

Lavori sono sempre più nomadi. Molti dati indicano che è in atto una graduale mutazione del business verso modalità mobili. Crescono le vendite delle apparecchiature ICT senza fili e, in concomitanza con la liberazione dai vincoli fisici operata dalle tecnologie wireless, sta aumentando anche il numero di lavoratori mobili.

Secondo le stime Assinform, nel 2003 le vendite di PC portatili in Italia sono aumentate

applicazioni esistenti e che permettono la realizzazione di nuove applicazioni basate su apparecchiature wireless. IDC rileva infatti che il giro d'affari per questo segmento di mercato nell'Europa Occidentale è passato da 32 milioni di dollari nel 2001 a 50 milioni di dollari nel 2002, mentre il 2003 dovrebbe aver chiuso con un ulteriore aumento dell'86%. Il mercato, ancora giovane, è in continua evoluzione e appare per ora piuttosto complesso,

Febbraio l'annuale Mobile e Wi-Fi Executive Seminar 2004. Questo dossier riferisce e riflette su alcune delle tematiche che sono state affrontate.

IL CAMMINO VERSO IL MOBILE BUSINESS IN ITALIA

Ad oggi il mercato offre una molteplicità di soluzioni tecnologiche che coprono un po' tutte le necessità di mobilità e per ora non è possibile dire se e quali strumentazioni e quali tecnologie prevarranno. La convergenza voce e dati è ormai un discorso datato e le varie soluzioni possibili, quanto a device e tipologia di connessione, spesso non sono neanche alternative bensì si integrano fra di loro. Dopo i cellulari e i portatili è nata infatti tutta una serie di dispositivi intelligenti come i palmari (i PDA) o gli smart phone, che

lari e WiFi non sono di fatto in competizione. La rete cellulare oltre al GPRS offre anche un suo upgrade, l'EDGE (Enhanced Data Rates for Global Evolution), che ha un'ampiezza di banda più che doppia e che si può avere senza investimenti particolarmente elevati, e l'UMTS, il cui lancio effettivo, più volte rimandato, è atteso ora per la fine del 2004.

Dati di mercato e ricerche condotte sugli utenti depongono per una crescita del mobile business nel nostro Paese, nonostante il periodo non felice per l'economia in generale e anche per i settori ICT. Questo indica chiaramente che molte imprese riconoscono al wireless un valore speciale.

Nell'ambito della telefonia mobile il 2003 ha segnato una ulteriore crescita dei servizi voce, stimata nel 5,5%, e un'impennata del segmento dati, cresciuto del 31,7% (dati IDC), come risposta a una più ampia offerta di servizi a valore aggiunto per il settore mobile. Da qui al 2007 i ricavi dai servizi voce continueranno a crescere con una media del 3,6% annuo mentre i dati cresceranno in media del 28% annuo.

Secondo rilevazioni presentate al convegno da Tim, le imprese utenti di reti GPRS, Edge e UMTS erano 90.000 nel 2003 e diventeranno 178.000 nel 2004. A loro disposizione hanno una copertura del territorio che è totale per il GPRS, pari a tre quarti per l'EDGE, e a metà per l'UMTS.

Per quanto riguarda le applicazioni, sono molto note quelle pubblicizzate per l'utente consumer, ma secondo IDC il grande beneficiario della mobilità da qui al 2007 sarà soprattutto il segmento business, che con le applicazioni wireless può ottenere grandi vantaggi sulla produttività dei lavoratori mobili. Uno studio specifico condotto da IDC illu-

Quali prospettive per il mobile business in Italia?

del 33%, arrivando così a 1.089.000 pezzi venduti in un anno e a un parco che rappresenta il 21,4% del totale dei PC installati. Nelle telecomunicazioni, il valore di mercato della telefonia mobile ha ormai superato quello della telefonia fissa: 21 miliardi di euro contro 19,8. I lavoratori mobili (categoria ampia che comprende dal personale sempre in movimento dei corrieri espresso ai libero professionisti che hanno la sede lavorativa presso il proprio domicilio) rappresentano oggi il 36,3% della forza lavoro complessiva, secondo dati IDC, e cresceranno nei prossimi anni fino ad essere nel 2007 ben 9,9 milioni, sfiorando il 40% della forza lavoro.

Tutto questo mentre sui mercati ICT dell'Europa Occidentale crescono le vendite di mobile middleware, cioè le piattaforme miste hardware e software che consentono agli utenti mobili di accedere alle



ricco di strumentazioni, soluzioni e connessioni in parte alternative e in parte integrabili fra di loro e popolato da varie tipologie di operatori pronti ad offrire pacchetti completi di mobile office.

Per fare il punto della situazione in Italia, IDC ha organizzato a Milano lo scorso 23

consentono ad esempio di gestirsi l'agenda e i contatti, e che contemporaneamente inviano SMS, operano sulla posta elettronica, hanno accesso a contenuti multimediali, sia collegati alla rete che in modalità wireless. Quanto alla connettività, come è stato osservato dagli analisti IDC, reti cellu-

stra una roadmap delle applicazioni mobili utilizzate dagli utenti business italiani.

Dopo il successo dei servizi voce e degli SMS, che si stanno sempre più estendendo ed integrando con altre applicazioni, il passaggio successivo nella road map proposta nella ricerca di Lorenzelli e Sampietro è il Personal Information Management (PIM), ovvero tutte quelle funzionalità di agenda, calendario e contatti per cui da remoto posso accedere e operare sulla mia agenda nel computer d'ufficio. Il wireless arriva quindi alla messaggistica, non tanto come MMS, quanto come utilizzo della posta elettronica, che risponde all'esigenza di comunicare in modo più esteso dell'SMS con coloro che si muovono sul territorio. L'ultimo passaggio della roadmap riguarda l'utilizzo da remoto delle applicazioni aziendali, ad esempio di Sales force Automation e di Customer Relationship Management. Ma fino a questo punto si sono spinte per ora solo poche realtà aziendali di grande dimensione mentre mediamente il loro valore non è ancora molto percepito, come dimostrano i risultati di un'indagine condotta dalla società di ricerca nel 2003, per cui in una scala di importanza da 1 a 5, l'agenda ha ottenuto 4,13, la lista contatti 4,05, l'e-mail il 3,26, e invece l'accesso ad altre applicazioni aziendali, alla Intranet e a Internet sono per interesse al di sotto della media.

In definitiva per l'impresa c'è il problema di valutare quanto convenga passare a soluzioni wireless e quali di queste sia più adatta al proprio business. Entrano infatti in gioco numerosi fattori. Da una parte l'investimento non si limita ad un semplice acquisto di hardware: ci sono anche da considerare gli investimenti per il soft-

ware, per l'integrazione con le funzioni IT interne e per la sicurezza.

Dall'altra i vantaggi di una semplice soluzione wireless o di una rete wireless avanzata cambiano molto a seconda delle modalità operative dell'impresa, della funzione svolta dai lavoratori mobili e del valore della loro attività su quello totale prodotto dall'impresa. Ad esempio se ci sono tanti lavoratori mobili che per operare necessitano in conti-



nuazione di dati aggiornati, il vantaggio sarà maggiore al crescere delle frequenze di aggiornamento dei dati. Come si intuisce il discorso non è semplice e certamente le imprese, scottate magari da investimenti IT effettuati nel passato, che si sono rilevati talvolta inadeguati alle proprie esigenze, magari perché sovradimensionati, potrebbero essere oggi giustamente più accorte e attente a valutare il ritorno sugli investimenti per la mobilità.

IL VALORE DEL WIRELESS NELLE IMPRESE

La misura della possibile diffusione del wireless sta naturalmente nel valore che le aziende gli riconoscono. Attualmente si rileva una generica tendenza ad acquistare device il più possibile abilitati alla mobilità, ma per svezzare il mercato, e far sì che strumen-

tazioni e applicazioni siano sfruttate nelle loro potenzialità, occorre che i fornitori sappiano analizzare il valore percepito dall'utente/consumatore per potere poi adeguare l'offerta. Su questo tema Alessandro Lorenzelli, Research Manager TLC&Internet di IDC Southern Europe, ha illustrato i risultati preliminari di una survey on line che l'istituto di ricerca conduce presso aziende italiane con più di 10 dipendenti appartenenti a differenti settori merceologici con l'obiettivo di rilevare le loro dotazioni wireless attuali, l'uso che ne viene fatto e le applicazioni supportate e le previsioni di acquisto futuro. Anche se il campione è ancora limitato, in quanto si riferisce per ora a 200 casi, è già in grado di offrire alcune interessanti indicazioni.

Anzitutto le tecnologie di comunicazione prese in considerazione dai rispondenti per un potenziamento attuale o futuro delle proprie attività o dei collegamenti mobili sono per il 35% il Wi-Fi, per il 34% il GPRS e per l'8% l'UMTS, mentre il restante 23% non è per ora toccato dal tema della mobilità. I terminabili mobili più utilizzati sono i computer portatili: un 20% risponde che in azienda sono presenti notebook e un 23% afferma di avere notebook dotati di scheda per il collegamento wireless. Nel 22% dei casi vengono utilizzati telefoni cellulari, e il 13% dei rispondenti ha anche dei PDA; il 7% del campione utilizza anche altri device specifici, come ad esempio i lettori di codice a barre. L'uso che viene fatto del wireless sembrerebbe ancora piuttosto limitato e le risposte del campione indicano, secondo Lorenzelli, che la percezione del valore del wireless a livello aziendale è ancora poco supportata. Infatti l'applicazione più gettonata per la

gestione wireless è la posta elettronica, mentre scarso interesse suscitano il CRM, la SFA, il SCM o l'ERP. Ma anche per quanto riguarda le email, se circa metà dei rispondenti ha o avrà presto una connettività wireless, l'altra metà circa non sembra interessata. Ma, al di là dei numeri, sono indicative le motivazioni all'uso e al non uso delle soluzioni mobili. Ebbene, a favore della connettività wireless c'è una certa consapevolezza dell'aumento di produttività dei lavoratori mobili e un quarto del campione associa valore anche alla maggiore condivisione delle informazioni; fra coloro che invece scelgono di non abilitare le applicazioni per la connettività wireless (poco meno della metà del campione) prevalgono l'idea di una mancanza di utilità, di non ritorno economico e anche di scarsa sicurezza.

Il costo non sembra condizionare l'orientamento di fondo, mentre diventa un aspetto significativo insieme ad altri fattori nel momento in cui si

Dopo il successo dei servizi voce e degli SMS il prossimo passaggio sarà il Personal Information Management (PIM)

deve decidere fra più possibilità di abilitazione al wireless delle applicazioni aziendali. In questo caso insieme al costo entrano principalmente in gioco la facilità di integrazione con la struttura IT e la facilità di utilizzo. I fornitori considerati più affidabili per la gestione delle tematiche wireless sono i telecom operator e i system integrator. I primi beneficiano dello storico presidio e dell'esperienza maturata sul wireless -ha spiegato Lorenzelli-, i secondi della loro capacità di customizzazione. ■