

Siamo pronti PER VINCERE IL secondo round

Vincenzo Novari, amministratore delegato di 3 Italia, non ha dubbi: il mercato della telefonia mobile è pronto per riprendere a crescere. A trainarlo saranno le connessioni a Internet sui dispositivi mobili, che potrebbero letteralmente esplodere nei prossimi mesi. Sarà il momento in cui i forti investimenti per entrare nel mercato del 3G saranno ripagati. «E noi», dice, «avremo il vantaggio di essere arrivati per primi».

«**T**utti i segnali indicano che sta iniziando il secondo tempo nella partita della telefonia cellulare. E sono convinto che sarà molto più divertente del primo». Vincenzo Novari, 49 anni, già direttore generale di **Andala** (operatore che concorse come nuovo entrante alla gara per le licenze Umts del 2000), oggi amministratore delegato di **H3g**, a cui fa capo **3 Italia**, disegna la fase attuale delle comunicazioni mobili con una definizione che rimanda implicitamente al passato. Il riferimento è agli anni a cavallo del 2000 che hanno visto l'esplosione dell'uso del telefonino, in Italia più ancora che nel resto del mondo. Quando l'intera popolazione scoprì all'improvviso il piacere o la necessità di parlare al cellulare (possibilmente di ultimo modello) e i gestori mobili si guadagnarono sul campo la definizione di «galline dalle uova d'oro», visti gli incrementi che riuscivano a mettere a segno ogni anno nel fatturato e negli utili.

Un'espressione che da due o tre anni è stata accantonata e oggi viene accuratamente evitata. Se quell'epoca è ricordata come un mito, infatti, è anche perché a un certo punto la cor-

sa si è fermata: il telefonino l'avevano ormai tutti (anzi, parecchi ne avevano già due o tre, visto che il loro numero sopravanzava quello degli abitanti), le ore di conversazione non potevano crescere oltre i livelli già elevatissimi raggiunti e i ricavi cominciarono a ristagnare. Peggio ancora andò agli utili, messi sotto pressione dalla concorrenza sempre più agguerrita e dai tagli alle tariffe decisi dall'Authority per le Comunicazioni. Poi, nel 2007, ci si mise anche il governo, con l'abolizione dei costi di ricarica.

Quanto tempo ci vorrà, cominciarono a chiedersi i protagonisti di questo mondo, perché torni il tempo della crescita? Novari dà la risposta che tutti sperano da anni di sentire: quei tempi sono di nuovo tra noi. Anzi, i nuovi potrebbero rivelarsi perfino meglio di quelli passati, perché la coincidenza fra sviluppi tecnologici e modelli di comportamento si presenta ancor più «magica» di allora.

Ad annunciare questo ritorno all'età dell'oro non sono ovviamente i servizi voce, già da un pezzo arrivati alla maturità, ma quelli legati alla trasmissione dati. È l'esplosione contem- ▶



TORNANO I TEMPI D'ORO

DOPO ANNI CON I MARGINI SOTTO PRESSIONE PER LA CONCORRENZA LA TELEFONIA MOBILE SI PREPARA A RITORNARE A UNA STAGIONE



SUL VIDEOFONINO COME CON IL COMPUTER DI CASA

Il videofonino Nokia N96 con X-Series e la Internet Key per computer portatili: due strumenti diversi per accedere in mobilità alla banda larga e alle applicazioni tipiche del Web 2.0. Dietro la sigla X-Series, in particolare, si cela la prima offerta all-inclusive che, grazie ad accordi con Microsoft, Google, Yahoo!, eBay, Facebook, MySpace e Skype, estende ai cellulari 3G numerose applicazioni e funzionalità tipiche di Internet a banda larga (Instant Messaging, e-mail, navigazione Web, ricerche online, acquisti in Internet, chiamate gratuite via Web, e servizi di photosharing).

MA ANCHE PER ALCUNI PROVVEDIMENTI DELL'AUTORITÀ E DEL GOVERNO,
DI GRANDI PROFITTI, GRAZIE ALLA DIFFUSIONE MASSICCIA DEL TRAFFICO DATI.

▶ poranea degli smartphone, delle chiavette per navigare su Internet, dei mini pc portatili a dare il segnale di un cambiamento di tendenza, che i gestori telefonici registrano ovviamente con entusiasmo.

«L'accelerazione dei mesi scorsi» prosegue Novari «è il fenomeno più importante avvenuto nel mondo della telefonia mobile da almeno cinque anni a questa parte. Ricorda l'esplosione di certi modelli di telefonini di 15 anni fa, come i primi Nokia, o il Motorola Star Tac».

C'è un nuovo interesse del pubblico per le comunicazioni mobili, d'accordo. Ma chi ci dice che sia un fenomeno duraturo e non un'infatuazione passeggera?

È il modo stesso in cui si è determinato questo cambio di passo a segnalare la sua solidità. La svolta è legata alla diffusione di una nuova serie di servizi web, da Myspace a Facebook, che non sono certamente destinati a spegnersi, ma semmai ad aumentare ancora.

Finora, però, questi strumenti sono stati utilizzati soprattutto attraverso la connessione fissa. Sicuro che d'ora in poi migreranno sul mobile?

Proprio questo è il punto. Questi mezzi di espressione e di comunicazione sono ormai entrati nella vita quotidiana di mi-

■ Il progetto

Reality Tv con la banda larga

«Per fare quello che facciamo adesso con 10 euro al mese 12 anni fa ci voleva un miliardo di lire». Marco Di Gregorio, 43 anni, è il direttore di **c6.tv**, la prima web tv dal vivo realizzata al mondo. Di Gregorio non è nuovo al lancio di progetti innovativi. **SeiMilano**, da lui creata nel 1996, lanciò la figura del videogiornalista (giornalista, cameraman e montatore insieme) che si è poi diffusa sulle emittenti maggiori. Con **c6.tv**, che utilizza la rete a banda larga di 3 Italia, sta sperimentando il modello della diretta fatta da ogni luogo e da ogni persona. Quando succede qualcosa a Milano, **c6** è sempre la prima ad arrivare, perché tutto ciò di cui l'inviato ha bisogno è un computer e una connect card. In questo modo la tv ha potuto mostrare l'incidente davanti al Palazzo di giustizia di Milano dall'alto mentre le altre troupe erano dietro i cordoni o documentare le manifestazioni studentesche camminando lungo il percorso con i cortei. L'obiettivo strategico è sfruttare le connessioni mobili per fare alla tv tradizionale quello che la tv stessa fece a suo tempo a radio e giornali. «Siamo stati i primi al mondo» prosegue «perché una delle poche cose in cui il nostro Paese è all'avanguardia è la tecnologia della terza generazione di telefonia mobile. Ma non passerà molto prima che se ne accorgano anche le tv maggiori».

In questa visione il futuro della tv non può che essere basato sulla diretta: «Altro che i reality show! La realtà di tutti i giorni può essere molto più stimolante e grazie alla banda larga mobile si può diffondere immediatamente».

lioni di persone, che li hanno usati finora soprattutto da un collegamento fisso a Internet. Ma ora stanno scoprendo che da mobile sono molto più funzionali e ricchi di opportunità. Ad esempio perché si possono consultare e aggiornare in qualunque momento della giornata e anche quando si è in vacanza. Ho studi che dicono che nel giro di 12 mesi l'accesso principale a Facebook non sarà più da fisso ma da mobile. Sarà questo a fare la differenza.

Immagino che a favorire il sorpasso saranno soprattutto le chiavette per i pc portatili: il telefonino continua a ad essere abbastanza scomodo per leggere e scrivere...

Anche questo ostacolo sarà presto superato. Nel giro di pochi mesi gli schermi degli smartphone arriveranno a raddoppiare di dimensioni. Sono certo che i terminali di nuova generazione avranno un ruolo importantissimo nella crescita della trasmissione dati.

Questa crescita improvvisa dei servizi a valore aggiunto, comunque, equivale per voi alla vincita di un terno al lotto?

Non solo per noi, ma per tutto il mercato.

Tutto questo cambia in qualche misura il vostro mestiere di operatori di telefonia mobile?

Mi vien da dire che il nostro cambia sicuramente molto meno di quello degli altri, visto che fin da quando siamo partiti, nel 2003, con i primi servizi su rete Umts in Europa, abbiamo puntato al massimo sulla trasmissione dati. Ci troviamo nella posizione migliore per approfittare di questa rivoluzione.

Però la sua «profezia», se vogliamo chiamarla così, si è avverata con diversi anni di ritardo rispetto alle previsioni...

Questo è vero. Nel 2000-2001 avevamo previsto uno sviluppo più rapido dei servizi di trasmissione dati. In ogni caso il

IL PRIMATO ITALIANO

La penetrazione della banda larga su dispositivi mobili cresce più nel nostro Paese che nella Ue: su 34 milioni di utenze attive, 7,5 sono italiane.

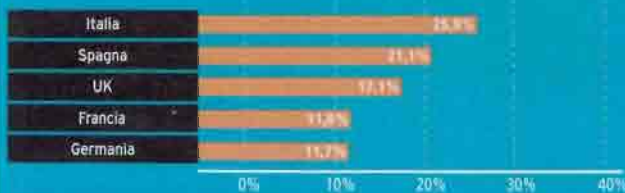


Fonte: Bolum, Reportagei, Roma, giugno 2008

Fonte: Commissione europea, febbraio 2008

ITALIANI FANATICI DEL 3G

L'Italia si posiziona ai vertici delle classifiche europee per penetrazione di dispositivi Umts, che consentono il traffico Internet da cellulari e palmari.



Fonte: Bolum, Reportagei, Roma, giugno 2008

fatto che stiano finalmente decollando ci offre grandissime opportunità di business: fra le quattro compagnie presenti nel nostro Paese, siamo certamente quella meno caratterizzata per i servizi voce e più per i servizi dati. Il pubblico ci conosce soprattutto per la banda larga e infatti ci sta premiando in modo significativo nella scelta dei nuovi servizi. In più abbiamo il vantaggio di disporre della rete con maggiore capacità di banda del mercato.

In che senso?

Quando si svolse la gara per le licenze Umts, tutti gli operatori ottennero due blocchi da 5 Megahertz. A noi e a Ipe fu assegnato un blocco ulteriore, sempre da 5 Mega, per compensare lo svantaggio di essere nuovi entranti in un mercato in cui c'erano soggetti già largamente consolidati. Per acquisirlo abbiamo dovuto spendere più soldi, cosa che fino a qualche anno fa sembrava a tutti più una penalizzazione ulteriore che un vantaggio. Ma ora si vede il valore di quel pacchetto: abbiamo una capacità da 3 a 4 volte superiore a quella dei concorrenti, cosa che tornerà utilissima man mano che le reti si affolleranno di utenti attivi con la trasmissione dati e i servizi diventeranno più articolati e complessi.

Nel frattempo avete puntato anche sulla tv via telefonino, che però non sembra che sia stata «baciata» dalla stessa fortuna della navigazione Internet o della consultazione della posta elettronica. È pentito degli investimenti che avete fatto in questo settore?

Assolutamente no. Si tratta di due vicende che hanno proporzioni diverse: c'è una ragione se abbiamo investito circa 250 milioni per la tv via digitale terrestre sul mobile e 2,5 miliardi di euro per la rete Umts. In ogni caso anche la tv sta crescendo. Non allo stesso ritmo della navigazione Internet, d'accordo, ma comunque in modo consistente: negli ultimi 24 mesi gli spettatori dei nostri servizi televisivi sono passati da 60-70.000 a 250-300.000. Mi pare un buon risultato.

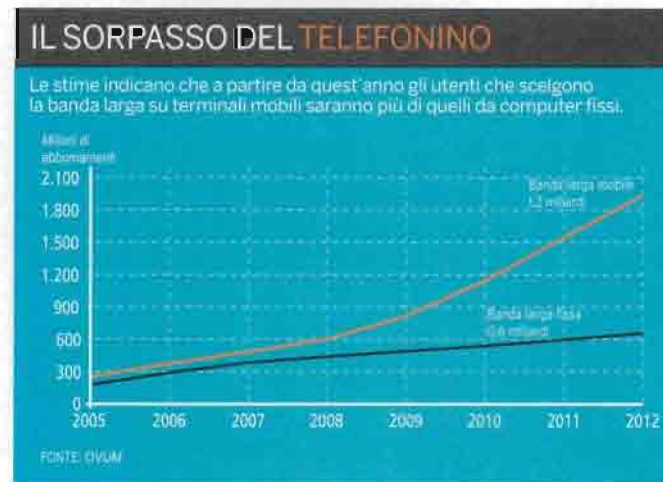
Trend

Quando il marketing si fa a colpi di messaggi

È il marketing la nuova frontiera della telefonia cellulare applicata al mondo del business. Sempre più aziende stanno infatti usando il terminale mobile per entrare in contatto con i loro clienti e promuovere i propri marchi.

Secondo la School of management del Politecnico di Milano, che sul mobile marketing tiene da due anni un Osservatorio, nel 2008 gli sms inviati dalle aziende ai consumatori hanno sfiorato il miliardo e il fatturato del settore ha raggiunto i 67 milioni. «Le aziende che hanno sperimentato questo mezzo» dice il responsabile della ricerca, Filippo Renga «dimostrano indici di soddisfazione altissimi. Le redemption ottenute dai banner sono infatti mediamente più elevate rispetto a quelle del web».

Il fenomeno riguarda molti settori, di cui l'Osservatorio ha raccolto i casi più significativi. Anzitutto quello di **Dolce**



Quindi continuate a scommettere sul successo della televisione mobile?

Certo. La sua crescita è più lenta degli altri servizi di cui stiamo parlando, ma questo ha le sue spiegazioni. Anzitutto c'è una questione legata al costo dei telefonini in grado di ricevere la tv sul digitale terrestre: 350-400 euro, un prezzo decisamente troppo elevato per le capacità medie del pubblico televisivo. Ma ora i prezzi scenderanno, e questo favorirà la diffusione dei servizi. Insomma, la mia convinzione è che sia solo una questione di tempo: nel giro di un paio d'anni la tv sul telefonino seguirà la stessa strada della navigazione sul web e della posta elettronica.

Significa che anche in questo campo state pagando il prezzo di essere arrivati troppo presto?

Già, ma è inevitabile per una compagnia come la nostra, abituata fin dall'inizio a fare la «lepre» del mercato.

di **Stefano Caviglia**

& Gabbana, che ha fatto un accordo per consentire ai clienti di consultare il suo catalogo dal sito mobile di **Nokia** e di scaricare un gioco con il proprio brand.

Coca Cola ha invece acquistato una campagna banner sia sui portali mobili degli operatori telefonici che su siti esterni, mentre **Mediaworld**, il colosso dell'elettronica di consumo con negozi su tutto il territorio, ha creato un proprio sito «.mobi», attraverso cui è possibile avere informazioni sui punti vendita e sulle promozioni.

Il settore più interessato a questo canale è in ogni caso quello bancario (fra i più attivi, **Directa Fineco** e **Intesa SanPaolo**) che vede nei servizi di telefonia mobile un modo per raggiungere direttamente quella clientela che per diverse ragioni non utilizza l'Internet banking dal proprio personal computer.