

Avenia: "Il digital divide è solo culturale"

PER IL RESPONSABILE DELLE AZIENDE DI TELECOMUNICAZIONI IN CONFINDUSTRIA, NON C'È BISOGNO DI INVESTIMENTI MA SOLO DI UNA ALFABETIZZAZIONE TECNOLOGICA PIÙ DIFFUSA: "DEV' ESSERE IL PRIMO PUNTO DELL'AGENDA DEL GOVERNO"

Valerio Maccari

In Italia, più che di *digital divide*, dovremmo parlare di "Cultural divide": un'arretratezza culturale del nostro Paese che impedisce, più di altro, la diffusione di Internet e di nuove tecnologie. E non ci permette di abbracciare il cambiamento. **Cesare Avenia**, amministratore delegato di Ericsson Italia e neopresidente di Assotelecomunicazioni-**Asstel**, l'associazione di Confindustria che riunisce i protagonisti della filiera delle telecomunicazioni, ne è convinto: «Il digital divide in Italia è soprattutto un fatto culturale».

Cosa significa?

«È chiaro che c'è nel nostro Paese una problematica di questo tipo. Noi crediamo fortemente che debba essere risolto: le aziende della nostra filiera investono molto in questa direzione. Non solo: ci stiamo anche battendo in prima linea perché il governo, attraverso la nuova cabina di regia, si impegni a porre l'agenda digitale come priorità nazionale. Ma come dimostrano i dati diffusi dall'Istat del dicembre 2011, c'è una resistenza culturale: il 45,5% delle famiglie italiane che non possiede un collegamento a Internet cita tra i motivi la mancanza di capacità d'uso. Ma la resistenza culturale si estende anche alle istituzioni».

In che modo?

«Una dimostrazione di questo è la sentenza del Tar del Lazio del 2 marzo che dimostra l'arretratezza del Paese. Il tribunale che ha respinto i ricorsi contro il decreto Bondi, che istituisce un equo compenso – ovvero una remunerazione per copia privata – in chiave anti-pirateria: una normativa cui, però, sono soggetti tutti i supporti e gli apparecchi dotati di memoria, compresi i telefoni cellulari. L'onere aggiuntivo a carico del consumatore raggiunge anche le decine di euro per

alcune tipologie di apparecchiature. Così si combatte il cambiamento, mentre lo si dovrebbe abbracciare con nuove piattaforme e nuovi modelli di business».

Può farci un esempio?

«Al Gsm Forum di Barcellona il rappresentante di una nota azienda distributrice di musica ha parlato dell'esperienza della società con la distribuzione digitale. Durante il periodo in cui l'hanno combattuta, dal 2001 circa fino a pochi anni fa, hanno visto calare costantemente il fatturato. Quando hanno abbracciato un nuovo modello di business basato su streaming digitale e abbonamenti sono tornati a crescere. Un esempio di come il cambiamento debba coinvolgere anche i modelli di business. Anche per quanto riguarda il pagamento dei servizi Internet».

Quale saranno le prossime evoluzioni?

«Ci sono società che investono in reti in fibra e affittano poi, secondo l'uso, la struttura agli operatori. Nel mobile, poi, stiamo vivendo un cambiamento epocale, e sono già in corso, nel mondo, importanti cambiamenti riguardanti i modelli di business».

Cosa dobbiamo aspettarci?

«Le operazioni su terminali mobili hanno cambiato indirizzo. Adesso il telefono è sempre più dedicato ai dati e meno al traffico di voce. Secondo una ricerca recente, negli Stati Uniti il 70% degli utenti ormai utilizza abitualmente le funzioni non voce».

Gli operatori mobili lamentano che il traffico dati richiede alti investimenti ma ha ritorni esigui. Franco Bernabè ha invocato un ripensamento dei rapporti tra operatori e fornitori di servizi web, improntati a una maggiore cooperazione.

«Il problema sottolineato da Bernabè non è solo del mobile ma di tutte le infrastrutture. La soluzione è cambiare il *business model* del traffico dati. Mentre ora si paga un *bulk* totale dei dati, si arriverà a una maggiore segmentazione, sul modello di quanto già avviene per la voce, dove esistono una grande varietà di tariffe. Insomma, si assoceranno gli abbonamenti all'utilizzo di servizi specifici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il presidente di Asstel, Cesare Avenia; a fianco, l'installazione di fibra ottica

