

NEL 2010 I PAGAMENTI SEPA A 11,8 MILIONI
Il boom dell'eurobonifico
L'Area Unica dei pagamenti in euro va avanti. Per Carlo Tresoldi, presidente Sia, i bonifici Sepa nel 2010 sono 11,8 milioni.



TUTTO SOLDI di lavoro

L'AGCOM DECIDE QUANTO E QUANDO RIDURRE LE TARIFFE DI TERMINAZIONE. GLI OPERATORI MOBILI: A RISCHIO 2,6 MILIARDI DI RICAVI

Telefonini contro telefoni Scoppia la guerra dei prezzi

Vodafone: dai tagli pochi benefici per i consumatori. Fastweb: costi troppo alti

LUCA FORNOVO
TORINO

Telefoni contro telefonini. Tra operatori di rete fissa e mobile è in corso una durissima guerra a colpi di centesimi per chiamate al minuto, ma che in un paio di anni potrebbero tradursi, per le compagnie di telefonia cellulare, in oltre 2,5 miliardi di euro di ricavi in meno. Il casus belli è rappresentato dalle tariffe di terminazione mobile, cioè il costo che gli operatori mobili fanno pagare agli altri operatori per connettersi alla loro rete. Al momento un gestore fisso (per esempio Telecom, Fastweb, Infostrada e Tele2) paga 5,3 centesimi al minuto per le chiamate verso Tim, Vodafone e Wind; 6,3 centesimi al minuto per le chiamate verso 3 Italia. In Spagna la tariffa di terminazione è 4,45 centesimi al minuto e in Francia è di 2 centesimi.

Vincitori e vinti della guerra telefonica si sapranno a giorni. Probabilmente già il 3 novembre l'Agcom, l'Autohority per le comunicazioni, adeguandosi alla normativa Ue, deciderà di quanto tagliare il



prezzo della terminazione mobile. L'Agcom potrebbe prevedere una prima riduzione di 1,2 centesimi a gennaio 2012 anziché a luglio 2012, come nelle precedenti decisioni. La tariffa scenderebbe così da 5,3 a 4,1 centesimi, comportando in soli 6 mesi ben due tagli dei prezzi di terminazione. Già a luglio 2011 è stata attuata una sforbi-

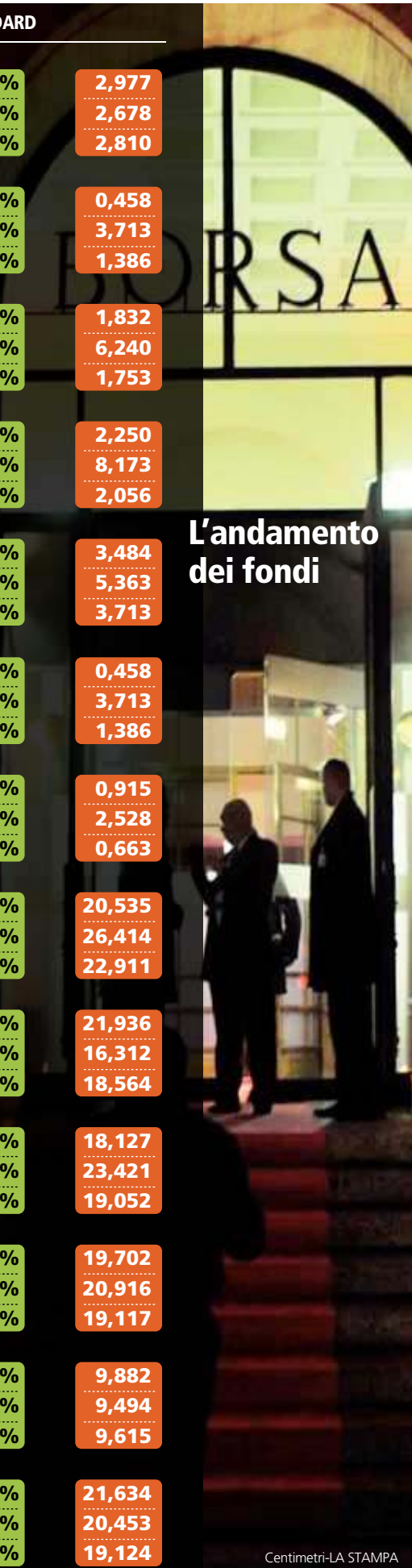
ciata del 20%. La riduzione di ricavi per il settore mobile, secondo le compagnie, sarebbe di circa 2,6 miliardi di euro sul periodo considerato (2012-2015).

Anche i benefici per il consumatore sul taglio delle tariffe non sono così evidenti. Secondo Stefano Parisse direttore strategy e new business di Vodafone Italia, «la diminuzione

delle tariffe di terminazione non ha finora portato a un calo dei prezzi che il cliente paga per le chiamate da fisso a mobile». Dal 2005 al 2010, nonostante il dimezzamento delle tariffe di terminazione, scese del 47%, continua Parisse «abbiamo assistito ad un calo dei prezzi fisso-mobile al pubblico di appena l'8%. E da luglio 2011 l'abbattimento del 20% delle tariffe di terminazione, non si è tradotto in alcuna riduzione per i clienti finali». Vodafone sottolinea, quindi due punti: resta nella facoltà degli operatori fissi se tradurre questa diminuzione in un beneficio per i clienti o in un miglioramento della propria redditività. Secondo: le compagnie di telefonia mobile sono andate incontro a grandi investimenti, spendendo finora già 4 miliardi per le frequenze 4G. D'altro canto, Tiziana Talevi, responsabile affari regolamentari di Fastweb, ribatte: «In Italia i prezzi della terminazione mobile sono i più alti d'Europa. In media gli operatori italiani devono pagare il 55% in più rispetto agli operatori degli altri paesi europei. E queste tariffe incidono per il 30% sul costo

medio di una chiamata da un telefono fisso al cellulare».

Anche le associazioni dei consumatori sono nettamente divise. Altroconsumo chiede un taglio netto delle tariffe di terminazione mobile con una petizione su www.abbassatariffa.it. Le firme raccolte, finora oltre tremila, saranno inviate all'Agcom. Di parere opposto è invece il Codacons: «Una ulteriore e repentina riduzione delle tariffe, contrariamente alle leggi della concorrenza, potrebbe avvantaggiare alcuni operatori a danno di altri, senza nessun vantaggio per gli utenti». Il Codacons chiede poi all'Agcom di convocare, prima di decidere, associazioni dei consumatori e gestori di telefonia per verificare che la disciplina del mercato dei prezzi non diventi un modo per far migliorare i conti di pochi operatori senza nessun vantaggio per i clienti». La patata bollente passa ora all'Agcom. Sul tema il presidente Corrado Calabrò si è limitato a dire: «La raccomandazione europea è ineludibile: le tariffe di terminazione devono diminuire». Ma il vero nodo da sciogliere sarà di quanto devono diminuire e in quanto tempo.



prima l'Italia che l'Eni o l'Enel. Ma guardate all'Argentina: il default dello Stato non ha lasciato indenni le aziende argentine. E questo vale proprio per tutte le aziende, non si dovrebbe mettere la mano sul fuoco neanche per la Apple a tripla A, se l'America andasse a gambe all'aria».

Ma le aziende industriali come vedono il futuro prossimo? Anziché sentirne tante può essere utile contattare un produttore come Skf, i cui cuscinetti a sfera entrano in quasi tutti i manufatti industriali (e quindi ha il polso di tutto il settore). Aurelio Nervo, amministratore delegato della branca italiana di Skf: «Il mercato dell'auto a livello mondiale si sta indebolendo. La crisi del 2008 ci ha mostrato che per i cuscinetti prima scende la domanda per le auto, poi per i veicoli industriali, e poi per gli altri prodotti. In questo momento tutte le aziende stanno ridu-

Gandolfi (Pimco):
«Puntare su Brasile, Indonesia, Corea e sul Santander»

cendo le scorte per non farsi trovare coi magazzini pieni se nel 2012 torna la crisi. Anche noi stiamo facendo così nel trimestre ottobre-dicembre. Però adesso noi, come molte altre imprese, siamo più competitivi di tre o quattro anni fa, e siamo anche pronti a cogliere il rimbalzo se anziché un'altra recessione arriva la ripresa».

Trema l'Sms, messaggi inviati gratis con i software iMessage e Whatsapp

Però sparisce la privacy e i clienti vengono "venduti" ai pubblicitari

GIUSEPPE BOTTERO
TORINO

Né Sms né chat. La terza vita dei messaggi inizia con l'icona verde di una cornetta che lampeggia sullo schermo del cellulare: il segnale di posta in arrivo. Un pugno di bit che corrono via Internet ma hanno l'aspetto rassicurante del caro, vecchio Sms grazie ad applicazioni come «Whatsapp» e «iMessage», software che aggirano i costi dell'operatore telefonico e si appoggiano unicamente alla rete Web. Nessuna rivoluzione, ma un balzo veloce verso la telefonia del futuro, secondo il New York Times, che intona il requiem per i messaggi di testo a vent'anni esatti dalla comparsa. Un salto nel vuoto, invece, per chi si occupa di privacy e concorrenza. Di sicuro c'è che per portare le app sotto i riflettori c'è voluto lo zampino di Apple. Perché l'ultimo tesoretto lasciato da Steve Jobs è il servizio «iMessage»: un sistema di messaggistica

senza limiti di spazio che permette di comunicare con gli altri telefonini della mela. Niente di particolarmente innovativo: esisteva da almeno un anno. Ma la svolta è che sull'iPhone 4s «iMessage» è di serie e, di conseguenza, gli oltre 4 milioni di utenti che hanno acquistato il cellulare nella sua prima settimana di vita hanno iniziato ad usarlo senza neppure fare la fatica di installarlo. Il fratello gemello, che gira su tutti gli smartphone ma va scaricato dalla rete, si chiama «Whatsapp»: costo zero per il primo anno, meno di 2 dollari per il secondo. L'hanno già scelto in 20 milioni, scrive l'infomatissimo sito Paidcontent. Ma la lista delle applicazioni è infinita: da «Viber» ai servizi di BlackBerry fino all'italianissimo «Skebbly». Programmi che sfruttano tecnologie diverse per lo stesso fine: connettere gli utenti dribblando i costi degli Sms tradizionali.

Il costo, però, non è proprio zero. Il telefonino dev'essere in grado di collegarsi a Internet e, in mancanza di un abbonamento, serve un hotspot wireless nelle vicinanze. Mica uno scenario da fantascienza: solo in Italia nel 2011 verranno venduti 19 milioni di smartphone e nel primo semestre le Sim che hanno effettuato traffico



broadband dati hanno superato i 17,3 milioni (+12% sul 2010). «I programmi in stile Whatsapp - spiega Giuliano Messina, fondatore del sito «Sos tariffe» - sono sempre più diffusi. Eppure molti utenti non sono ancora pronti ad abbandonare un servizio affidabile come i messaggi, che negli ultimi dieci anni ha avuto una crescita esorbitante, spinti dai pacchetti degli operatori». Almeno 44 miliardi di Sms spediti da inizio anno a oggi, secondo l'Agcom, il 6% in più del 2010. E infatti, ammette Andrea Rangone, responsabile osservatori Ict & Management del Politecnico di Milano, la «partita è estremamente complessa dal momento che l'arena è iper-competitiva e il mercato delle app ancora piccolo». E poi c'è il nodo privacy.

«In cambio del servizio le compagnie americane hanno accesso ai nostri dati, dall'e-mail al numero di telefono - dice Stefano Quintarelli, esperto di networking e fondatore nel 1994 del primo Internet provider italiano per il mercato business - Sul mercato pubblicitario, ogni utente è un valore. La privacy? Le regole in Europa ci sono, ma dagli Stati Uniti è facile aggirarle. La conseguenza è un'industria che usa gli utenti come prodotto. Ci sono problemi anche per la concorrenza: le compagnie italiane, che rispettano la nostra normativa e non hanno grossi investimenti alle spalle, sono svantaggiate. E gli operatori telco, costretti dall'Antitrust a garantire la mobilità del cliente, si trovano a competere contro sistemi chiusi».