: *"Lo studio sottolinea infatti che il 56% di utenti 5G italiani con accesso a questo tipo di bundle, dichiara di destinare quasi il 60% del suo tempo allo streaming di contenuti video avanzati, in particolare applicazioni di realtà aumentata (AR)". Al contrario, gli utenti che non dispongono di pacchetti di servizi di questo tipo dedicano meno della metà del loro tempo ai contenuti immersivi*".

Riassumendo, per sbloccare il valore del 5G sarà necessario per gli operatori considerare **quattro aspetti chiave**.

- Una volta diffuso il 5G, **dare priorità alla copertura indoor e alle ottimizzazioni di rete** per soddisfare streaming video, cloud gaming e altre applicazioni popolari, in grado di aumentare la soddisfazione degli utenti.
- Offrire **pacchetti di servizi innovativi** per sfruttare la crescente domanda di nuovi formati video e AR, trainata dal 5G.
- Dare priorità al **miglioramento delle prestazioni 5G nei luoghi chiave**, per aumentare la fedeltà dei consumatori e ridurre al minimo i tassi di abbandono.
- Esplorare **strategie di monetizzazione del 5G basate su velocità massime, pacchetti di contenuti e prezzi basati sulla Qualità del Servizio**, sfruttando le funzionalità del 5G Standalone e la segmentazione mirata.

METODOLOGIA

Per la ricerca sono stati intervistati online circa 37.000 consumatori, tra cui 10.000 utenti 5G attivi in 28 mercati, nei mesi di maggio e giugno 2023. La portata dell'indagine è rappresentativa delle opinioni di circa 1,5 miliardi di consumatori e 650 milioni di utenti 5G. Il rapporto fa parte della serie di ricerche ConsumerLab che dal 2019 segue l'evoluzione del mercato dei consumatori 5G. In Italia sono stati intervistati 1220 consumatori, di cui 460 utenti 5G attivi. Il campione italiano è rappresentativo delle opinioni di circa 33 milioni di consumatori e 9 milioni di utenti 5G.

Link correlati

[Ericsson ConsumerLab: the voice of the consumer](#)

[Ericsson ConsumerLab: 5G Reports](#)

COMUNICATO STAMPA

6 novembre 2023



NOTE PER I GIORNALISTI

Media kit, informazioni di background e foto in alta risoluzione disponibili qui www.ericsson.com/press

Report completo e documento con i dati italiani disponibili qui: <https://www.primapagina.it/materiali-ericsson-consumerlab-5g-value-report/>

SEGUICI

Ricevi i comunicati stampa Ericsson iscrivendoti [qui](#)

Per i blog post Ericsson iscriviti [qui](#)

<https://www.twitter.com/ericssonitalia>

<https://www.facebook.com/ericssonitalia1918>

<https://www.linkedin.com/company/ericsson>

MAGGIORI INFORMAZIONI:

[Ericsson Newsroom](#)

Francesco Peluso, Head of Communications – Ericsson Italia

francesco.peluso@ericsson.com - Cell. 347/3196837

Ufficio stampa - Prima Pagina Comunicazione

ericsson@primapagina.it

ERICSSON

Ericsson consente ai fornitori di servizi per le telecomunicazioni di cogliere appieno il valore della connettività e sfruttarne i vantaggi. Il portafoglio di soluzioni dell'azienda comprende le seguenti aree di business: Networks, Cloud Software and Services, Enterprise Wireless Solutions, Global Communications Platform e Technologies and New Businesses. È progettato per supportare i nostri clienti nel loro processo di digitalizzazione, aumentare l'efficienza e generare nuovi ricavi. Gli investimenti in innovazione sostenuti da Ericsson hanno portato i vantaggi della telefonia mobile e della banda larga mobile a miliardi di persone in tutto il mondo. Le azioni Ericsson sono quotate al Nasdaq di Stoccolma e al Nasdaq di New York. www.ericsson.com