

Le telecomunicazioni e la Next Generation Network: “All IP”

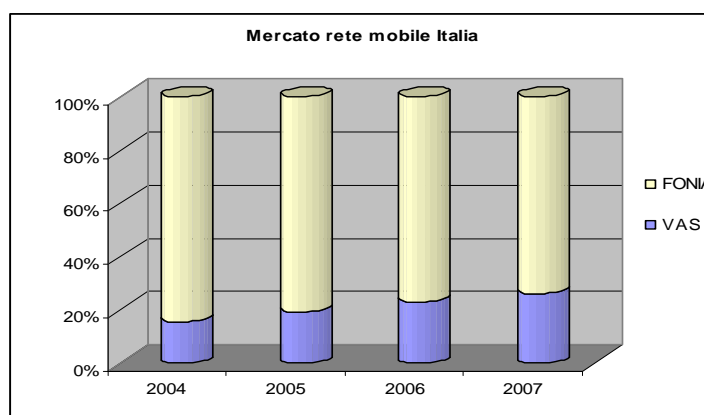
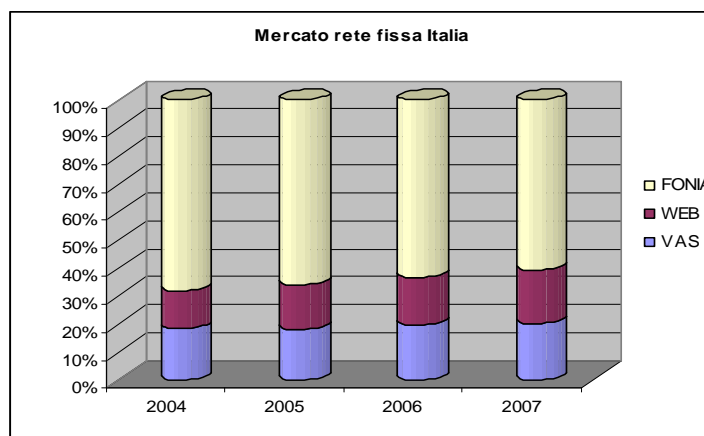
Dopo aver infiammato l'economia degli anni novanta ed aver creato una enorme bolla finanziaria, il termine New Economy fa oramai parte del passato e per un certo periodo di tempo si è pensato che anche il fenomeno Internet fosse destinato a morire. Ma non era così.

La grande rete non è mai morta, anzi è cresciuta ed è diventata una realtà sociale e culturale con cui devono fare i conti anche le società di telecomunicazioni. Oggi le persone interagiscono sempre meno attraverso la voce: mail, instant messaging, blog e chat sono diventate le nuove forme di comunicazione che stanno minando il principale Core Business degli operatori.

Si assiste ormai da tempo ad una inversione di tendenza tra il business tradizionale (la voce) e quello innovativo (l'accesso ad Internet ed i Servizi a Valore Aggiunto). Questo fenomeno non riguarda solo la telefonia fissa ma anche quella mobile.

Nel mercato italiano delle telecomunicazioni di rete fissa la somma dei servizi VAS ed Internet è passata dai 4.690 Mln € del 2004 ai 5.800 Mln € del 2007 (+24%). A fronte di tale crescita si è avuta una contrazione nei servizi tradizionali di fonia (-10%). Nel mercato della telefonia Mobile questa inversione di tendenza è stata ancora più marcata: i servizi VAS rappresentavano nel 2004 un indotto da 2.570 Mln €, nel 2007 4.845 Mln € (+89%). La contrazione dei servizi tradizionali di fonia in questo caso però è stata più contenuta (-3%).

E' quindi doveroso evidenziare come negli ultimi anni il vero propulsore della crescita del mercato delle TLC è rappresentato dalla sinergia tra “accesso ad Internet” e “banda larga”.



L'ingresso della banda larga ha infatti reso l'uso della rete più attraente, più adatto alla fruizione “d'impulso”. Navigare e scaricare senza lunghe attese ha sviluppato l'utilizzo di un nuovo media di intrattenimento. Così sono aumentati sia il numero degli utenti WEB che il tempo passato on line, generando una crescita esponenziale di Internet Service Provider e di nuovi servizi ed applicazioni.

Oggi la banda larga in Italia è utilizzata da oltre 8 milioni di famiglie, con una penetrazione intorno al 40% del mercato. Altri paesi Europei come Francia e Gran Bretagna hanno addirittura raggiunto penetrazioni superiori al 50% del mercato.

Ma la banda larga non va vista come un fenomeno a se stante, bensì come effetto di una rivoluzione sociale che è ormai in atto da tempo nel mondo internet.

Il fenomeno Web 2.0 ha creato forme di comunicazione e di socialità innovative, dando avvio ad una profonda trasformazione della natura di internet. Se il Web 1.0 significava solo ricerca e consultazione di contenuti, il Web 2.0 ha definito nuove regole di gioco: un approccio più partecipativo da parte degli utenti che diventano essi stessi parte integrante della rete, popolandola di contenuti e relazioni. Un mondo virtuale in cui chiunque può diventare protagonista e gli utenti possono determinare il successo o meno di qualsiasi iniziativa messa in rete.

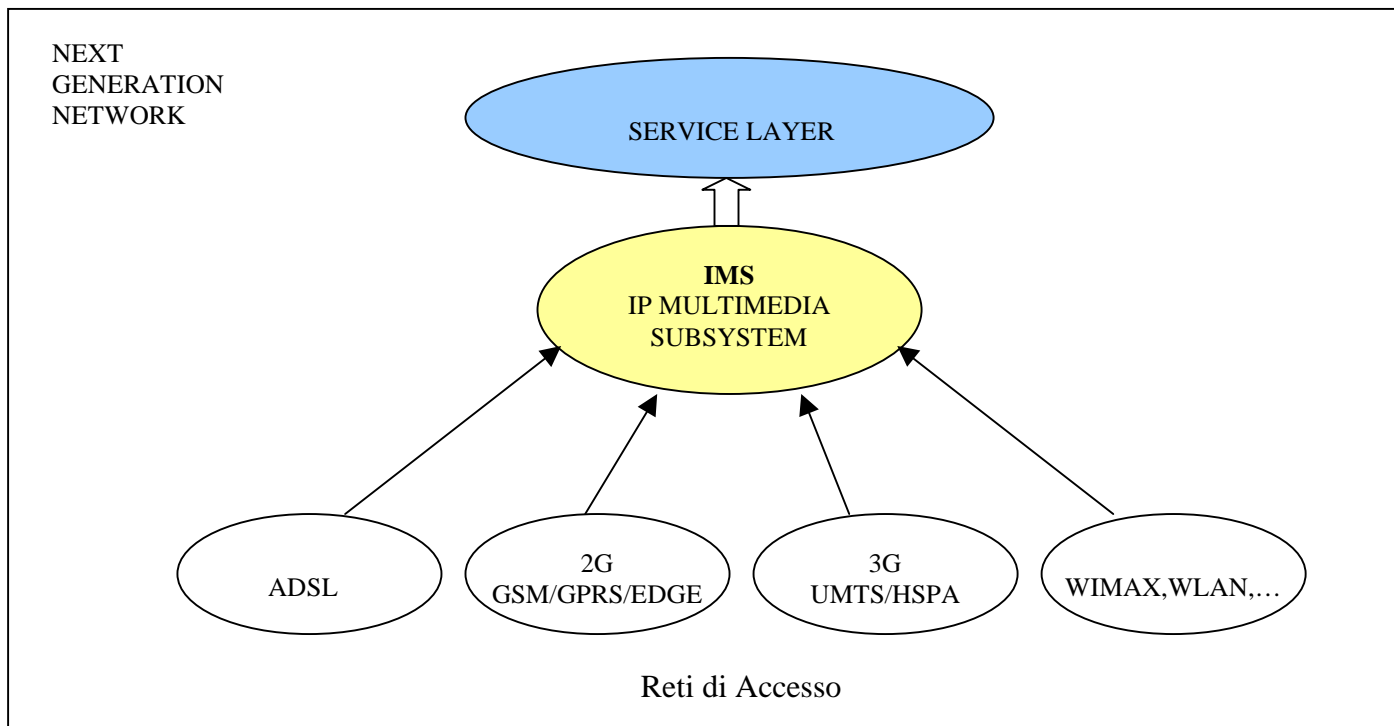
Un elemento trainante dell'innovazione sul WEB sono state le community o social networking, vaste popolazioni di utenti che condividono, creano e modificano nuove forme di intrattenimento (testi, video, canzoni). Vi sono comunità virtuali che vantano popolazioni di gran lunga superiori a quella italiana (MySpace contava a luglio del 2007 circa 180 milioni di utenti in tutto il mondo, con ritmi di crescita pari a 300.000 unità al giorno). Proprio nell'ambito delle community sono nate le nuove modalità di comunicazione come le chat, l'istant messaging ed i blog, che si impongono come strumento di comunicazione anche al di fuori del PC. La popolarità di You Tube ad esempio è stata tale da indurre un colosso come la Apple a stipularne un accordo per l'integrazione nella Apple TV.

Il WEB 2.0 farà da traino anche nel broadband mobile e non solo. Le applicazioni Web 2.0 sono, infatti, sviluppate in ambienti sw abbastanza "leggeri" e trasportabili ovunque, per cui presto tali servizi saranno disponibili anche su device diversi dal pc o dal cellulare (una console di videogiochi, un televisore, ecc...).

In sostanza, ci stiamo dirigendo verso un mondo in cui molti se non tutti i device che oggi utilizziamo per finalità diverse saranno tutti connessi alla rete.

Questa rivoluzione sociale implicherà notevoli cambiamenti anche da un punto di vista tecnico-infrastrutturale: negli ultimi anni l'innovazione tecnologica si è basata su un approccio di tipo additivo secondo il quale alla telefonia tradizionale di rete fissa si sono aggiunte prima quella mobile e poi internet, con forti sovrapposizioni. Ad oggi sia con il fisso che con il mobile si può parlare, chattare, navigare, guardare la televisione, ecc. Nel futuro, le tecnologie IP rimpiazzeranno completamente le infrastrutture sia di rete fissa che mobile e tutti i terminali che oggi utilizziamo saranno connessi alla rete IP (ALL IP). Nella Next Generation Network (NGN) o rete di nuova generazione la rete fissa, quella mobile e broadcast (TV)

convergeranno completamente sotto il protocollo IP, con un'unica piattaforma per il trasporto di dati (siano essi voce, video, foto o altro).



Gli utenti che accederanno in diverse modalità (Rete di Accesso) saranno interconnessi ad un'unica rete di trasporto a banda larga, denominata IP Multimedia Subsystem (IMS). Attraverso questa rete saranno erogati i servizi multimediali che ormai da tempo caratterizzano il WEB 2.0.

Con questa trasformazione tecnologica cambieranno anche i modelli di business che attualmente caratterizzano i vari operatori. Oggi ci sono operatori che dispongono di una propria rete attraverso la quale erogano servizi di fonia e accesso ad internet sia nel fisso che nel mobile, secondo politiche di pricing più o meno livellate dalla concorrenza e dall'Authority. A parte ci sono i Content Providers che sviluppano invece i vari servizi a valore aggiunto (giochi, news, chat, video, ecc) che raggiungono il cliente finale attraverso queste reti.

Nella nuova infrastruttura "ALL IP" ci sarà ancora di più una netta separazione tra infrastrutture dedicate al servizio (Service Layer) ed infrastrutture dedicate al trasporto: le prime imposteranno il proprio modello di business sulle varie tipologie di servizio personalizzabili su base cliente; le seconde sulla capacità di trasporto di questi contenuti al cliente finale. Modelli di business diversi per finalità diverse. Ma la vera concorrenza si giocherà nel mondo dei contenuti perché nelle infrastrutture di trasporto il mercato è già ben delineato: solo chi già ad oggi dispone delle infrastrutture di rete potrà dedicarsi al business del trasporto dati, in quanto gli investimenti tecnologici necessari per creare una rete sono di gran lunga superiori a quelli necessari per mettere in piedi un'offerta di servizi a valore aggiunto.