

## Indice

Telecom: Pistorio, con Reding non discussa separazione rete .....	2
Hallo? Parla Viviane, giù la bolletta .....	3
Internet: Usa, nel 2012 70% famiglie connesse in banda larga.....	4
Anche Vodafone Casa al via ma resta il nodo dei virtuali .....	5
Internet ovunque e specie nel mobile: Telecom fa le prove di convergenza .....	7
L'esercito delle piccole e medie imprese si è svegliato e ha cominciato a puntare sull'innovazione.....	10
Via a Babelgum Nove canali per l'internet tv .....	12
L'informatica riparte con la media impresa .....	13
Roaming: Gentiloni, ora telefonia mobile e' europea. ....	15
Per chi suona la banda larga .....	15
Esplode la banda larga low cost .....	17
A tappe forzate la marcia del Voip .....	19
Sawiris: non si ferma interesse per mercato europeo. ....	20
«Wind frenata, favorito chi già è dominante» .....	21
Telefoni, trasparenza lontana .....	22
France Telecom potrebbe investire a 4,5 mld in banda larga.....	24
Internet: il 52% italiani non lo usa, il blog e' donna .....	25

### ***Telecom: Pistorio, con Reding non discussa separazione rete***

11 giugno 2007

Il Sole 24 Ore-Radiocor

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati

Bruxelles, 11 giu - L'incontro di Reding con Pistorio (chiesto dallo stesso presidente di **Telecom Italia**) fa parte del quadro normale di colloqui che la commissaria Ue alle tlc mantiene con gli operatori dominanti del settore e non nel quadro della preparazione della riforma dei regolamenti europei, ha indicato il portavoce. La proposta comunitaria sara' pronta entro estate-inizio autunno, obiettivo un accordo con Parlamento e governi entro il 2009. La separazione funzionale della rete tlc dall'attivita' commerciale viene considerata da Bruxelles la leva per garantire effettiva concorrenza e maggiori benefici ai consumatori, ma secondo Reding, non deve comportare la rinazionalizzazione delle reti. La Commissione europea nel settore delle tlc resta ancorata al principio della 'neutralita' e dell'"indifferenza' nei confronti del tipo di proprieta'. Nel settore tlc non si deve dunque andare 'in retromarcia'.

Quanto alla separazione della rete, come misura a difesa delle condizioni di concorrenza cui Bruxelles attribuisce molta importanza nell'ambito della riforma della regolazione che sara' proposta in ottobre, Pistorio ha detto: 'ho gia' espresso la mia posizione, e' nota'. Sull'emendamento del governo che include la separazione funzionale della rete fra gli strumenti a disposizione dell'Autorita' di regolazione nazionale, qualche settimana fa Pistorio aveva auspicato che tale scelta non alterasse 'il dialogo con l'Autorita' avviato su binari promettenti'. La possibilita' per l'autorita' nazionale di imporre la separazione funzionale anche nel caso in cui non raggiunga un'intesa con **Telecom Italia**, secondo Pistorio modifica il contesto negoziale e 'riduce gli spazi di manovra per **Telecom Italia**'. Le norme europee attualmente non includono la separazione tra gli obblighi che possono essere imposti agli operatori dominanti.

L'Autorita' per la tlc ritiene che l'indipendenza della gestione delle attivita' di rete deve essere assicurata da appropriate regole di governance e di autonoma incentivazione del management.

Le autorita' nazionali pero devono secondo Bruxelles essere messe in condizione di poter imporre tale soluzione la dove esistono problemi di concorrenza. Di qui l'opinione favorevole sulle mosse italiane.

Nell'ultima valutazione in marzo sul settore in Italia, la Commissione indicava un andamento 'positivo' per la crescita della **banda larga** e del mercato di telefonia mobile e 'miglioramenti nella situazione competitiva in tutti i mercati'. Il giudizio favorevole della commissaria Reding sulle mosse del governo italiano sul settore tlc era stato dato nell'aprile scorso quando affermo' che 'la politica del ministro ci sembra garantisca che le norme per il settore saranno in linea con le regole europee'. Misure che 'rafforzano il potere del regolatore nazionale in modo che sia in grado di imporre rimedi a tutela della concorrenza' sono il presupposto 'per non

avere ventisette mercati delle tlc separati, ma un mercato unico integrato'.

### ***Hallo? Parla Viviane, giù la bolletta***

Corriere Economia, 11 giugno 2007

La Reding ha vinto: fra due mesi gli operatori dovranno ritoccare le tariffe.

Un europeo su cinque lascia a casa il telefonino, o lo tiene spento, quando parte per l'estero. E uno su quattro, in viaggio, lo usa solo per gli sms, per evitare i salassi. Le tariffe dei cellulari all'estero sono il quadruplo di quelle domestiche. Lo ha dimostrato il sito Eurobarometro, voluto dalla Commissione europea per monitorare i costi del «roaming internazionale», l'instradamento delle chiamate che passano da un Paese all'altro. «I prezzi eccessivamente alti hanno scoraggiato l'uso del telefono quando si è fuori dai confini nazionali. Questo urta i consumatori e l'Europa». Così aveva detto Viviane Reding, commissario europeo della Società dell'informazione, che dal luglio scorso si batte per una regolamentazione che riduca fino al 70% le tariffe di roaming. Promessa mantenuta. Il 23 maggio il Parlamento europeo ha approvato la Eu Regulation del roaming, da applicare nei 27 Paesi membri. Giovedì scorso, 7 giugno, c'è stata la ratifica del Consiglio europeo. Ora gli operatori di telefonia mobile dovranno, entro due mesi, ritoccare le tariffe. In due fasi. La prima prevede di bloccare il costo a 49 centesimi al minuto per le telefonate fatte dall'estero nei Paesi dell'Unione, e a 24 centesimi per quelle ricevute. La seconda prevede che, entro il 2009 il costo, scenda a 43 centesimi per chi chiama e 19 per chi riceve.

La posta in gioco è comunque alta, visto che le tariffe del roaming hanno fruttato agli operatori europei 8,5 miliardi di euro l'anno, secondo il Financial Times . E le polemiche si sono subito accese.

Orange, in Francia, ha denunciato il «dirigismo» della commissione europea. Gli operatori italiani hanno definito la regolamentazione «un'intervento non necessario». La Gsm Association la considera «populista» e il suo amministratore delegato, Rob Conway, sostiene: «Impedisce la competizione quindi va contro gli interessi dei consumatori». I prezzi del roaming, dice Conway, «sono già di almeno un terzo più bassi che nel 2005. I costi scendono sulla spinta dell'innovazione e della competizione, senza che siano necessarie distorsioni del mercato».

Martin Selmayr, il portavoce di Viviane Reding, ribatte: «La presa di posizione dei lobbisti non è la posizione dell'industria: una buona parte della quale ha compreso ed è già all'opera. Un'impresa tedesca di telefonia mobile ha già ridotto le tariffe a 10 centesimi in meno di quanto previsto dalla regolamentazione. I primi a proporre migliori offerte saranno i più innovatori». Non è detto, spiega il portavoce di Reding, che ci sia una perdita di benefici, «perché un numero maggiore di clienti utilizzerà il cellulare all'estero. Gli operatori guadagneranno clienti e traffico».

Intanto Tim ha già ritoccato l'offerta «Zero Confini»: con un euro ora si può conversare per cinque minuti dall'estero, chiamando o ricevendo in 30 Paesi europei. Ma il servizio costa 10 euro di attivazione. «Anche considerando il canone, il costo è sceso 0,53 centesimi al minuto — dicono in Tim — . Siamo già al disotto dei 58,8 previsti dal regolamento (49 centesimi al minuto + Iva 20%)». E Wind sta lanciando l'opzione «Noi

Wind Roaming», che offre 40 minuti gratuiti al mese per chiamare dai Paesi europei gli altri abbonati (sottoscriverla costa 7 euro).

CHIARA SOTTOCORONA



### ***Internet: Usa, nel 2012 70% famiglie connesse in banda larga***

11 giugno 2007

22.07

ANSA - Telecomunicazioni

(C)2007 ANSA.

ROMA, 11 GIU - Fra cinque anni circa il 70% delle famiglie statunitensi sarà connesso a Internet su **banda larga**, grazie alle sue crescenti prestazioni in termini di velocità, al calo dei prezzi e alla maggiore copertura. Lo afferma l'ultimo studio di settore di JupiterResearch.

Questo significa, spiega la società di ricerca, che negli Stati Uniti entro il 2012 saranno circa 36 milioni le nuove sottoscrizioni alla **banda larga** e in totale saranno 86 milioni le famiglie dotate di connessioni Internet ad alta velocità. "Dato che la **banda larga** è diventata più attraente da un punto di vista economico - spiega Doug Williams, di JupiterResearch - gli attuali utenti 'dial-up', ovvero che utilizzano connessioni realizzate tramite una normale chiamata telefonica, sono più propensi a scegliere i servizi di **banda larga**, mentre chi si abbona per la prima volta ad un servizio di accesso alla Rete è assai improbabile che scelga una connessione tradizionale, più lenta". Secondo la società di ricerca, nel 2011 la penetrazione della **banda larga** fra le famiglie statunitensi sarà del 65%, in aumento rispetto al 36% calcolato per il 2005.

Secondo uno studio del Leichtman Research Group, invece, l'attuale penetrazione sarebbe del 53%. "Circa tre quarti delle famiglie americane si abbona ora a servizi Internet e la **banda larga** è cresciuta molto, fino a rappresentare circa il 70% delle sottoscrizioni a Internet nelle abitazioni", spiega Bruce Leichtman. La previsione della società di ricerca per il 2012 è anche più ottimistica di quella di Jupiter, con una stima di 40 milioni di nuovi utenti.

Le proiezioni di eMarketer indicano che circa tre quarti delle famiglie Usa sarà connessa a Internet nel 2011 e che il 94,1% di queste utilizzerà la **banda larga**. "Quello che è interessante notare - commenta Ben Macklin, analista senior di eMarketer - non è tanto il passaggio dalle connessioni tradizionali alla **banda**

**larga**, processo ormai quasi del tutto completato, ma il fatto che le persone stiano passando verso servizi che garantiscono un accesso alla rete a velocità sempre maggiori. Non bisogna pensare che gli utenti della **banda larga** abbiano problemi a trovare un utilizzo per la velocità extra garantita dagli ultimi servizi. Il web - aggiunge MackLin - è immediatamente diventato una piattaforma di intrattenimento e la gamma di canali disponibili si estende solo con velocità maggiori".

## la Repubblica

### ***Anche Vodafone Casa al via ma resta il nodo dei virtuali***

STEFANO CARLI ROMA

11 giugno 2007

La Repubblica

(c) Copyright LA REPUBBLICA

Sono realtà inedite di cui si sa ancora poco e che evolveranno rapidamente

Con Unico sono i primi servizi del tipo fisso-mobile. Regole morbide purché ci siano anche altri operatori

L'Autorità per le tlc sta per concludere - questione di giorni - la messa a punto del testo del provvedimento che autorizza i nuovi servizi convergenti, Unico di **Telecom Italia** e Vodafone Casa, sul mercato italiano. Un testo che verrà subito inviato all'Antitrust di Antonio Catricalà e a Bruxelles per sollecitare dei pareri. Dopo di che, con le eventuali integrazioni, si arriverà al testo definitivo e al via libera. Ci vorrà ancora qualche mese. E si dovrà conoscere il testo definitivo dell'Agcom per capire esattamente come e a che condizioni le due iniziative sono state autorizzate.

Sembra però di capire che l'orientamento, nell'Authority di Corrado Calabrò, sia di non creare troppi ostacoli a servizi di nuova concezione, proiettati più sul futuro che sulle effettive esigenze attuali del mercato. In altri termini, sia Unico che Casa non sembrano servizi destinati a sconvolgere troppo il mercato. Anche se per ragioni diverse.

Unico di Telecom funziona solo grazie ad un particolare tipo di cellulare che è sia Gsm che wi-fi. Lo stesso apparecchio in casa, si collega tramite l'antennina wi-fi alla connessione a larga banda: va insomma sulla rete fissa; fuori casa va invece sulla tradizionale rete mobile. I telefoni per ora sono pochi. Il vantaggio per l'utente è che tutte le volte che oggi fa una telefonata dal cellulare stando in casa, o al lavoro, magari per pigrizia o perché fuori stanza in ufficio, non pagherà più la tariffa mobile ma quella fissa, molto più bassa. Vuole però anche dire che **Telecom Italia** su quelle telefonate incasserà di meno e con meno margini. Potrà

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

recuperare qualcosa in termini di fidelizzazione degli utenti a cui invierà una sola bolletta.

Vodafone Casa funziona in modo diverso. Non sposta traffico dal mobile verso il fisso, come Unico, ma dal fisso verso il mobile. Il numero di casa dell'utente viene infatti allocato nella sim del cellulare. A casa non resta più nulla: il filo è di fatto disattivato. Quando un utente di Casa riceve una telefonata, questa viene consegnata non alla centrale di zona di **Telecom Italia** ma a quella di Vodafone, che la terminerà, come si dice in gergo: se la rete Vodafone riconosce che l'utente si trova a casa, o comunque nella cella in cui è la sua abitazione, la consegna sul telefonino dell'utente. Chi chiama paga come una telefonata alla rete fissa. Se invece l'utente è fuori della sua cella di casa, la telefonata finisce in una segreteria telefonica, esattamente come quando arriva una telefonata a casa ma noi non ci siamo. Quando l'utente chiama, se è nella cella di casa, avrà una tariffa simile a quella della rete fissa. Se è all'esterno della cella, tutto funziona come oggi.

Qui i vantaggi per l'utente sono di non pagare più il canone Telecom e di avere tutti e due i suoi numeri, il fisso e il mobile, su una sola sim. Gli svantaggi sono nel fatto che spesso il telefono di casa è un telefono comune. Se lo si associa a una sim, quando l'utente esce con il suo telefonino si porta fuori anche il numero di casa. E poi resta il problema dell'accesso ad Internet in **banda larga**. Oggi quella mobile costa molto di più e ha dei limiti rispetto alle tariffe flat su rete fissa, che consentono l'always on a costi certi e abbastanza bassi. Su questo aspetto Vodafone sta già lavorando e per il momento del lancio commerciale avrà delle soluzioni da offrire. Resta comunque l'impressione, allo stato attuale, che Casa, a dispetto del nome, possa trovare più attenzione nel mondo business, dove spesso ogni dipendente ha un suo numero di telefono fisso diretto, un mobile e un accesso Internet indipendente da entrambi.

Profili regolamentari particolari su queste due iniziative non sono in vista. L'unica condizione è che siano entrambe replicabili dai concorrenti di Telecom e Vodafone. E per soddisfare questa condizione manca una sola cosa: l'effettiva apertura del mercato degli operatori mobili virtuali. Senza di che, questa resterebbe una partita limitata a Telecom, Vodafone, **Wind** e Tre. Oggi solo Bt ha un contratto di operatore virtuale con Vodafone, gli altri no. Ma Bt è una telecom particolare, non ha utenti privati ma solo imprese.

Tra poco l'Agcom deciderà se e come intervenire sul mercato del mobile virtuale. Potrebbe decidere di imporre agli operatori mobili l'obbligo a dare accesso alle loro reti in modo trasparente e non discriminatorio, come fanno in Spagna, o limitarsi a vigilare sulle effettive aperture che le telecom mobili potranno nel frattempo realizzare, come in Olanda e Gran Bretagna. La mossa sta ora ai mobili. Che hanno finora mostrato una tendenza a temporeggiare. Ma è una strategia che non sempre paga. Nel caso dei costi di ricarica lo hanno sperimentato a loro spese.

# la Repubblica

## **Internet ovunque e specie nel mobile: Telecom fa le prove di convergenza**

GIUSEPPE TURANI MILANO

11 giugno 2007

La Repubblica

(c) Copyright LA REPUBBLICA

Adesso sono i dati a riempire le reti, sia fisse che mobili. Sulle prime la loro quantità - si è quintuplicata negli ultimi anni. Sulle seconde sono cresciuti del 300 per cento solo nell'ultimo anno. Il contributo arriva anche dai nuovi sub-notebook

Sulla rete Tim gli sms pesano oramai appena più della metà di tutto il traffico dati

La parola d'ordine che guida le strategie di questa fase è "on the move"

Il gruppo guidato da Riccardo Ruggiero sta per avere il via libera a Unico, porta la **banda larga** minima a 5 mega, inizia a testare le nuove reti superveloci in oltre 3 mila edifici di Milano dall'autunno. La crescita del traffico dati

Il nuovo trend che ha già conquistato milioni di giovani e con il quale dovremo fare tutti i conti nei prossimi anni si chiama "Internet on the move", cioè Internet in movimento. L'amministratore delegato di Telecom, Riccardo Ruggiero, ha dedicato all'argomento almeno un paio di riunioni con i suoi collaboratori, e le cifre confermano che il fenomeno è già ben evidente anche in Italia.

Proprio la scorsa settimana Paolo Gargini, capo dei laboratori di Intel, spiegava che il futuro è appunto rappresentato da un'Internet con cui si sarà sempre collegati, o attraverso i cellulari o attraverso dei nuovi sub-notebook, degli oggetti che avranno la dimensione di un mezzo notebook di oggi o anche meno, ma con schermi adeguati a navigare piacevolmente. Grazie ai nuovi chip dentro questi "libretti" (altro nome per questi oggetti). In realtà Internet sta esplodendo anche nei suoi spazi tradizionali, e cioè lungo la rete fissa, anche se poi la novità più clamorosa è appunto l'Internet on the move.

I dati che circolano dentro Telecom (e sui quali si sta riflettendo) sono abbastanza impressionanti. Se guardiamo solo alle linee di terra (il cosiddetto "fisso") si nota una prima bizzarria. Nel 2001 sulle linee di Telecom erano passati 100 miliardi di minuti di traffico. E è opinione comune che le linee fisse, di terra, hanno un uso sempre minore perché c'è la concorrenza dei cellulari. Invece nel 2006 su quelle stesse linee i minuti di conversazione sono stati cinque volte più numerosi: sono arrivati a 550 miliardi.

Se poi si va a scomporre tutto questo traffico, si vede che la "voce" è, come previsto, in diminuzione. L'aumento spaventoso del traffico è tutto "dati", cioè Internet. L'esplosione è dovuta, come è ovvio, all'introduzione della **banda larga**, che ha reso utile e divertente l'accesso a Internet. Quello che forse si

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

ignorava è che il silenzioso boom di Internet abbia già raggiunto queste dimensioni.

E ci sono elementi per ritenere che si sia solo all'inizio. E questo perché sono in arrivo grosse novità. Entro l'autunno Telecom comincerà a introdurre una **banda larga** che partirà da 5 mega. I 5 mega di banda, cioè, saranno il minimo. Poi chi vorrà di più potrà salire (ma questo si può fare già adesso). Quello che cambia è appunto la soglia minima dei 5 mega. E i 5 mega di banda sono una velocità quasi impensabile fino a pochi anni fa (almeno per il grosso pubblico).

Ma qui, sempre nel fisso, c'è un'altra novità importante. In autunno partirà a Milano una prima applicazione del famoso Ngn, Next Generation Network. In sostanza saranno posate 50 mila linee con questa nuova tecnologia (3400 edifici). E quindi una serie di clienti potrà provare a lavorare (e a divertirsi) con una banda di oltre 50 mega. Una banda di questo genere consente, ovviamente, un'Internet super veloce, ma consente anche di ricevere la tv in alta definizione.

In sostanza in autunno Milano potrà vivere una sorta di anticipazione su quello che nel giro di qualche anno potrà essere l'Internet moderna: un sistema che consentirà di navigare a velocità che sono 10-20-30 volte quelle che ognuno di noi ha sperimentato fino a oggi.

In termini meno di cronaca si può dire che in autunno in 3400 edifici di Milano sarà possibile "vedere" un'Internet che poi, una volta realizzata su scala nazionale la rete Ngn, sarà quella standard. Un'Internet che consentirà in pratica di fare tutto: tele-lavoro, tele-medicina, ma anche film e telegiornali. Di fatto, da quel momento in avanti si capirà (come molti stanno spiegando da tempo) che Internet è veramente destinata a circondare tutta la nostra vita.

Sempre a settembre dovrebbe decollare finalmente (la prima partenza era stata fissata un anno fa) il telefono Unico (ci saranno vari modelli: Nokia, Motorola, Samsung). In sostanza Unico è un mix fra telefonia cellulare e tecnologia Internet. Quando l'utente si trova all'esterno della propria abitazione (o del proprio ufficio) il telefono funziona come un normalissimo apparecchio cellulare. Non c'è alcuna differenza rispetto ai telefoni attuali.

Quando invece l'utente è in casa (o in ufficio) e dispone di una connessione Internet a **banda larga**, Unico "vede" la **banda larga** e passa a funzionare attraverso la rete fissa (si presume con un certo risparmio di soldi). La cosa interessante (al di là dei risparmi che si potranno fare) è il fatto che, in casa o in ufficio, Unico funzionerà esattamente come un terminale della connessione Internet a **banda larga**, e quindi potrà scaricare video, fotografie e altro a velocità molto elevate.

Fin qui abbiamo visto alcune delle novità del mondo Internet in Italia. Ma il fenomeno più recente è l'avvio, anche qui da noi, dell'Internet on the move.

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

Ancora una volta conviene lasciar parlare i numeri. Intanto c'è un dato (un po' misto), ma comunque interessante e che porta a scoprire che cosa sta succedendo intorno a Internet.

Nel giro di un anno il traffico dati dei cellulari di Tim è aumentato del 300 per cento. E fin qui niente di strano. Sempre più gente si serve del cellulare (anche in casa o in ufficio). La cosa curiosa è che andando a vedere che cosa è successo nel primo trimestre di quest'anno si vede che il 20 per cento del fatturato generato dai cellulari di Tim è fatto di "dati", cioè non di conversazioni in voce. Ma di scambio, appunto, di dati. La prima risposta che viene in mente è che si tratti del banale traffico di sms, cioè di messaggini. Ormai tutti (anche i banchieri o i professori universitari) hanno preso confidenza con gli sms e ne scaricano grandi quantità tutti i giorni. Ma non si tratta solo di questo. E' venuto fuori che il 40 per cento, quasi la metà, del "traffico dati" registrato sui cellulari Tim in realtà è fatto da servizi interattivi, cioè da navigazione su Internet. Il fenomeno, che ormai viene monitorato in maniera costante, risulta essere in crescita.

A quanto pare a navigare su Internet con i cellulari sono soprattutto i giovani, che vanno a cercare siti di community e musicali (ma anche Google è utilizzato). Dalle ricerche fatte in Tim sembra che l'utilizzo dei telefonini per girare su Internet stia crescendo del 50 per cento all'anno.

Proprio per questo è stato deciso di "allargare" la rete Hsdpa (quella che consente la **banda larga** sui cellulari): alla fine del 2006 essa copriva solo il 35 per cento del territorio nazionale, entro il 2007 arriverà al 70 per cento. Si presume, ovviamente, che anche gli altri operatori facciano la stessa cosa. L'Internet on the move sta esplodendo e i gestori delle reti inseguono, come è giusto che sia.

Ma non è finita qui. Da luglio Tim comincerà a portare la sua rete Hsdpa a Hsupa. Il che significa che la banda passa da 3,6 a 7,2 mega e che si potrà spedire alla velocità di 1,5 mega (Vodafone ha appena sperimentato la stessa cosa, e quindi è presumibile che introduca lo stesso servizio in tempi stretti). Per chi non è pratico di queste cose, si può dire che di fatto da luglio sui cellulari sarà disponibile una buona **banda larga**: e questo aumenterà ancora di più la diffusione dell'uso di Internet attraverso i cellulari.

In conclusione, due sono i fenomeni emergenti. Il primo, già noto, è che l'Internet tradizionale continua a crescere e a allargarsi. Diventa sempre più efficiente e sempre più usata. Quando avremo i primi collegamenti a 50 mega e oltre si sarà fatto un salto di qualità molto importante. Di fatto saremo entrati nell'età adulta di Internet.

Ma accanto a questo fenomeno c'è il decollo dell'Internet mobile, l'Internet on the move. Per ora sembra che abbia affascinato soprattutto il pubblico più giovane. Ma anche manager e professionisti cominciano a usare questo strumento con una certa frequenza. D'altra parte l'anno scorso Samsung ha venduto nel mondo un milione di esemplari del suo bellissimo sub-notebook (e alcune migliaia in Italia), e questo vorrà pur dire qualcosa. Non sono certo ragazzini o studenti quelli che l'anno comprato (con quel che costa).

E un po' tutti nel mondo (a partire dall'Intel che fa i chip) stanno lavorando (e spendendo miliardi di dollari in ricerca) per rendere sempre più compatti e efficienti telefonini e sub-notebook. E lo fanno perché hanno visto aprirsi davanti a loro questo nuovo mercato: il mercato dell'Internet on the move. La loro idea è che attraverso Internet arriverà tutto (dalle previsioni del tempo, alle notizie, ai messaggi di amici e familiari) e quindi nel giro di qualche anno sarà inevitabile essere sempre collegati, sempre aggiornati, sempre in Rete.

Non so se piacerà a tutti, ma sembra proprio che il mondo vada in quella direzione lì.

## **la Repubblica**

### ***L'esercito delle piccole e medie imprese si è svegliato e ha cominciato a puntare sull'innovazione.***

**La svolta non è tanto nel volume e nella qualità degli investimenti quanto nell'atteggiamento in generale**

STEFANO CARLI ROMA

11 giugno 2007

La Repubblica

(c) Copyright LA REPUBBLICA

Il metal- meccanico è il settore più dinamico E arrivano novità dal mondo delle telecom

Si muove l'offerta che è stata finora la causa principale di un mercato immobile

L'esercito delle piccole e medie imprese si sta mettendo in moto. Dire che stiano già vivendo in pieno la rivoluzione di Internet e della convergenza è forse ancora troppo ottimistico, ma non sono più quella specie di stagno refrattario ad ogni innovazione che erano ancora poco tempo fa. «Spesso 4 o 5 anni fa, organizzando le interviste per le prime edizioni dell'Osservatorio, chiedendo ad un piccolo imprenditore di parlare con chi nella sua azienda si occupasse di It, o anche solo di Internet o di computer, ci si sentiva indicare la sua segretaria, o il commercialista. La prima, perché pensavano che fosse una cosa comunque connessa con i telefoni e quindi con il centralino; il secondo, perché quello che per vocazione si occupava di tutto quello che era "esterno" alle technicalità del core business». Andrea Rangone è il responsabile degli Osservatori del Politecnico di Milano, tra cui proprio quello che si occupa di "Pmi & Ict". E' lui a registrare questo primo salto di qualità. Non tanto nel volume o nella qualità degli investimenti, quanto nel clima, nell'atteggiamento in generale. «Le "belle addormentate", come chiamavamo queste imprese refrattarie all'innovazione, si stanno svegliando - continua Rangone - E quando un imprenditore si sveglia e capisce che ci sono cose da fare, inizia a guardarsi attorno. E questo cambia il mercato».

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

Quello che sta accadendo, in sostanza, è che si sta cominciando a muovere l'offerta. Che è stata finora la chiave di volta dell'immobilismo di questo mercato. «Il fatto è che non sono state solo le piccole imprese ad essere refrattarie all'innovazione - sintetizza Rangone - ma anche le softwarehouse locali».

Il mercato dell'Ict in Italia è stato finora diviso in due. Da una parte le imprese grandi e medio grandi, che hanno come naturale riferimento produttori di software di livello internazionale: da Microsoft ad Oracle, da Sap ai grandi integratori, come Accenture o Ibm. All'estremo opposto l'universo delle piccole, legate a mercati locali, che nelle migliori delle ipotesi iniziano un po' alla volta a comprare i primi pacchetti software. Sono soluzioni standard, molto semplificate e divise per funzioni: la posta elettronica, gli antivirus, qualche applicativo gestionale per l'amministrazione.

Ciò ha creato una barriera di accesso fortissima. Queste softwarehouse locali sono esse stesse delle piccole imprese, per di più con dei piccoli monopoli locali. Hanno così sviluppato una tendenza conservativa, tesa a proteggere la propria rendita di posizione. Ne è venuto fuori un mercato chiuso a doppia mandata. Che ora si sta aprendo da due parti opposte. La prima dalla parte della domanda. Man mano che le imprese vengono spinte fuori dai loro originari mercati locali diventa pressante l'esigenza di strumenti in grado di compensare la pressione competitiva. Le "belle addormentate" che si svegliano accendono una domanda di prodotti che le softwarehouse locali non sono in grado di soddisfare.

All'altro estremo, si rompe il fronte delle softwarehouse locali. «Per due motivi - spiega ancora Rangone - Intanto perché il loro portafoglio clienti si sta assottigliando. Proprio l'inefficienza da loro stessi indotta manda fuori mercato molte imprese loro clienti. Poi perché stanno iniziando ad arrivare sui mercati locali anche le softwarehouse maggiori. Perfino per nomi come Microsoft o Sap il mercato delle piccole e medie imprese inizia ad essere interessante. E vi si affacciano. Se non direttamente, visti i costi di una presenza fisica diretta su mercati così frammentati, cercando partnership e selezionando le migliori tra le softwarehouse locali. E facendole così crescere».

Tra le spire di questo doppio movimento, sia dalla parte della domanda che da quella dell'offerta, il mercato si sviluppa. A sprazzi, a macchie di leopardo, ma cresce. Ci sono settori più dinamici, come il metalmeccanico, e altri più arretrati, come il tessile. Non è un caso: è sulle produzioni meccaniche che si sono sviluppati i primi sistemi Erp, per gestire cicli, approvvigionamenti, scorte, stoccaggi e distribuzione. E poi ancora: è nei sistemi di prodotti complessi che per primi si sviluppano i nuovi servizi post vendita. Se si producono torni e si vende, oltre il prodotto, anche l'assistenza tecnica, le risorse dell'Ict producono effetti positivi più immediati. Non solo il controllo numerico sulla produzione, ma la gestione dei tecnici mandati in giro per l'assistenza e così via. E in questo modo anche le piccole imprese iniziano a scoprire i vantaggi del "mobile office". I dati rilevati dall'Osservatorio Ict&Pmi quest'anno ne misura le prime tracce. Siamo attorno al 15% nelle imprese più piccole, per arrivare ad un più incoraggiante 50% in quelle maggiori. Ma questi numeri registrano imprese che abbiano almeno una soluzione. Insomma, basta anche un solo palmare per stare nella pattuglia di testa. «Lo abbiamo fatto soprattutto per avere un primo punto di riferimento rispetto al

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

quale misurare i progressi successivi», spiega Rangone.

Ma altre novità sono in arrivo dal mondo delle telecom, che non offrono più solo telefoni e centralini e un po' di **banda larga**, ma piattaforme convergenti. «Per ora le piccole imprese ci chiedono ancora soprattutto riduzioni di costi - spiega Marco Becca, direttore Business Unit Corporate di Bt Italia, una telecom completamente focalizzata sull'utenza di impresa - Non prezzi bassi ad ogni costo, ma una combinazione ottimale di prezzo e qualità. Per esempio: per il tipo di traffico Internet di molte piccole imprese, con un'unica sede, fatto soprattutto di mail e di download e upload di documenti, abbiamo un pacchetto che offre accesso a 128 k. E' una "banda larga" molto piccola ma assolutamente garantita. Per loro è sufficiente. Ma magari intanto cominciano ad utilizzare soluzioni Intranet per fare comunicare i loro pc».

Insomma, dopo i tanti soldi spesi con pochi risultati ai tempi della bolla Internet, ora l'offerta riparte dal basso, punta a conquistare la fiducia delle imprese e ad avviare un dialogo stabile. E' su questo zoccolo che stanno per arrivare le prime novità. «Tra un mese - afferma Becca - lanciamo in Italia Vision, il nostro cellulare Gsm e wi-fi. Intanto è un risparmio sui telefoni. Ne basterà uno che sarà fisso e mobile assieme. Poi risparmio di costi: di realizzazione della rete (basteranno due o tre antenne), e di traffico, perché non ci saranno più telefonate via cellulare fatte da chi sta dentro l'azienda». E in questo modo, a poco a poco, le telecom inizieranno ad offrire, assieme alla connessione, anche applicativi Ict, magari in partnership con service provider Asp: quelli che i programmi non li vendono ma li affittano, non più prodotti ma servizi, magari anche a contatore. Un sistema pay - per-use che richiede meno risorse iniziali da immobilizzare. Proprio quello di cui le limitate risorse finanziarie delle piccole imprese hanno bisogno.

### **CORRIERE DELLA SERA**

#### ***Via a Babelgum Nove canali per l'internet tv***

Giancarlo Radice

10 giugno 2007

Corriere della Sera

(c) CORRIERE DELLA SERA

MILANO - Si comincia con un centinaio di programmi, ordinati in 9 canali tematici, dal cinema d'autore allo sport, dai cartoon all'informazione fino al gossip. Ma in realtà ciascuno potrà costruire il proprio palinsesto su misura, personalizzando attraverso un motore di ricerca. E vedere quello che vuole, quando vuole.

Con questo menù apre ufficialmente i battenti Babelgum, la nuova internet tv (con quartier generale in Irlanda e uffici a Milano come in Gran Bretagna, Francia e Usa) di cui l'ex numero 1 di **Fastweb**, Silvio Scaglia è il fondatore e il presidente e il primo azionista con il 90%.

Domani, dopo mesi durante i quali migliaia di utenti hanno potuto provare la versione beta, verrà lanciata la piattaforma «definitiva», accessibile via computer e connessione a **banda larga** al potenziale pubblico di milioni di persone in qualsiasi angolo del pianeta. Una «prima» assoluta, insomma, per una nuova forma di intrattenimento tv on demand che per ora ha come unico concorrente al mondo Yoost, l'analogo progetto messo a punto dai due inventori di Skype, Janus Friis e Niklas Zennstrom. Basterà scaricare (gratuitamente) dal sito Babelgum il software applicativo per poter avere a disposizione sul proprio monitor (anche quello dei normali apparecchi televisivi) l'intera biblioteca multimediale, destinata a crescere di nuovi «titoli» ogni giorno. «È una dimostrazione di come, grazie a internet, oggi sia possibile realizzare un network globale di distribuzione di programmi di alta qualità e in alta definizione - spiega Scaglia -. Un'opportunità per i produttori di contenuti di diffondere il loro lavoro a un numero potenzialmente infinito di nicchie di pubblico».

Nel menù d'esordio rientrano canali di marchi internazionali di primo piano, dall'informazione televisiva Reuters e Ap, fino ai documentari Bbc e all'entertainment di Itn. Ma ci sono soprattutto molti programmi di autori «indipendenti», fuori dai circuiti della tv tradizionale.

Compresa una serie di film e «corti» inediti provenienti da registi come Spike Lee o dal Soho Festival.

### ***L'informatica riparte con la media impresa***

Daniele Barzaghi

8 giugno 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

Hi-tech. Rapporto Assinform: in calo le spese della pubblica amministrazione

Nel 2006 la domanda è aumentata del 2 per cento - IL DIVARIO Ancora ritardi nelle aziende più piccole: il 30% di quelle con meno di 50 addetti è sprovvisto di qualsiasi dotazione tecnologica

L'informatica italiana continua a crescere, con tassi sempre maggiori. Il dato del 2006 indica un aumento della domanda che sfiora il 2%, il doppio della performance 2005 (+0,9%) e che fa dimenticare il segno negativo delle precedenti stagioni (i -0,4% e -3,2% di 2004 e 2003).

Secondo il Rapporto Assinform 2007, presentato ieri, il mercato italiano delle tecnologie informatiche ha raggiunto ormai i 19.804 milioni di euro annui, con una crescita del 2,1% per le **telecomunicazioni** e dell'1,6% per l'IT. Un ottimo segnale, che parla di un Paese teso verso la ricerca dell'efficienza, di una maggior produttività e di vitali sinergie.

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

La crisi che aveva colpito l'informatica alla fine del 2002 (le richieste di prodotti avevano toccato il minimo storico del -3,2%) sembra lontana.

A spingere sono soprattutto le grandi imprese, come è ovvio, ma la novità di questi ultimi due anni è rappresentata dalle medie imprese. Le aziende che contano tra i 50 e i 249 addetti hanno aumentato le loro richieste di prodotti informatici dell'1,8% nell'ultimo anno (contro il +0,9 delle grandi e lo 0,3 delle piccole). E lo stesso avevano fatto nel 2005, quando registrarono un promettente +1,7%, a dimostrazione che era già in atto una nuova stagione di rinnovamento, dopo quella della grandi imprese.

«Il settore è tutt'altro che maturo, e anzi è in costante movimento - ha affermato Giancarlo Capitani di Netconsulting, il responsabile del Rapporto - Il mercato mondiale ha prodotto nel 2006 oltre 2.700 miliardi di dollari, il 7% del Pil mondiale». Basta pensare che ogni giorno al mondo vengono spedite 60 miliardi di e-mail per capire quanto gli strumenti informatici siano divenuti prodotti di massa.

Delle grandi economie globali l'Italia è il Paese che spende meno in innovazione e l'aumento registrato è poca cosa rispetto agli aumenti degli Stati Uniti (+5,7%) o del Regno Unito (3,7%), per non parlare della Spagna, che col suo impressionante +6,8% fa crescere tutta la media Ue (+3,9%). Secondo Capitani «non stiamo recuperando il ritardo, anzi lo stiamo accumulando».

Le lentezze italiane, come si legge nel Rapporto Assinform, derivano essenzialmente da tre fattori: la diminuzione della spesa informatica della Pubblica Amministrazione, il livello di analfabetismo informatico delle piccole imprese (il 95,6 delle aziende italiane) e la grande differenza nei comportamenti tra le diverse zone d'Italia.

L'amministrazione centrale continua a ridurre i capitali destinati al rinnovamento informatico dello Stato (-1,7%) con tagli che riguardano soprattutto la spesa destinata agli investimenti. E non promette nemmeno il +2,8% delle pubbliche amministrazioni locali (era +3,4 nel 2005): il 43% delle commesse è infatti affidato a proprie società controllate e quindi non aiuta molto le vendite del settore.

Le piccole imprese non danno un supporto maggiore. Il loro volume di spesa, comparabile con quello dell'intera PA, si è risollevato dall'abisso del -3,3% di fine 2003, ma ancora oggi non è sufficiente: il 30% delle aziende con meno di 50 dipendenti è tuttora privo di una qualsiasi tecnologia informatica.

La dimensione dell'impresa diventa pertanto determinante, così come la collocazione geografica lungo la penisola. La spesa annuale procapite diminuisce dalle regioni del Nord-Ovest (501 euro), del Centro (418,3 euro) fino al Sud (155,3 euro), ma la sorpresa viene dal Nord-Est. Quella parte del Paese, che contribuisce al Pil in maniera consistente, sembra non considerare le tecnologie informatiche, riservando solo 375,6 euro a persona.

«Per sostenere l'innovazione nell'IT è necessaria una politica ad hoc - afferma Ennio Lucarelli, presidente di AlTech-Assinform, l'associazione italiana delle imprese di settore -. Serve un progetto nazionale sull'informatica nell'ambito del piano ministeriale per lo sviluppo Industria 2015. Il nostro è un settore strategico per la promozione degli obiettivi fissati: il risparmio energetico, la mobilità sostenibile e la promozione di scienze della vita, Made in Italy e beni culturali».

Per Lucarelli va innanzitutto rafforzato il processo di liberalizzazioni dei servizi e di abbattimento delle norme anticompetitive che, secondo l'Ocse, hanno effetti più negativi se incidono su settori strategici come quelli innovativi.



### ***Roaming: Gentiloni, ora telefonia mobile e' europea.***

7 giugno 2007

ANSA - Telecomunicazioni

(C)2007 ANSA.

(ANSA) - LUSSEMBURGO, 7 GIU - "Con questo accordo, una decisione molto importante, la telefonia mobile diventa europea": lo ha detto il ministro delle Comunicazioni, Paolo **Gentiloni**, a Lussemburgo, a conclusione del Consiglio dei ministri che ha dato oggi il via libera all'accordo sul roaming.

**Gentiloni** ha precisato che "i consumatori potranno beneficiare dei vantaggi nelle tariffe già da questa stagione estiva". Infatti, il 29 giugno il nuovo regolamento verrà pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale europea, e "in teoria dal giorno dopo entra in vigore. A partire dal 1 luglio - ha spiegato **Gentiloni** - viene applicata a tutti entro due mesi la tariffa di protezione".

**Gentiloni** ha reso omaggio alla presidenza di turno tedesca per il "forcing" operato in queste ultime settimane per giungere all'accordo e alla commissaria Viviane Reding per "il suo prolungato impegno".

### ***Per chi suona la banda larga***

7 giugno 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

### INTERNET SUL CELLULARE LA FLAT DI TRE

Con 9 euro al mese (oppure 3 alla settimana) sarà possibile usufruire di una soglia di 100 Mb di traffico dati al giorno

LUCA SALVIOLI

Chiamare un amico che vive dall'altro capo del mondo utilizzando Skype. Usare l'instant messaging per fare due chiacchiere dal treno con il collega rimasto in ufficio. Leggere la posta, mettere online le foto, fare acquisti con eBay. In una parola: internet. In due parole: internet mobile. Già, perché la novità non sono i servizi - ormai stranoti - ma il fatto che tutto questo possa essere fatto con il telefonino, a prezzi concorrenziali con l'adsl fissa. Qualche mese fa, al 3Gsm di Barcellona, la parola internet era la guida per districarsi tra un mare di sigle, reti e terminali che riempivano gli stand. I device sono pronti, le reti sono sempre più intelligenti, e adesso, anche in Italia, il matrimonio tra internet inizia e telefonino sta superando l'ultima barriera: le tariffe.

Un segnale deciso in questa direzione arriva da Tre Italia, che l'11 giugno lancia l'offerta X-Series, aprendo la **banda larga** al cellulare con tariffa flat. La prima vera novità sul panorama europeo riguarda la tariffa e i servizi che comprende. Con 9 euro al mese (oppure tre alla settimana) sarà possibile usufruire di una soglia di 100 Mb di traffico dati al giorno. Vuol dire navigare su qualsiasi sito web e mail attraverso il browser WWW3, usare la mail con accesso diretto a Msn Hotmail, Windows Live Hotmail, Google GMail, Yahoo! Mail; effettuare ricerche con Yahoo! oneSearch e acquisti su Ebay, utilizzare i servizi di photosharing Flickr con Yahoo!GO. Non solo. Nello stesso pacchetto sono inclusi 200 minuti di chiamate Skype al giorno, validi per tutti i contatti Skype connessi dal pc o da un altro telefonino compatibile, e inclusi allo stesso prezzo anche all'estero, sotto copertura di un operatore del gruppo Tre. L'instant messaging di Windows Live Messenger ha un tetto di 300 messaggi al giorno in uscita. Nella soglia dei 9 euro mensili non è invece compresa la possibilità di usare il cellulare come modem. Altro limite, destinato a scemare, quello del prezzo dei terminali: per ora S-Series sarà disponibile solo sui cellulari d'alta gamma.

Ma quello che conta è soprattutto che la mossa di Tre segna un passo deciso verso le strategie degli operatori negli anni a venire. L'offerta di Tre è la prima ad offrire applicazioni comuni di internet (già configurate) con tariffa flat concorrenziale con l'adsl fissa, ma anche Tim, Vodafone e **Wind** stanno progressivamente abbassando le tariffe e ampliando la quantità di banda. La strada è aperta e mischia le carte tra fisso, mobile e voip. «Per noi è un'enorme opportunità - spiega Vincenzo Novari, amministratore delegato di Tre Italia - il matrimonio tra il cellulare e internet sarà sempre più un'applicazione di massa, e sui dati i nostri margini sono del 100%, mentre sulla voce del 50%». Il trend è reso possibile dallo sviluppo delle reti hsdpa, evoluzione dell'umts. L'hsdpa di Tre raggiunge ormai il 70% degli italiani, con una velocità che parte da 1,8 Mbps per arrivare a punte di 7,2 Mbps. «Con questa velocità di connessione e queste tariffe l'umts ha già superato il wi-max - prosegue Novari -. La diatriba tra queste due tecnologie, in realtà, è legata

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

a logiche di lobby: il baricentro dell'evoluzione della telefonia mobile è euro-asiatico, e quando le grosse compagnie americane hanno scoperto che avevano perso il treno hanno deciso di inventarsi qualcosa. Così è nato il wi-fi, e poi si è cominciato a parlare di wi-max. Ma la realtà è che in Italia l'umts vale 4 miliardi di euro, mentre il wi-fi 50 milioni». Una visione condivisa da Hakan Ericsson, responsabile R&S di Ericsson: «C'è una sola differenza tra l'hspa e il wi-max: il primo è stato lanciato nel 2005, mentre l'anno del wi-max sarà il 2008. Tra le due tecnologie ci sono tre anni di distanza e le previsioni degli analisti dicono che nel 2012 l'hspa rappresenterà il 95%, mentre il wi-max il 5%».

Il futuro è una sempre maggiore implementazione dell'hspa, diviso nelle due sottofamiglie: hsdpa e hsupa. Il secondo si differenzia dal primo perché consente migliori performance nell'uplink, e cioè della velocità nel caricare i dati dall'utente, caratteristica tipica del web 2.0. «Quello dei contributi generati dagli utenti è uno dei trend più importanti - continua Ericsson - e per noi significa soprattutto lavorare sulla simmetria della rete, che ora è molto sbilanciata sul downlink». Secondo il capo della ricerca e sviluppo di Ericsson il futuro di internet porterà a un ruolo crescente del pubblico. «Questo renderà il successo delle applicazioni basate sul web molto labile. Ci sarà un adattamento molto darwinistico: sopravviverà solo chi si adatterà e piacerà agli utenti. L'unica cosa certa saranno le reti. In alcune parti del mondo conviene vendere elettricità piuttosto che vendere frigoriferi. L'esempio è calzante. Le applicazioni avranno successi labili, ma quello della connettività sarà un business importante e meno soggetto a variazioni. Molto meglio dei frigoriferi».

### ***Esplode la banda larga low cost***

7 giugno 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

#### WI-FI LE MUNIWIRELESS

Boom di reti a basso costo grazie ad accordi modello tra municipalità e privati

Internet nell'aria. Un po' ovunque. Oltre 400 città, tra Usa, Europa e Asia, oggi stanno costruendo le MuniWireless. E in Italia sono già attive reti a Roma, Torino, Reggio Emilia, Trento e Bologna. E presto si aggiungeranno Firenze e Milano.

La tecnologia è consolidata. Il Wi-fi, con le sue scatolette di accesso al costo di 20-40 euro e direttamente installabili sui lampioni. La Muniwireless è una **banda larga** a basso costo, replicabile in migliaia di punti, sia connessi alla rete fissa o anche capaci di estendersi da sé, attraverso il software Mesh, che rende i punti Wi-fi nodi capaci di replicarsi i segnali. Il maggior fermento è negli Usa. Qui le iniziative in corso sono oltre trecento e vedono due modelli emergenti. Quello municipale e quello privato gratuito ma finanziato dalla

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

pubblicità. Wireless Philadelphia è l'esempio del primo tipo. Tre anni fa il Comune avviava un contratto con un gestore, Heartlink, per la diffusione della rete, su oltre duemila punti di accesso, all'intera città, per 350 chilometri quadrati. Oggi una società non profit, Wireless Philadelphia, vende abbonamenti per 20 dollari mensili (circa la metà di un Dsl Usa a rete fissa) ma per le famiglie meno abbienti il prezzo è dimezzato. Turisti e visitatori, inoltre, hanno accessi temporanei gratuiti.

L'altro approccio è quello di Google, di MetroFi e di Microsoft. Il re dei motori di ricerca è stato il primo, nell'agosto scorso, ad avviare a Mountain View una rete di 380 punti di accesso per i 72mila abitanti della cittadina della Silicon Valley. Ora, insieme a Earthlink, sta avviandone un'altra a San Francisco su un doppio livello. Fino a velocità di 300 chilobit al secondo la rete sarà gratis ma veicolerà annunci pubblicitari. Oltre, il servizio sarà a pagamento via Heartlink.

Un modello che MetroFi, internet provider californiano, ha eletto a sua strategia base. L'azienda gestisce reti wi-fi gratuite in sei città Usa, pagate con la pubblicità, e ha stretto un'alleanza con Microsoft per un'iniziativa a Portland con pubblicità a misura di territorio.

Ovvio, se questi esperimenti avranno successo l'integrazione pubblico-privato sulle Muniwireless farà un salto in avanti. I gestori avranno interesse a moltiplicare gli accordi con le municipalità e le seconde ad affidarsi a loro. Come prevede il municipio di Washington, che ha lanciato una gara ai carrier: 8 anni di esclusiva sui servizi a pagamento per i centri direzionali. Contro, però, una rete gratuita estesa anche alle zone povere.

Risultato: nei prossimi quattro anni - stima Esme Vos di Muniwireless.com - negli Usa si investiranno più di 3 miliardi di dollari nelle reti wi-fi cittadine. E per il 60% delle famiglie Usa che ancora navigano via modem «l'idea che un collegamento fino a 300 chilobit gratuito diverrà un luogo comune», osserva l'economista Francesco Sacco».

In Europa la situazione è tuttora piuttosto diversa. «Qui vale ancora un wi-fi caro, che spesso arriva a oltre 10 euro all'ora - nota Vos - soprattutto per il dominio dei carrier su questi servizi». La situazione però sta cambiando. A Parigi, per esempio, oltre 400 punti di accesso già offrono, a turisti e residenti, copertura gratuita. A Barcellona numerose catene alberghiere danno con la stanza wi-fi gratis. E HotSpot Amsterdam conta di sviluppare, entro due anni, un'infrastruttura estesa alla periferia.

Anche in Italia l'elenco è sostanzioso. Roma è partita, attraverso un consorzio misto, nell'agosto 2005, con un primo nucleo di punti accesso gratuiti nei parchi pubblici. Oggi la rete è stata estesa a un buon numero di punti turistici ed entro l'estate coprirà gran parte del centro storico. A Torino un altro consorzio misto prevede entro l'anno, per gli abbonati a TorinoFacile, la navigazione gratuita in molte aree centrali e per gli altri tariffe agevolate. A Bologna invece la rete civica comunale, Iperbole, sta sperimentando una sua estensione wi-fi a 220 punti di accesso nel centro, con sessioni di un'ora gratuite. E Trento e Reggio Emilia dispongono di

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

prime infrastrutture wi-fi aperte ai cittadini. Mentre in numerose aree dove non arrivano i collegamenti via Dsl la tecnologia wi-fi di paese è oggi oggetto di progetti pubblici con un approccio misto: una linea a larga banda fino al Comune e di qui punti wi-fi nelle piazze principali.

Ma queste reti pubbliche spiazzeranno i carrier tlc? «La risposta pare proprio essere negativa - risponde Sacco -. In media, dove nascono queste reti, c'è una promozione netta nei servizi ad alta tecnologia, compresi gli accessi a larga banda fissi. Uno studio dell'economista George Ford su una cinquantina di casi di municipalità Usa, ha misurato come la presenza di reti comunali amplia nettamente il mercato locale dei servizi tlc, oltre il 50 per cento».

### ***A tappe forzate la marcia del Voip***

Alessandro Longo

7 giugno 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

Il VoIP, vascello tra le onde, ha ormai a vista il porto sicuro della maturità e di lega in lega vi si avvicina, alla ricerca di una formula che sia al contempo attraente per il pubblico di massa e solida per il business. È la storia che si può leggere dietro i tanti annunci che hanno riguardato il VoIP nelle ultime due settimane. Ne spiccano due, che hanno il sapore del primato: l'universo degli elenchi online di Seat Pagine Gialle ha adottato un sistema VoIP click-to-call; Deutsche Telekom si è aggiunta agli investitori di Jajah, di cui offrirà i servizi.

Da fine maggio, quindi, PagineBianche.it, PagineGialle.it e Alberghieturismo.it sono le prime yellowpages al mondo a usare un click-to-call con il VoIP di MyBlueZebra, basato sulla tecnologia Sitofono di Abbeynet. In sostanza, gli utenti possono ora telefonare gratis, tramite computer, a 150mila aziende inserzioniste di Seat, cliccando sull'icona chiamagratis. È innovazione dal cuore italiano, visto che Abbeynet è un'azienda cagliaritana pioniera del VoIP e MyBlueZebra è stata fondata a New York dal torinese Andrea Tessitore e l'australiano David Freyer. «Sitofono è il primo prodotto di massa che spingiamo» spiega Luca Filigheddu, ceo di Abbeynet. «Ne abbiamo venduti 1.200, condivisi da circa 150mila clienti business ed è per noi un esempio di come sia possibile trarre valore economico dal VoIP: vendendo un servizio utile al business invece di concentrarsi sulla promessa di telefonate gratis». Sitofono riassume in sé così le due nuove missioni del VoIP: la semplicità per conquistare il pubblico di massa e la forte attenzione al business anche nel breve periodo.

Jajah: a maggio ha ricevuto 20 milioni di finanziamento, in un round diretto da Intel. Vi ha partecipato anche T-Online Venture Funding, cui fa capo Deutsche Telekom. È il primo grande operatore a investire in un

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

servizio VoIP di terze parti. È come un tabù che si spezza, tra i due mondi. A spiegare la mossa di DT sono le caratteristiche di Jajah: non è un servizio distruttivo per la telefonia tradizionale, perché ha bisogno di un numero telefonico normale, per funzionare. «Jajah non ha bisogno di un software aggiuntivo: è un punto di forza, per il grande pubblico, rispetto a Skype», dice Zayera Khan, analista di Forrester Research. Il tutto rende Jajah compatibile con il business di Deutsche Telekom. Anche Telecom, però, ha cominciato a guardare al VoIP come servizio di massa: mira a tre milioni di clienti (sui propri servizi Alice Voce) entro due anni, come dichiarato di recente al sesto Wireless & Media Summit del Sole-24 Ore. Tutti i segnali vanno nella stessa direzione: anche il supporto ora dato da Jajah alle console di nuova generazione; il lancio del servizio di BT (nel Regno Unito) che permette da giugno di chiamare via playstation portatile tramite gli hot spot WiFi.

Il fenomeno investe anche il VoIP su cellulare, come dimostra il lancio, a fine maggio, di Eqo Mobile, servizio semplice e funzionante su quasi tutti i cellulari in commercio. Anche Skype dimostra di voler rafforzare il modello di business, ma puntando sempre più sulle piccole e medie aziende (cui si rivolge la prima offerta per diventare reseller di Skype, lanciata il 4 giugno). Il cammino del VoIP è, tuttavia, ancora un "work in progress", come lo chiama Khan, che aggiunge: «Skype e altri servizi migliorano di continuo, ma manca ancora un po' perché il VoIP diventi facile e immediato come la telefonia tradizionale. La vera rivoluzione ci sarà quando l'utente potrà usare il VoIP senza né computer né software né apparati aggiuntivi rispetto a quelli che ha già».

### ***Sawiris: non si ferma interesse per mercato europeo.***

7 giugno 2007

ANSA - Telecomunicazioni

(C)2007 ANSA.

(ANSA) - ROMA, 8 GIU - Non si ferma l'interesse per il mercato europeo di Weather Investments Group, la società che fa capo al magnate egiziano Naguib Sawiris. L'ingresso nel Vecchio Continente è stato segnato dall'acquisizione dell'italiana Wind, a cui è seguita di recente quella di Tim Hellas, oggi Wind Hellas, che ha sancito l'espansione sul fronte greco. Sawiris non ha mai nascosto l'interesse per Tiscali. Ma non solo. Anche la francese Bouygues Telecom potrebbe entrare nella scuderia egiziana. "Se fosse veramente in vendita, saremmo interessati. Certo, non sappiamo se è sul mercato o no. Se lo fosse ci faremo avanti di certo ha confermato, dopo alcune indiscrezioni, lo stesso Sawiris, a margine della presentazione di Wind Music Awards a Roma. La corsa all'Europa potrebbe non fermarsi qui.

Se fosse confermata l'ipotesi ventilata dal Wall Street Journal di una possibile suddivisione degli asset internazionali di Vodafone, arriverebbero sul mercato società decisamente appetibili per il gruppo egiziano. Sawiris però non nasconde il suo scetticismo: "Non mi sembra così verosimile, almeno non per l'Italia. E' un

asset troppo grande, difficile da immettere sul mercato. Non credo che questa ipotesi di suddivisione sia seria".

Sul fronte italiano, intanto, Wind continua a puntare sui contenuti multimediali per il mercato mobile. "La musica è in questo momento l'elemento di maggior attrattiva per il segmento dei giovani - spiega Maximo Ibarra, responsabile del Marketing mobile di Wind - Sui contenuti multimediali l'audience ha già dato il suo verdetto positivo, la variabile di successo è come si erogano i servizi".(ANSA)

### «*Wind frenata, favorito chi già è dominante*»

Simone Filippetti

6 giugno 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

INTERVISTA - Paolo Dal Pino

«Il provvedimento avrà un impatto negativo di 300 milioni sul Mol del 2007»

Il pacchetto Bersani sulle **telecomunicazioni**? Ha avuto l'effetto immediato di avvantaggiare chi ha già una posizione dominante sul mercato. Paolo Dal Pino, amministratore delegato di **Wind**, lancia il sasso nello stagno. L'ennesimo, dopo la contestata abolizione dei costi di ricarica, contestata dagli operatori s'intende. Ma il numero uno di **Wind** rassicura anche il mercato: ciononostante, **Wind** sarà profittevole anche nel 2007 (dopo che nel 2006 ha chiuso il primo bilancio in utile) e per ora esclude un interesse per **Tiscali**. Intanto, prende corpo il progetto della compagnia di tlc del Mediterraneo di Naguib Sawiris: ieri Tim Hellas, acquisita di recente, ha cambiato nome in **Wind Hellas**.

Non si è ancora placata la tempesta per la Legge Bersani che vi ha tolto l'introito delle ricariche...

A noi interessa la competitività del mercato delle tlc sul lungo periodo. Prima del taglio dei costi di ricarica, l'Italia era già il secondo Paese in Europa coi prezzi telefonici più bassi. Oggi, dopo la legge, siamo arrivati al paradosso che Tim, in alcuni segmenti di mercato, ha offerte competitive come le nostre. È in corso una concentrazione del settore nelle mani dei più forti e degli ex monopolisti. L'intervento simmetrico, giustificato come a favore della concorrenza, ha per ora creato solo una distorsione. Ma l'intenzione del Governo di incidere anche sullo scatto alla risposta ha avuto l'effetto di compattare la categoria per chiedere un

aggiustamento in sede di Authority.

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

Il provvedimento che effetti avrà su **Wind**? Nel primo trimestre l'impatto sui conti è stato limitato per motivi puramente temporali...

L'impatto del provvedimento è di 300 milioni sul margine operativo lordo del 2007 (l'anno scorso il Mol è stato di 1,67 miliardi). Cercheremo di recuperare, ma ci riusciremo solo in parte, con un rialzo delle tariffe. Noi abbiamo sempre avuto i prezzi più bassi, ma ora siamo stati costretti ad alzarli. E una mossa simile credo la stia valutando anche 3 Italia: Bersani ha frenato **Wind**, una compagnia uscita dalla fase di start-up e in espansione. Il 2007 chiuderà comunque in utile e confermiamo le guidance già date subito dopo il decreto Bersani: un Mol in linea con l'anno scorso. Non ci sarà nessun impatto nemmeno sul rimborso del debito (6,98 miliardi a marzo) che sta procedendo secondo i piani.

Periodicamente si rincorrono voci, alimentate anche da Sawiris, di un possibile matrimonio con **Tiscali**. Avrebbe senso? Così **Wind** potrebbe anche quotarsi...

Sawiris è un imprenditore sempre in mood acquisitivo, al momento non vedo sinergie industriali così forti. I prezzi di Borsa, poi sono alti: **Wind** deve concentrarsi sullo sviluppo di Infostrada che richiede meno investimenti di un'acquisizione. In passato sono stato a favore della tesi del reverse merger, ma ora il quadro è cambiato.

E quindi che fine ha fatto la quotazione in Borsa di **Wind**?

È una questione che riguarda l'azionista, ma credo che rimanga nei piani un'operazione a livello di **Wind** o di Weather (la holding a monte, Ndr) .

La nascita di **Wind Hellas** significa una maggiore integrazione tra le compagnie?

**Wind** e **Wind Hellas** operano su due Paesi differenti, ciascuno con proprie caratteristiche. Certo, ci sono sinergie a livello di acquisti e di efficienze di costi.

### ***Telefoni, trasparenza lontana***

Carmine Fotina

6 giugno 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

Carmine Fotina

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

Tariffe nelle tlc. Tempi lunghi per il motore di ricerca che consentirà di confrontare i prezzi: i gestori non sono pronti

Bilancio in rosso tre mesi dopo il decreto - Agcom interviene sui contratti - RICARICHE Dopo l'addio ai costi fissi avviati due procedimenti sanzionatori su **Wind** Restano in vigore le penali per «recesso anticipato» - IL CASO Telefonate dirottate su rete mobile: il sistema Gsm-box è ancora tollerato mentre sono in corso indagini della magistratura

Per ora la trasparenza delle tariffe telefoniche, con o senza costi di ricarica, resta un optional. Sono trascorsi tre mesi, giorno più giorno meno, dall'entrata in vigore della misura del decreto Bersani che aboliva i costi fissi delle ricariche telefoniche; sono state approvate due delibere dell'Autorità per le comunicazioni e sui siti dei gestori telefonici è stato pubblicato un profluvio di tabelle informative. Eppure la confusione resta un dato incontrovertibile. Ne ha preso atto anche l'Autorità che oggi dovrebbe approvare un documento per invitare gli operatori telefonici mobili Tim, Vodafone, **Wind** e Tre, i gestori fissi e le compagnie televisive Sky e Mediaset a garantire agli utenti la possibilità di disdire un contratto senza pagare penali ingiustificate. Non basta, perché anche per il progetto di un "navigatore" a disposizione degli utenti, con cui confrontare le tariffe in base al proprio profilo di consumo, bisognerà attendere ancora dei mesi.

Chiarezza dei costi

Il decreto Bersani stabiliva l'eliminazione dei costi fissi per chi effettua una ricarica telefonica, misura recepita dai gestori mobili non senza alcune resistenze o contromosse poco limpide (l'Agcom ha avviato due procedimenti sanzionatori a carico di **Wind**).

Ma al tempo stesso il decreto affidava all'Authority il compito di dettare una serie di regole generali per aumentare la trasparenza nel settore. L'Agcom, con una delibera adottata il 22 febbraio, pubblicava una corposa tabella che tutti i gestori dovrebbero riportare sui siti e nei punti vendita autorizzati: costi effettivi per uno e due minuti (o tre minuti nel caso della telefonia fissa), più «prezzi indipendenti dal consumo», «dettagli fasce orarie», «condizioni economiche non schematizzabili» eccetera. Una lenzuolata di voci da moltiplicare per ognuno dei piani tariffari proposti sul mercato. Da un riscontro a campione sui siti dei primi dieci operatori, solo la metà si è adeguata alla lettera e il risultato complessivo non brilla per rapidità e facilità di lettura.

Una soluzione migliore, sulla carta, esiste. L'ha individuata l'Autorità con una successiva delibera, datata 22 marzo 2007 ma non ancora pubblicata sulla Gazzetta ufficiale. In quel provvedimento l'Agcom preannunciava la creazione di un super-motore di ricerca: ogni utente potrà inserire il suo specifico profilo di traffico telefonico e scoprire in tempo reale qual è la tariffa più economica o più adeguata al caso. Ma se ne riparlerà non prima di settembre. Manca infatti la materia prima. Perché il motore di ricerca entri in funzione occorre che tutti gli operatori, nessuno escluso, forniscano ai clienti informazioni dettagliate sul piano

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

tariffario e, ogni due mesi, il numero totale delle chiamate e dei minuti delle singole voci. Informazioni oggi per lo più disponibili per i clienti con abbonamenti, ma non accessibili ai titolari di carte prepagate che dovrebbero invece essere informati mediante accesso interattivo al web. Un bel progetto, insomma, ma ancora ai primordi visto che i gestori hanno informalmente chiesto all'Autorità un prolungamento dei tempi per adeguarsi.

Gli ultimi esempi

Con la circolare in via di approvazione, l'Autorità proverà a far chiarezza sul recesso anticipato dei contratti. Stabilirà quali penali si possono effettivamente addebitare come «spese giustificate dai costi» e quali sono piuttosto un onere improprio creato solo per disincentivare il passaggio alla concorrenza. Le pubblicità e gli annunci che in questi giorni imperversano su giornali e siti sembrano testimoniare del resto che, sotto questo aspetto, con il decreto Bersani poco o nulla è cambiato. All'accattivante immagine di Elisabetta Canalis, testimonial di Alice Mobile della Tim, si accompagna la scritta in basso «durata contrattuale di 36 mesi con corrispettivo in caso di recesso anticipato». La super-**banda larga** mobile di Tre (l'Adsm) ha invece una durata minima di 24 mesi, «con penale per recesso anticipato». Stessa durata minima per Vodafone Broadband, con addebito di 50 euro in caso di abbandono.

Terminazione e Gsm-box

Alla confusione generale contribuiscono anche le tariffe all'ingrosso, quelle che ogni gestore riconosce a un altro per portare a termine una telefonata sulla sua rete. **Wind** ha chiesto all'Agcom un rinvio del provvedimento che abbassa la propria tariffa di terminazione dal prossimo primo luglio. La richiesta di **Wind** a quanto risulta è ancora in esame, ma intanto il nuovo piano tariffario al dettaglio di **Telecom Italia**, in vigore proprio da luglio, ha considerato come cosa fatta la riduzione nella voce che riguarda le chiamate da rete fissa verso cellulari **Wind**.

Infine il caso Gsm-box. L'Autorità e il ministero continuano a ritenere regolare il meccanismo con cui quasi tutti i gestori fanno viaggiare le telefonate fisso-mobile (che costano di più) interamente sulla rete cellulare, risparmiando sui costi operativi. Procura di Milano e Polizia postale, partendo da casi riconducibili a **Wind** e Tele2, stanno invece indagando sull'uso distorto di questo sistema e su eventuali truffe.



***France Telecom potrebbe investire a 4,5 mld in banda larga.***

6 giugno 2007

ANSA - Economic and Financial Service

## Rassegna stampa 5-12 giugno 2007

(c) 2007 ANSA.

PARIGI, 06 GIU - France Telecom potrebbe investire tra i 3 e i 4,5 miliardi di euro in cinque anni nelle sue reti a **banda larga**. Lo indica oggi il quotidiano 'Les Echos' precisando che questa cifra è stata indicata dal direttore finanziario Gervais Pellissier nel corso di un incontro con gli investitori.

Finora l'operatore aveva annunciato per il periodo 2007-2008 un investimento di 270 milioni di euro per la sua fase preliminare di dispiegamento della sua rete di fibra ottica con l'obiettivo di conquistare tra i 150.000 a 200.000 clienti entro la fine del 2008. (ANSA).



### ***Internet: il 52% italiani non lo usa, il blog e' donna***

5 giugno 2007

ANSA - Telecomunicazioni

(C)2007 ANSA.

(ANSA) - ROMA, 5 GIU - Il 52% degli italiani non usa Internet e solo il 31% è all'avanguardia tecnologica: è quanto emerge da un'indagine commissionata dall'Osservatorio permanente contenuti digitali ad AcNielsen, presentata oggi a Roma.

Secondo la ricerca, oltre al **digital divide** cresce anche nel paese il cultural divide, e aumenta il numero delle persone, quasi 9 milioni di italiani, che utilizzano le tecnologie come sistema di comunicazione e di svago. Purtroppo è invece ancora in minoranza chi usa con consapevolezza gli strumenti più creativi ed evoluti del web.

Una carenza sottolineata anche da Peter Kruger, consulente del ministro delle comunicazioni Paolo **Gentiloni**, secondo il quale a colmarla dovrebbe essere in prima linea il servizio radiotelevisivo pubblico: "Negli anni '50 la missione della Rai era l'alfabetizzazione. Ora la sua missione è diffondere la cultura del digitale e dell'innovazione. Per questo abbiamo introdotto questa funzione nel nuovo contratto di servizio". Dall'indagine è emerso inoltre che la tecnologia è donna, soprattutto in fatto di blog e forum tra le 14-24enni, e che in generale le piattaforme più utilizzate sono il Pc con Dvd (39%) e il cellulare con Mp3-fotocamera-video (33%), seguito dal lettore Dvd (26%), lettore Mp3-i-Pod (15%) e tv Lcd al plasma (15%).