

Indice

3 ITALIA:LANCIA HSUPA,BANDA LARGA SUPER VELOCE PER CELLULARI	2
PA: VELTRONI E NICOLAIS, PRESTO CERTIFICATI VIA INTERNET.	3
PA: SERVIZI IN RETE PER 1.300 PICCOLI COMUNI ITALIANI.	3
3 ITALIA: NOVARI, NEWCO CON WIND, CESSIONE TORRI ENTRO ANNO.	4
Vodafone studia l'Opa su Verizon ipotesi spezzatino da 160 miliardi - Indiscrezione del Financial Times ma il gruppo inglese smentisce - l'operazione	4
Rai: ministero Comunicazioni assegna 33 mln per sviluppo digitale	5
INTERNET: ADSL IN ARRIVO IN 44 COMUNI ALTOATESINI.	5
TELECOM: A META' SETTIMANA CHIUSURA SU BRASIL TELECOM.....	6
Acquisizioni in serie per competere con le vecchie telecom.....	7
E ora i saldi si trovano in linea.....	9
Mesh, i vantaggi del wi-fi della nuova generazione	11
Banda larga, Tiscali torna protagonista	12
Nasce il cellulare che trasferisce denaro - Le Poste nella telefonia mobile: sarà un mezzo di pagamento -	13
Telefonini: con tre mosse Internet è diventata mobile - le strategie della convergenza.....	15
Il programma "e-citizen" nel Lazio per portare la banda larga a tutti - Nella regione 200 comuni su 387 non hanno ancora l'accesso veloce alla rete e sono vittime del digital divide'.....	18
P.A.:ADDIO CARTA A RIUNIONI CNIPA,FALDONI DIVENTANO DIGITALI.	19
Telecom Italia, addio alla rete fissa in Brasile.....	20
Sbloccate le frequenze radio per il sistema Rfid.....	21
Tv digitale, corsa contro il tempo	23
Anche Intesa ha detto sì a Galateri.....	26
Tiscali, Tele2 dopo Pipex?	27
Gli effetti del tornado voip	28
«Estenderemo il contratto tlc»	30
Regole certe anche per internet	32
WIND: NUOVE TARIFFE ROAMING IN VIGORE DAL 30 LUGLIO.	33
Virtuali sì ma con idee.....	33
Comunicazione convergente	36
Antenne per tutte le tasche	37
Ocse, crescono investimenti per banda larga, giù i prezzi.....	38
E-GOVERNMENT: TOSCANA, 210 MLN CONTRO DIGITAL DIVIDE.....	39

ANSA

3 ITALIA:LANCIA HSUPA,BANDA LARGA SUPER VELOCE PER CELLULARI

17 luglio 2007

ANSA - Telecomunicazioni

(C)2007 ANSA.

ROMA, 17 LUG - Hsupa è l'acronimo di High speed Uplink packet access. Nel corso della presentazione odierna è stata realizzata una demo per dimostrare la velocità di upload del protocollo. Sono stati trasferiti immagini fotografiche, un video con un'intervista fatta con un videofonino al Giffoni film festival e un'intervista al ministro **Gentiloni**, realizzata, sempre con videofonino, poco prima dell'inizio dell'incontro. Quindi sono stati messi a confronto, con l'aiuto di una grafica, i tempi di caricamento attraverso Umts e attraverso Hsupa. In particolare, il file di 15 Mb con l'intervista a **Gentiloni** è stato inviato al sito di You Tube in un minuto e mezzo.

La conformazione del mercato della telefonia mobile italiana si presta particolarmente al lancio del nuovo sistema, vista la diffusione che ha avuto l'Umts. "L'Italia - ha osservato Novari - ha un ruolo strategico in questo senso, perché il tasso di penetrazione dell'Umts è il più alto in Europa" e si attesta al 29,1%, contro il 12% della Francia e il 15% della Germania.

Secondo le previsioni sia di Italia 3 sia Ericsson, entro il 2012 gli abbonati alla **banda larga** mobile nel mondo saranno attorno al miliardo. "In base alle nostre stime - ha detto Avenia - si raggiungerà quota 1,2 miliardi. Stiamo lavorando - ha aggiunto - su nuove tecnologie che consentiranno velocità di trasferimento dati ancora più alte".

"L'aumento di prestazioni della nostra rete - ha sottolineato poi Novari - procede in parallelo con il boom che sta facendo registrare il traffico dati, quintuplicato in meno di 6 mesi e aumentato di 18 volte rispetto a giugno 2006, per arrivare a circa 3 Terabyte trasportati al giorno, contro gli 0,15 di un anno prima". Quanto al sistema Hsupa, per il numero uno di '3' "apre al mondo del giornalismo distribuito, del citizen journalism. La **banda larga** diventa democratica, ha sintetizzato Novari citando lo slogan scelto per la presentazione. "Uno slogan forse un po' ambizioso - ha commentato **Gentiloni** - ma questa nuova tecnologia è un grande acceleratore per la possibilità di uploading con propri contenuti e da un accesso mobile". Bisognerà però tenere la guardia alta sugli "aspetti negativi, dal bullismo alla pedofilia", ha sottolineato il ministro.(ANSA)

ANSA

PA: VELTRONI E NICOLAIS, PRESTO CERTIFICATI VIA INTERNET.

17 luglio 2007

(C)2007 ANSA.

ROMA, 17 LUG - "Ho chiesto al ministro **Nicolais** la possibilità di avere al più presto per i cittadini, l'erogazione di certificati attraverso internet che abbiano validità legale". Lo ha detto il sindaco di Roma Walter Veltroni, durante la presentazione di cinque anni di attività del Contact Center 'chiamaRoma 060606', svoltosi a Roma.

"Si tratterebbe - ha aggiunto il sindaco - di una semplice novità dal punto di vista tecnologico. Un cittadino che ha bisogno di un certificato avrà un numero identificativo in base al quale il certificato gli arriva via internet, lo si può stampare ed ha validità legale. Dobbiamo smettere nella società odierna di far spostare la gente per gli uffici".

Pronta la replica del ministro per le Riforme e le innovazioni nella Pubblica Amministrazione Luigi **Nicolais**, anch'egli presente dell'iniziativa, "lo faremo sicuramente, è una bella idea. C'è bisogno di qualche ritocco burocratico. In Parlamento abbiamo una legge, la cosiddetta **Nicolais**, che dice che per l'informatizzazione si può lavorare in deroga alla legge vigente".(ANSA)



PA: SERVIZI IN RETE PER 1.300 PICCOLI COMUNI ITALIANI.

17 luglio 2007

(C)2007 ANSA.

ROMA, 17 LUG - Sono oltre 1.300 i Comuni italiani con meno di 5 mila abitanti che saranno interessati dai nuovi servizi in rete messi in campo di concerto tra il ministero per le riforme e le innovazioni nella Pubblica amministrazione e Poste italiane. Ad annunciarlo oggi il ministro Luigi **Nicolais** e l'amministratore delegato di Poste Italiane, Massimo Sarmi, che insieme hanno partecipato, a Roma, alla conferenza di bilancio di cinque anni di attività del contact center 'ChiamaRoma 060606'.

"Attraverso questo servizio - spiega **Nicolais** - i cittadini potranno usufruire di servizi informatici avanzati senza doversi spostare". Sarmi ha sottolineato che "porteremo servizi nelle piccolissime comunità e per questo abbiamo messo in campo moltissime tecnologie". (ANSA)



3 ITALIA: NOVARI, NEWCO CON WIND, CESSIONE TORRI ENTRO ANNO.

17 luglio 2007

C)2007 ANSA.

(ANSA) - ROMA, 17 LUG - 3 Italia sta lavorando insieme ad **Wind** per la cessioni delle torri con la creazione di una newco e l'obiettivo di chiudere l'operazione entro l'anno. Lo ha confermato l'amministratore delegato di 3 Italia, Vincenzo Novari, a margine della presentazione della nuova tecnologia Hsupa.

"Con **Wind** procede bene - ha detto Novari - stiamo facendo tutte le valutazioni tecniche. L'ipotesi è costituire una newco per poi offrire la struttura". Riguardo ai tempi "entro fine anno contiamo di chiudere l'operazione", ha aggiunto l'ad di 3 Italia, specificando che il valore della newco si aggira sui due miliardi di euro. Riguardo alla rete nazionale di ripetitori, Novari ha specificato che "si parla di circa 7 mila torri" ma ha aggiunto che "bisogna tener conto anche delle torri in costruzione". Riguardo alle cordate che potranno farsi avanti, "siamo convinti - ha detto ancora Novari - che la cosa sia di grande interesse e auspichiamo che ci siano tante diverse cordate" a garanzia del fatto che chi acquisterà sarà il soggetto "che è disposto a riconoscere più valore". (ANSA)

la Repubblica

Vodafone studia l'Opa su Verizon ipotesi spezzatino da 160 miliardi - Indiscrezione del Financial Times ma il gruppo inglese smentisce - l'operazione

17 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

MILANO - La fonte è di quelle autorevoli, tanto che il mercato sembra crederci nonostante le smentite ufficiali. Secondo il Financial Times, il gruppo delle tlc inglese Vodafone starebbe per lanciare un'offerta pubblica di acquisto sull'operatore americano delle **telecomunicazioni** Verizon, il numero due del mercato statunitense. Un'operazione per la quale Vodafone avrebbe già stimato di investire una somma pari a 160 miliardi di dollari.

L'articolo del quotidiano economici londinese, in verità, è ricco di non pochi particolari. A quanto si legge,

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Vodafone avrebbe preso in considerazione una serie di ipotesi, inclusa quella di rilevare in blocco Verizon Communications per poi procedere ad uno scorporo delle attività di telefonia fissa per concentrarsi solo sui servizi su rete mobile. I primi, invece, potrebbero essere venduti a fondi di private equity. Per finanziare questa operazione - riferisce ancora il Financial Times - i manager di Vodafone avrebbero pensato anche a ricorrere ad un' emissione di azioni riservata ad investitori statunitensi.

L' indiscrezione ha subito fatto il giro dei mercati finanziari di tutto il mondo. Tanto che i titoli di Verizon sono arrivati a toccare un massimo di +3,2% durante le contrattazioni a Wall Street dopo essere arrivate a +9% in pre-apertura. E tutto questo nonostante le smentite: « Vodafone - si legge infatti in un comunicato del gruppo britannico - vuole chiarire che non è in programma alcun piano relativo a una simile offerta».

Rai: ministero Comunicazioni assegna 33 mln per sviluppo digitale

16 luglio 2007

Il Sole 24 Ore-Radiocor

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Roma, 16 lug - Il ministro delle Comunicazioni, Paolo **Gentiloni** ha firmato oggi un decreto ministeriale previsto dalla Finanziaria 2007 in cui assegna alla Rai, per il 2007, un finanziamento di 33 milioni di euro per la diffusione della tecnologia digitale. 'E' un impegno per il Governo che non si limita a questa iniziativa. Nel Dpef - ha commentato **Gentiloni** - coincide con un primo stanziamento di 120 milioni nel triennio 2007-2009 e vogliamo destinare una parte cospicua alla copertura digitale Rai'. Stesso obiettivo del contratto di servizi che 'impone alla Rai di passare gradualmente dall'attuale copertura del 70% all'85%', ma su questo ancora nessuna previsione sui tempi, ha commentato il direttore generale Rai, Cappon: l'attuale fruizione effettiva, attraverso piattaforme digitali, e' del 16%. 'Non sono previste acquisizioni di frequenze - ha aggiunto Cappon - un problema finanziario per la Rai esiste.

Sul digitale investiremo risorse ingenti dell'azienda a prescindere dal contributo statale. Solo per la digitalizzazione delle news investiremo 150 milioni di euro. Già' adesso l'impegno e' di 50 mln all'anno con cui produciamo canali digitali'.



INTERNET: ADSL IN ARRIVO IN 44 COMUNI ALTOATESINI.

16 luglio 2007

(C)2007 ANSA.

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

(ANSA) - BOLZANO, 16 LUG - La Giunta provinciale di Bolzano ha approvato l'indizione del secondo bando di gara per la copertura del territorio provinciale con la **banda larga**.

Nella prima fase i Comuni interessati erano 14. Questo secondo bando punta a garantire il servizio in altri 44 Comuni "entro il 2009, e con un grado di copertura pari al 90% della popolazione e al 90% delle aziende con più di 3 dipendenti", ha detto il presidente Luis Durnwalder.(ANSA).



TELECOM: A META' SETTIMANA CHIUSURA SU BRASIL TELECOM.

16 luglio 2007

(C)2007 ANSA.

(ANSA) - MILANO, 14 LUG - **Telecom Italia** dovrebbe firmare a metà della prossima settimana l'accordo di cessione per circa 515 milioni di dollari, pari a 375 milioni di euro, di Brasil Telecom, controllata (al 51%) tramite la quota posseduta nella holding Solpart (il 38%). E' quanto si apprende da fonti finanziarie, a conferma di indiscrezioni di stampa che indicano appunto il 18 luglio come data probabile per l'operazione.

Importanti novità, dunque, sono in arrivo dal Brasile per il gruppo, mentre proprio dai tempi dell'authority di Brasilia, l'Agenzia nazionale delle **telecomunicazioni** (Anatel), sembrano dipendere quelli per definire il riassetto azionario di Telecom. I futuri soci della società sono infatti in attesa di un pronunciamento sulle eventuali sovrapposizioni nel Paese fra le attività del gruppo italiano (Tim Brasil) e gli interessi che l'azionista spagnolo, Telefonica, ha nell'operatore mobile Vivo, in tandem con Portugal Telecom. Il parere dell'Anatel, tuttavia, non è vincolante per il passaggio di Telecom a Telco.

Sulla carta, comunque, entro la prossima settimana dovrebbe venir finalizzato l'accordo di acquisto da Pirelli del controllo di Olimpia da parte di Telefonica, Generali, Mediobanca, Intesa e Sintonia (Benetton). Il termine, secondo alcune indiscrezioni apparse sulla stampa nei giorni scorsi, sarebbe per sabato 21 luglio, 15 giorni dopo cioè il via libera dell'Antitrust tedesca del 7 luglio. Secondo le attese, invece, i soci di Telco faranno ricorso agli accordi che fissano attorno alla metà di novembre il termine ultimo per il perfezionamento dell'operazione, aspettando l'Anatel e facendo slittare dunque il tutto a poco dopo il suo pronunciamento, si spera entro metà agosto. Con il passaggio del comando a Telco, poi, potrebbe venir definito anche il nodo del vertice Telecom, mentre continua a circolare l'ipotesi di una presidenza per Gabriele Galateri. In vista del 'closing', comunque, procedono i lavori per definire il prestito ponte nell'ordine di un miliardo di euro, messo a disposizione di Telco da parte di Mediobanca e di Intesa Sanpaolo.

Telecom ha risolto in ottobre i problemi con l'Antitrust brasiliana sulle sovrapposizioni tra le attività nel fisso e nel mobile nel Paese trasferendo le quote di Brasil Telecom e del 38% posseduto in Solpart Participacoes a una nuova società (Brasilco) detenuta da un trust. Il passaggio in Brasilco, secondo il bilancio 2006, è stato realizzato a livello contabile per 410 milioni di dollari (in euro circa 300 milioni), ma secondo quanto filtrato dalle trattative - in cui Telecom è assistita da Jp Morgan - il prezzo di vendita si dovrebbe attestare tra i 500 e i 550 milioni di dollari.(ANSA).

la Repubblica

Acquisizioni in serie per competere con le vecchie telecom

STEFANO CARLI ROMA

16 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

La multa a Telefonica è stato un primo segnale: l'Ue vuole più concorrenza

In Francia il secondo operatore è Sfr, controllata da Vivendi e Vodafone

La crescita ha rallentato e per poter investire nelle reti gli sfidanti devono diventare più grandi

E' uno strano momento per il mercato europeo della **banda larga**. Negli ultimi dodici mesi si sono susseguite operazioni di consolidamento, l'ultima delle quali è questa acquisizione di **Tiscali** in Gran Bretagna. Ma è al tempo stesso un periodo di rallentamento nella crescita di un mercato strategico per tutta l'economia come quello di Internet. L'ultimo report di Merrill Lynch datato all'ultimo giorno di maggio parla di ricavi in calo per gli incumbent del settore, le vecchie telecom ex monopoliste a causa della minore crescita della **banda larga**. Una minore crescita più frutto di una stasi di domanda che della vivacità della concorrenza delle «nuove telecom», quel gruppo di operatori che nascono a volte come compagnie telefoniche (Neuf Cegetel in Francia, Arcor in Germania, Tele2 un po' ovunque) e altre volte come fornitori di accessi Internet (**Tiscali** e **Fastweb**, ma anche Free in Francia), o addirittura come tv via cavo, come Virgin Media in Gran Bretagna.

Una situazione quindi che si presenta difficile per tutti. E ricca di conflittualità. E' di pochi giorni fa la decisione della Commissione Ue di censurare Telefonica per comportamenti anticoncorrenziali sul mercato spagnolo della **banda larga** infliggendo una multa di ben 152 milioni di euro. Ed è in questo quadro che si sta discutendo, e non solo in Italia, ma su diversi tavoli a Bruxelles, di reti di nuova generazione, di fibra ottica, di investimenti, di separazione delle reti gestite dagli incumbent e di garanzie per la concorrenza. E una nuova

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

presa di posizione a favore della separazione delle reti è anche arrivata mercoledì scorso dalla commissaria Ue alla concorrenza Neelie Kroes in risposta alle richieste dell'Écta, l'associazione delle ænuove telecom' europee. «Gli incumbent stanno facendo leva sul controllo dell'ultimo miglio per contenere la concorrenza dei nuovi operatori, che stanno cercando di farsi spazio nei mercati grazie all'innovazione e alla capacità di offrire prezzi più bassi», spiega Innocenzo Genna, che di Écta è il presidente. «Si dovrebbe tornare ad una situazione come quella dei tardi anni Novanta, all'inizio dell'era Internet, quando i nuovi operatori irrupero nel mercato portando innovazione e mettendo in moto una nuova fase di sviluppo, costringendo le stesse vecchie telecom a rinnovarsi», sottolinea Genna.

Intanto, comunque, il mercato si sta muovendo E questo è un buon segno.

In Gran Bretagna il mercato è ancora dominato da Bt, anche se solo con il 25%. Dietro c'è una Virgin Media che sembra in crisi di strategie: la sua **banda larga** è tutta sui cavi tv, non usa Adsl e deve investire. Si trova però bloccata nel suo core business tv dal muro costituito dalla BSkyB di Murdoch. Dietro, si fa luce **Tiscali** orami vicina al 20% e soprattutto con strategie nella lptv e infrastruttura, cosa che invece Carphone non ha, o ha in misura inferiore.

In Spagna, la dominanza di Telefonica è fuori discussione, molto al di sotto c'è Ono, al 16% e poi Orange, ossia France Telecom, con il 10%. Con il 4% la piccola Jazztel che fa capo a Deutsche Telekom e che potrebbe far presto la fine della filiale francese del gruppo tedesco, appena venduta.

La Germania, assieme a Spagna e Italia è il mercato in cui le vecchie telecom mantengono una presa che impedisce lo sviluppo del mercato.

Non è infatti un caso che siano anche gli unici tre tra i grandi mercati europei ad avere ancora un tasso di penetrazione della **banda larga** al di sotto del 20% (17% per la Germania, 15,3% la Spagna e ultima con il 14,8% l'Italia). In Germania, sotto Deutsche Telekom c'è un operatore anomalo come Arcor, anomalo perché controllato da Vodafone (una eredità dei tempi di Mannesmann) al 14%, poi un operatore locale all'11% e subito dopo, con il 10%, **Telecom Italia**, che ha costruito la sua presenza comprando prima Hansanet da **Fastweb**, qualche anno fa, e poi Aol Germany, pochi mesi fa.

E infine quello che è il mercato più dinamico assieme alla Gran Bretagna: la Francia. Qui una attiva presenza della Autorità di settore ha permesso una positiva segmentazione del mercato. France Telecom, con il marchio Wanadoo, ha ancora il 56%, ma è pungolato dalla competitività di un operatore come Iliad, con il marchio Free, che è stato tra i primi a lanciare la lptv e che ha una quota di mercato del 18%. Al di sotto sta crescendo Neuf Cegetel, che ha comprato prima Aol France e, un mese fa, Club Internet da Deutsche Telekom. Ha una quota di mercato del 17%, a cui andrebbe però forse assommato il 3% di Sfr che ha da poche settimane rilevato Tele2 France. E Sfr, che è il secondo operatore mobile francese, è una joint venture tra Vivendi (56%) e Vodafone (44%). Ed è anche il maggior azionista, con il 40%, di Neuf Cegetel.

Telecom Italia, che ha rilevato le attività francesi (oltre che olandesi) di Tiscali, è al 6%.

CORRIERE DELLA SERA

E ora i saldi si trovano in linea

16 luglio 2007

© Corriere della Sera

Studi Le grandi «tlc» valgono un terzo rispetto al 2000. Mentre le utilities sono diventate molto care

Da Vodafone a Telefonica, passando per Telecom: ecco chi può resuscitare DI MARCO SABELLA

Forse in Borsa è giunto il momento di cambiare cavallo. E di passare dalle utilities - star dei listini negli ultimi 3 anni - alle molto tartassate telecom, per le quali il momento della riscossa potrebbe non essere lontano. A sostenere questa ipotesi è Pio De Gregorio, responsabile della direzione equity in Centrobanca, l'investment bank delle banche popolari italiane.

Per ragioni diverse, dunque, grandi gruppi telefonici come la spagnola Telefonica, **Telecom Italia** o la britannica Vodafone potrebbero tornare, almeno in parte, ai fasti del passato. Mentre tra le maggiori utilities europee qualche occasione d'acquisto resiste al cambiamento dei venti. E, secondo gli esperti di Centrobanca, sono proprio le italiane Enel, Terna e Snam Retegas, insieme alla tedesca E.On le aziende di pubblica utilità dotate di un margine di rialzo tuttora rilevante.

I dati di performance azionaria e i fondamentali delle società che appartengono a questi due settori-chiave di tutti i listini europei sono del resto molto eloquenti. Partiamo dalle performance. Se si guarda ai risultati dei due indici di settore, il DJ Stoxx Telecom e il DJ Stoxx Utilities dai minimi del 18 marzo 2003 ad oggi, si osserva un risultato positivo del 65% per il complesso delle telecom e addirittura del 168% per le utilities. Ma rispetto ai valori della bolla speculativa del 2000, le società di telecomunicazione oggi hanno perduto quasi i due terzi del loro valore. Mentre le utilities, valgono il 58% in più rispetto ai prezzi di sette anni fa.

«Con la fine della bolla Internet il mercato ha realizzato che la liberalizzazione del settore telecom ha accresciuto la competizione e ha reso incerti i ritorni sugli investimenti necessari per sviluppare nuove infrastrutture», spiega De Gregorio. Il risultato è stato che sia gli operatori ex-monopolisti, sia i nuovi entranti, hanno subito un forte ridimensionamento delle prospettive di guadagno, che ha comportato a sua volta un calo delle valutazioni dell'intero settore.

Mentre questo accadeva, le utilities, rimaste ai margini del fenomeno «bolla», hanno continuato a rivalutarsi

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

spinte dall'ondata di fusioni, nazionali e internazionali, rese possibili dalle liberalizzazioni. «Ecco pertanto che un indicatore come il rapporto tra valore d'impresa (EV) e autofinanziamento lordo (Ebitda) è sceso per le telecom da 10,2 nel 2001 al 6,9 previsto per l'anno in corso», sottolinea De Gregorio. Un percorso inverso rispetto a quello delle utilities, in cui questo rapporto è aumentato da 7,8 a 9,5, un livello considerato molto caro.

A questo punto che cosa accadrà? «Un recupero del settore telecom rispetto alle utilities appare probabile», afferma De Gregorio. E questo perché i nuovi imponenti investimenti che si rendono necessari per realizzare le reti telefoniche di nuova generazione (next generation networks) obbligheranno le autorità di controllo a modificare le norme attuali. E a favorire una ripresa della redditività degli operatori telefonici.

L'accordo fra Telefonica e **Telecom Italia**, secondo gli esperti di Centrobanca, ha inaugurato questa nuova stagione. In cui le società telefoniche europee saranno costrette ad integrarsi per raggiungere la massa critica necessaria a realizzare i nuovi investimenti. Quali sono dunque le occasioni più interessanti? «Allo stato attuale Telefonica è il gruppo europeo più dinamico e ha già iniziato a realizzare strategie innovative», nota De Gregorio.

Telecom Italia, che attraversa invece una fase di incertezza sulle strategie «potrebbe nel breve termine raggiungere un prezzo di equilibrio a 2,3-2,35 euro contro le attuali quotazioni appena superiori ai due euro. Ma è nel futuro, soprattutto quando si sarà insediato un nuovo management, che il gruppo italiano potrà finalmente giocare le sue carte. Il gigante britannico Vodafone è interessante invece da un punto di vista speculativo. Perché la società potrebbe diventare oggetto di una scalata ostile da parte dei fondi di private equity e questo ne rilancerebbe le quotazioni. France Telecom e soprattutto Deutsche Telekom appaiono invece avviate con decisione verso una radicale ristrutturazione del loro business.

E le utilities? Se è vero che le società di pubblica utilità soffriranno di un rallentamento nei processi di aggregazione è altrettanto vero che «questi gruppi rimangono interessanti soprattutto per la loro altissima cedola e la stabilità dei ricavi futuri».

Enel, che nel 2007 raggiungerà un rendimento per dividendi di circa il 6% rimane il gruppo più gettonato, secondo Centrobanca. Tanto più che il titolo, oggi scambiato a 7,8 euro, dopo l'acquisizione dell'iberica Endesa ha un prezzo-obiettivo di 9 euro. Cedole superiori al 4% fanno la forza anche di Terna e di Snam Retegas. Mentre la tedesca E.On esce rafforzata dall'acquisizione di alcune delle attività più interessanti scorporate da Endesa.

la Repubblica

Mesh, i vantaggi del wi-fi della nuova generazione

16 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

La famiglia della **banda larga** mobile cresce ancora. E dopo WiMax e wi-fi, hiperlan telefonini super Umts in tecnologia Hspa adesso è la volta del Mesh. In effetti non è una tecnologia del tutto nuova, ma uno sviluppo del wi-fi che presenta però ulteriori vantaggi. Realizzare una rete Mesh ha dei costi ridotti rispetto al wi-fi perché, ed è questa la maggiore differenza, non necessita di collegare ogni hot spot, ogni punto di accesso, singolarmente, alla rete fissa: le antenne Mesh sono infatti dei piccoli router che possono interconnettersi tra di loro (e di qui il nome) in modalità radio. Ogni antenna ha un raggio d'azione di 2/300 metri. Meno del WiMax, che può coprire qualche chilometro, ma molto più del semplice wi-fi. Un singolo punto di ingresso alla rete fissa può servire una decina di antenne, e questo limita di parecchio i costi infrastrutturali.

«E' una soluzione ideale per realizzare delle grosse lan, oppure per coprire intere aree, come per esempio dei piccoli paesi fuori dal raggio d'azione dell'Adsl o anche delle reti cellulari a **banda larga**», spiega Andrea Lacaita, docente del Dipartimento di elettronica del Politecnico di Milano e coordinatore di un incontro che si terrà venerdì prossimo 20 luglio per presentare le potenzialità della nuova tecnologia.

Il Politecnico, attraverso il suo laboratorio Ant Lab (Advanced Network Technologies), che su Mesh sta lavorando già da un paio di anni, si propone infatti di passare dalla fase di test di laboratorio allo sviluppo di una piattaforma sperimentale per reti municipali. L'obiettivo del Dipartimento di elettronica del Politecnico è di muoversi in contemporanea con le più avanzate realizzazioni che si stanno concretizzando in giro per il mondo. Si stanno infatti testando reti Mesh a Taipei, la capitale di Taiwan, ma ci sono due importanti progetti al via negli States: uno a Houston, con 5 mila nodi, e uno, ancora in fase di progettazione, a Miami, in Florida, che vuole accendere una rete composta da ben 20 mila nodi. Una rete Mesh è anche quella utilizzata da Google per cablare in modalità wireless la località di Mountain View, dove il numero uno dei motori di ricerca ha la sua sede centrale.

La tecnologia Mesh, che fa dunque parte della famiglia degli standard 802.11, è in grado di offrire connessioni intorno ai 25-30 mega, può supportare la mobilità e opera su frequenze libere, come il wi-fi. «E' una soluzione ideale per infrastrutture a basso costo - spiega Lacaita - e perfino per realizzare reti temporanee per eventi particolari. O anche degli edifici storici, proprio perché c'è meno bisogno di stendere cavi. Ed è una tecnologia che vorremmo diffondere tra le piccole e medie imprese del settore delle reti di tlc. Una di quelle innovazioni che per economicità e flessibilità di installazione e di utilizzo possono far crescere la partecipazione delle imprese italiane ad un mercato che si sta sviluppando rapidamente. L'anno scorso il mercato europeo era stimato sui 390 milioni di dollari, ma già per quest'anno si parla di circa 700 e nel 2010 si dovrebbero toccare i 2 miliardi di dollari di valore complessivo».

[Schermi Lcd, la crisi è finita]

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Gli schermi a cristalli liquidi sono usciti dalla crisi. Dopo oltre dodici mesi di crolli continuativi dei prezzi la discesa sembra essersi fermata. Nel secondo trimestre di questo 2007 i prezzi degli Lcd sono scesi ancora, ma appena dell'1%: il primo trimestre aveva ancora segnato un pesante meno 9%. A fermare la discesa è stato il ritorno della domanda che ha messo la parola fine allo stato di sovrapproduzione dell'intero settore a livello mondiale: una domanda che si è attestata in crescita di oltre il 10%.

La lunga crisi ha però prodotto anche degli effetti positivi e di lunga durata. I maggiori gruppi hanno investito per recuperare margini e i primi risultati che vengono pubblicati lo confermano. In attesa di quelli del numero uno mondiale del settore, Samsung, c'è il secondo il classifica, la joint venture Lg-Philips, che nel secondo trimestre ha visto il ritorno all'utile per 248 milioni di dollari, contro una perdita di 350 milioni di un anno fa.

Secondo gli analisti del centro studi iSupply, le prospettive di mercato dei prossimi mesi dovrebbero migliorare ulteriormente la situazione. I prezzi dovrebbero risalire, anche se di appena un 1%. Le vendite cresceranno sulla spinta della maggiore domanda di schermi per pc, trainati anche dal progressivo consolidarsi di Vista, il nuovo sistema operativo di Microsoft che molto punta sulla multimedialità e quindi sulla qualità dei monitor. Ma cresce anche il tasso di sostituzione da parte dei consumatori dei vecchi schermi a tubo catodico delle tv di casa. Specie quelli di grande dimensioni, le cui vendite complessive a livello mondiale dovrebbero toccare i 350 milioni di unità, con una crescita del 24%.

la Repubblica

Banda larga, Tiscali torna protagonista

16 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

Tiscali va avanti per la sua strada e non arretra, come qualcuno invece pensava. Con l'acquisizione della divisione Voice & Broadband della britannica Pipex la società italiana supera adesso i due milioni di utenti che accedono a Internet superveloce utilizzando le sue infrastrutture. Di fatto con questa operazione **Tiscali** diventa uno dei primi operatori del mercato inglese e conferma la vocazione internazionale di quello che era nato come un Internet provider italiano, per anni sotto la guida di Renato Soru e adesso sotto quella di Tommaso Pompei, uno dei maggiori esperti italiani di **telecomunicazioni** (e fondatore, tra le altre cose, di **Wind**). Dopo un periodo di ristrutturazione interna e di attento studio del mercato, **Tiscali** è tornata all'attacco e come terreno di gioco sembra aver scelto l'Inghilterra, che oggi in Europa è l'avamposto più avanzato dal punto di vista tecnologico. E probabilmente la società italiana non si fermerà lì.

la Repubblica

Nasce il cellulare che trasferisce denaro - Le Poste nella telefonia mobile: sarà un mezzo di pagamento –

British Telecom - Aumenta con il nuovo operatore virtuale pubblico il numero di servizi effettuabili con il telefonino, dai bollettini ai telegrammi - Coop - Carrefour - gli altri

ALDO FONTANAROSA

16 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

Sarmi: abbiamo 20 milioni di transazioni per lo più finanziarie gestite in tempo reale

Tim, **Wind** e Vodafone hanno ridotto le tariffe

ROMA - Nostro figlio sta al mare. Se la spassa a Rimini, a Lampedusa, a Ischia fino a quando, è un classico, perde tutti i soldi e ci manda un disperato Sos. La soluzione in questi casi è mandargli il denaro della salvezza dalla nostra banca, dall'ufficio postale o dal computer di casa. I tempi di arrivo del bonifico restano però lunghi, incerti. E allora le Poste Italiane immaginano un percorso diverso e più semplice, se funzionerà. I soldi partiranno da un cellulare targato Poste Mobile (quello di papà) e arriveranno alla carta Poste Pay del figlio. Poste Pay è una prepagata capace di funzionare come un piccola carta di credito, in Italia come all'estero, ed è anche ricaricabile. Nelle simulazioni che le Poste fanno in questi giorni, l'invio del denaro si realizza con sei clic: entro nel menu del cellulare; decido l'importo; indico mio figlio come beneficiario; digito il codice segretissimo; invio i soldi e infine ricevo un messaggio Sms a conferma che il trasferimento è andato a buon fine. Con la stessa tecnica si potrà trasferire, in tempo reale, denaro o traffico telefonico anche da cellulare a cellulare.

Quello delle Poste sarà un telefonino, dunque, oppure sarà qualcos'altro? Massimo Sarmi, amministratore delegato di Poste Italiane, lo dipinge come un oggetto diverso dai cugini di Tim, Vodafone, **Wind** o Tre. Questa macchina - in vendita in tempo per il prossimo Natale - telefonerà, è chiaro. Invierà e riceverà messaggi ed Mms. «Ma il suo valore aggiunto», spiega Sarmi, «è che sarà anche un mezzo di pagamento. Veloce, sicuro, semplice: così lo vorremmo».

D'altra parte le Poste sono diventate altra cosa rispetto a un'azienda che consegna lettere. «Siamo ormai leader nei sistemi elettronici di pagamento», dice Sarmi, «con 20 milioni di transazioni prevalentemente finanziarie gestite in tempo reale e quasi 10 milioni di carte di pagamento», di cui 3,24 milioni di Poste Pay. Il

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

nuovo telefonino delle Poste non può non incrociare questo fiume di denaro che è in viaggio. Dentro questa logica, potremo usarlo, ad esempio, per pagare un bollettino postale.

I tecnici delle Poste, che lavorano a braccetto con quelli della Accenture, non dimenticano però l'antica missione di consegnare lettere anche raccomandate o urgenti. «Vorrei che il nostro cellulare», dice Sarmi, «permettesse di mandare un telegramma su carta azzurra all'amico che ha avuto un bambino, e la carta sarà rosa se gli è arrivata una bambina».

Roba da giovani e solo per giovani? Sarmi è convinto di no. «Mia madre ha 85 anni e maneggia piuttosto bene il suo telefonino. Certo, un ruolo di supporto lo avrà il postino. Supponiamo che il nostro portalettere consegni un pacco e debba incassare un importo, che so?, di 10 euro. La signora che lo riceve potrà anche pagare con il suo cellulare, scalando la somma dal credito. E se non lo saprà fare, sarà il postino ad assisterla nella transazione».

Poste Italiane sta investendo 20 milioni nell'affare dei cellulari parlanti e paganti (più 66 mila 500 euro di contributo ministeriale annuo già versati). E' stata costituita una società apposita, Poste Mobile, con Roberto Giacchi come amministratore delegato. E lo stesso marchio, Poste Mobile, comparirà sui telefonini. «Da un lato - spiega Sarmi - volevamo che ci fosse la parola Poste perché unisce, penso, tradizione e capacità di innovare. La parola "mobile", poi, è semplice e immediata. Come semplice vorremmo che fossero i nostri servizi, i nostri cellulari».

E il prefisso? Com'è noto, le Poste non hanno una rete propria di ripetitori. Per lanciare il servizio di telefonini, noleggiavano la rete di antenne di Vodafone (per questo le Poste sono ribattezzate "operatore virtuale"). Sempre Vodafone dovrà fornire alle Poste il prefisso e i numeri necessari a raggiungere i cellulari. Al momento, Vodafone dispone di numeri che iniziano con il 377. E saranno questi a finire alle Poste, a meno che la società di Sarmi non chieda alla società alleata di bussare alla porta del ministero per ottenere un prefisso nuovo.

il trasferimento Sopra, le tappe del trasferimento di soldi dal cellulare delle Poste ad una carta PostePay Massimo Sarmi Bt è "operatore virtuale" grazie a un accordo con Vodafone. Il servizio sarà riservato all'utenza affari e prevede un'integrazione tra mobile e fisso. Le tariffe verranno presentate a settembre. Con la catena di supermercati si pagano 15 cent al minuto verso tutti gli operatori, 15 per sms e scatto alla risposta. A ogni ricarica si riceve un 20% in più di traffico. Prefisso 3311 La catena è attiva con il marchio Uno Mobile. Tariffe semplificate: 0,18 cent al minuto verso fissi e mobili; 0,50 cent al minuto per chiamare all'estero; sms a 12 cent. Il prefisso è 3773

Telefonini: con tre mosse Internet è diventata mobile - le strategie della convergenza

Paolo Bertoluzzo, direttore generale di Vodafone, spiega perché il mercato è alla vigilia di una rivoluzione, in parte già annunciata - dalla fortissima crescita del traffico dati registrata dal gruppo negli ultimi mesi. I primi servizi di nuova generazione già disponibili

GIUSEPPE TURANI MILANO

16 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

Con i nuovi terminali è tutto più rapido ma si può fare anche con quelli più vecchi

Adesso finalmente stare *æalways on´*, sempre connessi, è davvero possibile

Nuovi terminali più potenti, i grandi del Web, da Google a eBay che rendono i loro portali più accessibili dai cellulari e infine le tariffe *æflat´* che abbattano i costi

«Adesso possiamo dire che sta cominciando davvero la stagione di Internet sui telefonini. In un certo senso, si volta pagina. Cambia Internet, perché va sui cellulari e cambiano i cellulari perché serviranno anche per ricevere Internet e per navigare in Rete. E´ vero, si faceva già prima. E quindi potrebbe anche non sembrare una grossa novità. Ma nei fatti cambia tutto. Prima con i telefonini ci si arrangiava a andare su Internet. Adesso, invece, ci si va sul serio, con servizi studiati apposta e ben fatti».

Paolo Bertoluzzo, direttore generale di Vodafone Italia, ingegnere gestionale (Politecnico di Milano) e master all´Insead di Fontainebleau, ha in tasca un paio di telefonini con i quali comincia a farmi vedere le meraviglie. Siamo a Milano, in centro, e la velocità di connessione è effettivamente molto rapida. Si diverte a farmi vedere, attraverso il servizio di Google Maps il mio ufficio «Adesso comincia la stagione in cui *æalways on»*, sempre connessi, sempre in rete, comincia a avere un senso».

Ma perché proprio in questo momento, e non il mese scorso o in autunno?

«La risposta è molto semplice. Sono arrivate, un po´ tutte insieme, le cose che servivano per far decollare Internet sui cellulari. Sono arrivati tutti i pezzi del sistema. In futuro dovranno esserci altri miglioramenti, come è ovvio, ma le cose importanti sono arrivate e sono a disposizione, e quindi Internet sui telefonini sta decollando e decollerà. D´altra parte abbiamo già dei segnali interessanti».

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Ad esempio?

«Se andiamo a controllare il traffico dati in casa nostra, cioè in Vodafone, vediamo che a marzo di quest'anno abbiamo registrato un aumento di dieci volte rispetto al traffico di un anno prima».

Tutti lì che girano su Internet con il telefonino?

«No. Dentro questo dato ci sono anche tutte le connessioni a Internet fatte con le connect card, spesso per usi professionali. Ma insomma, si nota un sensibile aumento nella parte dati. Il telefonino non è più solo un apparecchio per parlare».

Lei diceva prima che sono arrivate «le cose» che servono per fare Internet con il telefonino. Di che cosa si tratta?

«Intanto, abbiamo la rete. Oggi con i nostri apparecchi si viaggia alla velocità di 3,6 megabit. Quasi l'80 per cento della popolazione può viaggiare a questa velocità con i nostri apparecchi. E una banda di 3,6 mega è a tutti gli effetti una buona **banda larga**. In molti casi la gente non ha nemmeno a casa, o in ufficio, una banda come questa. La prima cosa da dire, quindi, è che Internet sui telefonini è possibile perché sui telefonini è arrivata una vera **banda larga**. Nei prossimi mesi crescerà ancora, ma già adesso consente una navigazione di ottima qualità e di grande velocità. Questa era una cosa che mancava quando si sono fatti i primi esperimenti di Internet via telefonino, oggi invece c'è».

Ci saranno anche dei telefonini nuovi, adatti a navigare su Internet.

«E questa è la seconda cosa che mancava. Ma stanno arrivando quelli nuovi. In ogni caso è bene precisare una cosa. Su Internet si gira bene anche con i «vecchi» telefonini, a patto che non siano dei pezzi di antiquariato».

E infatti Bertoluzzo a questo punto tira fuori un Samsung un po' anzianotto e mi fa vedere come si naviga su Internet. Va sul sito di Repubblica, su quello del Corriere, e poi su Google Maps. E va anche, attraverso Google, a cercare il mio nome sulla Rete.

Qui ci mettiamo un po' di tempo, ma alla fine si scopre che ci sono più di 11 mila citazioni. E quindi il ritardo era giustificato.

In effetti, dico, anche con un vecchio telefonino si naviga abbastanza bene. Quelli nuovi che cosa hanno di diverso?

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

«Dal punto di vista generale due sono le cose che colpiscono. Di fatto sono «tutto schermo» e la tastiera non c'è più. In genere scorre dietro lo schermo. E quindi si ha disposizione, nelle dimensioni di un telefonino, uno schermo molto capace. Poi ci sono molti miglioramenti nella parte radio, negli schermi, ecc. Con delle novità. Ad esempio, nel nuovo Samsung (che deve ancora arrivare in commercio) la tastiera che viene fuori da dietro lo schermo è una vera tastiera completa, come quella di un computer. Non è la solita tastiera ridotta con tre o quattro lettere per ogni tasto. Insomma, navigare comincia a diventare interessante e facile».

Rimane il fatto che andare su Internet con un telefonino è un'esperienza spesso deludente. Ci vogliono delle ore per vedere quello che c'è su una sola pagina.

«E questa, invece, è l'altra grande novità. Tutti i maggiori player della rete (da Google a eBay, ma anche Yahoo, Msn, Myspace, YouTube, ecc) hanno fatto delle versioni per i telefonini, adatte cioè al nuovo strumento. E questa è una cosa molto importante. Fino a ieri chi andava su Internet con il telefonino trovava lo stesso materiale che poteva trovare andandoci con il Pc. Oggi, invece, i siti e i servizi si sono adattati. In un certo senso, la vera rivoluzione è proprio questa. Tutti i maggiori operatori della Rete si sono convinti che qui si apre un nuovo spazio e stanno investendo molto in questa nuova direzione».

Ad esempio?

«Ormai un po' tutte le grandi community presenti in Rete stanno migrando anche sui telefonini. E sugli stessi apparecchi ormai viene implementato il servizio di instant messaging. E questo per i giovani è molto importante. Noi usiamo molto le mail, ma i ragazzi preferiscono le chat e l'instant messaging. Oggi tutto questo può essere fatto anche con i telefonini. La linea di tendenza è che con il telefonino (che ormai è una vera e propria «Internet machine») si deve poter fare in Rete esattamente tutto quello che si può fare con un desktop o con un notebook. Infine, e questa può essere una cosa che magari a qualcuno non piace, sull'Internet via telefonino c'è anche la pubblicità, e questo ci consente di fare tariffe più basse».

Insomma, tutti fanno qualcosa per portare Internet sul telefonino. I costruttori di cellulari stanno mandando nei negozi le loro nuovissime Internet machine, i grandi player stanno adattando i loro siti, e così via. E gli operatori di telefonia cellulare, invece, che cosa stanno facendo? «Io, ovviamente, posso parlare solo per Vodafone. E stiamo facendo molto. Intanto abbiamo fatto molti accordi, sia con i costruttori che con i player per convincere tutti che era appunto ora di portare davvero Internet sui cellulari. Non è stato un lavoro facile anche perché i primi esperimenti non avevano avuto un grande successo. C'era stata, insomma, una partenza forse un po' affrettata. E quindi si è dovuto riordinare tutta la materia. E quello di questi giorni è, in un certo senso, un nuovo inizio».

E che cosa altro avete fatto?

«Almeno due cose molto importanti: la rete e le tariffe. La rete dei cellulari è stata rivisitata e potenziata, al

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

fine di poterle consentire di portare la **banda larga**. Senza una banda come quella di oggi, infatti, l'idea di girare su Internet è un'illusione. E realizzare una rete per i cellulari con questa capacità di banda non è stata una cosa tanto semplice. Ma ormai ci siamo riusciti e stiamo andando avanti. Oggi siamo a 3,6 mega, ma andremo molto più avanti in tempi abbastanza rapidi».

E poi c'è il discorso delle tariffe. Immagino che navigare su Internet con il cellulare possa essere un'esperienza dolorosa per le finanze di ciascuno di noi. Insomma, magari divertente, ma molto costosa.

«Non è così. In realtà, abbiamo studiato delle tariffe speciali. Si pagano 5 euro al mese e poi ci sono 25 centesimi per ogni accesso. Non è una cifra proibitiva. E' una cifra che può consentire anche allo studente di chattare con i suoi amici o a lei di andarsi a leggere le notizie di Repubblica e del Corriere. D'altra parte, le ho detto prima che il nostro obiettivo è quello di far decollare Internet sul cellulare, e quindi non potevamo fare una tariffa impossibile. Anzi. E io penso che davvero da oggi sia possibile per moltissimi nostri clienti essere «always on», sempre connessi alla Rete anche quando sono fuori ufficio, al ristorante o in viaggio. E poi vedrà che con le nuove «Internet machine» sarà anche divertente, oltre che bello. Insomma, ci vediamo tutti in rete».

la Repubblica

Il programma "e-citizen" nel Lazio per portare la banda larga a tutti - Nella regione 200 comuni su 387 non hanno ancora l'accesso veloce alla rete e sono vittime del digital divide

AGNESE ANANASSO

16 luglio 2007

(c) Copyright LA REPUBBLICA

L'obiettivo è consentire alle classi sociali svantaggiate di usufruire dei servizi online

Agnese ananasso

Grande successo per "Lazio e-citizen", la prima applicazione italiana su base regionale del programma europeo per ridurre il **digital divide**. La Regione Lazio infatti, tramite l'assessorato all'Istruzione, formazione e diritto allo studio, il Ministero della Pubblica Istruzione, Filas (la finanziaria della Regione Lazio), Aica (Associazione italiana per il calcolo automatico) ed Enea, sei mesi fa ha lanciato l'iniziativa per avvicinare alla tecnologia le classi sociali più deboli, in particolare pensionati, immigrati e casalinghe. Sei mesi in cui sono stati organizzati 100 corsi gratuiti in 41 siti dislocati sul territorio, somministrati a 1869 studenti (le domande pervenute sono state oltre 3000), che hanno appreso le nozioni informatiche di base e le hanno

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

applicare all'uso mirato di Internet.

Sono stati impiegati 64 insegnanti, 36 coordinatori di sede e 400 facilitatori, questi ultimi ragazzi di scuole e università che hanno affiancato gli insegnanti. La finalità? Consentire anche alle classi sociali più disagiate di usufruire dei servizi on line come riscossione della pensione, pagamento delle bollette, ricerca di uffici e strutture pubbliche e private, accesso alla banca via internet. Spiega l'assessore all'Istruzione Silvia Costa: "I risultati sono stati ottimi e speriamo di replicare questa esperienza. L'assessorato ha investito 850 mila euro, i partner 180 mila euro. Si tratta di un grande processo culturale, che coinvolge giovani e anziani, utili anche a ridurre il conflitto generazionale, oltre al gap tecnologico presente nella nostra regione". Sono stati sostenuti 480 esami di certificazione e-citizen gratuiti (la certificazione dell'abilità nell'uso di internet), sostenuti da un utente tipo di età media di 50 anni (il più anziano ne aveva 86, il più giovane 17). Tante le donne, ben i due terzi dei partecipanti. Quella di Roma è stata la provincia con il numero più alto di studenti e punti per la formazione. "Nel Lazio su 378 comuni ben 200 non hanno accesso alla **banda larga**" spiega Marco Noccioli, direttore generale della semplificazione amministrativa della Regione Lazio. "Oltre la metà dei comuni del Lazio è tagliata fuori dalla e-democracy. La tecnologia invece che unire divide, fatto che toglie competitività alle aziende del territorio, come nel reatino. Per porre rimedio a questa situazione abbiamo, come Regione, portato a 11 distretti industriali del Lazio la **banda larga** in breve tempo creando un'infrastruttura adeguata. Oggi le aziende di quei distretti possono far crescere il loro livello competitivo anche in ambito internazionale".

Filas, nel progetto "Lazio e-citizen", ha svolto un ruolo chiave perché ha progettato e proposto il programma all'Assessorato dell'istruzione, mettendo a disposizione la propria competenza nel campo della formazione professionale, "finanziando il progetto e coordinando anche i partner commerciali, facendoli dialogare tra loro e con l'istituzione pubblica" come dice Laura Tassinari, direttore operativo Filas. Lazio e-citizen è stato anche l'occasione per proporre una certificazione ufficiale delle competenze di navigazione mirata nel web, un attestato che consente, a chi ha voluto sostenere il test finale, di "saltare" l'esame relativo all'uso di internet nell'ambito del conseguimento della patente europea del computer. "In questo caso un progetto pubblico è stato il tramite per mettere sul mercato una certificazione che non esisteva ancora" sottolinea Daniela Rovina, responsabile della comunicazione di Aica, l'ente che ha avuto il compito di distribuire in Italia il programma sviluppato a livello europeo dal Cepis (Council of european professional informatics societies).



P.A.: ADDIO CARTA A RIUNIONI CNIPA, FALDONI DIVENTANO DIGITALI.

15 luglio 2007

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

(c) 2007 ANSA.

(ANSA) - ROMA, 15 LUG - Addio carta. Il Cnipa, il centro nazionale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione non utilizzerà documentazione cartacea nelle riunioni del proprio collegio. Scompaiono i voluminosi dossier. I faldoni diventano telematici. In pratica gli atti documentali necessari per istruttorie e delibere sono stati trasferiti su supporto digitale ed verranno esaminati direttamente sul video del pc, snellendo l'esame dei progetti di informatizzazione della pubblica amministrazione, di norme innovative e di richieste di pareri di congruità tecnico-economico-funzionale dei programmi di digitalizzazione della burocrazia, sinora accompagnati da ponderosi allegati e da vaste documentazioni su carta.

E' stato sufficiente disporre pochi interventi tecnologici nella sala riunioni, per far sparire d'un colpo solo parecchie centinaia di pagine per ogni seduta. "A beneficiarne non è solo il lavoro dei componenti del Collegio del Cnipa - afferma il presidente Livio Zoffoli - ma anche gli stessi uffici, non più costretti nella fase propedeutica delle riunioni a predisporre le molte copie cartacee della documentazione, da ora tutta gestita in modo digitale. Si tratta di una piccola rivoluzione che, se trovasse applicazione in tutti i consessi deliberanti, pubblici e privati (come i consigli di amministrazioni, le sedute di organi istituzionali ed elettivi, ecc.) consentirebbe una gestione delle riunioni non solo più veloce e più efficiente, ma pure più economica determinando un considerevole risparmio anche ambientale sul consumo di carta, di toner e di elettricità, nonché un grande beneficio in termini di efficienza nell'archiviazione e gestione delle pratiche, immediatamente disponibili e reperibili on line al momento del bisogno".

Per favorire la diffusione della dematerializzazione il Cnipa ha contribuito alla definizione di specifiche soluzioni tecniche e normative, dando un significativo supporto all'apposita Commissione interministeriale (recentemente ricostituita dal ministro Luigi Nicolais e presieduta da Pierluigi Ridolfi), e promuovendo processi innovativi come il protocollo informatico, l'e-mail certificata (ossia la "raccomandata elettronica") e dando valore legale alla documentazione informatica grazie al Codice dell'Amministrazione Digitale.

Si stima che le amministrazioni centrali si scambino annualmente 100 milioni di documenti, di cui 20 milioni per raccomandata. L'onere delle sole spese postali è di oltre 160 milioni di euro, pressoché interamente risparmiabili proprio con la dematerializzazione. (ANSA).

CORRIERE DELLA SERA

Telecom Italia, addio alla rete fissa in Brasile

15 luglio 2007

(c) CORRIERE DELLA SERA

MILANO - E' la fine di un'avventura durata 9 anni. E vissuta, per buona parte del tempo, come un incubo.

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Telecom Italia sta infatti per dire addio a Brasil Telecom, la compagnia di **telecomunicazioni** su rete fissa (ma con attività anche nel mobile) che aveva acquistato nel 1998, quando il governo di Brasilia aveva privatizzato il monopolista assoluto del Paese, Telebras, dividendolo in 12 diverse società. L'accordo con il pool di fondi brasiliani a cui andrà il controllo è ormai definito in ogni dettaglio. Tanto che l'annuncio ufficiale dell'operazione è atteso già per mercoledì prossimo, al massimo giovedì. Prezzo: 515 milioni di dollari, quasi 375 milioni di euro. Quella che **Telecom Italia** sta vendendo è la sua quota, pari al 38%, della holding Solpart, che ha in portafoglio il 51% di Brasil Telecom.

E ad acquistare è una cordata composta prevalentemente da fondi pensione brasiliani, fra cui quello della banca centrale e quello del colosso petrolifero Petrobras, già presenti nel capitale.

In casa Telecom si respira, ovviamente, un'aria di soddisfazione. Non solo perché la trattativa, condotta dal vice presidente operativo Carlo Buora, è andata a conclusione in tempi rapidi, ma soprattutto perché consente di voltare pagina dopo una vicenda che si è consumata più nelle aule di tribunale che nei consigli d'amministrazione e sul mercato. Tanto che **Telecom Italia** era stata privata anche dei diritti di voto legati alla sua quota in Brasil Telecom, trasferita a un trust gestito dal Crédit Suisse. Così, non gli è rimasto da fare altro che dare l'incarico a J.P. Morgan di vendere tutto.

Ora la partita passa ai fondi brasiliani e agli altri azionisti. E non è detto che vengano risolti i problemi di convivenza, visti i rapporti tesi che continuano ad esserci, per esempio, fra Citigroup e il finanziere Daniel Dantas, che per anni ha orientato le scelte del gruppo.

Ma **Telecom Italia** non abbandona affatto il mercato brasiliano. Resta nelle sue mani il pezzo più pregiato, quella Tim Brasil che è il secondo operatore mobile del Paese, con una quota di mercato del 25,7%. E qui, si attende ora l'Anatel, l'Authority brasiliana del settore, che dovrà pronunciarsi sull'ingresso in **Telecom Italia** del gruppo spagnolo Telefonica, che è destinato a diventare un azionista di riferimento del gruppo italiano (e quindi di Tim Brasil) e, contemporaneamente controlla in joint venture con Portugal Telecom l'operatore mobile Vivo, leader nel Paese con il 28,4% del mercato.

Sbloccate le frequenze radio per il sistema Rfid

Carmine Fotina

14 luglio 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

LIBERALIZZAZIONE Accordo tra i ministeri delle Comunicazioni e della Difesa Più spazio all'uso civile: dalle etichette elettroniche del supermercato ai trasporti

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

L'Italia accorcia il ritardo nello sviluppo della tecnologia Radio frequency identification (Rfid). Il ministero delle Comunicazioni e quello della Difesa hanno trovato l'intesa per liberalizzare le frequenze su cui funziona la tracciatura degli oggetti attraverso piccolissime etichette elettroniche che comunicano tra loro via radio.

Non un semplice accordo tecnico, ma un impegno a non disattendere le raccomandazioni del commissario europeo Viviane Reding su una delle tecnologie considerate a maggior tasso di sviluppo per i prossimi anni.

Per spiegare al grande pubblico che cosa si nasconde dietro l'acronimo Rfid, gli esperti utilizzano di solito gli esempi più semplici. Ad esempio fare la spesa al supermarket, dove il prezzo di ogni prodotto potrà essere letto direttamente dal carrello. Oppure consegnare al check-in il proprio bagaglio da spedire, con più fiducia che sarà seguito passo dopo passo senza rischio di smarrimento.

La lettura "intelligente" effettuata a distanza, stile Telepass, potrà avere applicazioni nel largo consumo e nei servizi ma anche in ambiti industriali. La logistica innanzitutto, con magazzini completamente automatizzati, ma anche la sanità e l'industria alimentare per la tracciatura di farmaci e alimenti. I trasporti, con nuove soluzioni di monitoraggio della mobilità, e i sistemi anti-contraffazione sono alcuni degli altri possibili campi di applicazione.

L'etichetta intelligente consiste in pratica in un microchip che si può associare a qualsiasi oggetto, animale o anche a una persona. I dati che contiene vengono trasmessi via radio. Proprio questa, oltre a una maggiore capacità di dati, fa dell'Rfid l'evoluzione del "vecchio" codice a barre che richiede una lettura ottica.

L'Italia parte con leggero ritardo rispetto agli altri Paesi europei. Le frequenze Uhf, ideali per l'utilizzo del sistema Rfid, sono state a lungo riservate a radar utilizzati dal ministero della Difesa. Il rischio di interferenze (poi smentito dall'esito delle sperimentazioni) ha fatto sì che l'Italia chiedesse all'Unione Europea una corposa deroga rispetto alle indicazioni comunitarie sulla piena liberalizzazione delle risorse radio. A fine 2006 infatti Viviane Reding fissava il suo ultimatum ai Paesi membri per la fine di maggio 2007, scadenza cui solo Italia e Francia si sono presentate in ritardo chiedendo una deroga.

In circa due mesi il negoziato tra il ministero di Paolo **Gentiloni** e quello di Arturo Parisi ha portato a sbloccare la situazione, e ieri è arrivata la firma di un decreto del ministero delle Comunicazioni che libera le risorse radio a titolo gratuito e senza obblighi di autorizzazione generale.

Un provvedimento molto atteso anche dalle università che da tempo lavorano in questo campo e dalle imprese che stanno sviluppando brevetti e progetti industriali per mettersi al passo con concorrenti statunitensi e asiatici partiti con ampio vantaggio. Nel solo 2006 nel mondo sono state vendute oltre un

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

miliardo di etichette Rfid con un incremento rispetto all'anno precedente di quasi il 60 per cento.

«Entriamo nell'era dell'internet degli oggetti», a larga interconnessione e dove tutto è tracciabile, ha detto ieri il ministro **Gentiloni** rifacendosi alle parole del Commissario Viviane Reding che nell'edizione del Cebit di Hannover 2006 ha fissato nello sviluppo dell'Rfid una priorità per la società dell'informazione europea.

Inevitabilmente, però, tanto entusiasmo dovrà fare presto i conti con le preoccupazioni di chi (e basta pensare alla relazione del garante Pizzetti di due giorni fa) non è disposto a barattare nemmeno un brandello di certezza sulla tutela della propria privacy.

Tv digitale, corsa contro il tempo

Marco Mele

14 luglio 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

Tra nove mesi l'avvio del passaggio ma servono investimenti e incentivi - MEDIA SOTTO PRESSIONE La pubblicità tende a spostarsi verso la Rete: la Rai va su You Tube, Mediaset offre un servizio di video on-demand e coinvolge gli spettatori nella produzione

Il digitale terrestre in Italia è troppo analogico e troppo a pagamento. Rischia di essere un'occasione mancata: i prossimi otto-nove mesi saranno decisivi per il suo futuro. Nel frattempo, il calo nella quota di ascolto delle televisioni generaliste analogiche è in gran parte recuperato dall'ascolto di Rai e Mediaset sulle due piattaforme digitali.

Il duopolio, a livello di penetrazione informativa sull'opinione pubblica - meno a livello di risorse - è vivo e vegeto anche se per gli introiti pubblicitari non riesce a recuperare sul digitale i bassi incrementi, quando non le perdite, delle tv analogiche. La pubblicità tende a spostarsi verso la Rete e, non a caso, Rai va su You Tube, dopo aver lanciato il portale Rai.tv, e Mediaset, a sua volta, lancia un servizio di video on demand e crea nuovi spazi per i contenuti autoprodotti dai propri utenti-spettatori.

La transizione al digitale, in Italia, presenta una difficoltà sconosciuta negli altri Paesi europei: non vi è un altro mercato al mondo dove cinque-sei emittenti trasmettano sulla stessa frequenza in una sola regione. Non vi è, in altre parole, alcun Paese dove lo Stato non ha il "governo" dell'etere radiotelevisivo e non può, quindi, assegnare l'uso delle frequenze ai vecchi e ai nuovi editori televisivi. Com'è accaduto in Francia, con un significativo successo di audience.

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Si pagano gli errori del passato e la continuità con l'assetto del sistema analogico. «La tv non è stata una protagonista della convergenza multimediale. Forte di un consolidato rapporto con il pubblico, di altrettanti stretti legami con la classe politica, in possesso di una tecnologia affidabile e diffusa in tutte le case, ha guardato con cauta attenzione ai processi di convergenza»: così Enrico Menduni, nel libro *I media digitali. Tecnologie, linguaggi, usi sociali*, inquadra il problema del rapporto innovazione-televisione. «La digitalizzazione è comparsa all'orizzonte quando si è constatato che essa offriva ai sistemi televisivi non tanto un'immagine particolarmente nitida, ma un mezzo per moltiplicare il numero di canali da trasmettere e per far pagare alle famiglie il processo di produzione e diffusione dei contenuti» spiega Menduni.

Le risorse di cui dispone la tv, pubblicità e canone, infatti, non riescono più a seguire l'aumento dei costi: e questo è un problema per Rai più che per Mediaset, avendo la televisione pubblica un contratto di servizio che comporta vincoli, rigidità e oneri.

Il digitale terrestre è quindi troppo analogico nell'offerta e nell'assetto verticale integrato dei principali operatori. Non si è realizzata, infatti, quella separazione proprietaria tra il gestore della rete e l'editore di contenuti, magari con al centro un gestore autonomo del multiplex, lo strumento che veicola più programmi e servizi digitali su un'unica frequenza. Quanto all'offerta, Francesco Siliato, nel suo *Televisione digitale* effettua diverse analisi sugli effetti dell'avvento della nuova tecnologia all'interno dell'attuale assetto.

Un primo dato: dall'agosto 2006 «il tempo dedicato alla tv dalle italiane e dagli italiani con almeno quattro anni d'età è ogni mese più basso del tempo televisivo dello stesso mese dell'anno precedente». Nei primi mesi del 2007 il fenomeno è cresciuto. Effetto serra? Il caldo tiene gli italiani di più all'aperto? Certo, consuma meno tv chi ha tra i 15 e i 34 anni. Però, tra il 2000 e il 2006, sottolinea Siliato nel suo libro, «mentre la tv generalista analogica vede calare il suo ascolto medio annuo in prima serata (ore 20,30-22,30) di quasi due milioni di individui, la tv digitale satellitare cresce di un milione e mezzo di persone». Il tempo dedicato alla tv, allora, diminuisce ma non troppo: 256 minuti medi nel 2000 contro i 254 del 2006 nell'intero giorno.

Le tv analogiche, a livello di quota di ascolto sui televisori accesi, recuperano parte degli ascolti persi in analogico sulle piattaforme digitali. «La questione italiana - rileva Siliato - è tutta nello 0,68% di share dei canali trasmessi esclusivamente in digitale terrestre, dopo sei anni di trasmissione». La mancanza di investimenti sui contenuti ne è la principale spiegazione, insieme a decoder acquistati a basso prezzo, grazie agli incentivi del passato e spesso inutilizzati del tutto o rispolverati per vedere un evento a pagamento, calcio in testa. Tv troppo analogica e poco gratuita, quella digitale terrestre nazionale.

Ora si deve, o si dovrebbe, cambiare passo: la Rai ha lanciato un nuovo canale per bambini e ne prepara un altro. Mediaset sta per lanciare due canali in chiaro, "ricchi" nelle intenzioni, quello sulla fiction e quello di all news, probabilmente all'inizio del 2008. La7, dopo la chiusura ad aprile del canale sportivo lanciato da Aldo

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Biscardi, sembra orientata a ospitare sulle reti digitali canali di editori terzi, nazionali e locali, e non autoprodotti. Dove si sono spente in anticipo due emittenti come Rai2 e Rete4, in ogni caso, come a Cagliari e in 120 comuni della Sardegna meridionale, si è visto che il maggior traino nell'uso del decoder digitale per vedere la tv sono proprio le tv (ex) analogiche. Un piano temporale condiviso sullo spegnimento regione per regione, che dia certezze sui tempi della transizione, potrebbe incentivare gli investimenti in nuovi canali, anche quelli di editori esteri.

Qui, però, emerge il problema che rischia di rallentare e complicare la transizione al digitale: la concentrazione, la ridondanza e lo spreco nell'utilizzo della capacità trasmissiva terrestre. Gli operatori nazionali sembrano ormai convinti, e non è stato un processo indolore, dell'impossibilità di passare dall'analogico al digitale convertendo ciascun impianto sulla relativa frequenza utilizzata oggi. Quelli locali, un po' meno.

La Conferenza internazionale di Ginevra (giugno 2006, le sue decisioni sono in vigore dal giugno di quest'anno) ha disposto una nuova pianificazione, secondo la quale i Paesi confinanti con l'Italia possono, e stanno già cominciando a farlo - ad esempio nelle regioni adriatiche - a trasmettere segnali digitali su frequenze utilizzate dalle tv italiane, in particolare da quelle locali. Frequenze non assegnate al nostro Paese da Ginevra. A fronte di tale rischio, si chiede ora all'Autorità per le comunicazioni, un po' in ritardo, di rivedere il Piano di assegnazione digitale in base alle conclusioni di Ginevra e di approntarne uno a tempo di record per "spegnere" la tv analogica in Sardegna nel marzo 2008; quindi, entro l'anno in corso.

Si tratta, inoltre, di avere risorse a disposizione per dare incentivi - permessi dalla Ue a favore di apparecchi in grado di ricevere la tv digitale, da qualsiasi piattaforma - alle province sarde, in modo da avere una diffusione dei decoder non penalizzante per le tv analogiche, in particolare per Rai2 e Rete4, che dovrebbero spegnere qualche mese prima del marzo 2008.

In autunno, una nuova Conferenza nazionale sul digitale terrestre, con ogni probabilità a Torino, dovrà rappresentare il trampolino di lancio per definire un nuovo impegno dello Stato e degli operatori, Rai in testa, per rilanciare il processo. A partire da regioni come il Piemonte, la cui situazione di assetto delle frequenze è ben più complessa di quelle della Sardegna e della Val d'Aosta.

E l'interattività, che è stato lungo spacciata come "piatto forte" del digitale terrestre? Rispetto al connubio pc-internet, «la tv ne esce un po' con le ossa rotte» scrive Menduni, anche se può sempre giovare di una diffusione in tutte le famiglie. «Non vi è dubbio che, disponendo di entrambi i mezzi, il consumatore si rivolga a internet e non alla tv interattiva. Questa considerazione riduce di molto la portata sociale della tv interattiva» aggiunge Menduni. In ogni caso, secondo il libro di Siliato, «la televisione è oggi un oggetto in trasformazione e anche le modalità in cui viene consumata lo sono, e lo saranno anche quelle in cui viene progettata. Prima gli editori di tv generalista, pubblica e privata, acquisiranno pienamente tale consapevolezza, meglio sarà per lo sviluppo del sistema della comunicazione, dell'informazione e

dell'intrattenimento».



Anche Intesa ha detto sì a Galateri

di Laura Galvagni

14 luglio 2007

Copyright Milano Finanza Editori SpA 2007, All Rights Reserved.

Il rimpasto al vertice di Telecom sarà immediatamente successivo al closing sulla Telco, atteso per metà agosto. Resta Buora, finisce l'era Ruggiero.

Un uomo forte ma capace di fare squadra. E' questo l'identikit del nuovo amministratore delegato di **Telecom Italia** attorno al quale stanno lavorando Mediobanca e Intesa Sanpaolo. Se la conferma del vicepresidente Carlo Buora è ormai cosa certa, altrettanto probabile è la sostituzione dell'ad Riccardo Ruggiero. La decisione, in questo senso, sarebbe già stata presa. Tanto è vero che già la prossima settimana si dovrebbero riunire i vertici delle due banche e delle Generali per una prima scrematura dei candidati. Compito assai difficile considerato che la rosa è tutt'altro che ampia. Vittorio Colao è proiettato verso la presidenza di Vodafone, Franco Bernabè è da troppo tempo lontano dalla stanza dei bottoni (sono quasi nove anni che è fuori dal mercato) e su Paolo Dal Pino ci sono ancora le riserve di alcuni soci. Anche per questo fare nomi sul possibile successore di Ruggiero appare prematuro. Non si anticipano i tempi, invece, se si affronta la staffetta alla presidenza. Dopo aver più volte ribadito la propria fiducia a Pasquale Pistorio, ora anche Ca de' Sass avrebbe detto sì all'arrivo di Gabriele Galateri di Genola. E questo per diversi motivi, ma soprattutto perché, per avere un amministratore delegato forte è necessario che ci sia un presidente che faccia solo il presidente. Mentre Pistorio, per vocazione naturale, tende a prendere in mano le redini del gioco. Galateri, invece, ha già dato prova durante l'esperienza in Mediobanca di poter rivestire i panni esclusivamente del numero uno tout court. Si aggiunga che l'ex presidente di Piazzetta Cuccia vanta un rapporto molto consolidato con Cesar Alierta, timoniere di Telefonica, che ha più volte fatto sapere di ritenere Galateri la persona più adatta per questo incarico. I tempi della decisione finale sono comunque stretti. Se è vero che entro la metà di agosto arriverà il via libera dell'Anatel (l'antitrust brasiliana), salvo qualche richiesta di aggiustamento degli accordi soprattutto per quanto riguarda la governance di Tim Brasil, nei giorni immediatamente successivi a ferragosto è previsto il closing dell'operazione. Nelle ore successive, dunque, è altamente probabile che il nuovo azionista Telco (Telefonica, Generali, Intesa Sanpaolo, Sintonia e Mediobanca) darà il via al rimpasto al vertice. Anche se qualcuno non esclude che l'intera operazione possa vedere la luce a fine luglio se l'Anatel dovesse muoversi in anticipo. Peraltro, in Telecom è probabile anche un ribaltone nella struttura che governa personale e security. (riproduzione riservata)



Tiscali, Tele2 dopo Pipex?

di Davide Fumagalli

14 luglio 2007

Copyright Milano Finanza Editori SpA 2007, All Rights Reserved.

La società sarda guidata da Pompei ha finalizzato l'acquisizione delle attività broadband e voce dell'operatore inglese per 310 milioni di euro. E pensa di espandersi anche in Italia, dove però si troverà di fronte Vodafone.

Con un investimento di 210 milioni di sterline, pari a 310 milioni di euro, **Tiscali** ha finalizzato l'acquisizione della divisione broadband e voce di Pipex. Per portare a termine l'acquisizione la società guidata da Tommaso Pompei ha ottenuto una linea di credito di 650 milioni di euro sottoscritta da Intesa Sanpaolo e Jp Morgan, ben oltre quindi il valore dell'operazione. I 300 milioni restanti servono infatti a **Tiscali** per giocare le proprie carte in un'altra partita, questa volta italiana, che vede come posta le attività nazionali di Tele2. Una partita decisamente complessa che vede come competitor la **Wind** di Naguib Sawiris e soprattutto, secondo voci sempre più insistenti, la stessa Vodafone. L'entrata in campo del colosso inglese segnerebbe, almeno da un punto di vista delle disponibilità finanziarie, un confronto impari con **Tiscali** e **Wind**, già esposte in maniera non indifferente con le istituzioni finanziarie. In attesa degli sviluppi dell'acquisizione di Tele2, che vede Lehman brothers nel ruolo di advisor, **Tiscali** rafforza con Pipex la propria presenza sul mercato inglese in maniera significativa. La divisione broadband oggetto dell'operazione, che ha visto lo Studio Borghesi e Colombo come advisor globali, permette infatti alla società guidata da Pompei di portare a 1,9 milioni di clienti la propria base di utenti con una connessione a **banda larga**, oltre a posizionarsi come uno degli operatori più attivi nel mercato dei servizi di fonia con tecnologia voice over ip. Pipex conta infatti circa un milione di clienti, di cui 570mila utenti domestici e 100mila piccole e medie imprese, oltre a 650mila clienti utenti che usufruiscono di servizi voce. Secondo quanto dichiarato dalla società, il ramo di azienda acquistato genererà quest'anno ricavi per oltre 300 milioni di sterline, pari a 442 milioni di euro, e un margine operativo lordo di 20 milioni di sterline (29,5 milioni di euro). Significativi, secondo il management, anche le sinergie e le economie di scala possibili, legate all'integrazione delle rispettive reti e la gestione della clientela, stimate in oltre 150 milioni di sterline (220 milioni di euro) a livello di margine operativo lordo per i prossimi quattro anni a fronte di 50 milioni di sterline (73 milioni di euro) di costi di integrazione.

La linea di credito accordata a **Tiscali**, assistita da Rothschild e Banca Imi nel ruolo di advisor per l'operazione di acquisizione, ha permesso alla società di ristrutturare completamente la propria esposizione

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

debitoria nei confronti delle istituzioni finanziarie, e potrebbe essere affiancata dal ricorso a prestiti obbligazionari per circa 400 milioni di euro e da un aumento di capitale per un valore massimo di altri 150 milioni, su cui si pronuncerà l'assemblea della società il prossimo settembre. In quella sede sarà anche possibile verificare le decisioni di Renato Soru, attuale governatore della regione Sardegna nonché fondatore di **Tiscali** e azionista di riferimento con una quota del 25,5% del capitale sociale, che vedrebbe diluire il proprio controllo in mancanza di un'adesione all'aumento stesso

L'acquisizione di Pipex, secondo quanto dichiarato dallo stesso Pompei, permette a **Tiscali** di confermare gli obiettivi dichiarati dallo stesso management, che prevedono per il 2008 il raggiungimento per la prima volta dell'utile netto e di una generazione di cassa. Sicché la borsa non ha esitato a premiare la strategia dell'operatore sardo, il cui titolo venerdì 13 ha chiuso a Piazza Affari con un rialzo dell'8,7% a 2,4 euro.

Tiscali ha poi sigillato noto anche i dati preliminari del primo semestre del 2007, chiuso con un fatturato pari a 393 milioni di euro, in crescita del 23% rispetto all'equivalente periodo del 2006, e un risultato operativo lordo positivo per 60 milioni (+45%). Nei primi tre mesi l'utile netto è stato invece negativo per 44 milioni di euro, in peggioramento del 128% rispetto alla perdita di 19 milioni del primo trimestre 2006.

(riproduzione riservata)



Gli effetti del tornado voip

di Davide Fumagalli

14 luglio 2007

Copyright Milano Finanza Editori SpA 2007, All Rights Reserved.

Gli operatori di rete fissa possono fare fronte al calo dei ricavi legati alla voce con il canone delle linee Adsl. Più difficile il compito dei mobili, che possono reagire ai nuovi player limando le tariffe. A scapito però dei margini.

«Ho capito che era finita quando ho scaricato Skype». L'affermazione di Michael Powell, presidente delle Federal communications commission statunitense, è probabilmente rimasta indelebilmente impressa nelle menti di tutti i manager delle società telefoniche, e rende bene l'idea di come la tecnologia voip stia rivoluzionando il settore. Grazie alla possibilità di utilizzare le reti per la trasmissione dei dati anche per la voce, che genera per di più un traffico infinitamente inferiore a quello generato per esempio dai video, molti modelli di business affermati e profittevoli stanno entrando in una crisi strutturale, poiché proprio la voce costituisce ancora una parte preponderante del fatturato. Con la diffusione della nuova generazione di servizi voip, che vede normali telefoni fissi e cellulari al posto delle scomode cuffiette da collegare al pc, non

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

è difficile prevedere un crollo verticale delle tariffe, fenomeno che è già evidente sulle reti fisse. Non a caso British Telecom, probabilmente la società che meglio ha compreso i cambiamenti in atto e ha compiuto un faticoso processo di evoluzione, sta cercando di concentrarsi sempre più in attività, come i servizi alle imprese e alla clientela residenziale, che possano bilanciare la perdita di ricavi e marginalità del tradizionale business della voce. Skype e gli altri cloni di questo servizio messi a punto da giganti del calibro di Microsoft, Google e Yahoo!, sono infatti nati proprio per un utilizzo tramite pc, tipicamente collegato alla rete tramite una linea Adsl o, nei casi più evoluti, in fibra ottica. Il prossimo step di questo processo, in cui si inserisce anche la soluzione di Noverca- Acotel, riguarda però la telefonia mobile, dove la ricerca di un equilibrio è decisamente più complicata.

Gli operatori di rete fissa, infatti, hanno tutto sommato trovato un sistema efficace per recuperare i mancati guadagni legati al traffico voce, ovvero la vendita di abbonamenti per il collegamento a **banda larga** a internet, che permettono inoltre in prospettiva di utilizzare queste connessioni per la vendita di ulteriori servizi, primi fra tutti contenuti video ora veicolati tramite cavo o satellite a seconda delle zone geografiche.

Sul mobile, invece, la parte di ricavi legata alla voce e a servizi come gli sms, vera e propria manna per gli operatori grazie a margini netti vicini all'80% del prezzo, appare difficile da recuperare. Tutti i tentativi fatti sinora di vendere altri tipi di servizi basati sui dati, infatti, non si sono rivelati efficaci. Gli mms, ovvero i messaggi multimediali utilizzabili per spedire foto e filmati, penalizzati all'inizio da problemi di interoperabilità tra i diversi operatori e addirittura tra modelli differenti di telefono cellulare, non sono mai realmente decollati, mentre servizi come la televisione sul telefonino sono relegati a nicchie se non vicini al concetto di fallimento vero e proprio. Più promettente l'evoluzione del consumo di dati sul telefonino, che si sta evolvendo per portare in mobilità alcuni dei servizi più utilizzati sul pc, a partire proprio da Google. Interessanti a questo proposito i dati registrati da 3, il gestore che più sta spingendo su questo fronte insieme a Vodafone, e che ha proposto da poco più di un mese una tariffa finalmente conveniente per connettersi a internet tramite un cellulare. I 460 mila clienti di 3 che hanno sottoscritto l'offerta Xseries, a un canone di nove euro mensili, hanno infatti generato circa un milione di ricerche su Google al giorno. Una media molto incoraggiante, anche se riguarda 460 mila clienti su un totale di 7,3 milioni di clienti complessivi dell'operatore di telefonia mobile, che ha per giunta da sempre attratto molti utenti interessati ai servizi innovativi in mobilità e, percentualmente, meno utenti business dei grandi carrier, vere miniere d'oro contesi e blanditi da tutti per via dei ricavi circa tripli rispetto a un cliente consumer. Il vero problema, però, è l'incidenza di un canone mensile di circa 10 euro sui poco più di 30 euro che costituiscono il ricavo medio per utente degli operatori di telefonia mobile italiani. Se vanno cioè ad aggiungersi a quelli legati a voce e sms, gli operatori possono sperare di mettere a frutto gli enormi investimenti fatti in licenze e infrastrutture per le reti di nuova generazione.

Se dovessero invece andare a incidere su questa fonte di ricavi, e sugli sms in particolare, potrebbe trattarsi della classica vittoria di Pirro, con i ricavi medi complessivi in flessione e, dato ancora più preoccupante, un'ulteriore compressione della marginalità. Ancora più complicato l'impatto dei servizi voip per gli operatori

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

dotati di rete fissa e mobile, come **Telecom Italia**, per cui i tanto decantati vantaggi della convergenza tra i due network potrebbero essere assai meno consistenti di quelli previsti, se non addirittura trasformarsi in una sorta di concorrenza tra le due diverse unità di business. Difficile quindi che servizi come quello di Noverca siano accolti a braccia aperte dagli operatori di telefonia mobile, anche se qualche società in affanno con i conti e alla disperata ricerca di qualche soluzione che possa tamponare la situazione nel breve periodo tenta una mossa disperata. Anche in questo caso, come fanno notare molti osservatori, la risposta a un'eventuale guerra dei prezzi da parte degli operatori più strutturati potrebbe però essere di natura tariffaria più che tecnologica: con una marginalità ancora vicina al 50% dei ricavi, infatti, non è certo impossibile diminuire le tariffe per compensare eventuali tagli effettuati da nuovi entranti su base tecnologica, e tagliare così sul nascere la diffusione di un potenziale concorrente. Quello che è certo, invece, che riduzioni anche dell'ordine del 5-10% proposte dagli attori più aggressivi si trasformeranno in una discesa dei prezzi medi di circa il 20% dell'intero comparto, con conseguenze facilmente immaginabili sui titoli delle società quotate. (riproduzione riservata)

«**Estenderemo il contratto tlc**»

Carmine Fotina

13 luglio 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

INTERVISTA - Pietro Guindani - presidente Asstel

«Un modello di flessibilità regolamentata aperto ad altri 20mila lavoratori Fisco da riequilibrare»

Al suo secondo mandato alla guida dell'Asstel, l'Associazione delle imprese di **telecomunicazioni**, Pietro Guindani (49 anni) spera di rivedere il settore al centro della scena economica italiana.

Lo sviluppo delle tlc rallenta e cresce la pressione di politica e autorità indipendenti. È solo una coincidenza?

Le **telecomunicazioni** hanno contribuito per il 30% all'aumento del Pil nel 2005 e nello stesso anno, grazie in particolare alla **banda larga** fissa e mobile, anche gli investimenti sono tornati a crescere superando la soglia dei 9 miliardi. Rappresentiamo un settore strategico per il Paese, anche se nell'area più tradizionale della telefonia vocale la crescita è rallentata per la caduta dei prezzi. Nel prossimo futuro ribadire il peso strategico delle tlc nell'economia sarà uno dei principali obiettivi di Asstel, forte anche di una base associativa più estesa. Oltre alle società di telefonia fissa e mobile possiamo contare su una rappresentanza crescente di società che si occupano di servizi alla clientela e infrastrutture nelle tlc. Noi non chiediamo sussidi, ma un contesto di regole che massimizzino il livello di competizione, accompagnino lo sviluppo e

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

supportino l'innovazione. Tutto questo significa benefici per i consumatori e servizi innovativi.

Da tempo chiedete l'abolizione della tassa governativa sugli abbonamenti dei cellulari. Questo non sarebbe un sussidio?

La tassa di concessione governativa è un elemento che distorce il mercato determinando in Italia il più alto tasso di utilizzo di sim prepagate, mentre i clienti che adottano un abbonamento possono godere di un rapporto più continuativo e un livello di servizio migliore.

Abolire la tassa porrebbe un problema di mancato gettito per lo Stato.

Chiediamo esclusivamente neutralità fiscale. Nell'ultima Finanziaria si è trovato l'equilibrio tra la deducibilità delle spese di telefonia fissa, che era pari al 100%, e mobile (50%) portando entrambe all'80%. Credo che si possa superare questa discriminazione anche ai fini dell'Iva, con un'aliquota media che permetta di raggiungere un punto di equilibrio anche per il gettito dello Stato. Sono proposte che Asstel, insieme a Confindustria servizi, ha sottoposto al Governo per il Dpef e ripresenterà in sede di legge Finanziaria.

Asstel rappresenta anche diverse aziende di call center, un settore dalle regole ancora instabili.

In questi due anni abbiamo allargato il campo di applicazione del contratto nazionale delle tlc a tutto il mondo dei servizi e delle infrastrutture di **telecomunicazioni**, incluso il mondo internet e dell'assistenza alla clientela. Il risultato è un aumento di circa 19mila unità delle persone che tramite le loro imprese hanno adottato il contratto tlc. Questo è avvenuto in particolare nella fase più recente, quando in seguito alla circolare Damiano un numero rilevante di imprese ha trasformato i contratti di lavoro da parasubordinato a dipendente. Quasi un plebiscito per il nostro contratto, che rappresenta un assetto normativo disegnato per i servizi, in particolare per quelli ad alto contenuto tecnologico e ad alta intensità di contatto con i clienti, 24 ore su 24 e 365 giorni all'anno. La flessibilità regolamentata del nostro contratto si è mostrata molto attrattiva per imprese e lavoratori.

Prevede nuove adesioni?

È in corso il rinnovo del biennio contrattuale, ma contemporaneamente stimiamo un numero potenziale di ulteriori 20mila lavoratori che oggi hanno figure contrattuali da lavoratori parasubordinati. Le loro imprese operano nel settore dell'assistenza clienti ad ampio raggio: non solo telefonia, ma anche banche, assicurazioni, trasporti e P.a.

I gestori di tlc hanno un lungo contenzioso con le Procure sui costi per le intercettazioni. C'è una soluzione in vista?

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Attendiamo il ristoro dei costi pregressi, ma non è questo il punto centrale. Stiamo lavorando con il ministero di Giustizia per definire il nuovo repertorio delle prestazioni obbligatorie e, sulla base di questo, il listino aggiornato per il ristoro di tutti i costi operativi e degli investimenti connessi. Senza alcun margine di profitto per le imprese. Non accetteremmo proposte che puntino a trasformare le prestazioni per le Procure da «obbligatorie» a «imposte», rendendole quindi gratuite.

Regole certe anche per internet

13 luglio 2007

Il Sole 24 Ore

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

Nuove tecnologie. Conciliare i diritti con la vastità della rete

INTERVENTI MIRATI Sarebbe utile differenziare le misure di sicurezza I codici deontologici andrebbero estesi al settore del marketing

Nel mondo «della comunicazione globale, di You Tube e di Google, tutto cambia dimensione e impatto». A iniziare dalla tutela della privacy. Che cosa significa diritto all'oblio di fronte a motori di ricerca che conservano i nostri dati per un tempo «tendenzialmente indeterminato» o che cosa vale esercitare i propri diritti di fronte a informazioni che circolano sulla Rete senza possibilità di essere cancellate o rettificare se lesive della dignità dell'interessato?

Sono solo alcune delle domande che il presidente del Garante della privacy, Francesco Pizzetti, si è posto e ha posto all'attenzione dell'uditorio quando ha affrontato il tema delle nuove tecnologie. «Non possiamo accettare - ha spiegato - che il mondo di Internet sia visto dai nostri ragazzi come una sorta di "Paese dei balocchi", nel quale tutto è bello e possibile».

Per quanto sulla nuova frontiera sia difficile difendere la riservatezza, occorre sforzarsi di farlo, introducendo «regole condivise su scala planetaria», superando i limiti che le leggi nazionali ed europee oggi presentano. Perché «il nostro compito - ha detto il presidente del Garante - è tutelare e difendere il cittadino, i suoi diritti, la sua libertà, la necessità di vivere e di operare senza essere continuamente controllato e schedato».

Obiettivo che si raggiunge anche evitando che «la protezione dei dati sia considerata soltanto come un costo e un fastidioso adempimento» da parte di chi deve mettere sotto chiave le informazioni. Per questo il Garante è intervenuto più volte nel 2006 - svolgendo anche un ruolo di supplente del legislatore - per spiegare gli obblighi imposti dal Codice della riservatezza e, soprattutto, per semplificarli.

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Il metodo da seguire non è quello, secondo Pizzetti, «di procedere con l'accetta a modifiche legislative, adottate sotto la pressione di categorie di volta in volta interessate», ma di studiare interventi mirati. Per esempio, attraverso la differenziazione delle misure di sicurezza o i codici deontologici, che andrebbero estesi a categorie come il marketing. Apertura salutata positivamente da Stefano Parisi, amministratore delegato di **Fastweb**: «Si tratterebbe di un notevole passo avanti per risolvere il tema dei contact center».



WIND: NUOVE TARIFFE ROAMING IN VIGORE DAL 30 LUGLIO.

13 luglio 2007
(C)2007 ANSA.

(ANSA) - ROMA, 13 LUG - **Wind** anticipa l'adeguamento delle tariffe previsto dal nuovo regolamento europeo sul roaming. L'azienda non aspetterà il 30 agosto, ovvero il termine ultimo fissato per l'adozione dei nuovi piani: dal prossimo 30 luglio, infatti, i clienti dell'operatore telefonico, indipendentemente dal tipo di piano tariffario, passeranno automaticamente all'eurotariffa, senza nessuna sottoscrizione o richiesta.

Telefonare con **Wind** all'interno dell'Europa, quindi, costerà 58 centesimi di euro al minuto per le chiamate in uscita e 28 centesimi di euro per quelle in entrata. Il che significa - sottolinea una nota dell'azienda - un risparmio del 25% rispetto alle tariffe attuali.

L'eurotariffa sarà applicata in automatico anche su tutte le promozioni e le opzioni offerte da **Wind**. Ai clienti in abbonamento, sia consumer che corporate, che hanno sottoscritto le opzioni Leonardo Roaming o Roaming 50, sarà applicata l'eurotariffa per il primo minuto di conversazione e la metà per i minuti successivi. (ANSA)

Virtuali sì ma con idee

Andrea Paliani - Luca Gargiulo
12 luglio 2007
Il Sole 24 Ore - Nova24
IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

I Mobile virtual network operator (Mvno) per affermarsi devono avere ben chiaro lo scenario competitivo in

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

cui si muovono

Dopo la nascita in Italia dei primi MVNO (Mobile virtual network operator), ovvero gli operatori mobili virtuali, il mercato si interroga sul futuro del settore. Quali saranno le chiavi per il successo di questi nuovi operatori? Si approderà a una stagione di maggiore concorrenza, con vantaggi immediati per i consumatori?

A differenza degli operatori tradizionali, i cosiddetti MNO (Mobile network operator), gli operatori mobili virtuali non sono assegnatari di uno spettro di frequenze. Non posseggono, quindi, reti d'accesso né altre infrastrutture di trasporto o smistamento del traffico voce, testo e dati. Per offrire servizi di telefonia mobile devono stringere partnership industriali e commerciali con operatori tradizionali, interessati ad affittare l'esubero delle reti esistenti, per trasferimento progressivo del traffico voce/dati sulle reti di terza generazione.

La scelta del partner MNO è fondamentale per l'operatore virtuale: il primo può influenzare le tariffe offerte dal secondo, ad esempio accordando prezzi di favore per le telefonate indirizzate alla clientela comune, poiché generate e terminate all'interno della stessa rete trasmissiva. In tal senso, l'alleanza con l'incumbent o altri operatori con clientela molto estesa, è una scelta strategica razionale, sempre se abbinata a una corretta identificazione del target da servire e alla definizione di piani tariffari coerenti.

I MVNO sono talvolta assimilati a dei broker di telefonia mobile perché attraggono la clientela essenzialmente con un "taglio" sul prezzo di prodotti tradizionali, quali fonia, SMS e MMS. Tuttavia questa è una comparazione riduttiva visto che spesso i MVNO arricchiscono l'offerta con servizi a valore aggiunto (VAS) studiati su esigenze specifiche dei clienti che consentono loro una importante differenziazione del prodotto/servizio rispetto agli altri operatori mobili. Un esempio le applicazioni di mobile banking o payment ma anche servizi di geolocalizzazione, georeferenziazione, family monitoring, family alert e altri ancora. Ovviamente la scelta dei VAS, dato il loro costo di sviluppo, la possibile obsolescenza e il rischio di mancato gradimento deve essere coerente con la clientela target. Il successo dei VAS ha effetti diretti sulla fidelizzazione dei clienti e soprattutto sull'incremento dei ricavi medi per utente (ARPU). Dal 2004 al 2006, a fronte di una spesa per la fonia in lieve decremento, il settore è cresciuto in Italia da 16,7 a 18 miliardi di euro, proprio grazie al forte incremento dei VAS. Al contempo, l'ARPU sui servizi voce è calato sensibilmente (da 330 a circa 310 euro annui) mentre quella sui VAS ha vissuto una rapida crescita (da 60 a 90 euro).

Parimenti importante è la capacità di deployment. Raramente la telefonia mobile è, infatti, il core business di chi avvia un progetto MVNO. E la complessità gestionale aumenta in funzione del numero di VAS offerti e di processi che si vogliono governare direttamente. Si pensi ai contact center, ai servizi di vendita e all'assistenza after sales. Se il contatto telefonico con il cliente non è affidato esternamente all'MNO partner e avviene internamente, l'operatore virtuale deve dotarsi di un'organizzazione propria ed effettuare significativi investimenti di system integration per interfacciarsi con i sistemi della rete ospitante. Gli operatori

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

virtuali che puntano sulla capillarità dei propri punti vendita per il raggiungimento della clientela target, devono invece pensare, testare e diffondere i processi di vendita e assistenza after sales in tutto il territorio, con importanti investimenti su sistemi informativi, procedure e training del personale da impegnare nelle attività di front end con la clientela.

Scelte strategiche e capacità di deployment trovano la loro sintesi nel risultato dell'iniziativa.

Possono esserci casi di aziende che creano, per scelta strategica, un MVNO per fidelizzare la clientela, con un margine negativo sui servizi di telefonia mobile a fronte di margini positivi su altre linee di business. Ma, generalmente, chi avvia un'iniziativa MVNO lo fa per produrre utili. E oggi non manca nessuna delle informazioni sulla cui base prevedere la profittabilità di un simile progetto. Fatti salvi gli investimenti per l'avvio di organizzazione, strutture e sistemi informativi per gestire o produrre internamente taluni processi e VAS, nonché i contratti per i servizi da affidare esternamente, dopo aver negoziato i rapporti di prezzo con il partner MNO e aver definito i piani tariffari di fonia e VAS, l'unica variabile aleatoria di tutto il modello resterà il numero di clienti.

Ciononostante, essendo statisticamente nota la fruizione media dei servizi di fonia da parte delle diverse fasce di consumatori e stimabile quella per i VAS di nuova concezione, è possibile - tramite i piani tariffari - passare direttamente dai volumi di fruizione all'ARPU medio. Con piani tariffari coerenti, sarà semplice valutare ricavi e costi prospettici del business plan, determinando la customer base necessaria a raggiungere il punto di pareggio dell'iniziativa. Poiché è aleatorio il numero giornaliero di aderenti all'iniziativa, altrettanto aleatorio sarà il pay back period dell'investimento effettuato.

Oggi in Italia ci sono circa 45 milioni di utenti, con 82 milioni di linee attive, e molti sono attenti alle novità in tema di pricing. È ipotizzabile che almeno il 10% possa essere interessato a sostituire la propria "seconda utenza" con quella di un MVNO. Può sembrare una percentuale bassa ma rappresenta comunque 4-5 milioni di potenziali SIM, una quantità piuttosto elevata. Attualmente, numeri più alti sono difficilmente prevedibili anche perché non bisogna dimenticare la relativa rigidità degli utenti a cambiare gestore. In tal senso, sono verosimili campagne di number portability, congiunte tra operatore virtuale e MNO partner, rivolte alla clientela dei gestori concorrenti.

Andrea Paliani e Luca Gargiulo sono rispettivamente partner e senior manager di "Ernst & Young - Financial Business Advisors"

- Il primo operatore virtuale che si è affacciato sullo scenario italiano è stata la Coop che ha stretto un accordo con **Telecom Italia**. È seguito a ruota un altro gigante della grande distribuzione come Carrefour che ha scelto Vodafone. Si attende anche Poste Italiane che si appoggia alla rete Vodafone e dalla quale, (si legge sul Sole-24 Ore del 10 aprile) sarà possibile pagare - sono alcune delle ipotesi - multe, bollettini, canone tv, ma anche spostare denaro da un conto Bancoposta all'altro, richiedere finanziamenti e saldare il

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

premio dell'assicurazione. Oppure mandare un telegramma o un messaggio multimediale (Mms), che si "trasformerà" in una cartolina (reale).

Comunicazione convergente

12 luglio 2007

Il Sole 24 Ore - Nova24

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

CONTO UNICO 18 MILIONI GLI UTENTI EUROPEI NEL 2012

Telefonia fissa e mobile: a breve anche in Italia un'unica tariffa

Saranno 18 milioni gli utenti europei che useranno servizi di convergenza fisso mobile, nel 2012 (6,1 milioni nel 2007), per telefonare meglio e a basso prezzo con i cellulari a casa e in ufficio. La maggior parte di loro - stima Analysys - si affiderà alle femtocelle, ma una minoranza di utenti appassionati di hi-tech (4 milioni nel 2012) preferirà l'accoppiata cellulari e **WiFi**. Sono servizi che attraverso un unico prodotto (palmare o cellulare **WiFi**) e una sola bolletta permettono chiamate fisse e mobili. Da casa e dall'ufficio il cellulare usa l'Adsl e il **WiFi**, a tariffe da rete fissa (o più economiche); fuori, funziona come un normale Gsm. In Italia l'ultimo operatore a lanciare questo servizio, a luglio, è stato Parla.it. La strategia di Parla.it è, al solito, centrata sui prezzi bassi: l'offerta (Chiama l'Italia Mobile) in 19,90 euro al mese include un numero geografico nazionale, illimitate chiamate nazionali di rete fissa su Voip, un router Siemens e un cellulare Pirelli Discus. Entrambi sono **WiFi** e diventano proprietà dell'utente dopo due anni. Ridotti i prezzi verso l'estero (da 10 cent al minuto) e verso i cellulari italiani (17,9 cent), senza scatto. Le chiamate via Gsm sono però tariffate a parte, perché l'utente dovrà usare la Sim di un operatore mobile (uno qualsiasi), inserita nel cellulare di Parla.it. A oggi non c'è ancora in Italia un servizio che includa in un canone le chiamate fisse e mobili, ma sarà così Unico, di **Telecom Italia** (i cui prezzi e data di lancio sono ancora sconosciuti). Bt Italia ha oggi un servizio simile a quello di Parla.it, ma rivolto alle aziende; diventando operatore mobile virtuale, aggiungerà nel canone la parte Gsm (su rete Vodafone) a partire da novembre. Altri operatori offrono servizi mobili su **WiFi** (per esempio Linkem e Messagenet, ma senza includere l'hardware); l'utente in realtà può raggiungere lo stesso scopo anche con il "fai da te", senza canoni: installando su smartphone un software come quelli di Fring e Truphone.

All'estero, il servizio più popolare è Unik, di France Telecom (Orange): segue lo stesso concetto di Unico e ha raggiunto 140mila utenti in sei mesi (125mila in Francia e il resto in Spagna). L'antesignano è Bt Fusion (Regno Unito), che però ha conquistato appena 40mila utenti. Deutsche Telekom ha invece appena sospeso l'analogo servizio T-One in Germania, ma sta per lanciarne un altro negli Usa tramite la controllata T-mobile. Tutti questi servizi esteri non usano in realtà il Voip ma la tecnologia Uma (basata su rete mobile e Adsl

insieme), che «sarà dominante anche nel lungo periodo, con 65 milioni di utenti nel 2012, nel mondo, contro i 2 milioni del 2007», dice Philip Solid, analista di Abi Research. (al.lo.)

Antenne per tutte le tasche

Alessandro Longo

12 luglio 2007

Il Sole 24 Ore - Nova24

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati.

TERZA GENERAZIONE FEMTOCELLE E PICOCELLE

Un modo per risolvere i buchi di copertura nei network di rete mobile da usare sia in casa sia in azienda

Verrà presto il momento in cui ci ritroveremo le case popolate di femtocelle e di picocelle gli uffici: così prevedono gli esperti, perché «questa tecnologia sta per diventare alla portata di tutte le tasche e diventerà utile soprattutto negli scenari futuri della **banda larga** mobile», spiega Mark Heath, coautore di un recente rapporto di Analysys su femtocelle e picocelle. Sono, in sostanza, scatolotti simili a modem che permettono di aumentare la copertura delle reti mobili (voce e internet) all'interno delle case, ripetendo il segnale dell'operatore. Finora sono state disponibili solo picocelle 2G, per grandi aziende, e hanno avuto poco successo. La novità è che sta arrivando la prima generazione di femtocelle e picocelle 3G, a prezzi economici: rispettivamente, 200 e 2.000 euro. Le femtocelle saranno un prodotto residenziale, per coprire una stanza, un corridoio. Le picocelle vanno bene invece per un intero piano o tutto il palazzo di un'azienda. L'idea è che si potranno comprare questi aggeggi «già da inizio 2008; per la fine dell'anno prevedo il boom», dice Heath. Tra i produttori impegnati in questa tecnologia c'è solo un grande nome, quello di Ericsson. Gli altri sono aziende da 50-200 dipendenti: 3Way Networks, Ip Access, picoChip, RadioFrame Networks e Ubiquis. Tra gli investitori in queste aziende minori, però, figurano vecchie conoscenze come Motorola, Intel Capital, AT&T.

«Siamo al lavoro sulle femtocelle da due-tre anni: abbiamo capito che sono necessarie per risolvere i buchi di copertura nei network di rete mobile», dice Ulf Ewaldsson, head of product area radio per Ericsson.

«Stiamo facendo test con più di 30 operatori di vari Paesi - aggiunge - e presenteremo il primo prodotto nel terzo trimestre 2007. Sarà una femtocella gsm/edge. Deve essere qualcosa per le famiglie, da comprare nei negozi». Tim, Vodafone e 3 Italia dicono di stare testando questi prodotti, ma un lancio non è stato programmato. Le utilità delle femtocelle, per utenti e operatori saranno molteplici. Colmando i buchi di copertura, si migliora il servizio, soprattutto in vista dell'estensione della **banda larga** mobile verso l'Hspa (High speed pack access) e oltre. La copertura degli interni delle case è già più difficile con l'Umts che con il

Rassegna stampa 11-17 luglio 2007

Gsm/Gprs, per via delle frequenze più alte utilizzate. Il problema si acuirà quando, dal 2008, per l'evoluzione dell'Umts sarà usato anche un range di frequenze ancora più alto.

Certo, gli operatori potrebbero rimediare al solito modo, installando altre antenne sui piloni, che estendano la copertura di macrocelle e microcelle. Distribuendo le femtocelle, però, potrebbero mettere pezze mirate, là dove serve, e quindi risparmiare: fino a 46 dollari per utente, stima Analysys. Non solo: le femtocelle serviranno anche per migliorare la rete mobile come alternativa alla telefonia fissa e all'Adsl, incoraggiando quindi il fenomeno della fixed-mobile substitution. Gli operatori, infatti, potranno offrire tariffe ad hoc agli utenti che, connessi alla femtocella, navigano e telefonano su rete mobile da casa. Già adesso gli utenti possono avere (da Vodafone), una tariffa speciale, valida quando sono collegati alla macrocella più vicina a casa propria. Poiché però con le femtocelle gli operatori avranno la certezza che l'utente è proprio a casa (e non nelle vicinanze), potranno fare tariffe ancora più mirate ed economiche. «Persino gratuite, per le chiamate. Così potranno contrastare l'uso di smartphone/palmari VoIP su WiFi, utilizzati soprattutto dalle aziende per risparmiare sulle telefonate fatte dall'ufficio via cellulare», dice Heath.

Femtocelle e picocelle si diffonderanno con facilità anche perché saranno sempre più spesso antenne integrate nei router Adsl e WiFi: nel 2011 sarà così nell'86% dei casi, secondo Abi Research. Un solo problema ha trattenuto finora il lancio di questa tecnologia: il rischio di interferenze tra femtocelle e picocelle vicine. Per questo motivo operatori e produttori sono stati costretti a prolungati test; ma ormai il momento della verità sembra vicino.

Ocse, crescono investimenti per banda larga, giu' i prezzi

12 luglio 2007

Il Sole 24 Ore-Radiocor

IL SOLE 24 ORE-© Tutti i diritti riservati

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 12 lug - Gli investimenti in tlc nei Paesi dall'area Ocse continuano a salire, facendo sì che i consumatori 'paghino meno per avere servizi migliori e più numerosi'. E' quanto emerge dal rapporto Ocse 2007 sulle comunicazioni, che sottolinea come l'accesso alla **banda larga** sia in aumento e si preveda una crescita della domanda per connessioni in fibra ottica. Resta da sciogliere, tuttavia, il nodo di 'chi deve pagare le nuove reti e chi ne sarà proprietario'. Com-Ppa-



E-GOVERNMENT: TOSCANA, 210 MLN CONTRO DIGITAL DIVIDE.

11 luglio 2007

ANSA - Telecomunicazioni

(C)2007 ANSA.

(ANSA) - FIRENZE, 11 LUG - Ammontano a circa 210 milioni di euro le risorse per lo sviluppo dell'amministrazione elettronica e per contrastare il **digital divide** nel periodo 2007-10 in Toscana. E' quanto prevede il programma regionale per la promozione sviluppo dell'amministrazione elettronica e della società dell'informazione approvato oggi in apertura di lavori dal Consiglio regionale. Il programma è stato illustrato dal presidente della commissione consiliare affari istituzionali Ilio Pasqui (Ds).

Il piano si divide in quattro aree tematiche distinte, una per promuovere politiche di accesso e di condivisione delle conoscenze e una per lo sviluppo dei servizi e delle Tlc nelle pubbliche amministrazioni. La terza area è invece dedicata a interventi per accrescere l'innovazione e la competitività del sistema imprenditoriale mentre la quarta mira ad accrescere le infrastrutture telematiche della rete regionale. Il programma è stato approvato con i voti dei partiti di maggioranza e di Rifondazione e l'astensione di Fi. (ANSA)