

ALESSANDRO FERRARI

Negli ultimi decenni i principali sforzi economici e tecnologici hanno avuto come obiettivo la connettività e la comunicazione. I prossimi anni saranno utilizzati per rendere fruibile connessione e comunicazione a chiunque, ovunque si trovi, in qualsiasi momento. Questo è ciò che emerge dalle più recenti ricerche di mercato e analisi comportamentali effettuate in tutta Europa. I trend europei rivelano un'inarristabile corsa verso la tecnologia wireless e la mobilità sia nell'abitazione che al di fuori di essa: l'Italia non fa eccezione. Se Internet è ormai percepito quale evento principale degli ultimi decenni capace di modificare usi e costumi, il prossimo futuro appare dominato dalle innovazioni tecniche in grado di accrescere la flessibilità: reti wireless, smartcard e dispositivi portatili. Internet è quindi passato dall'essere un evento portatore di grandi cambiamenti a un più semplice elemento di normalità tanto da diventare utility per l'abitazione. Una connessione broadband è ormai presente in molte abitazioni risultando di fatto una tecnologia assimilata, nasce così una nuova esigenza: la flessibilità di una connessione svincolata dai legami fisici di un cavo.

Secondo alcune ricerche di mercato in Italia il 34% di chi possiede una connessione Internet dispone di una rete wireless, la media europea è del 41%. L'89% degli utilizzatori di una rete wireless registra già evidenti miglioramenti nella produttività. Il 58% di coloro che non dispongono già di una rete wireless prevede di implementare tale tecnologia nel prossimo futuro. Il concetto di mobilità si sta quindi diffondendo sempre più e presto diventerà una realtà portando profondi cambiamenti nello stile di vita quotidiano. A confermare questa visione basta riportare alcuni concetti espressi da una recente ricerca condotta dall'Osservatorio Enterprise 2.0 del Politecnico di Milano. La ricerca, denominata 'Global Mobility' dimostra come il lavoro in mobilità sarà una delle tendenze in maggiore crescita nel campo dell'impresa. Il lavoro in mobilità risponde a una serie di esigenze aziendali come quella di mantenere l'accesso e la disponibilità delle informazioni sempre e ovunque, consentendo una maggiore libertà nell'organizzazione del lavoro e del tempo li-

bero. Il lavoro in mobilità garantisce anche una maggiore flessibilità ed efficienza dei processi decisionali e operativi. Sempre stando ai dati di questa ricerca sono in forte aumento le aziende che hanno investito nello sviluppo di ambienti di lavoro mobili: tra le aziende intervistate sono già il 47% quelle che permettono agli utenti di accedere tramite device mobili a funzionalità del proprio sistema informativo e per quest'anno si prevede che un altro 35% di imprese adotteranno soluzioni analoghe. Un esempio della portata del fenomeno a livello mondiale è rappresentato dal valo-

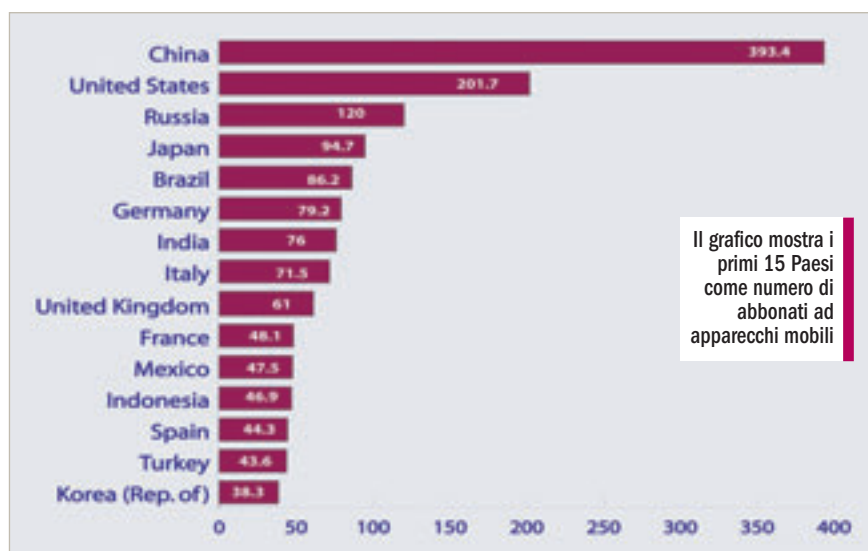
zano già regolarmente - non solo per motivi professionali - tecnologie mobili, come i dispositivi Wi-Fi e apparecchi portatili quali smartphone, lettori MP3, fotocamere digitali e dispositivi BlackBerry. Di pari passo con l'aumento della diffusione dei dispositivi mobili e con lo sviluppo di soluzioni sempre più potenti si sono moltiplicate anche le opzioni di connettività. Se il collegamento dati Gprs è stata la prima possibilità per collegare un dispositivo portatile alla rete, questa possibilità si è presto dimostrata insufficiente per la maggior parte delle applicazioni web. Con l'Umts si è iniziato a da-

milioni, per giungere a 36 milioni nel 2002. La stima di diffusione per la fine del 2007 era del 75-80%. Un'opportunità che non è passata inosservata alle aziende che l'hanno utilizzata per veicolare messaggi promozionali, informazioni e più in generale contenuti multimediali ai potenziali clienti. Portando anche a realizzare direttamente gli acquisti e accedere a informazioni e servizi, grazie alla tecnologia NFC - Near Field Communication.

La disponibilità così massiccia di dispositivi Bluetooth ha determinato la condizione per produrre nuovi dispositivi e applicazioni

Da Internet al wireless: l'ultima tappa verso la comunicazione globale

I dispositivi mobili sono sempre più presenti nella nostra vita di tutti i giorni



Il grafico mostra i primi 15 Paesi come numero di abbonati ad apparecchi mobili

re del mercato dall'e.mail push (e.mail spedite e ricevute da uno smartphone piuttosto che da un palmare) che ha raggiunto quota 7 miliardi di dollari per le imprese e 3 miliardi di dollari per il settore consumer. La logica conseguenza di questo trend è l'aumento delle vendite dei dispositivi wireless che, anche in Italia, sembrano essere in costante aumento e consentiranno ai consumatori di beneficiare sempre di più dei vantaggi legati alla mobilità. Le principali aree d'investimento saranno: apparecchi per home entertainment (24%), laptop (13%) e stampanti (18%). La prima barriera infranta è stata l'ufficio: molti utenti utiliz-

re una risposta valida, dando una connessione con velocità simile a un collegamento Isdn via cavo. E' però con l'Hsdpa che le connessioni remote hanno iniziato a fornire prestazioni paragonabili alle linee Adsl e quindi sono diventate realmente disponibili per lavoro o per trasferire file multimediali.

Tra le tecnologie wireless che si sono affacciate sul mercato su una in particolare è doveroso soffermarsi: il Bluetooth.

La diffusione di questa tecnologia nei cellulari, palmari, notebook e navigatori satellitari è diventata ormai inarrestabile. Nel 2001 i dispositivi informatici e telefonici dotati di questa tecnologia erano 4

che sfruttino questa tecnologia: un esempio sono gli auricolari senza filo. La crescita del mercato degli auricolari senza filo è stata messa in evidenza da alcuni studi di settore. Secondo quanto riportato da una ricerca di IMS Research, le vendite a livello mondiale sono state di 31,7 milioni di unità nel 2005, più del doppio rispetto al 2004 e sei volte rispetto al 2003. IMS Research ha constatato lo stesso trend per il 2006 e prevede una crescita che raggiungerà entro il 2009 quota 155 milioni di unità vendute. Alla base di questa esplosione due fattori principali: la flessione del prezzo dei prodotti sul mercato che facilita l'accesso alla tecnologia non solo ai segmenti più alti ma anche al più vasto mercato di massa; l'adozione da parte di molti Paesi, sia in Europa che nel mondo, di una normativa molto restrittiva che penalizza fortemente l'utilizzo di telefoni cellulari in auto senza l'ausilio di un auricolare. Come conseguenza, gli auricolari senza filo stanno diventando sempre più popolari tra gli automobilisti che possono beneficiare della comodità offerta dal wireless e nello stesso tempo rispettare la legislazione vigente con un livello di sicurezza superiore nella guida.

readerservice.it

IMS Research n. 23

Politecnico di Milano n. 24