

Indice

“QUATTRO ANNI PER AZZERARE IL DIGITAL DIVIDE IN TUTTA ITALIA”	2
CINQUE MILIONI DI PERSONE E 350 MILA AZIENDE SENZA ADSL	3
LE IMPRESE CONOSCONO IL WEB MA LO USANO ANCORA POCO E MALE	4
BANDA LARGA: PERCHÉ IL FUTURO NON PUÒ CHE PASSARE DAL WEB	5
MOSSA DI HINDUJA SU OLIMPIA-TELECOM, VOLA PIRELLI E IL GRUPPO TELEFONICO COMPLETA LA SQUADRA.....	7
WIND: SINDACATI, SCIOPERO CONTRO ESTERNALIZZAZIONE 270 ADDETTI	7
2010, PENETRAZIONE DEL BROADBAND ITALIANO AL 70%	8

“QUATTRO ANNI PER AZZERARE IL DIGITAL DIVIDE IN TUTTA ITALIA”

Affari e Finanza, 15 gennaio 2007

Stefano Carli

«La banda larga è una delle priorità di questo paese. Lo ha detto anche il presidente del Consiglio Romano Prodi nel suo intervento di fine anno e noi abbiamo già iniziato a muoverci in questa direzione. E il punto di partenza è che ormai la banda larga va considerata un nuovo servizio universale, come il telefono, come le poste nel secolo scorso. Per questo abbiamo fissato l'obiettivo di dare il 100% di copertura a banda larga entro la fine della legislatura, per questo abbiamo creato il Comitato per la Banda larga con il ministro dell'Innovazione Luigi Nicolais e delle Autonomie Locali, Linda Lanzillotta».

Paolo Gentiloni, come ministro delle Comunicazioni, è il terzo componente del Comitato nato ufficialmente alla fine dello scorso dicembre. Da lui dipendono in particolare le strategie per le infrastrutture di tlc del paese: le reti di trasmissione, via cavo e via radio, i telefoni, Internet, la tv.

Secondo gli ultimi rilevamenti la banda larga è già disponibile potenzialmente per l'88% della popolazione. Visto così, il vostro non sembra un obiettivo difficile da raggiungere.

«Bisogna andare oltre i numeri. E per questo parliamo di servizio universale, per andare alla sostanza del vero obiettivo, che è di annullare il digital divide. Il problema è complesso e va affrontato da diversi punti di vista. Intanto, quello dell'offerta di connessione e quello della domanda di nuovi servizi. Il fatto che gran parte della popolazione urbanizzata disponga potenzialmente di connessioni a banda larga dice solo la metà della realtà. Se andiamo a guardare una cartina dell'Italia con la copertura territoriale, vediamo che ci sono aree molto vaste ancora prive di infrastrutture di questo tipo. E non parliamo solo delle montagne o del Sud. Ci sono vaste aree anche in regioni ricche come il Piemonte prive di accessi a banda larga. Portare l'infrastruttura anche lì, come sta facendo la Regione, significa portare quei territori in una prospettiva di sviluppo».

Obiettivo ambizioso. E soprattutto costoso. Da dove arriveranno le risorse?

«Ci sono già molte iniziative in corso promosse da Regioni ed Enti locali. In più ci sono iniziative e risorse che fanno capo all'amministrazione centrale. Si tratta di ottimizzare tutto questo, attraverso un lavoro di coordinamento che farà il Comitato per la Banda Larga. Ma la cosa che mi preme sottolineare a questo proposito è che non vogliamo mettere il cappello in testa agli enti locali ma solo evitare sprechi di risorse. Ci sono 6700 milioni di investimenti in corso da parte degli enti locali. Se a questi soldi aggiungiamo le iniziative statali, la dotazione di Infratel e altri fondi, arriviamo oltre il miliardo di euro di risorse. Un grande investimento che si farà in tutti i Paesi Europei: realizzare un collegamento alle reti di prossima generazione costerà qualcosa come 800/900 euro a persona».

Ma non c'è solo la rete fissa.

«Sì, è vero, e c'è stato qualche ritardo. Ma lo stiamo risolvendo. Entro l'inizio dell'estate prossima, per esempio, partirà il WiMax».

Avete risolto tutti i problemi con il ministero della Difesa?

«C'è l'impegno con il ministro Parisi. Un impegno che ha effetto immediato. Intanto il ministero libera subito i primi due blocchi di frequenze (ognuno di 35 mhz). Poi libererà progressivamente anche le altre frequenze. Nel frattempo si definiranno più precisamente gli impianti della Difesa che dovranno effettivamente essere spostati e si avranno anche le idee più chiare rispetto al valore delle frequenze attraverso il meccanismo di aggiudicazione che sarà stato a quel punto definito».

Quindi per ora è stato accantonato il problema dei soldi con cui sostenere il trasferimento degli impianti della Difesa?

«Non accantonato, sarà risolto. Adesso mancano alcuni passaggi e poi saremo pronti».

Quali ancora, esattamente?

«Entro la fine del mese l'Autorità per le tlc avrà concluso la sua consultazione pubblica. Nel frattempo, nelle prossime settimane, il ministero selezionerà l'advisor del processo. Poi servirà ancora qualche settimana all'Authority per trasmettere al ministero la griglia delle caratteristiche del percorso di assegnazione delle licenze. A quel punto il ministero indirà la gara. Per l'inizio dell'estate tutto questo va completato. Poi si tratterà di realizzare la trasformazione graduale dell'Adsl in reti di prossima generazione. E anche in questa occasione il Comitato per la banda larga avrà modo di intervenire».

Perché?

«Proprio per la sua natura di cabina di coordinamento di tutti i soggetti coinvolti in queste iniziative: lo Stato centrale e gli enti locali, il settore pubblico e i privati. Pensiamo che può essere il soggetto ideale per garantire l'accelerazione di tutti gli atti necessari alla realizzazione delle nuove reti».

Nel senso di sveltire i passaggi burocratici?

«Sì, certo. E proprio perché agiremo in coordinamento con gli enti locali. Il tutto deve essere portato avanti in modo trasparente. Lo stesso Comitato metterà le sue attività in Rete: apriremo un sito Internet e produrremo un rapporto semestrale sulla nostra attività».

Rassegna stampa 9-15 gennaio 2007

Questo quanto al versante dell'offerta di connessione e delle infrastrutture. Ma dovrete far qualcosa anche per stimolare i nuovi servizi e la domanda.

«Sì. L'alta percentuale di popolazione potenzialmente in grado di accedere alla banda larga non fa che rendere ancora più evidente che invece il nostro tasso di utilizzo è basso. Solo il 15% della popolazione utilizza oggi accessi superveloci ad Internet. E questo vuol dire che il problema non è la copertura ma è un problema più radicale: l'alfabetizzazione informatica degli italiani. Infatti se andiamo a vedere il tasso di utilizzo della banda larga tra quanti hanno un computer collegato a Internet, si vedrà che siamo in linea con i paesi più avanzati. Insomma, gli italiani informatizzati lo sono su buoni livelli. Il problema sono gli altri».

Come intendete procedere?

«Vedo tre direttrici principali: la Pubblica Amministrazione; le imprese; i giovani. Sulla prima dovremo individuare nuovi progetti e valorizzare "best practice" mettendo a frutto le esperienze già in corso sia a livello centrale che locale. E poi dovremo far partire i grandi progetti già individuati, come la carta di identità elettronica, l'infomobilità, la telemedicina».

Le esperienze degli anni passati dicono però che far muovere la Pubblica Amministrazione verso Internet non è semplicissimo. Per esempio sono finora mancati seri meccanismi di incentivo e magari sanzioni, o anche solo qualche penalizzazione, per chi non si muove con il necessario impegno.

«Su questi temi in particolare è al lavoro il ministro Nicolais».

E cosa pensate invece di fare per promuovere l'uso di Internet nelle imprese?

«Sicuramente non produrremo norme e regole. Il mondo delle imprese ne ha già fin troppe. Sono invece convinto che questa parte sia un'importantissima sfida per il sistema associativo delle imprese. Sono loro, le istituzioni associative che devono collaborare con noi per far circolare al loro interno la nuova cultura, promuovere la conoscenza dei vantaggi dell'Ict per le imprese sia in termini di risparmi di costi che, soprattutto, di maggiore competitività. E devono spiegarlo non tanto alle grandi imprese, che lo sanno già, quanto a tutto il sistema delle piccole e medie. Lavoreremo in particolare con l'Unione delle Camere di Commercio: ne parlerò presto con Andrea Mondello, che di Unioncamere è il presidente. Insomma, anche qui l'idea è di fare sistema, mettendo assieme impegno, risorse, competenze sia del settore pubblico che dei privati».

E a proposito di fare sistema, pensate di trovare un modo per coinvolgere in questi progetti anche le municipalizzate, le utility dei servizi pubblici, oggi forse tra i soggetti italiani più ricchi di risorse finanziarie?

«Certo le municipalizzate ma non solo. Tutti i servizi pubblici a rete potranno dare un contributo a questa sfida decisiva per il paese. Basta pensare per esempio alla rete delle Poste, che raggiunge anche i paesi più lontani dalle grandi concentrazioni urbane e che potrebbero fornire connettività a quelle comunità».

Tre le reti c'è anche quella dei sistemi di trasmissione della Rai, che finora è rimasta parecchio indietro rispetto a questi scenari. La riorganizzazione della tv pubblica che ruolo può giocare?

«Deve cominciare a giocare un ruolo di stimolo. Basta andare a guardare che cosa sta facendo la Bbc sul mercato inglese. Il portale Internet della Bbc ha oggi appena un 10% di accessi in meno rispetto al portale di Google Uk. Da noi, quello della Rai è molto più indietro: al 15esimo posto, più o meno, nella classifica dei portali italiani. Per la Rai il digitale non può voler dire trasformarsi da broadcaster analogico a broadcaster digitale terrestre. Deve diventare un'azienda multiplatforma, con un ventaglio di offerte in grado di svilupparsi su tutte le diverse tecnologie disponibili. E' una partita appena iniziata con il contratto di servizio: bisogna mettere in moto le potenzialità e individuare, con il concorso di tutti i soggetti interessati, la soluzione migliore».

Ma la sua proposta è di dividere la Rai in tre o in quattro società? Ha proposto di scorporare anche la radio?

«E' solo un suggerimento, ancora tutto da discutere. E' principalmente un modo per sottolineare due cose: che mentre l'audience della tv è satura, quello della radiofonìa è in crescita: la radio sta vivendo una seconda giovinezza. Parlo del sistema in generale, non della Rai in particolare. E non si potrà valorizzare al meglio questo potenziale se in Rai si continuerà a considerare la radio un'ancella della tv. Ha bisogno di strategie proprie, di più autonomia».

E anche di passare al digitale, altro iter incagliato da tempo.

«Contiamo di riuscire a sbloccarlo».

CINQUE MILIONI DI PERSONE E 350 MILA AZIENDE SENZA ADSL

Affari e Finanza, 15 gennaio 2007

Non bisogna lasciarsi trarre in inganno dai numeri. Quel valore dell'88% che rappresenta la copertura della popolazione italiana con accessi a banda larga nasconde infatti un quadro un po' più complesso di quanto non sembri a prima vista. E lo dimostrano i dati contenuti nell'ultimo report di Between, il centro studi fondato da Francois de Brabant e Gerolamo Saibene che, tra le sue attività di analisi e monitoraggio del panorama della tlc italiano e internazionale, gestisce anche l'Osservatorio Banda Larga, nato con l'obiettivo di monitorare con continuità la disponibilità di infrastrutture e servizi a banda larga nelle varie zone del paese.

Quell'88%, segnala così l'Osservatorio, è frutto di una copertura che raggiunge la quasi totalità, il 98% nelle aree urbane; scende all'84% in quelle suburbane e arretra fino ad un modesto 46% nelle aree rurali. Il cablaggio in banda larga dell'Italia è insomma andato avanti finora per zone di maggior convenienza economica e, in secondo luogo, per zone di minor resistenza ambientale. Le città, quindi, per l'ovvia concentrazione di potenziali utenti, ma anche le pianure per la relativa semplicità e per il basso costo dell'infrastrutturazione.

Dall'incrocio di questi due parametri quello che emerge è un panorama che vede la Puglia e la Lombardia, il Lazio e la Liguria come le regioni che presentano i più elevati livelli di copertura Adsl, con valori superiori al 90% della popolazione. All'estremo opposto ci sono invece regioni come il Molise, la Val d'Aosta e la Basilicata, in cui la copertura è inferiore al 75%.

Completata dunque la fase di cablaggio guidato dal mercato, quello realizzabile con business plan accettabili secondo i parametri della comunità finanziaria, si passa ora al problema di dare copertura a quelle aree e a quelle quote di popolazione che non lasciano immaginare tempi di rientro economico degli investimenti necessari altrettanto rapidi. Mentre il costo di allargamento della copertura ai nuovi utenti potenziali si alza proprio perché si tratta di persone che risiedono in aree più marginali.

Da questo punto di vista l'Osservatorio ha ulteriormente portato in profondità la sua analisi andando ad individuare le caratteristiche di queste aree. Che sono classificabili in due diverse categorie.

La prima è costituita da quanti vivono in aree le cui centrali telefoniche sono raggiunte dalla fibra ottica ma che non sono state ancora attrezzate con i nuovi Dslam, i server di centrale che contengono la tecnologia Adsl2+, quella in grado di fornire connessioni fino a 20 mega. La seconda tipologia è invece costituita da quegli utenti della rete telefonica che vivono in aree non raggiunte dalla fibra ottica e difficilmente raggiungibili in futuro, se non accettando di sopportare costi elevati. Quest'ultima categoria è evidentemente quella più problematica e l'Osservatorio la classifica come Aree di Digital Divide di Lungo Periodo. Una classificazione in cui la momento rientrano circa 5 milioni e mezzo di cittadini e ben 350 mila imprese. E se in termini di incidenza sul totale della popolazione le regioni in cui il problema è più alto sono ancora una volta Molise, Basilicata e Val d'Aosta, in termini di numeri assoluti le regioni dove il problema è più sostanzioso sono quelle del nord produttivo: Piemonte, Veneto e Lombardia.

(s.car.)

LE IMPRESE CONOSCONO IL WEB MA LO USANO ANCORA POCO E MALE

Affari e Finanza, 15 gennaio 2007

La copertura è una faccia della medaglia, ma chi si trova in una zona raggiunta dalle connessioni superveloci ad Internet, che uso ne fa? Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio Banda Larga di Between, mentre pc e Internet sono ormai strumenti utilizzati dalla quasi totalità delle imprese (il 90%), risalendo verso livelli di utilizzo più complessi i numeri iniziano a scendere di parecchio. A partire proprio dalla banda larga: solo il 60% delle aziende dispone di reti locali, siti Internet e di accessi a banda larga. Se poi si 'sale' fino al livello dell'uso di applicativi avanzati e forme di integrazione in rete, la percentuale scende fino a sotto il 30%.

Ci sono sintomi di miglioramento in corso. L'adozione di una Lan aziendale è cresciuta del 4% tra il 2005 e il 2006; la realizzazione di un sito Internet del 5%. Segnali positivi ma da non sopravvalutare, visto che perfino l'adozione di telefoni cellulari aziendali è cresciuta del 4% nello stesso periodo.

Insomma, l'abc è stato ormai assorbito, ma oltre questo c'è ancora troppo poco. Può essere per esempio considerato preoccupante che solo il 90% delle aziende utilizzi sistemi antivirus: vuol dire che c'è un 10% che ancora mette a rischio i suoi computer e i suoi dati mentre i costi anche dei sistemi più banali sono scesi al livello della spesa per una cena al ristorante. Anche qui, risalendo la scala della complessità delle applicazioni si ha un drastico calo dei numeri. E infatti sono il 75% le aziende che aggiornano regolarmente i loro sistemi di sicurezza. E sono poi addirittura solo il 50% quelle che effettua un backup, almeno parziale, dei dati aziendali. E se a fronte di tutto questo solo un quarto delle imprese ha dovuto fronteggiare nell'ultimo anno problemi di sicurezza, l'unica spiegazione può essere l'evidenza di un problema ancora peggiore: lo scarso uso.

Dal punto di vista delle differenziazioni di settore e di territorio, non emergono novità rispetto al quadro già noto. Utilizzano maggiormente le nuove tecnologie e la Rete le imprese dei settori più avanzati e dell'industria; le utilizzano meno le imprese del commercio al dettaglio e dei servizi più tradizionali. Con una nota che suona particolarmente negativa là dove l'Osservatorio evidenzia esplicitamente che tra questi settori più 'pigri' sono da annoverare anche alberghi e ristoranti: ossia proprio la tipologia che a livello internazionale più ha beneficiato del boom di Internet e dell'e-commerce. Territorialmente, la macroarea più dinamica è costituita dal Nord, seguita poi dal Centro a poca distanza. E il Sud si conferma la solita cenerentola.

BANDA LARGA: PERCHÉ IL FUTURO NON PUÒ CHE PASSARE DAL WEB

Affari e Finanza, 15 gennaio 2007
Giuseppe Turani

Più volte si è discusso e scritto di banda larga, ma in questi giorni vi è stata una accelerazione. Il dibattito si è acceso a proposito delle nuove tecnologie wireless e il Governo è intervenuto costituendo una «Cabina di regia». Come mai questa esplosione di interesse?

«Si è capito che l'avvento della banda larga non trasforma solo il futuro dei sistemi di comunicazione tlc, tv, editoria e altro ma plasmerà gli sviluppi dell'intero apparato produttivo. Banda larga è un termine generico e dinamico ma, solo per dare un punto di riferimento, può significare connettività a partire da 5/10 Mb/sec e progressivamente crescente. Difficile, anzi impossibile, prevedere fin dove spingersi. Sono convinto che la banda larga apre un futuro non meno importante e pervasivo di quello che per il secolo passato è stato rappresentato dallo sviluppo della telefonia. Ma con più varietà ancora di contenuti e applicazioni possibili».

Chi risponde è il professor Carlo Mario Guerci, uno dei nostri massimi esperti di telecomunicazioni e professore ordinario di economia presso l'università statale di Milano.

Quindi la banda larga è simile a un «tubo» che diventa sempre più grande e sempre più capace di veicolare servizi prima impensabili e a alta velocità. Però questi servizi tardano a comparire e non vi sono novità importanti come quelle che, per esempio, vi sono state con l'avvento degli Sms nella telefonia cellulare.

«La situazione è simile a quella che si è verificata in passato con la costruzione di autostrade. Allora molti criticarono gli investimenti sostenendo che si sarebbe creato un forte eccesso di capacità. Pochi anni dopo si constatò che quelle autostrade erano diventate sature. Fortunatamente la costruzione di reti a banda larga può essere più progressiva. Inoltre la banda larga può essere ottenuta con una varietà di piattaforme, secondo i vari tipi di servizi domandati e le diverse modalità di utilizzo».

In proposito sembra esservi una certa confusione o, almeno, sovrapposizione di tecnologie di accesso: i vari tipi di Dsl, il WiFi, il WiMax, la fibra ottica e persino il satellite. Come si rapportano tra loro tutte queste tecnologie?

«Ognuna delle tecnologie citate ha persino veri e propri fans, ma tra poco ci si accorgerà che ognuna avrà i suoi ruoli, in relazione ai servizi domandati e al trascorrere del tempo. Relativamente alla maggior parte dei servizi attuali pagamenti, votazioni, musica, giochi elementari, navigazione su Internet le possibilità offerte dalla Dsl, da quella più povera alla più evoluta e dal WiFi, nonché dalle tecnologie cellulari sono ancora sufficienti. Ma la domanda si sta evolvendo e si comincia a verificare una interazione tra ampiezza di banda offerta domanda di nuovi servizi offerta di banda più alta. Ancora per qualche anno gli sviluppi del doppiino di rame consentiranno servizi più avanzati, come la videoconferenza e anche la televisione su IP. Ma dalla crescita della domanda di qualità sorge un problema di saturazione e vi è difficoltà crescente a offrire banda garantita, cioè banda che non decada con l'aumento del numero di utilizzatori simultanei. La Dsl di prima generazione è al suo limite fisico e certamente non basta più per i servizi video avanzati quali la HDTV e la telepresenza. Inoltre l'integrazione crescente tra Information Technology e Telecomunicazioni farà crescere la domanda di banda larga».

Quindi tra breve saranno necessari nuovi ingenti investimenti e si dovrà scegliere in quali direzioni orientarli. Chi provvederà ai finanziamenti necessari? Chi farà quegli investimenti?

«Provo a dare una risposta, necessariamente sintetica. Il doppiino di rame continuerà la sua strada e ci consentirà più velocità, anche i 20 o i 30 Mb/sec. Ma poiché il numero di persone che utilizzerà la banda larga crescerà per intrattenimento e sempre più per servizi alle imprese e tra imprese presto si dovrà impiegare la fibra ottica, fino alle vicinanze o alla base degli edifici. Il doppiino di rame non scomparirà e sarà ancora utile per le ultime tratte da percorrere. In questi casi la banda garantita salirà ai livelli necessari per utilizzare servizi quali la televisione a alta definizione (a più canali) e altri servizi video, quali la videosorveglianza, il controllo degli accessi, la telemedicina, la formazione professionale e l'education, la telepresenza (che è una forma avanzata di videoconferenza fondamentale per favorire il telelavoro e forme innovative di mobilità virtuale)».

Sono scenari affascinanti, che potranno trasformare il modo di vivere e di lavorare. Ma ritorno sul tema degli investimenti necessari. A quale livello si dovranno collocare? Si dice da più parti che saranno necessari vari miliardi di euro.

«Investimenti notevoli, certamente, ma inferiori a quelli che varie fonti hanno fatto circolare in modo incontrollato. Dovranno essere selettivi e prudenti. Prudenti nel senso di favorire l'avvio di servizi nuovi, ma attenti a non creare stabile eccesso di capacità. Teniamo però presenti due aspetti importanti: se si pianifica in modo intelligente si possono utilizzare molte canalizzazioni già create per altri scopi (gas, acqua, energia elettrica, teleriscaldamento ecc.) e in tal modo il costo della posa della fibra sarà abbattuto in misura rilevante. Inoltre i costi di manutenzione e di gestione della fibra ottica con le reti di nuova generazione (NGN) sono assai più bassi rispetto alle reti tradizionali; i servizi sono attivati via software e la gestione degli stessi è centralizzata. Posso azzardare un numero: una nuova linea, dotata di attrezzatura informatica, mediamente può costare attorno ai 400 euro. Teniamo anche presente che in una città come

Rassegna stampa 9-15 gennaio 2007

Milano 70 mila edifici sono già dotati di FTTB, cioè di fibra fino alla base degli edifici e che a Roma la percentuale è attorno al 60/70 per cento. Le aree più periferiche dovrebbero essere attrezzate con FTTC, cioè con fibra fino ai nodi, per poi servire gli ultimi 300/400 metri con VDSL, la tecnologia più evoluta per il doppino di rame».

Professore, lei mi sta presentando un mondo pervaso di fibra ottica. Ma a me risulta che attualmente solo 2.500 Comuni sono coperti da Dsl mentre altri 6.500, più piccoli e dispersi e particolarmente nelle aree rurali, al Sud e nelle Comunità montane, non lo sono affatto. Vi è dunque un problema di digital divide e esso va affrontato per non creare altre forme di disparità sociale. Che cosa si deve fare?

«Si deve intervenire con varie modalità. Secondo previsioni di analisti del settore Telecom Italia entro la fine del 2008 dovrebbe coprire il 98 per cento di quei Comuni mancanti con DSL base. Secondo il Comitato per la Banda Larga l'impegno del Governo è di coprire il 100 per cento del territorio entro la fine della legislatura. Sforzi cospicui al Sud sono stati fatti da Infratel, proprio con cablatrice in fibra ottica, mentre sono già stati avviati contratti con alcune Regioni da parte di Telecom. Una parte del territorio, soprattutto nelle aree rurali, potrà essere servita con tecnologie Wireless tipo WiMax. Naturalmente tutto ciò si deve riferire a una banda larga «minima», da accrescere in varie situazioni in base alla domanda emergente».

Se capisco bene lei relega le tecnologie Wi Max a un ruolo marginale. E' un parere molto diverso da quelli che invece esaltano le potenzialità di questa tecnologia. Come mai?

«Marginale quantitativamente, ma importante. Le leggi della fisica sono quelle che sono e la disponibilità dello spettro è quella che è. Su 200 MHz di banda attualmente libera ne sono stati rilasciati 70, 35 MHz downstream e 35 upstream. Considerando un rendimento di 2 bit per Hz si perviene alla conclusione che per coprire una superficie circolare di 10 Km di diametro si possono portare attorno a 200 Mb/sec, servendo circa 200 persone con una banda di un Mb. WiMax va molto bene per servire aree rurali, distretti, campus, ma non va dove vi è alta e altissima densità, cioè nelle città. Poiché WiMax lavora in linea di vista gli edifici fanno «ombra». La sicurezza è elevata, ma si dovrebbe investire in celle molto piccole e ravvicinate, simili a quelle del radio mobile e in tal caso l'economicità sarebbe difficile o impossibile da raggiungere. Anche per questi motivi il numero delle licenze da concedere è critico e si dovrebbe evitare la frammentazione».

Finora non mi ha detto nulla sul mobile relativamente alla banda larga. Avrà un suo ruolo nuovo? E come si pone rispetto alle altre piattaforme?

«Sì per il mobile vi sono ruoli importanti e nuovi. Dopo un avvio piuttosto lento l'Umts sta mostrando sviluppi interessanti. Da un Mb /sec promesso qualche anno fa e mai raggiunto, l'evoluzione tecnologica consentirà di raggiungere in pochi anni bit rates di 8/10 Mb/sec, che su uno schermo di un piccolo telefono, di un PDA o di un iPod permetteranno l'utilizzo di servizi importanti, sia per i consumatori sia per le imprese. Dunque il tema della banda larga riguarda tutte le piattaforme e tutte le tecnologie. Gli impieghi più pesanti andranno sulle reti fisse, le tecnologie wireless avranno importanti ruoli complementari nell'alta velocità, il cellulare avrà ancora il vantaggio della mobilità a costi relativamente bassi e vi sarà spazio anche per il satellite, almeno nel downstream. Grandi opportunità, sfide, incertezze. Le nuove direzioni delle telecomunicazioni sono tanto complesse quanto affascinanti».

Ma chi finanzierà gli investimenti necessari, comunque cospicui? E chi se la sentirà di affrontare i rischi insiti nell'incertezza sui servizi futuri?

«In linea generale le rispondo che ogni investimento deve trovare la sua giustificazione nel mercato, nel nostro caso nella domanda di servizi pagati da consumatori e imprese, private e pubbliche. Aggiungo che il rischio è connesso a ogni attività imprenditoriale e nell'industria di cui parliamo non è diverso da quello che corre chi sta spendendo denaro nelle biotecnologie o nelle celle a combustibile. Ma non vi è dubbio che gli investimenti richiedono l'ambiente adatto e ognuno deve svolgere il suo ruolo nel crearlo. Chi fa investimenti deve poterli remunerare vendendo i servizi a prezzi adeguati e in proposito il ruolo della regolamentazione è basilare. Sono sicuro che la regolamentazione italiana, che è stata riconosciuta come una delle più avanzate o la più avanzata d'Europa, anche sulla NGN saprà fare meglio di altri, per temperare lo sviluppo della concorrenza con gli indispensabili ritorni degli investimenti. Ormai è di moda inneggiare alla soluzione inglese di BT con Open Reach, ma chi la conosce a fondo sa che anch'essa è perfezionabile e forse è solo un primo passo se si vuole assicurare parità di accesso alla rete e prezzi equi del bitstreaming e una maggiore valorizzazione della rete. Sono anche certo che non avremo scontri come quelli che contrappongono il governo tedesco e Deutsche Telekom alla Commissione europea».

Un più largo utilizzo della banda larga potrà aiutare a migliorare le prestazioni della nostra pubblica amministrazione?

«Nella nostra Pubblica amministrazione vi sono ancora forti inefficienze e ritardi, molti dei quali possono essere ridotti o eliminati con un intelligente impiego di servizi a banda larga. Perciò gli investimenti della Pubblica amministrazione nei nuovi servizi devono dare uno stimolo fondamentale per sostenere gli investimenti dei gestori dell'incumbent (cioè di Telecom) e dei suoi concorrenti e delle imprese utilizzatrici. La raccomandazione va rivolta anche e soprattutto alle imprese piccole e a quelle medie, che per ora fanno impieghi piuttosto modesti di servizi che richiedono banda larga. La riconsiderazione dei processi produttivi e dei canali distributivi è per loro una nuova sfida. Faccio solo il caso della videoconferenza: mentre essa, per esemplificare, è ampiamente utilizzata in grandi imprese come Accenture, Cisco, Microsoft, ENI, il suo utilizzo è molto scarso nelle imprese minori».

Il governo si sta muovendo bene su questo tema?

«Vi sono segnali positivi e i primi si sintetizzano nella costituzione del Comitato per la Banda Larga (Gentiloni, Lanzillotta, Nicolais) e nei dieci punti che ne individuano la missione. I primi passi, insomma, sono buoni»

MOSSA DI HINDUJA SU OLIMPIA-TELECOM, VOLA PIRELLI E IL GRUPPO TELEFONICO COMPLETA LA SQUADRA

Corriere della Sera (Italy), NAZIONALE, Sec. ECONOMIA, p 031 (13-Jan-2007)

MILANO - L'ipotesi di un allargamento dell'azionariato che controlla Telecom Italia ha messo le ali in Borsa ai titoli della scuderia di Marco Tronchetti Provera. A guardare con interesse verso il gruppo italiano è Hinduja Group, conglomerata indiana con attività che vanno dalle telecomunicazioni (dove possiede Hinduja Tmt) alla finanza (è sua la Amas Bank di Ginevra), dai combustibili (controlla la Gulf Oil con il suo network di 2750 distributori) fino all'immobiliare, alle costruzioni e all'industria automobilistica (con i veicoli commerciali Ashok Leyland, secondo produttore dell'India dietro a Tata). Secondo il Financial Times, Hinduja starebbe infatti valutando l'acquisto di una quota Telecom, probabilmente attraverso Olimpia, la società che con il 18% controlla il gruppo di telecomunicazioni. E tanto è bastato perché ieri a Piazza Affari i titoli Pirelli (che controlla l'80% di Olimpia) siano saliti del 3,36% e quelli della «cassaforte» di Tronchetti Provera, Camfin, del 4,48%, mentre la stessa Telecom ha registrato un rialzo dello 0,93%. A dare un'ulteriore spinta ha contribuito anche la banca d'affari Ing, che ha cambiato il giudizio sul gruppo di telecomunicazioni da «sell» («vendere») a «buy» («acquistare»), con un prezzo obiettivo di 2,60 euro.

Sull'affaire Hinduja, dai vertici di Pirelli è subito arrivata una smentita: «Non c'è alcun contatto per la cessione di quote Olimpia».

Ma da un top manager del gruppo indiano è venuta un'indicazione diversa: «Abbiamo ricevuto diverse proposte, e Telecom Italia è una di queste», ha ammesso alla Reuters. Una dichiarazione che i mercati hanno ritenuto in linea con la posizione espressa fin dallo scorso autunno dall'ex presidente di Telecom, Marco Tronchetti Provera, quando sosteneva di essere alla ricerca di «soci di minoranza» per Olimpia. «Niente è stato ancora firmato, stiamo valutando» ha comunque precisato il dirigente di Hinduja intervistato dalla Reuters. Del resto, che il gruppo indiano punti a crescere nel settore delle telecomunicazioni è provato anche dal suo ingresso nella lista dei pretendenti per l'acquisizione di Hutchison Essar, quarto operatore wireless del Paese, cui puntano anche Vodafone e Reliance. Ma Hinduja non nasconde di guardare con attenzione anche alla possibilità di un'espansione sui mercati europei.

Fondata a fine Ottocento da Parmanand Deepchand, la conglomerata indiana ha già il suo quartier generale nel Vecchio continente, a Londra, e le sue attività sono suddivise fra tre «basi» geografiche, Londra, Ginevra e Mumbai (l'ex Bombay)). A guidare il gruppo, che conta 30 mila dipendenti e un fatturato pari a 15 miliardi di dollari, è oggi Ashok Hinduja, il più giovane di quattro fratelli (gli altri sono Srichand, Gopichand e Prakash) che rappresentano il volto odierno di una dinastia industriale fra le più influenti dell'India.

Ai piani alti di Telecom, intanto, sono state ormai riempite tutte le «caselle» del nuovo organigramma di vertice annunciato alla fine di dicembre. Sotto a Carlo Buora, vicepresidente operativo, e Riccardo Ruggiero, amministratore delegato, ci saranno quattro direzioni generali. La prima, con responsabilità per la rete, verrà affidata a Stefano Pileri, quella per le telecomunicazioni mobili a Luca Luciani, per il «fisso» a Massimo Castelli e per la divisione top client Ict (Information and communications technology) Mauro Nanni. Altre due direzioni si occuperanno rispettivamente delle attività wholesale (la vendita di traffico all'ingrosso), affidata ad Alessandro Talotta, e del wholesale, con Stefano Mazzitelli alla guida.

Giancarlo Radice

Copyright © 2007 Corriere della Sera

WIND: SINDACATI, SCIOPERO CONTRO ESTERNALIZZAZIONE 270 ADDETTI

ANSA General News (12-Jan-2007)

Rassegna stampa 9-15 gennaio 2007

ROMA, 12 gen - Wind, nell'incontro con le segreterie nazionali Slc-Fistel-Uilcom, ha rilevato la necessità di un diverso modello organizzativo nell'ambito Customer-Operation e per questi motivi ha previsto la riduzione da 5 a 4 Call-center e la conseguente terziarizzazione di quello di Sesto San Giovanni.

L'azienda, nei primi 9 mesi del 2006 ha dichiarato un utile di 56 milioni di euro, con un ricavo medio per utente (Arpu) mantenuto stabile a 19 euro, con una Ebitda in forte crescita per il 2007 e ha comunicato un piano di investimenti pari a 800/900 milioni di euro legati a Gms-Umts-Hdspa in 32 città e lo sviluppo dell'Iptv.

Copyright © 2007 ANSA. All Rights Reserved.

2010, PENETRAZIONE DEL BROADBAND ITALIANO AL 70%

Punto Informatico, 12 gennaio 2007

Lo promette Ruggiero: si parte dalla Valle d'Aosta con un processo di allargamento che riguarderà via via l'intero territorio italiano. Una espansione che seguirà quella dei contenuti venduti e fruiti via Internet

AOSTA - La penetrazione degli accessi in banda larga raggiungerà, nel 2010, il 70% delle linee telefoniche italiane. Questo il vaticinio espresso ieri da Riccardo Ruggiero, amministratore delegato di Telecom Italia, che commentava la firma del protocollo di intesa con la Regione Autonoma Valle d'Aosta per l'estensione del broad band nella regione.

"Oggi - ha precisato il manager - la penetrazione degli accessi alla banda larga raggiunge il 34% delle linee telefoniche italiane, ma secondo le previsioni tra il 2007 e il 2008 arriveremo al 50%, e nel 2010 al 70% (...) Alla fine del 2007 la banda larga toccherà 10 milioni di italiani, abbonati Telecom e non, con una velocità fino a 20 Mbps. Le prospettive di crescita sono enormi".

"Nessuno avrebbe scommesso su un tale sviluppo della banda larga - ha aggiunto - che ha avuto una penetrazione sul mercato simile a quella della telefonia mobile. Per questo non si può più ragionare in termini di copertura solo parziale del territorio, l'obiettivo è di trasformare il digital divide in all digital in tutta Italia".

"Banda larga significa non solo internet ma anche sviluppare i servizi", sottolinea Ruggiero. E lo sviluppo partirà proprio dalla Vallée che, in virtù dell'accordo triennale siglato ieri con l'incumbent, si candida a diventare la prima regione italiana a dotarsi di "copertura integrale" di banda larga.

"Nei prossimi due anni - ha proseguito Ruggiero - con un importante programma di investimenti, colmeremo il gap ed elimineremo il digital divide nella regione alpina". L'intesa definisce un piano di lavori che quantifica in un biennio il tempo in cui sarà possibile raggiungere con il broad band il 96% delle linee di telefonia fissa, allargandone la copertura alla totalità dei comuni della regione. Azienda e regione lavoreranno inoltre insieme per sviluppare "nuovi servizi di pubblica utilità e di e-government basati sulla rete a banda larga, in particolare nel settore sanitario e socio-assistenziale, nei trasporti, nella logistica, nella sicurezza delle persone e del territorio, nella formazione".

Le dichiarazioni di Ruggiero, che fanno seguito alle promesse del Governo perché si arrivi ad una copertura broad band totale del territorio entro fine legislatura (2011), vengono lette in queste ore anche come un segnale importante per lo sviluppo italiano dei servizi di fornitura di contenuti via Internet. Un mercato esplosivo, come segnala l'ultimo rapporto della società di rilevazione eMarketer. Analizzando il mercato americano, gli esperti sostengono che nel 2010 i netizen statunitensi arriveranno a spendere 7,8 miliardi di dollari per acquistare film, video e musica, un balzo in avanti rispetto ai 2,4 miliardi registrati nel 2006.

Dario Bonacina