



**L**a valutazione della situazione e delle prospettive delle telecomunicazioni in Italia richiede alcune premesse: A. È sorprendente il notevole peso che viene dato, da parte degli *opinion leaders*, alle telecomunicazioni, mentre viene quasi completamente trascurata l'importanza dell'informatica.

La tecnologia dell'informazione, di cui telecomunicazioni e informatica sono componenti fondamentali, vanno valutate, pianificate e promosse in maniera unitaria. L'evoluzione tecnologica e delle esigenze dell'utente non ammettono scelte diverse, in quanto, altrimenti, non si opererebbe adeguatamente nel valore aggiunto alla rete (apparecchiature utente, trattamento messaggi, ecc.), che sarà sempre più un dominio informatico.

B. Va chiarito, anche in funzione di quanto sopra, il significato del termine «telematica», che non è un nuovo segmento di mercato, naturale espansione delle aziende di telecomunicazioni nel settore privato. La telematica è in realtà solo un segmento dell'informatica. Infatti, mentre il terminale telematico «tipico» è il personal computer, nei mercati più avanzati, Usa e Giappone, il termine «telematica» è di fatto sconosciuto. Si è quindi nella cosiddetta «telematica» solo se si è nella informatica, e c'è quindi una esigenza unitaria di pianificazione e promozione delle telecomunicazioni e dell'informatica.

C. Bisogna inoltre «capire» il ruolo dell'Italia nella parte pubblica delle apparecchiature di telecomunicazioni (Commutazione e trasmissione). È ovvio, essendo di fatto una fornitura ad un unico cliente (la società concessionaria), che si dia un'enfasi notevole alle tecnologie utilizzate, e alle partnership che si devono stabilire, e ciò ai fini di ottimizzare la «fornitura» alla società concessionaria: è un mercato «captive» e va gestito strategicamente, e inoltre da queste forniture dipende l'efficienza dell'intero servizio.

Ma, salvo alcuni segmenti, come nel settore trasmissione, pensare di svolgere nel settore del mercato pubblico, ad esempio le centrali di commutazione, un ruolo di competitore mondiale, significa non valutare realisticamente lo scenario competitivo e di mercato. Quindi le scelte in questo settore sono importanti solo per assicurare la miglior fornitura alla concessionaria telefonica, e per assicurare la conseguente occupazione industriale.

D. Il settore telecomunicazioni, sia pubblico che privato, è quello che più ha consentito, dati i livelli di protezione, la sopravvivenza di «campioni nazionali». L'evoluzione tecnologica da un lato, e l'Europa 1992, tenderanno ad eliminare tali «campioni nazionali» e comunque a non consentire ad alcuna azienda europea di sopravvivere operando solo nell'ambito dei confini nazionali.

Quindi vi è la necessità di essere almeno «competitori europei» sapendo, se si accettano le premesse dei punti precedenti, che questo è possibile: a) nell'area pubblica solo con associazione a un leader tecnologico, non potendo il sistema Italia creare le condizioni di competitività necessaria; b) nell'area privata solo come attività «informatica», che include in sé quello che viene chiamato «telematica».

Quindi la competitività italiana nel settore «telecomunicazioni» di-

pende, di fatto, da ciò che il «sistema Italia» saprà esprimere nell'informatica.

E. Lo svantaggio competitivo del sistema Italia, può essere colmato a condizione che: a) non si cerchi di operare in tutti i segmenti tecnologici-mercato: si concentrino quindi tutte le energie nei nuovi mercati emergenti, mentre si debbono contenere gli investimenti in quei settori in cui il distacco è ormai definitivo (preferendo, qui *joint venture* e associazioni con i leader); b) lo sviluppo dei nuovi servizi non segua, con ritardo, ciò che è già stato fatto in altri paesi, ma si dia priorità all'innovazione (imitare oggi, ad esempio, lo schema francese del servizio Minitel, disegnato prima dell'avvento dei personal computer, è una assurda tecnologia e di mercato, poiché esistono oggi opportunità più interessanti e remunerative legate alla notevole diffusione del personal computer); c) si recepiscano le recenti evoluzioni dell'utenza. Basti citare: a) la diffusione dei personal computer, già citata; b) il mercato facsimile, c) l'esigenza di posta elettronica, sia all'interno che all'esterno delle strutture aziendali; d) la prossima diffusione del telefono mobile e, a breve termine, l'associazione a tale telefono di capacità di calcolo e di stampa in fax; e) l'ufficio in casa, o in movimento, sia come estensione dell'ufficio aziendale, sia come unico centro da cui operare.

F. È fondamentale rivedere il rapporto tra l'attività pubblica (servizi e aziende manifatturiere) e l'attività privata, ai fini soprattutto, di recepire l'innovazione, e di utilizzarla in tempi brevi, ciò richiede una notevole sinergia, e non conflittualità, tra il sistema pubblico e quello privato.

Se gli obiettivi sono quelli di assicurare la competitività del sistema di telecomunicazione italiana con quello degli altri paesi, non solo nei servizi tradizionali (telefono), ma anche nei servizi innovativi e di assicurare la competitività mondiale all'industria italiana nelle forniture di apparecchiature e dei servizi di valore aggiunto, non vi è dubbio

alcuno che un rapporto di collaborazione tra pubblico e privato è una condizione necessaria. Infatti il mercato delle apparecchiature richiede servizi in grado di utilizzarle. Si può competere a livello mondiale solo se prima si è creata una base nel proprio mercato domestico.

L'ingresso in nuove attività, sia per servizi che per apparecchiature comporta decisioni rapide, flessibilità nelle collaborazioni e alleanze, accettazione di notevoli gradi di rischio, ecc. In tale contesto l'industria privata può svolgere un ruolo importante senza avere l'obiettivo di sottrarre nuove attività alla gestione pubblica, ma agendo da pilota, anticipando i tempi con attività missionarie di marketing, creando per il gestore pubblico la condizione per utilizzare successivamente tutto il suo enorme potenziale. Naturalmente la sinergia fra pubblico e privato può attuarsi in varie forme, ivi comprese *joint-ventures*.

Premesso quanto sopra, una strategia del «sistema Italia» nel campo delle telecomunicazioni può essere delineata rispondendo ad alcune domande chiave.

**Quali sono le frontiere avanzate nella tecnologia nelle telecomunicazioni?**

Nel settore pubblico il «sistema Italia» deve recepire le tendenze in atto nella realizzazione delle reti pubbliche. In questo settore il divario tecnologico è tale che non lascia spazio a nostre innovazioni. La strategia, sia per i produttori di apparecchiature, che per il gestore della rete, è di acquisire il meglio dove esiste, attraverso alleanze o *joint-ventures*, assicurando il pieno utilizzo delle risorse industriali disponibili in Italia. In parallelo bisognerà cercare di utilizzare le risorse di ricerca e sviluppo verso il nuovo, si ritiene che lo sviluppo delle reti Isdn e le attività legate al telefono mobile, rappresentino una significativa discontinuità di mercato, e quindi una occasione da non perdere, contribuendo anche con attività innovative.

Nel settore privato il discorso è l'innovazione informatica-telematica-nuovo ufficio. Attività come centralini privati (Pabx) sono poco interessanti per lo scarso sviluppo del mercato, la situazione competitiva e la prevista drammatica ristrutturazione del settore: è quindi una presenza da assicurare con investimenti minimi. In parallelo, stanno nascendo attività molto interessanti, come il mix prodotti e funzioni «personal computer/telefono mobile/facsimile/videotex» vi è uno spazio significativo sia per l'evoluzione dei prodotti esistenti, che per creare nuovi prodotti.

**Quali possono essere le ricadute per interventi per lo sviluppo del servizio?**

È ovvio che l'avere certi servizi (es. reti cellulari per telefoni mobili) è condizione necessaria per creare un mercato; la ricaduta è la possibilità di avere l'industria nazionale in grado di operare nel settore, con le conseguenze sull'occupazione che ne risultano.

In altri casi (es. un sistema videotex moderno, basato sull'infrastruttura *personal computers*) consente di allargare il mercato, migliorando di conseguenza i volumi produttivi e meglio assicurando la competitività internazionale dell'industria italiana.

In tutti i casi è comunque l'intero indotto industriale italiano ad acquisire competitività, perché è provato che una efficiente rete di comunicazione, con o senza valore aggiunto, migliora il livello di competitività del sistema.

Poiché è in gioco l'efficienza dell'intero «sistema Italia», il rapporto tra pubblico e privato va visto, in termini di velocità nell'assicurare i servizi, di efficienza e di competitività. Ad esempio, nel caso del telefono mobile, non vi è dubbio che il fatto di avere in Italia due operatori (come in Usa, o nel Regno Unito, e in futuro, in altri paesi europei) va a vantaggio del sistema, accelera i tempi, senza danneggiare significativamente l'o-

peratore pubblico.

**Qual è una valutazione possibile dello stato dei servizi in Italia, dei possibili sviluppi? e quali cambiamenti gestionali e organizzativi sono necessari?**

La situazione è chiara a tutti: vi sono sia deficienze di base (es. attività telefoniche tradizionali in alcune aree geografiche), che ritardi in nuovi servizi (es. telefono mobile).

Tuttavia sembra che ci si stia muovendo nella direzione giusta. La ristrutturazione annunciata attorno a Italia Telecom ci sembra sia il primo importante passo significativo. Ci sembra inoltre che alcuni impegni, iniziative, programmi recentemente annunciati, siano nella giusta direzione.

Va comunque sottolineato il ritardo, in un settore che si muove velocemente e che, come si è detto, condiziona l'efficienza dell'intero sistema Italia. Riteniamo quindi necessaria una pluralità di iniziative.

Fermo restando che Italia Telecom deve essere il baricentro dello sviluppo dei servizi, è tuttavia necessario che questa nuova grande società a presenza pubblica non agisca come l'unico ente a cui è affidata tale missione, ma operi anche come stimolo e promotore di altre iniziative parallele, complementari o competitive, con le quali eventualmente associarsi. Si tratta di liberare, attorno a Italia Telecom, energie disponibili presso operatori italiani, ed anche stranieri, ai fini di un rapido sviluppo dei servizi di cui il sistema Italia ha bisogno. Esempi se ne possono fare molti: cederò i servizi a valore aggiunto e tra questi quelli Edi (cioè messaggia elettronica), Videotex, telefono mobile.

Non si tratta di deregolamentazione o liberalizzazione selvaggia; si tratta di vedere quando e come si possa assicurare la più ampia disponibilità di servizi e ove una pluralità di offerta meglio risponda alle esigenze dell'utenza. Italia Telecom, nel rendere visibili i suoi piani, e le sue priorità, e nell'indicare le aree di possibile collaborazione,

può essere il pilota di questo processo.

**Proposte Olivetti**

Le proposte Olivetti sono implicitamente contenute nella premessa e nei punti precedenti. In sintesi riteniamo strategico: a) nel settore apparecchiature pubbliche di telecomunicazioni alleanze internazionali, da parte degli operatori pubblici, al fine di assicurare la miglior rete di telecomunicazioni al sistema Italia e la piena utilizzazione delle risorse industriali del paese; b) nel settore apparecchiature di telecomunicazioni private, sviluppo di iniziative industriali, specie su nuovi prodotti-tecnologie, atte ad assicurarsi la competitività a livello mondiale. A tal fine è necessaria la creazione di un mercato domestico (occorre quindi avviare i servizi che utilizzano tali apparecchiature) e predisporre le condizioni di collaborazione tra le industrie italiane operanti nel settore, i cui contenuti sono fondamentalmente di sistemi informatici; c) cercare di affrontare i nuovi servizi con ottica innovativa, approfittando delle discontinuità tecnologiche e di mercato, invece di seguire con ritardo schemi obsoleti; d) valutare, ove sia possibile e conveniente, una pluralità di iniziative; e) far convergere tutte le energie presenti nel sistema, ai fini di accelerare l'offerta di prodotti e servizi.

La Olivetti è impegnata in questo programma attraverso: la propria offerta di apparecchiature informatiche, il cui impiego nel settore delle telecomunicazioni è destinato ad ampliarsi; il suo impegno nella creazione e gestione di servizi, specialmente nell'area dei servizi a valore aggiunto, per i quali sta costituendo strutture dedicate; la sua disponibilità a collaborare con gli operatori italiani, pubblici e privati, nell'offerta hardware/software per sistemi privati di telecomunicazione; il riconoscimento del ruolo strategico di Italia Telecom e la disponibilità Olivetti a collaborare, fornendo, ove sia richiesto o necessario, capacità e risorse complementari.

OLIVETTI

## L'informatica è la chiave di volta

ELSERINO PIOL  
dirett. gen. strategie e sviluppo del gruppo Olivetti