

LO SCENARIO / Sono positivi i risultati di un settore in pieno fermento, che è partito in ritardo nel nostro Paese ma che ora cresce e continuerà a farlo ad una media del 3% annuo

La volata degli operatori virtuali

Poste e Coop guidano la corsa di un mercato che è "raddoppiato" in soli sei mesi

STEFANO CARLI

Roma

Trovare un settore economico che ha raddoppiato il suo valore in sei mesi è già una notizia. Se poi i sei mesi in questione sono i primi del 2009, in piena recessione, per di più in Italia, il paese che, tra i grandi dell'Ue, ha visto forse la maggior depressione del pil, la notizia è ancora più interessante. E poco importa che si tratti di una nicchia apparente, visto che stiamo parlando dell'1% di un mercato, se il mercato è quello della telefonia mobile italiana. Insomma, a fine 2008 gli operatori mobili virtuali valevano l'1% del mercato totale dei cellulari. Le stime non ufficiali che si possono calcolare a partire dai dati provvisori di fonte AgCom, permettono di parlare di una quota di mercato che sarebbe ormai arrivata a superare il 2%. E, a conferma del fermento che percorre il settore, si fa un po' fatica a tenere il passo tra parecchie nuove entrate, qualche uscita e forse un primo accenno di consolidamento.

L'Italia è indietro come penetrazione degli operatori mobili virtuali rispetto al resto d'Europa, perché da noi questo mercato si è aperto più tardi - spiega Fabio Mungo, responsabile dell'area innovazione della telefonia mobile di Accenture - E infatti continuerà a crescere a una media annua del 3% anche nei prossimi anni. Può sembrare poco ma stiamo parlando di mercati saturi: per

Un'ulteriore spinta arriverà dalle novità sui servizi di pagamento attraverso il "mobile"

esempio nei paesi scandinavi la crescita è nulla. E anche in Francia e Germania le cose non vanno meglio».

Un mercato che cresce, dunque, ma lo fa a due velocità, polarizzandosi in alto e in basso. La crescita è infatti guidata dai due maggiori operatori, quelli che fin dall'apertura, nel 2007, hanno messo le maggiori forze nel nuovo settore: le Poste e la Coop. Poste fa da sola la metà del mercato (55%) con oltre un milione di sim attive. La Coop, con 300 mila sim, ha una quota del 16%. Ma sono numeri che aumentano ancora se si passa dal conto dellesim a quello del traffico trasportato: in questo caso la quota di mercato di Poste sale al 59% e quella di Coop oltre il 20%. Il mercato si sta insomma concentrando. E non attorno ad una categoria particolare: ci sono operatori della grande distribuzione che vanno bene e altri meno. Quindi i fattori di successo sono diversi. Da una parte c'è, per esempio in vista una ormai quasi certa uscita, quella di Conad, che pur forte di circa 60 mila sim starebbe per cederle alle Poste.

Dall'altra ci sono gli altri giganti della grande distribuzione, come Auchan e Carrefour che danno soprattutto l'idea, in questa fase, di presidiare il settore anche in vista di possibili prossimi sviluppi nei sistemi di pagamento mobili.

«Vanno bene quegli operatori che sono riusciti ad individuare una componente di offerta da inte-

grare verticalmente con la telefonia - spiega Filippo Renga, responsabile dell'Osservatorio sul Mobile Marketing del Politecnico di Milano - Quanto al mercato in sé, più che un consolidamento parlerei di un ripensamento, di un riposizionamento di alcuni operatori».

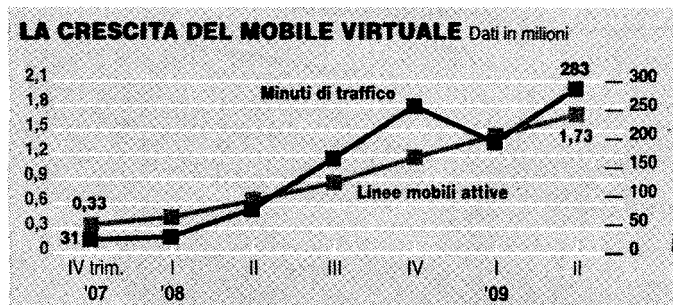
Insomma, è un mercato complicato. Che si può segmentare in tre o quattro categorie. In primo luogo ovviamente le telecom e gli internet provider che arricchiscono del mobile la loro offerta su rete fissa: Bt, Fastweb e ora Tiscali. Poi gli operatori della grande distribuzione, come si è detto. Infine gli operatori 'etnici'. A questi si può aggiungere una quarta categoria di operatori 'misti', come Ergo Telepass. Entrambi gestiscono un business 'arete': Erg nella distribuzione, con le sue pompe di benzina; Telepass con la sua rete dati che gestisce sistemi di accesso e pagamento. Per entrambi il modello basilico di operatore virtuale offre la possibilità di metter piede in un nuovo mercato a costi di accesso molto bassi. In cambio arricchiscono le loro strategie. Erg fidelizzando i clienti della sua benzina. Telepass per accelerare la sua mutazione di immagine, da quella tradizionale di 'casellante autostradale' a quella più innovativa di gestore di servizi immateriali.

Per tutti gli operatori che non siano le Poste (perché già li hanno, unici nel panorama italiano e forse europeo), dalla grande distribuzione agli 'etnici', la nuova frontiera è data dai nuovi servizi di pagamento sul mobile, dove si potrà estendere il ruolo delle sim card dei telefonini alle funzioni di au-

tenticazione degli utenti e validazione delle transazioni. In tal senso le ultime direttive Ue sul 'plastica money' promettono una accelerazione del settore dopo anni di stallo.

E proprio un altro fronte regolamentare è certamente all'origine dell'accelerazione del settore in Italia negli ultimi mesi: la nuova regolamentazione del trasferimento degli utenti mobili da un operatore all'altro portandosi dietro il proprio numero di telefono. E' un provvedimento su cui l'Autorità per le tlc ha molto battagliato negli ultimi mesi. L'obiettivo era quello di portare a tre giorni il tempo complessivo del passaggio di operatore, bloccando così le operazioni di trattenimento messe in atto dagli operatori 'lasciati'. Una pratica che stava bloccando sostanzialmente il mercato per più di una ragione: perché quello italiano è ormai tutto un mercato di sostituzione, sia nei terminali che negli operatori e ogni utente conquistato da un operatore è un utente perso da un altro. E soprattutto perché gli operatori più soggetti a subire l'uscita di utenti sono i due maggiori, Tim e Vodafone, e quindi con maggiore capacità di reazione. Non a caso proprio Tim e Vodafone avevano fatto ricorso al Tar contro la delibera AgCom, che è dello scorso dicembre. Tra ricorsi e sospensive si è andati avanti con le pratiche di passaggio che iniziavano a sveltirsi progressivamente ma sempre in un quadro di incertezza normativa che è finita solo lo scorso 11 settembre. E in vista della campagna di Natale questo potrebbe dare un ulteriore impulso alla crescita dei 'virtuali'.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



www.ecostampa.it

Nella tabella qui sopra compaiono le quote di mercato degli operatori virtuali in Italia: come si vede le Poste sono leader assolute



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

036452