

Intervento Wired Forum 21 aprile 2005

Il mio intervento sullo sviluppo della banda larga in Europa ed in Italia si baserà sulle analisi condotte in sede dell'Osservatorio Europeo delle tecnologie dell'informazione e comunicazione, il cui Rapporto 2005 è stato presentato recentemente a Bruxelles ed a Milano in un incontro SMAU.

Quando parliamo di banda larga in particolare nel wireline ci limitiamo spesso a descrivere il grande sviluppo degli accessi a banda larga grazie alla tecnologia ADSL con l'offerta di crescenti prestazioni di banda puntando all'obiettivo del fatidico Triple Play e cioè accanto alla voce, l'accesso interattivo ad Internet ed ai contenuti video.

Tutto il mondo si sta muovendo nella diffusione ADSL, anche i paesi che hanno infrastrutture di tecnologie alternative basate su cavo televisivo o reti in fibra.

In particolare, l'Europa sembra aver trovato nuove spinte innovative grazie alla banda larga delle reti di telecomunicazione sia fisse che mobili (per queste lo sblocco finalmente di UMTS dopo gli anni delle incertezze e delle lamentazioni sul costo eccessivo pagato per le frequenze).

Ed in Europa, l'accelerazione particolare dell'Italia nella diffusione degli accessi ADSL con il raddoppio tra 2003 e 2004 e l'obiettivo di 10 milioni entro il 2007.

Un'Italia che già vanta un primato nella penetrazione delle linee mobili GSM e che si sta rapidamente convertendo verso la Terza Generazione mobile.

La domanda che già da due anni in EITO stiamo ponendo riguarda la necessità di pensare non solo alle autostrade digitali ma anche ai contenuti ed ai servizi a valore aggiunto su cui si costruisce la nuova catena digitale del valore.

Per questo il mio intervento si baserà non solo sulle infrastrutture ma soprattutto sui servizi e contenuti che viaggeranno sulle infrastrutture a banda larga.

E questo nello scenario della convergenza digitale e cioè la convergenza in primo luogo tra infrastrutture e tecnologie wireline e infrastrutture e tecnologie wireless, oggi per lo più separate come gestione e modelli di business, ma che certamente vanno verso la convergenza ed integrazione di infrastrutture e di servizi in qualche modo realizzando quell'obiettivo che viene genericamente indicato come "any content, anytime, anywhere, any platform", che presenta peraltro grandi difficoltà in termini di interoperabilità di reti, DRM, devices.

Si prospettano peraltro altri tipi di convergenze tra TLC e Tv digitale e tra reti e media ed aggregatori di servizi e contenuti con l'aggiunta dei produttori di devices provenienti dall'area IT o dall'area Consumer Electronics che tendono ad assumere ruoli innovatori ed anche di leadership nello sviluppo e nell'accesso ai servizi e contenuti.

Uno scenario molto complesso di discontinuità e standardizzazione determinato dalla ormai rapidissima pervasività dell'IP, il protocollo internet sia attraverso la VoIP che la IPTV ma soprattutto con la rivoluzione determinata nelle reti di telecomunicazione e di broadcasting

Tutto questo apre molte domande che non trovano ancora risposte precise, a fronte delle quali gli operatori sembrano muoversi con operazioni di tipo tattico od opportunistico piuttosto che strategico.

Ci si domanda infatti come si riorganizzeranno i diversi operatori nella ricerca della migliore collocazione nella nuova catena digitale del valore ?
Chi sopravviverà ? Quali fenomeni di integrazione o disintegrazione ?

In particolare i ruoli giocati dalle aziende europee a fronte delle aziende USA o dalla montante marea asiatica ?

Quali opportunità per lo sviluppo di industrie innovative dei contenuti e servizi nei campi della musica, dei video, dei games o di applicazioni più complesse e sofisticate

Nel software innovativo che è materia prima nello sviluppo di nuovi contenuti e servizi in rete ?

Quali forme avrà la distribuzione ?

Sull'esempio di quanto sta avvenendo nella distribuzione dei file musicali in rete attraverso il peer to peer vi è anche da chiedere quale sarà il rapporto tra contenuti free e contenuti fee a pagamento.

Quanto saranno disponibili a spendere i consumatori ed utenti ?

Tenderà a prevalere il modello free Internet (cioè l'idea che quanto si trova su Internet sia gratis), oppure il modello della telefonia cellulare dove appare naturale che tutto si paghi.

Quali saranno i modelli di business più efficaci e come si ripartiranno i margini sulla nuova catena digitale del valore ?

Come si potrà tradurre la grande spinta del file sharing free in forme di business sul modello IPOD ?

Che significato potrà assumere il fenomeno della superdistribution attraverso i canali spontanei della rete ?

Ancora: interoperabilità, interattività, mobilità e personalizzazione sembrano essere oggi i riferimenti obiettivo fondamentali e criteri di selezione del mercato.

Secondo le analisi EITO in Europa nel 2008 il 40% di tutti i contenuti on line verrà distribuito attraverso terminali mobili ed in effetti il criterio della portabilità e mobilità di accesso sembra guidare anche gli operatori tradizionalmente di rete fissa con la diffusione di tecnologie WiFi e WiMax.

Vi sono poi altre indicazioni circa il ruolo trainante del mercato consumer nei nuovi contenuti e servizi on line, un mercato che è previsto superare entro il 2008 il mercato dei contenuti business on line ed anche il mercato dei contenuti digitali offline (nel 2004 i contenuti on line rappresentano in Europa appena il 3% del totale on line e off line).

E' comunque evidente che l'evoluzione di questo scenario aperto dalla diffusione della banda larga, i nuovi modelli di business che ne deriveranno, la definizione dei ruoli nella nuova catena digitale del valore saranno funzione dei comportamenti dei diversi operatori sia delle infrastrutture di rete che dei servizi e contenuti.

In questa direzione EITO 2006 intende effettuare valutazioni ed analisi con riferimento al ruolo che potranno avere imprese e mercati in Europa

Ed anche con riferimento all'Italia che presenta punti di forza e non solo punti di debolezza: la forte spinta alla diffusione della banda larga wireline e wireless, l'azione mirata sulla TV digitale terrestre con effetti anche sull'ampliamento degli utenti di servizi digitali, le nuove opportunità di sviluppo di contenuti on line.