

Computer Dealer & Var

BAROMETRO Telco, ci sono ancora occasioni di business

COVERSTORY

Con il diminuire del giro d'affari, specie nel settore voce e Sms, i grandi player fissi o mobili delle telecomunicazioni tirano i remi in barca e riducono gli investimenti. Ma si preparano ad affrontare la sfida del mobile broadband e della fidelizzazione del cliente

Venti di guerra nel settore Telco. Con Nokia Siemens Networks impegnata in un piano di ristrutturazione che riguarda il 53% del personale ed Ericsson in un programma di esodi su base volontaria per 374 dipendenti, anche l'area mobile, fino a oggi motore della crescita delle Tic in Italia, comincia a segnare il passo. Intanto si profilano due giornate di sciopero del settore, una il 17 settembre e una il 19 ottobre, con manifestazione nazionale a Roma. Saranno comunque le applicazioni più innovative a trainare gli investimenti e le revenue, con una continua riduzione del fatturato dei servizi tradizionali come la voce. Un trend che secondo Assinform è destinato a ripetersi anche nei prossimi anni. «Nel 2011 il settore delle Telecomunicazioni ha attraversato un periodo di contrazione del giro di affari delle principali aziende mantenendo il trend negativo degli ultimi anni (-3,4%) e attestandosi al valore complessivo di 40,4 miliardi di euro» si legge nel rapporto Assinform. «I fattori di maggior rilievo sono stati l'andamento del segmento consumer (-4,4%), per la prima volta peggiore rispetto al business (1,8%), e dal peggioramento del trend delle Tic di rete mobile (-4,4% nel 2011, rispetto al -3,2 del 2010), che fino a qualche anno fa rappresentava il segmento più dinamico. La spesa It del settore Telecomunicazioni ha subito un ulteriore calo nel 2011, scendendo per la prima volta sotto i 2 miliardi di euro. In soli tre anni la spesa It delle aziende del settore si è ridotta di oltre 400 milioni di euro, perché la riduzione dei ricavi ha portato a una razionalizzazione degli investimenti». In Italia come nel mondo Un trend vero anche a livello internazionale. In Europa la recessione spinge le Telco alla cautela, ma anche Cina e Usa rallenteranno gli investimenti. «Anche se non si assisterà a tagli drastici come nel 2009, quest'anno ci aspettiamo una crescita piuttosto debole, mentre continuerà la pressione sui prezzi» ha dichiarato a Reuters Cedric Pointier di Natixis Asset Management che detiene nei suoi fondi azioni di Alcatel-Lucent, Nokia ed Ericsson -. In tempi di crisi economica, gli operatori di telecomunicazioni scelgono tra la crescita e la protezione dei flussi di cassa e di solito si limitano ad adeguare le spese in conto capitale per mantenere il cash flow». La Banca d'investimento Nomura stima una riduzione dell'1% per le reti mobili e del 5% delle spese in conto capitale degli operatori. Gli analisti di Credit Suisse, infine, prevedono che gli investimenti nelle reti wireless cresceranno solo dell'1% nel 2012. Intanto i maggiori player della telefonia mobile, colpiti dal calo dei ricavi di voce e Sms, si alleano per superare il momento e per abbattere i costi di realizzazione e gestione dei nuovi network. In Inghilterra O2 Uk (telefonica) e Vodafone hanno stretto un accordo di network sharing per condividere i siti e ottimizzare i costi in vista della realizzazione delle reti Lte, il nuovo standard internazionale per la telefonia mobile a misura di broadband. L'unione di Orange e T-Mobile è già storia e ha dato vita a Everything Everywhere, il maggior operatore del Regno Unito. Anche O2 Germany sta cercando alleanze e con E-Plus (Kpn) sta studiando

l'ipotesi di merger o vendita degli asset. Non è però tutto così nero. E soprattutto voce e Sms non subiranno un crollo immediato. Secondo Infonetics Research gli Sms giocheranno ancora un ruolo importante nel settore delle Tic. Le previsioni della società di ricerche prevedono che i servizi globali di telefonia mobile raggiungeranno ricavi complessivi per 976 miliardi di dollari nel 2016, mentre il segmento voce sarà caratterizzato da un lieve declino. I servizi mobile a banda larga saranno il driver maggiore di crescita. La ricerca stima che il 40% degli abbonati mobili sottoscriverà servizi di mobile broadband entro il 2016, a fronte del 15% dell'anno scorso. In America settentrionale e Asia Pacifico gli operatori generano già più del 40% dei ricavi da servizi di banda larga mobile e messaggistica. Dove investono le Tic italiane Le occasioni di business non sono scomparse del tutto. Le Tic vogliono conoscere sempre meglio il cliente e incrementarne la fidelizzazione. Investono perciò nella Business intelligence e in soluzioni avanzate di reporting, per analizzare i comportamenti degli utenti, prevedere scenari e creare anche nuovi servizi. Sono queste, secondo Assinform, le maggiori aree di investimento, assieme allo sviluppo di piattaforme per erogare i servizi cloud di tipo infrastrutturale e applicativo, soprattutto verso la clientela business. Cosa che trascina con sé l'allestimento di data center in grado di assicurare prestazioni elevate, ma anche la creazione di sistemi di tariffazione in linea con le modalità di offering previste dai servizi cloud. Le situazioni sul fronte investimenti in Tic delle Telco è invece foriera di sviluppi positivi, soprattutto per quanto riguarda apparati e infrastrutture. «L'assegnazione delle licenze Lte prospetta per il 2012 un incremento degli investimenti in infrastrutture di accesso mobile da parte degli operatori Tic» dice il rapporto Assinform. «L'approccio seguito dagli operatori, almeno nella fase iniziale, sarà comunque di copertura graduale e mirata delle aree di maggior interesse con una tipologia di esigenze che potranno essere soddisfatte dalla maggiore disponibilità di banda». Questo dovrebbe muovere una spesa in Tic che nel 2011 è rimasta sostanzialmente allineata con il trend 2010, con gli operatori impegnati a sviluppare servizi ultrabroadband su rete fissa e mobile, con la necessità di potenziare le infrastrutture di trasporto e la rete di accesso, in particolare per la rete fissa. Il futuro delle Telco «A causa di Internet le telecomunicazioni stanno vivendo una trasformazione radicale che minaccia la struttura di base dell'industria - ha affermato recentemente Franco Bernabè, presidente di Telecom Italia -. Da sempre la nostra industria è basata sull'associazione tra infrastrutture e servizi e sul principio che ogni evoluzione dei servizi si realizza con l'intelligenza integrata nel network. Involuzione sta, invece, spingendo l'intelligenza ai confini delle reti verso soggetti terzi, lasciando agli operatori telefonici il ruolo di trasportatori di dati». Ma secondo Bernabè c'è ancora futuro per le Telco se si concentreranno sullo sviluppo delle nuove reti e se lavoreranno insieme coinvolgendo tutti: operatori, fornitori di apparati, venditori di terminali, sviluppatori di servizi. Le Telco, secondo il presidente di Telecom, mantengono vantaggi competitivi come la radicata presenza nel territorio grazie alla rete di accesso, ai servizi di delivery e manutenzione, alla base clienti e all'infrastruttura. Nel settore mobile il punto di forza è poi la sicurezza. Ora, grazie alle tecnologie Nfc, sicurezza e interoperabilità arrivano anche nell'm-commerce. Lo sviluppo dell'infrastruttura di broadband mobile aprirà la strada a servizi e applicazioni, specie quando la maggioranza degli oggetti che ci circondano sarà connessa a Internet e uno dei settori di punta sarà le-health. Spazio anche ai servizi cloud di ottima qualità, grazie a relazioni con i clienti, conoscenza dei mercati locali e flessibilità nel billing. Nel futuro delle Telco c'è anche la comunicazione person to person con le Rich communication suite. Gli operatori stanno lavorando per lanciare già quest'anno servizi Rcs. Annunci di lancio del nuovo servizio sono del resto già stati fatti in Spagna e in Germania. Andrea Tonoli Comdata

Il mercato italiano delle telecomunicazioni -3,2% 43.085 -2,6% 2009 -3,0% 41.800 -3,4% 40.385
(Fonte: NetConsulting, 2012) Tic mobili Tic fisse 2010 2011

Reply lavora sulle relazioni one to one **Reply** agisce a 360 gradi nel mondo delle comunicazioni a cominciare dai Business support System. «Crm e billing sembrano sistemi consolidati, in realtà stanno vivendo una grande evoluzione - spiega Elena Previtiera, executive partner di **Reply** -. Se qualche anno fa la comunicazione era esclusivamente one to many, oggi le Telco hanno la necessità di conoscere il cliente, impostando una relazione one to one. Quindi non bastano più i canali fisici, come il punto vendita o il call center, è necessario sviluppare canali virtuali, specie per attrarre la clientela più giovane. Per esempio applicazioni disponibili sulla pagina Facebook per effettuare le ricariche. Il Crm diventa così social, anche per stabilire una relazione di valore e sottrarsi alla logica delle offerte». Quindi l'importante è riuscire a mantenere la customer base e ampliarla, profilando il cliente in modo da proporre un'offerta ad hoc. Gli aspetti di business sono strettamente interconnessi a quelli più operativi: l'arrivo di nuove tecnologie e protocolli, come Lte e l'Ipv 6, potranno risolvere i problemi della scarsità di banda. «E questo permetterà alle Telco - continua Previtiera - di offrire molti servizi in più: dallo streaming video in mobilità al mobile payment. Un segmento ancora poco significativo in termini di valore, ma destinato a giocare un ruolo centrale nei prossimi anni». Insomma i futuri investimenti delle Telco riguarderanno soprattutto il potenziamento della rete, ma è necessario aggiungere contemporaneamente dei servizi, che richiedono investimenti limitati ma offrono importanti risultati. «La clientela sta cambiando e richiede un rapporto più fun - conclude la manager -. Ecco perché **Reply** tratta i temi della loyalty attraverso tecniche di gamification, per ingaggiare il consumatore in un modo più divertente». Una delle realizzazioni più interessanti da questo punto di vista, è quella che **Reply** ha realizzato per 3 Italia: Appsquare, la community per ideatori e sviluppatori di nuove app. Alla base c'è il modello del crowdsourcing, la flessibilità del cloud computing, l'engagement e la condivisione del social networking. Appsquare è una piazza digitale, rivolta a chiunque abbia un'idea per realizzare applicazioni innovative, destinate a smartphone e tablet. L'idea è sottoposta alla valutazione dalla community, che provvederà a individuare le più interessanti, attraverso un meccanismo di gioco di compravendita di azioni virtuali (borsa delle idee). Le idee vincenti, se approvate da 3 Italia, daranno vita, quindi, a vere e proprie applicazioni mobile che saranno pubblicate nei differenti application store. Ad Appsquare viene affidato anche lo sviluppo software, con la pubblicazione di annunci di lavoro rivolti alla community. Peraltro **Reply** è stata anche partner tecnologico di 3 Italia, Fastweb, Poste Mobile, Tim, Vodafone Italia e Wind nello sviluppo della piattaforma di pagamento da cellulare tramite credito residuo della Sim (mPayment). Una piattaforma universale, standard e indipendente dal contenuto acquistato, dal fornitore e dall'operatore di appartenenza, che ha garantito un'integrazione immediata tra le aziende fornitrici dei contenuti digitali e gli operatori di telefonia mobile. Anche in questo caso la piattaforma è erogata secondo un modello a servizio basato sul cloud. Elena Previtiera - **Reply**