



L'intervista

«Il vincitore è il modello Internet»

Mani (Accenture): «La spallata inferta da Google obbliga il mercato mobile ad aprirsi»

Accenture, multinazionale che tra le altre cose offre consulenza strategica alle aziende, ha un occhio puntato sul fenomeno convergenza tra mondo dell'hi-tech e della telefonia. Perché sulla spinta di queste dinamiche stanno mutando i rapporti di forza nel mercato e di conseguenza devono cambiare le strategie. Ne parliamo con **Silvio Mani**, responsabile area Tlc per **Accenture**.

Perché ci dovremmo interessare di convergenza? Perché dovrebbe portare una ventata fresca al mercato?

Negli ultimi 15 anni il mercato della telefonia mobile, a detta di molti



Aziende hi-tech più pronte alla sfida perché rodano alla competizione. Ma le Telco contano su una forte base clienti

esperti, si è sviluppato con più lentezza e con meno vantaggi per l'utente finale, rispetto a quello di Internet. Il tutto perché è un mondo chiuso. Ecco, la convergenza lo obbliga ad aprirsi, per azione di soggetti come Google, Apple, ma anche Yahoo! e Microsoft, tra gli altri. E in questo "tra gli altri" ci mettono anche utenti e sviluppatori di terze parti. Prevedo quindi che fra un anno le comunità di servizi mobili saranno più estese. I servizi saranno più economici e avranno maggiori interoperabilità e portabilità.

E la nascita di nuove reti, WiMax mobile per esempio, non è una minaccia per gli operatori?

Certo sarà un vantaggio per gli utenti, ma non è detto che gli operatori ne soffriranno. Storicamente, ogni volta che si è aperta una rete alternativa, gli

operatori non hanno subito danni, perché si è solo esteso il pubblico. Il motivo è che la banda, per quanto aumenti in ampiezza e copertura, continua a non soddisfare tutte le esigenze degli utenti. Il volume di traffico mobile continua a crescere a grande velocità.

Già, gli operatori italiani riportano un raddoppio ogni sei mesi del volume di dati che transita sulle loro reti. Ma il mondo di Internet e quello telefonico, incontrandosi, andranno sempre d'amore e d'accordo?

In virtù della convergenza, nel mercato s'imporrà il modello di Internet. E cioè quello basato sulla collaborazione



Google e Apple cercano di entrare in modo più distruttivo. Microsoft e Yahoo! sono più votate all'accordo con le Telco

in alcune aree e competizione in altre. Difficile dire chi sia avvantaggiato. Nell'evoluzione della specie le aziende hi-tech sono più pronte alla sfida della convergenza, perché più abituate a un mercato molto aperto alla competizione.

Hanno dalla loro, inoltre, una scala globale. Possono essere buoni fornitori di servizi business centralizzati ad aziende multinazionali, quindi sovrapponendosi alla tipica offerta degli operatori. Per il segmento consumer hanno servizi di tipo sociale e di intrattenimento più popolari di quelli offerti dagli operatori. Se ne sono accorti anche questi ultimi, tanto che stanno rinunciando a sviluppare servizi in casa e preferiscono accordarsi per offrire quelli dei big di Internet. Le telco però, nella sfida, possono contare su una base utenti molto forte e sulle infrastrutture.

Vediamo i player della convergenza. C'è una differenza di strategie?

Sì. Google e Apple cercano di entrare in modo più distruttivo. Microsoft e Yahoo! sono più votate all'accordo con le telco.

A che cosa ambisce Google?

Ad aprire quanto più possibile il mercato, creando standard. Per questo motivo partecipa negli Usa alla creazione di una rete alternativa, WiMax, che sarà aperta. E sta promuovendo la piattaforma aperta Android, per i cellulari. Aprendo il mercato alla competizione allargata ha tutto da guadagnare: fa calare i prezzi, aumenta il numero di servizi, estende il proprio reach pubblicitario. A differenza di Apple, però, non va allo scontro in modo diretto, con servizi e prodotti. È più pericoloso.

Ma lo è anche Apple, no?

Apple è temibile perché con il modello Ipad e iTunes ha trovato un modo per tracciare i comportamenti degli utenti. Nessuno c'era mai riuscito così bene. Da questa palestra di attenzione all'utente è nato l'iPhone. ■

A.L.

**Voip**

Interconnessione IP, la solita ignota

Sta facendo passi avanti uno dei primi esempi di convergenza tra telefonia e Internet: il Voip. C'è stata la fase dell'indifferenza e poi, dal successo di Skype in poi (2005), quella dello scontro aperto con le telco. Fastweb e Telecom Italia per anni hanno ommesso di scrivere il termine Voip nelle proprie offerte commerciali che pure erano basate su questa tecnologia. Adesso il Voip è diventato fedele e comune compagno delle telco. Ed è proprio in TI uno degli esempi di più aggressivo e rampante successo: con il servizio

Alice Friends, in questi giorni protagonista anche di una campagna pubblicitaria televisiva. È la possibilità di telefonare gratis ad altri utenti Alice Voce, che a novembre 2007 erano 1,099 milioni (ultimo dato ufficiale). Così Telecom sfrutta il cosiddetto "effetto rete" (un circolo virtuoso che tende a potenziare la propria base di utenti, ampia e chiusa), per sopraffare i concorrenti Voip. Fastweb non ha mai voluto offrire chiamate gratis tra i suoi utenti (che sono tutti in Voip). Tiscali e Wind, invece, hanno servizi Voip che a differenza di

Alice Voce sono indistinguibili dalla telefonia tradizionale, dal punto di vista dell'esperienza utente; non sfruttano la banda dell'Adsl domestica. Il mercato italiano potrebbe aprirsi meglio alla concorrenza se fosse realizzata l'interconnessione via IP. Cioè l'obbligo per gli operatori di consegnarsi le telefonate tramite IP, invece che con tecnologie tradizionali. L'Agcom ha già deliberato a favore nel 2006, ma il tavolo tecnico per realizzare l'interconnessione su IP continua a trascinarsi di mese in mese. ■

A.L.