

Col wireless nuovi mercati crescono

FRANCESCA PRANDI

Sulle prospettive del business senza fili si è tenuto a Milano il 3° Italian Wireless Business Forum, organizzato dal Sole 24 Ore. Dall'ampia panoramica sulle tecnologie e sulle preferenze attuali degli utenti si ricava che siamo ancora una volta spettatori della nascita di un nuovo mercato e quindi di quel lento procedere delle fasi iniziali, di quell'offerta ancora varia e spesso confusa, che poi si semplificherà con l'emergere dei vincenti della competizione e con l'affermarsi di modalità di business nuove e convincenti che porteranno infine a un rapido decollo. Nella telefonia mobile siamo agli inizi dell'epoca UMTS. 3 è già da un anno sul mercato, Tim e Vodafone sono entrati da poco e con cautela perché vogliono prima completare la loro rete; ma la lotta sui prezzi comincerà con i prossimi acquisti natalizi. Dopo le perplessità iniziali sull'UMTS, quando si diceva che in fondo già col GPRS si andava benissimo, ora i grandi fornitori di reti e apparati sembrano convinti

che sfonderà. "Penso che l'UMTS sostituirà tutto perché è più flessibile e semplice, e dopo il peso degli investimenti iniziali di fatto costerà meno" ha dichiarato Luigi De Vecchis, amministratore delegato di Siemens Mobile Communication. "Abbiamo messo in piedi reti UMTS di grande qualità in un terzo del tempo necessario per il GSM - ha raccontato Cesare Avenia, amministratore delegato Ericsson Telecommunications - e posso dire che grazie ai nostri ingegneri italiani siamo i primi al mondo sulle reti 3G". Per quanto riguarda la comunicazione mobile in senso più esteso, quindi non solo telefonia cellulare, ci si sta avviando verso terminali mobili capaci di gestire diversi tipi di connessione, Wi-Fi, Edge, GPRS, ecc, e di scegliere autonomamente quella più adatta al luogo e alla funzione richiesta, come hanno spiegato Mauro Bonfanti di IBM e Giuseppe Gislon di Alcatel Italia. Di come sta reagendo il mercato alle varie opportunità offerte dal wireless ha parlato Andrea Rangone, del Politecnico di Milano, che ha illustrato i risultati fin qui ottenuti dagli osservatori perma-

nenti, sui mobile VAS pubblici, sul mobile in azienda, e sul Wi-Fi condotti dalla School of Management del Politecnico. Dell'osservatorio mobile VAS, cioè i servizi a valore aggiunto disponibili per l'utente sulla rete cellulare, EO News ha già riferito. Per servizi di informazione, di personalizzazione del cellulare, giochi e televoto, gli italiani hanno speso nel 2003 circa 400 milioni di euro con una crescita del 60% rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda il mobile in azienda, i primi risultati dell'osservatorio hanno un po' deluso le aspettative, ha commentato Rangone. Questa categoria comprende i terminali connessi alla rete tramite un cellulare, che generalmente possono anche collegarsi su rete fissa e su Wi-Fi, e che vengono utilizzati nella sales force automation per la gestione del cliente, dell'ordine, del merchandising, e nella field force automation, cioè dai tecnici che operano su utilities. La delusione sta nell'aver rilevato che le applicazioni vengono più frequentemente usate off line e che l'utente si connette solo per scaricare e inviare i dati. Si perde così la grande portata innovativa del

mobile, ha osservato Rangone. "Ma d'altra parte questo forse suggerisce che sono necessari un miglioramento delle performance di rete e una riduzione dei costi, e che forse un freno è dato dai complessi problemi di riorganizzazione dell'azienda che sorgono a fronte di un collegamento continuo con i lavoratori sul campo". Promettente appare il Wi-Fi, nei due ambiti pubblico e privato. Si tratta in ogni caso di mercati nascenti, ma il Wi-Fi privato, come si potrà leggere nel dossier del prossimo numero di EONews, eredita per lo meno l'esperienza d'uso delle LAN wireless narrow band, utilizzate spesso nella gestione magazzini. Il Wi-Fi pubblico invece è partito da zero con quegli ormai famosi hot spot, cioè i punti di accesso alla rete Internet disponibili in luoghi pubblici come aeroporti, fiere, grandi alberghi. Secondo gli analisti del Politecnico "questo mercato è destinato ad assumere una dimensione quantitativa significativa anche nel nostro Paese". In taluni spazi è già in corso una lotta fra operatori di telefonia cellulare e di Wi-Fi per accaparrarsi il cliente. Al momento, comunque, la fase è veramente ancora embrionale. La crescita negli ultimi 6 mesi è stata inferiore alle attese degli operatori. ■