

DigitEconomy.24 – RETE UNICA, FWA E RUOLO DEI CONTENUTI

L'INTERVISTA AL CEO GLOBAL DIVISION, BAS BURGER

BT: «Il modello Openreach sulla rete funziona, crescita passa da cloud e cybersecurity»

Il modello di infrastruttura di rete scelto da British Telecom, ex monopolista del Regno Unito, «funziona» e la società continuerà a investire nell'infrastruttura, «proseguendo a lavorare a stretto contatto con il governo, Ofcom e l'industria in generale per contribuire a costruire l'infrastruttura digitale di livello mondiale che il Regno Unito merita». A delineare la visione del gruppo britannico sulla rete, in un momento in cui si parla tanto in Italia di un modello di un'unica infrastruttura, è Bas Burger, numero due dell'azienda e amministratore delegato della divisione Global (che offre servizi a tutto il mondo business di BT al di fuori dell'UK). Soffermandosi anche



↑ **Bas Burger**,
ceo Global division di BT

sulla futura strategia internazionale «in sostanza – spiega il top manager – la nostra crescita passa attraverso tre grandi scommesse: reti digitali, Sdn (Software defined networking), una strategia cloud first e cybersecurity». Il ceo inquadra poi, nell'ottica di un riposizionamento di business, anche la

recente vendita di due rami d'azienda della divisione italiana al gruppo Tim. In Italia, rassicura Burger dopo le recenti preoccupazioni dei sindacati per la tenuta aziendale, il business è «stabile» e BT si concentrerà sui 400 clienti business, tra cui Fca ed Eni.

Il modello di Openreach, controllata di BT, è, al netto dei piani di Tim, quello con la più ampia separazione in Europa tra infrastruttura e incumbent, ma non è esente da critiche. BT lo conferma o pensa a un grado di separazione più ampio?

Il modello che abbiamo oggi funziona. Siamo incoraggiati dal fatto che

>> continua a pag. 4

IL PUNTO

«La nostra offerta Fwa 5G entro l'estate del 2021»



↑ **Alessandro Verrazzani**,
Head of Regulatory &
Institutional Affairs di Eolo

Eolo prepara le sue carte per arrivare entro l'estate del 2021 con un'offerta Fwa 5G, cioè con una tecnologia fixed wireless access (misto radio-fibra) con standard 5G. E intanto, in questa ottica, chiede al ministero dello Sviluppo economico di concedere la proroga per le frequenze in suo possesso a 26 e 28 gigahertz che scadono nel 2022. Quanto invece allo stato dell'infrastruttura in Italia, l'operatore attivo soprattutto nelle zone a fallimento di mercato, sottolinea come, prima di procedere con il piano della rete unica, sia necessario scattare una fotografia dell'esistente, soprattutto delle aree bianche, dove non c'è

>> continua a pag. 2

PARLA ELISABETTA RIPA, AD DI OPEN FIBER

«Aperti a collaborare, modello wholesale only il più adatto»

Il modello wholesale only, che fornisce cioè fibra solo all'ingrosso a tutti gli operatori, «consentendo la realizzazione di un'infrastruttura di ultima generazione aperta a tutti coloro che siano interessati a sviluppare servizi digitali per cittadini, imprese e pubblica amministrazione, è il più adatto a favorire gli investimenti e l'innovazione attraverso una concorrenza leale e ad armi pari tra tutti gli attori coinvolti». Lo dichiara a DigitEconomy.24 (report del Sole 24 Ore Radiocor e della Luiss Business School) l'amministratrice delegata di Open Fiber, Elisabetta Ripa. «Il modello di business di Open Fiber – aggiunge – è aperto e



↑ **Elisabetta Ripa**,
ad di Open Fiber

collaborativo per principio. Siamo interessati a valutare la collaborazione e la cooperazione con tutti i soggetti, per realizzare il più velocemente possibile la digitalizzazione del Paese con

un particolare focus sulle aree grigie dove il nostro piano industriale prevede già di investire cablando circa un milione di unità immobiliari aggiuntive con investimento privato».

La top manager fa un punto anche sull'effetto Covid rispetto alla stesura delle reti e sulle competenze necessarie soprattutto alla luce delle difficoltà che stanno vivendo tante aziende della filiera. «Con l'emergenza Covid – ricorda – sono stati sottoposti a restrizioni anche tanti settori produttivi che compongono la filiera necessaria all'operatività del business delle tele-

>> continua a pag. 2

«Aperti al dialogo per accelerare la connettività»

comunicazioni. Con un grande sforzo, siamo comunque riusciti ad assicurare la continuità del servizio e a garantire le nuove attivazioni, che sono letteralmente esplose in coincidenza con l'aumento delle misure restrittive (e quindi delle percentuali di smart working e didattica a distanza)». Resta, però, da affrontare, in fase di ripartenza, il tema fondamentale delle competenze che vede l'Italia in coda alla classifica Desi. «Un progetto strategico come quello che Open Fiber sta portando avanti - prosegue - necessita di numerosi professionisti specializzati: giuntisti per la fibra ottica, progettisti di reti Fth, periti tecnici. Tali figure, tuttavia, scarseggiano a causa del mancato investimento in questa tipologia di rete trasmissiva nell'ultimo ventennio. Per questa ragione è molto importante la formazione, nelle scuole e nei centri dedicati, del know-how per lo svolgimento di mestieri altamente specializzati».

Open Fiber, nata per portare la fibra

ottica in Italia, oggi punta molto anche sull'Fwa, la tecnologia misto radio-fibra più veloce da realizzare, soprattutto nelle aree montane o difficili da raggiungere. Lazienda, ricorda Ripa, «ha deciso di intervenire con risorse proprie per portare connessione in 171 comuni delle cosiddette "aree bianchissime", dove non c'è alcuna connessione fissa o mobile a causa del mancato intervento degli altri operatori privati, con tecnologia Fwa, mista fibra-radio. Anche nel resto delle aree bianche, Open Fiber utilizza l'Fwa per coprire le zone più remote o con una densità abitativa particolarmente bassa in modo complementare rispetto alla fibra fino casa (Fth). Il nostro obiettivo è accelerare il più possibile la copertura del Paese con tecnologie ultrabroadband e, da sempre, siamo aperti al dialogo con le istituzioni per trovare le soluzioni migliori anche alla luce della difficile situazione sanitaria che stiamo vivendo».

Nonostante il Covid, l'Italia è, secondo



l'ad, in buona posizione e ha le carte in regola per raggiungere, come riporta l'Fth Council, il terzo posto in Europa nel 2026 nella copertura in fibra. «Il report Idate presentato all'Fth Council evidenzia come, nella classifica della copertura in infrastrutture di ultima generazione (Fth/b), il nostro Paese sia già sul podio, dopo Francia e Spagna. L'Italia, negli ultimi 12 mesi e malgrado il Covid, è stata la seconda nazione in termini di incremento delle unità immobiliari raggiunte dalla fibra e questo grazie al lavoro di Open Fiber. Con oltre 10 milioni di unità immobiliari abilitate ai servizi ultra broadband, siamo il principale operatore italiano di reti in fibra ottica e il primo in Europa tra gli operatori wholesale only».

Un modello di business che «incontra il favore sia degli operatori (OF ha accordi con oltre 100 partner), che compongono a parità di condizioni sui servizi, sia dell'Unione Europea, che ne ha evidenziato le capacità di favorire gli investimenti nel Codice europeo delle Comunicazioni elettroniche».

Tra le criticità Open Fiber individua, invece, la burocrazia che è «sicuramente un elemento che non ha agevolato il piano di cablaggio nelle aree bianche, sia per i ricorsi e le complicazioni che hanno ritardato il rilascio delle concessioni, sia per l'enorme mole di permessi e autorizzazioni necessari (oltre centomila)». Tuttavia, conclude Ripa, «il decreto semplificazioni varato dal Governo, dispiegherà i suoi effetti nei prossimi mesi, e consentirà di velocizzare ulteriormente. Siamo quindi fiduciosi che, con la collaborazione di tutti, l'Italia potrà proseguire nel percorso virtuoso e centrare le previsioni di crescita dell'Fth Council al 2026». ■

nessun operatore presente, al fine di evitare duplicazioni. A raccontare a la situazione industriale e regolamentare in cui si muoverà il gruppo che ha di recente suscitato gli appetiti del mercato, è Alessandro Verrazzani, capo degli Affari regolamentari e istituzionali. «È sotto gli occhi di tutti la crescente importanza della connessione Fwa, soprattutto per raggiungere le zone dove investire con la fibra è molto costoso. Anche le istituzioni - dice il manager - hanno raggiunto la consapevolezza che c'è una fetta del Paese che non potrà essere raggiunta dalla fibra».

Al momento Eolo non offre tecnologia Fwa 5G: «Noi - precisa Verrazzani - utilizziamo frequenze a onde millimetriche a 28 gigahertz, non è uno standard 5G, ma nella nostra tecnologia è già stata recepita una serie di funzionalità che sono a fattor comune con il 5G». Il gruppo sta, tuttavia, lavorando per arrivare all'offerta Fwa 5G: «Abbiamo i diritti d'uso sulle frequenze a 26 gigahertz, stiamo lavorando sulle onde millimetriche per

sviluppare una tecnologia Fwa conforme al 5G e, entro l'estate del 2021, prevediamo di arrivare con le offerte. Intanto, «visto che le frequenze a 26 e 28 gigahertz scadranno nel 2022, ci aspettiamo, in continuità con quello successo con altre bande (prorogate al 2029), una simile proroga per equità di trattamento. È un fattore importante perché stiamo costruendo la nostra infrastruttura proprio basandoci sia sulle frequenze a 26 sia su quelle a 28 gigahertz».

Eolo, come detto a DigitEconomy.24 nei mesi scorsi dallo stesso amministratore delegato Luca Spada, non vede in maniera sfavorevole la costruzione della rete unica, ma a patto che si tenga conto dell'esistente. «Il primo pilastro per ragionare sulla rete unica - aggiunge Verrazzani - è rifare una mappatura delle aree bianche, lavoro già fatto da Infratel quest'estate per le aree grigie. Parte di quelle aree che crediamo siano bianche, infatti, sono nel frattempo diventate grigie, e viceversa, parte delle aree che si credevano grigie si sono rivelate



↑ La sede di Eolo

bianche: occorre scattare una fotografia più veritiera possibile».

La chiarezza sugli investimenti già effettuati è un elemento che Eolo rivendica anche per le zone dove Open Fiber intende arrivare con l'Fwa. L'operatore guidato da Elisabetta Ripa, in accordo con il ministero dell'Innovazione tecnologica e la digitalizzazione, anticiperà, infatti, la connessione nei comuni 'no Internet' arrivando, nel giro di un anno, con l'Fwa anziché con la fibra ottica, tecnologia che richiede più tempo e investimenti. La società Eolo non è soddisfatta di questa prospettiva e ha già scritto, come riportato dal

Sole 24 Ore nei giorni scorsi, una lettera alla Ue, chiamando in causa in particolar modo Infratel, la società in house del Mise che si occupa dell'attuazione del piano sulla banda ultra larga in Italia. «I nostri investimenti - spiega Verrazzani - vengono messi in discussione da un'iniziativa statale, e a noi questo non piace. Chiediamo che ci si concentri sulle aree che hanno ancora bisogno di fibra e non si spendano soldi e tempo in zone già coperte. E, in ogni caso, ci aspettiamo banalmente che, prima di creare una nuova rete Fwa del concessionario Open Fiber, venga fatta una verifica sulla presenza di operatori privati». ■

«I contenuti tra i catalizzatori della digitalizzazione»

Il blocco globale di alcuni dei servizi di Google avvenuto qualche giorno fa ha evidenziato ancora una volta quanto le nostre attività – professionali, educative, d'intrattenimento – siano ormai legate a doppio filo alle tecnologie di rete e ai contenuti in esse veicolati. In tutto il mondo, molti utilizzatori hanno riscoperto cosa significa non avere a disposizione la posta elettronica, le videoconferenze, i video, gli spazi di lavoro condivisi sul cloud. Per qualche ora, ci siamo ritrovati in uno stato di digital divide diffuso e pervasivo: una condizione eccezionale per molti, ma tristemente normale per chi vive in zone non ancora raggiunte dalla banda ultra larga.

Il problema non riguarda solo gli aspetti infrastrutturali. In Italia esiste un delta ancora rilevante tra disponibilità di connessioni ultra broadband sul territorio ed effettivo take-up dei servizi. Se sul fronte della diffusione di tecnologie di rete più evolute siamo destinati a raggiungere in tempi ragionevoli i livelli degli altri Paesi europei, il tasso di adozione da parte delle famiglie resta basso. Alla fine dello scorso anno, con 8,2 milioni di abitazioni raggiunte dalla fibra fino a casa, le linee attive erano appena 1,1 milioni. In questo difficile 2020 abbiamo tuttavia assistito ad una crescita esponenziale del traffico internet in Italia. Nei primi nove mesi, secondo i dati dell'Autorità per le Garanzie sulle Comunicazioni, i valori relativi al traffico dati medio giornaliero sulle reti fisse è aumentato di oltre il 44%, passando dai 68 petabyte dello stesso periodo del 2019 a quasi



↑ **Maximo Ibarra**, ceo di Sky Italia

100 petabyte al giorno. E secondo le stime del Ftt Council Europe, a fine anno su oltre 12 milioni di abitazioni raggiunte dalla fibra a casa, le utenze attive saliranno a poco meno di 2 milioni, con un incremento del 72% rispetto all'anno precedente.

Il treno della rete italiana sembra finalmente aver imboccato il binario dell'alta velocità. È un'opportunità straordinaria per il Paese, un'occasione per andare oltre la semplice resilienza: non possiamo accontentarci di tornare alle condizioni antecedenti alla pandemia. Prima di questa crisi, il Pil italiano cresceva di pochi decimali di punto ogni anno. I nostri obiettivi devono guardare invece ad un rilancio sostanziale della nostra economia.

Possiamo agganciarci al treno della digitalizzazione per imprimere un cambio di marcia, avviando il Paese verso una fase espansiva solida e organica. Ma molto resta ancora da fare. È necessario promuovere una trasformazione culturale, oltre che tecnologica, alimentando un'alphabetizzazione digitale diffusa, una riqualificazione che favorisca cam-

biamenti di metodo, di pensiero, di progettualità, elementi spesso ancorati a un mondo analogico che limitano la nostra competitività.

Secondo l'indice europeo Desi relativo ai livelli di digitalizzazione dell'economia e della società, il nostro Paese si colloca al 25° posto su 28. L'accelerazione dei processi in corso può consentirci di recuperare terreno in quei differenziali che ci allontanano non solo dalle posizioni di vertice, ma addirittura dalla media dei Paesi Ue.

Tra catalizzatori della corsa alla digitalizzazione nei mesi dell'emergenza, accanto a smart working, didattica a distanza e remotizzazione dei servizi, un ruolo rilevante è stato quello dell'incremento dei consumi audiovisivi. Quelli legati all'intrattenimento, in particolare, sono stati un elemento chiave nel favorire il passaggio a nuove utenze broadband.

Il comparto dell'audiovisivo, nonostante le difficoltà dettate dal contesto, rappresenta uno dei principali asset in grado di stimolare e motivare il consumatore a scegliere-

re connessioni a banda larga, un driver da cui il sistema paese può trarre molti benefici assegnando alla nostra industria culturale un ruolo strategico in un piano di rilancio complessivo del Paese. Ma è anche una filiera essenziale nella nostra economia, con un valore della produzione vicino agli 1,3 miliardi di euro nell'anno passato, investimenti in crescita, e una capacità di impiego da 123mila lavoratori diretti in oltre 7.500 imprese, al netto dell'indotto. Ed è un settore in grado di creare nuovi posti di lavoro a elevato grado di competenza.

Per una entertainment e media company come Sky, queste strategie si traducono in un rafforzamento dei servizi e dei contenuti diretti alle famiglie. Il lancio di Sky Wifi, la rete ultra broadband pensata come centro di un ecosistema digitale domestico basato sull'efficienza e sulla facilità d'uso, si affianca al core delle attività: la produzione di contenuti di qualità attraverso continui investimenti su produzioni originali di respiro internazionale, dando spazio ai tanti giovani talenti, tra attori, registi, sceneggiatori e tecnici, che hanno solo bisogno di un'occasione per dimostrare il loro valore. Un circolo virtuoso che, attraverso gli investimenti nel cinema, nelle serie, nello sport e nell'intrattenimento, alimenta quei flussi di contenuti che, a loro volta, costituiscono il principale propulsore per la diffusione del digitale e del broadband tra le famiglie italiane. ■

di **Maximo Ibarra**
(Ceo di Sky Italia)

Nodo occupazione nello sviluppo digitale, servono competenze

Analizzando i modelli economici dei nostri peer europei, l'accelerazione digitale ha permesso di aumentare la produttività. In Italia siamo rimasti ancorati a paradigmi precedenti: se andremo avanti al tasso di crescita attuale, ritorneremo al Pil del 2019 tra 10 anni, a meno che il nostro sistema produttivo non avvii un processo di grande trasforma-

zione. Questi i temi al centro dell'intervento del direttore Luiss Business School Paolo Boccardelli in occasione del webinar "Una nuova leadership per guardare oltre la crisi" organizzato con AIF – Associazione Italiana Formatori. Tra gli argomenti che ostacolano la spinta verso la trasformazione digitale, la diminuzione dell'occupazione: una prospettiva che nel

lungo periodo non è realistica, poiché si stima che il 14% dei posti di lavoro nei Paesi OCSE potrà essere automatizzato e oltre il 30% è ad alto rischio di parziale automazione. Solo se gli individui potranno aggiornare continuamente le proprie competenze e adattarle alle nuove richieste del mercato, potremo ritrovare competitività. ■

«Il business in Italia è stabile, concentrati su 400 grandi clienti e multinazionali»

Ofcom (l'autorità di regolamentazione britannica) riconosce i progressi che Openreach sta facendo come azienda, come sottolineato nel recente rapporto della Openreach Monitoring Unit e, in particolare, come i suoi straordinari ingegneri hanno risposto alla pandemia del Coronavirus. Openreach esiste per promuovere la scelta e la concorrenza nel mercato della banda larga del Regno Unito e continua a concentrarsi sulla costruzione di una rete migliore, più ampia e più veloce per i suoi clienti in tutto il Paese. Nonostante l'incertezza causata dal Coronavirus, BT ha continuato a investire massicciamente nell'infrastruttura digitale del Regno Unito, realizzando piani per fornire fibra a banda larga a 20 milioni di edifici entro la seconda metà del 2020 e continui investimenti nel 5G. Allo stesso tempo, stiamo modernizzando il nostro business per rendere BT più competitiva e, di conseguenza, abbiamo visto migliorare la qualità del servizio che forniamo. Tuttavia, non c'è spazio per l'autocompiacimento, quindi continuiamo a lavorare a stretto contatto con il governo del Regno Unito, Ofcom e l'industria in generale per contribuire a costruire l'infrastruttura digitale di livello mondiale che il Paese merita.

Quali saranno i driver della crescita di BT nel 2021?

Il nostro settore sta attraversando la più grande trasformazione degli ultimi anni, con nuove tecnologie Sdn (Software defined networking) e un radicale spostamento di applicazioni e servizi dei clienti sul cloud. Ciò è stato accelerato dall'attuale pandemia. Come BT abbiamo investito in una nuovissima piattaforma di servizi digitali cloud-nativi per i nostri clienti e su questa abbiamo già lanciato, a tempo di record, due prodotti: "BT Meetings con Zoom" e un nuovo servizio gestito SD-WAN a livello globale in collaborazione con VMware. Questo ci pone in una posizione di forza, che si basa su una reputazione recentemente rinviogri-

ta dalla straordinaria customer experience e dal fatto di poter contare su personale altamente qualificato in tutto il mondo. Abbiamo una visione chiara di come la domanda passerà dai servizi legacy alle nuove offerte del nostro portafoglio. Queste soluzioni gestite, abilitate dai nostri nuovi servizi digitali, rappresentano oggi quasi un quarto del nostro fatturato globale e circa il 50% della nostra pipeline di ordini. Oltre a ciò stiamo anche investendo in una nuova piattaforma di sicurezza che accelererà il rilevamento e la risposta alle minacce così da aiutare i nostri clienti a gestire meglio i rischi. In sostanza la nostra crescita passa attraverso tre grandi scommesse: reti digitali, SDN, una strategia cloud first e cybersecurity.

L'emergenza Covid da un lato ha rallentato l'economia, dall'altro ha rafforzato il ruolo delle telco nel mondo. Quale è il vostro bilancio?

Abbiamo la possibilità di poter contare su una visione unica di questi trend, un "posto in prima fila" sullo scenario globale, che ci deriva dai modelli mutevoli della grande quantità di dati che viaggiano sulla nostra rete (presente in oltre 180 Paesi nel mondo) e che rivela le tendenze della domanda dei clienti, le preferenze tecnologiche e il panorama delle minacce alla sicurezza informatica. Questa mole di informazioni ci consente di guidare i nostri clienti attraverso la crisi e aiutarli a comprendere le sfide e le opportunità che tutti ci troveremo ad affrontare nel prossimo futuro. Ad esempio, una sfida è rappresentata dal BYOD (bring your own device), che vedeva le persone usare i propri telefoni, tablet e laptop al lavoro. Ciò è stato capovolto dalla pandemia con la superficie degli attacchi informatici in crescita esponenziale. La pandemia ha messo inoltre in evidenza una nuova generazione di CIO (chief information officers) e CISO (chief information security officers), per i quali il successo è stato dettato dalla loro capacità di migrare verso soluzioni



↑ La BT tower a Londra

digitali su larga scala, velocemente e in sicurezza. Durante il lockdown le aziende hanno imparato ad adottare tecnologie digitali su larga scala, connettere le persone digitalmente, liberarsi della carta. Ad esempio, in BT abbiamo consentito al personale di lavorare da casa, a cominciare dagli operatori di call center fino ai professionisti di cybersecurity che utilizzano apparecchi di realtà virtuale. Per un'azienda farmaceutica leader a livello mondiale, abbiamo accelerato gli aggiornamenti di Internet che hanno portato la capacità delle VPN da 2 GB a 4 GB, aiutando 30.000 persone a lavorare da casa, il tutto in un giorno. Per un grande banca abbiamo aumentato la larghezza di banda della rete e implementato la tecnologia per consentire a 3.500 dei suoi dipendenti di lavorare da casa, cosa che non era mai stata presa in considerazione prima della pandemia. I nostri tempi di reazione alle richieste dei clienti si sono compressi da mesi a settimane e, talvolta, giorni.

Recentemente in Italia avete siglato un accordo con Tim per la vendita di due rami d'azienda che nel corso dell'ultimo esercizio avevano comunque ricavi per 90 milioni di euro. Qual è la logica?

Nel settembre 2018, abbiamo detto al mercato che avremmo fatto tre cose: riposizionare radicalmente la nostra attività attorno ai nostri mercati principali, creare valore in aree di crescita strategicamente selezionate e ridurre il rischio offrendo al contempo rendimenti più elevati.

Ciò equivaleva a un piano per semplificare le nostre operations, cosa che abbiamo fatto. In parte concentrandoci su un nucleo centrale di clienti multinazionali, in parte semplificando e modernizzando il nostro portafoglio e in parte definendo un percorso chiaro verso una performance finanziaria prevedibile e, in ultima analisi, rendimenti a due cifre sul capitale impiegato. La cessione di molte delle operazioni locali faceva parte di questo piano e ora lo abbiamo fatto in oltre venti Paesi tra cui Germania, Paesi Bassi, Spagna, Francia, Singapore, Cina e 15 Paesi dell'America Latina. L'accordo con Tim per la vendita dei rami d'azienda italiani che gestiscono la pubblica amministrazione e le piccole e medie imprese si inserisce in questa strategia internazionale.

I sindacati italiani in particolare sono preoccupati per la stabilità dei posti di lavoro di BT Italia

In Italia BT ha un business stabile e fornisce soluzioni di rete, cloud e sicurezza a circa 400 grandi clienti. BT continuerà a servire grandi clienti e multinazionali con sede in Italia, tra cui Fiat Chrysler Automobiles ed Eni; così come le attività italiane dei clienti multinazionali globali di BT, come BNL-BNP Paribas e Nestlé. Andrea Bono, che dirige la nostra attività in Italia, e il suo team continueranno inoltre a servire le principali imprese italiane nei diversi settori industriali. A tutti questi clienti verranno offerte soluzioni e servizi del portfolio globale di BT. ■