

DigitEconomy.24 – LA GUERRA DELLA FIBRA E I BANDI DEL PNRR

PARLA L'AMMINISTRATORE DELEGATO GIANLUCA LANDOLINA

Cellnex: «Parteciperemo ai bandi per il 5G, sul Tetra competiamo con Leonardo»

Obiiettivo 2022: ancora crescita organica e, se ci fossero occasioni appetibili, anche acquisizioni, guardando le opportunità dalle 2 alle 20mila torri. Lo racconta Gianluca Landolina, amministratore delegato di Cellnex Italia, controllata italiana del gruppo spagnolo delle torri di telecomunicazioni che, dal 2015 ad oggi, nel nostro Paese ha investito sei miliardi di euro. Nella strategia del gruppo, che in Italia compete con Inwit, c'è anche, annuncia il manager a DigitEconomy.24 (report del Sole 24 Ore Radiocor e della Luiss Business School), il mercato del Tetra, lo standard utilizzato per le reti particolarmente sensibili come quelle



↑ **Gianluca Landolina**, amministratore delegato di Cellnex Italia

della polizia o degli ospedali. Rispetto a Leonardo, che è l'incumbent del settore, «pensiamo – aggiunge Landolina – di avere una tecnologia superiore e più economica,

ce la giocheremo, vedremo, vincerà il migliore». Tra le prospettive che si aprono per Cellnex Italia anche i bandi legati al Pnrr: Cellnex vorrebbe partecipare alle gare per portare il 5G nelle aree bianche a fallimento di mercato. Da sola, se dovessero cambiare le condizioni poste dal Governo, o in partnership con gli operatori, come consentito oggi.

Per quali linee crescerete nel 2022?

Continueremo a crescere a livello organico, cercando di aumentare il livello di ospitalità dei pali già esistenti oppure costruendo nuovi pali per ottimizzare la rete di copertura dei

>> continua a pag. 4

IL PUNTO

Aruba: «Lavoriamo bene con OF, ma non escludiamo collaborazione con FiberCop»



↑ **Stefano Sordi**, general manager di Aruba

Offerta rimodulata prima della pausa natalizia e obiettivi di crescita, seguendo l'espansione del partner Open Fiber. Il service provider italiano Aruba, che si è presentato con Almagora nella prima fase della gara per il cloud di Stato, è sbarcato nel mercato della fibra a marzo del 2021, conta al momento numeri bassi, di alcune migliaia di clienti, ma si aspetta un incremento fino ad alcune centinaia di clienti al giorno nel 2022, soprattutto nel settore business.

L'offerta privilegerà le aree bianche dove non c'è ritorno di mercato e i comuni medio-piccoli. Aruba, spiega il general

>> continua a pag. 2

L'INTERVISTA ALL'AMMINISTRATORE DELEGATO DI ILIAD ITALIA, BENEDETTO LEVI

«La nostra offerta gioverà al mercato, non è guerra dei prezzi»

liad Italia, con l'offerta sul fisso lanciata di recente, non fa la guerra dei prezzi, ma la guerra della trasparenza. Lo afferma Benedetto Levi, amministratore delegato della divisione italiana del gruppo francese, in un'intervista a DigitEconomy.24 (report del Sole 24 Ore Radiocor e della Luiss Business School). Grazie alla nuova offerta «ci sarà una vera rivoluzione in Italia» e verrà «stimolata la domanda, permettendo alle aziende che stanno stendendo la rete, come FiberCop e Open Fiber, di accelerare». Per Levi l'offerta a 15,99 euro al mese che permette di avere una velocità fino a 5 gigabit al secondo in



↑ **Benedetto Levi**, amministratore delegato di Iliad Italia

download, per la prima volta in Italia, «non può che far bene al mercato».

Siete partiti nel mercato della fibra con un'offerta competitiva, non

si corre il rischio di innescare una guerra dei prezzi?

La nostra offerta è competitiva, senza alcun tipo di vincolo e con la fibra ottica (ftth) che va a una velocità fino a 5 Gbit/s complessivi in download. Quando siamo entrati nel mercato del mobile, tre anni e mezzo fa, lo abbiamo fatto con un'offerta molto generosa in termini di Gb e totalmente trasparente introducendo un nuovo standard che ha trainato l'intero mercato verso una maggiore disponibilità di Gb, con un passaggio dell'offerta media da circa 8Gb nel

>> continua a pag. 4

«Bene la rete unica se comporterà maggiore capacità di raggiungere gli obiettivi di copertura»

manager Stefano Sordi a DigitEconomy.24 (report del Sole 24 Ore e della Luiss Business School), è partner di Open Fiber, società con cui lavora bene, ma non esclude la possibilità di allargare la collaborazione a FiberCop (gruppo Tim). La rete unica? «Se comporterà una maggiore capacità di raggiungere gli obiettivi di copertura capillare del territorio italiano, soprattutto nelle aree grigie e bianche, noi siamo sicuramente favorevoli».

Avete di recente rimodulato la vostra offerta lanciata a marzo 2021, come sta andando?

Abbiamo lanciato l'offerta a inizio del 2021, e, come facciamo sempre, entriamo in punta di piedi sul mercato, cercando di comprenderlo. Abbiamo attraversato questa fase fino a dicembre scorso, un periodo con volumi poco consistenti. A dicembre abbiamo, quindi, capito le metriche di mercato, adattando l'offerta che è andata molto bene, ha avuto una crescita esponenziale nel periodo di dicembre e natalizio, a tre cifre. Un andamento consolidato anche nel rientro post festività, anche se con incrementi un po' meno sostenuti, a due cifre. Rispetto agli altri competitor sono numeri ancora bassi, ma la crescita è importante e pensiamo di mantenerla

nei prossimi mesi. Gli elementi su cui si basano le nostre previsioni sono sostanzialmente due: uno è rappresentato dallo stesso mercato visto che le attese sono promettenti per la componente fttH (fibra fino alla casa, ndr), su cui ci concentriamo noi. Un secondo fattore è legato alla peculiarità della nostra offerta. I nodi di fibra che usiamo per la connettività si trovano, infatti, nei nostri data center dove ospitiamo aziende, banche, imprese di vario tipo che fanno traffico in uscita, dal data center verso internet. La tecnologia ultra-broadband è, in questo contesto, completamente simmetrica.

Qual è il target di clienti che prevedete di raggiungere nel 2022?

In una prima fase prevediamo di arrivare a un centinaio di clienti giornalieri per poi, se Open Fiber continua con questi tassi, arrivare a qualche centinaio di clienti al giorno. Ora siamo arrivati ad alcune migliaia di clienti. Rispetto ai grandi player sono numeri poco competitivi.

Esplorerete la possibilità di una collaborazione con FiberCop?

Sicuramente sì, non lo escludiamo, anche se in questo momento tutti gli sforzi sono concentrati sull'ottimizzazione dell'offerta che è già

sul mercato. Con Open Fiber ci troviamo molto bene, constatiamo che raggiungono i target e danno un servizio di qualità. Di fronte a un'offerta come la nostra, ipercompetitiva, è molto importante avere un partner così, che non faccia lievitare i costi.

Come vedete l'ipotesi di creazione di una rete unica, tra Open Fiber e Tim?

Se la rete unica comporterà una maggiore capacità di raggiungere gli obiettivi di copertura capillare del territorio italiano, soprattutto nelle aree grigie e bianche, noi siamo sicuramente favorevoli. Alla fine, ci sarà un beneficio per il consumatore e le imprese. E per noi sarà un modo di arrivare sul mercato in maniera più rapida.

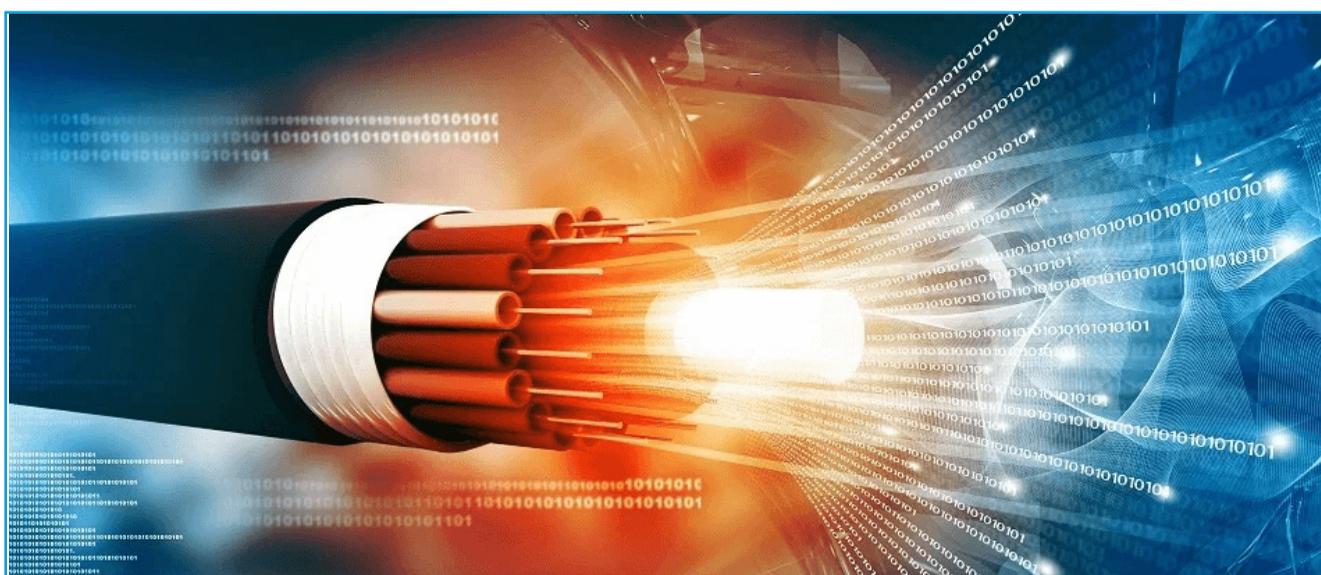
Che tipo di clienti privilegerete con la vostra offerta e quali sono le aree geografiche su cui insistete?

Il target è costituito soprattutto dalla clientela business, senza escludere il retail. La componente business per sua natura è quella più prossima a quella di Aruba che è un service provider e fornisce servizi alle imprese di posta elettronica, pec, cloud, etc. Tuttavia l'offerta che abbiamo lanciato è molto aggressiva in termini di prezzo e

diventa interessante anche per il consumatore finale. In termini di aree geografiche seguiamo Open Fiber, ma abbiamo voluto porre un accento particolare sulle aree bianche, quelle dove c'è più difficoltà. Lo abbiamo fatto attraverso la nostra offerta, azzerando i costi di attivazione. A livello strategico privilegiamo inoltre i comuni medio-piccoli.

Definite la vostra offerta molto competitiva, non temete che livelli troppo bassi alla lunga si trasformino in una guerra dei prezzi e in un indebolimento del settore telco chiamato a investire sulle infrastrutture?

I margini sono sicuramente importanti, ma uno dei valori della nostra azienda è stato fin dal principio quello di rendere accessibile la tecnologia, è proprio la nostra mission. Inoltre, nel mercato dell'ultra broadband spicchiamo per essere al 100% italiani. La nostra strategia è quella di comprimere i costi il più possibile mantenendo una marginalità che sia congrua. Non siamo quotati in Borsa, non abbiamo soci di riferimento che ci impongono degli obiettivi, il nostro target è il mantenimento delle quote di mercato e della missione aziendale, e la fibra fa parte di un bouquet di servizi tutto basato su questi principi. ■



Asstel: «Dilazionare fino al 2025 la rata da 4,8 miliardi delle telco per le frequenze 5G»

Focus sui bandi del Pnrr, con l'obiettivo di ottenere «il massimo dei benefici per il Paese» e di aumentare le competenze digitali, ma al contempo attenzione alla tenuta del settore telco, chiamato a ingenti investimenti. A parlare è Laura Di Raimondo, direttrice di Asstel, che chiarisce con DigitEconomy.24 (report del Sole 24 Ore Radiocor e della Luiss Business School) la posizione dell'associazione di filiera in vista della rivoluzione digitale prevista da qui al 2025, secondo la strategia messa a punto dal ministero per l'Innovazione e la trasformazione digitale. Per Di Raimondo occorre, in primis, spalmare su un triennio la prossima scadenza per le telco del pagamento della rata da 4,8 miliardi relativa all'affitto delle frequenze 5G, in linea con i tempi dello sviluppo dei bandi legati al Pnrr. Richieste al Governo anche sul fondo bilaterale di settore, che prevede già il contributo di aziende e dipendenti. «Al ministero del Lavoro – afferma Di Raimondo – rinnoviamo l'istanza che per la fase di start up, almeno per un primo triennio, occorra un investimento da parte del Governo aggiuntivo rispetto a quello di imprese e lavoratori; ciò può avvenire anche attraverso le linee d'azione del Pnrr dedicate all'inclusione e allo sviluppo delle competenze».

Che prospettive si aprono per le telco con i bandi legati al Pnrr? Le tempistiche previste sono realizzabili?

Siamo fortemente impegnati ad affiancare le istituzioni nella messa a terra del Pnrr e nella missione di digitalizzare il Paese attraverso lo sviluppo dell'infrastruttura, della banda ultra-larga, del 5G. Il fatto che ci sia una tempistica fissata, logica comune a tutto il Pnrr, è importante e consente di velocizzare l'iter. L'obiettivo è quello di realizzare il massimo dei benefici per il Paese anche in termini di ambiente, e, quindi, di transizione ecologica ed energetica. In questo contesto, l'educazione digitale diventa fondamentale per colmare i divari esistenti nel nostro Paese, siano di competenze, di genere, generazionali e territoriali.



↑ Laura Di Raimondo, direttrice di Asstel

Da un lato occorre educare la cittadinanza, e, quindi, entro il 2025 circa 120 milioni di cittadini europei, tra i 16-74 anni, dovranno sviluppare le competenze digitali. Dall'altro c'è il tema dell'orientamento dei ragazzi e delle ragazze verso le nuove professionalità. E, infine, per correre alla velocità necessaria per la piena attuazione del Pnrr, bisogna agire su reskilling e up-skilling. **A che punto siete col piano di reskilling delle telco che riguarda il 100% dei dipendenti?**

Noi abbiamo l'85% della popolazione aziendale over 40 anni, il 15% over 55 anni, e l'1,9% under 30. Anche in relazione ai fabbisogni di nuovi profili professionali, c'è quindi l'evidente necessità di continuare nel percorso di up-skilling e re-skilling, con ancora più pervasività. La media, quest'anno, arriverà intorno a 9 giorni pro capite rispetto alle 4-5 giornate del 2021.

Come sta cambiando il modello di business del settore telco?

La filiera delle tlc è in profonda trasformazione e deve affrontare la sfida di ampliare le competenze interne e,

in parte, il proprio modello di business per avere un ruolo importante nello sviluppo e nella diffusione di nuove piattaforme di servizi anche attraverso la costruzione di un ecosistema con attori di altre filiere.

Prima dell'estate dovrebbe essere completato lo switch off della tv, con la transizione al nuovo digitale terrestre, liberando così le frequenze adatte per il 5G acquistate dalle telco in asta, ma al contempo gli operatori dovranno saldare il conto con lo Stato. Le aziende sono pronte?

Abbiamo richiesto un approfondimento: occorre dilazionare gli oneri per l'affitto delle frequenze 5G, superando così la scadenza di settembre 2022. Anche considerati gli effetti del Covid e il rallentamento che ne è seguito per tutto il sistema.

A questo proposito avete avuto segnali positivi dal Governo?

Abbiamo portato avanti delle richieste al Mise e al Mef. Ora il dl Milleproroghe potrebbe essere il veicolo adatto per dare delle risposte agli operatori, chiamati ad una rata di circa 4,8 miliardi. Noi chiediamo che si possa rimodulare il pagamento con una scadenza triennale, fino al 2025, in linea con i tempi del Pnrr.

Sul fronte delle professionalità richieste, considerati anche i lavori aggiuntivi previsti dal Pnrr per la stesura delle reti, il settore si è attrezzato?

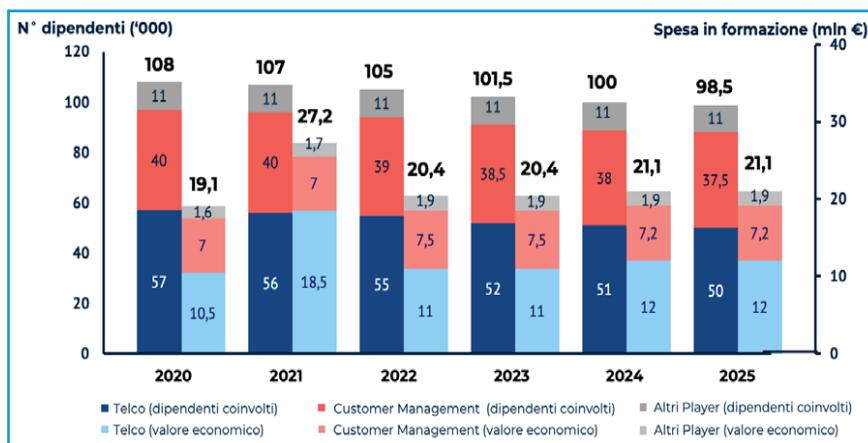
Attraverso formazione permanente e certificata, up-skilling e re-skilling, si possono dotare le persone delle competenze necessarie per le attività core da qui al 2026, al fine di realizzare quanto previsto dal Pnrr. Inoltre, è necessario investire sull'orientamento dalla scuola, negli ITS e nell'università. Per questo è importante potenziare il sistema educativo, con l'attenzione puntata al rafforzamento delle discipline STEM, in particolare per le nostre ragazze. Peraltro, Asstel, sulla parità di genere ha di recente sottoscritto il manifesto di Valore D.

Qual è il numero di assunzioni complessive attese nel vostro settore?

Le previsioni, a fronte del quadro normativo attuale, sono di circa 3.700 assunzioni. Numero che si amplierà tanto più si investirà sulle politiche attive.

A che punto è, invece, il Fondo di solidarietà bilaterale, richiesto per supportare i processi aziendali di trasformazione e i percorsi di formazione, finanziato da aziende e lavoratori?

Siamo arrivati alla fase esecutiva della costituzione. Al ministero del Lavoro rinnoviamo l'istanza che per la fase di start up, almeno per un primo triennio, occorra un investimento da parte del Governo aggiuntivo rispetto a quello imprese e lavoratori; ciò può avvenire anche attraverso le linee d'azione del Pnrr dedicate all'inclusione e allo sviluppo delle competenze. ■



«Acquisizioni? Guardiamo alle opportunità»

nostri clienti. Questo è il nostro core business, siamo andati benissimo negli ultimi anni, vorremmo mantenere il trend crescente. Abbiamo fatto tantissimo anche per le coperture Das, ad esempio lo Stadio San Siro, lo Stadio Olimpico, l'ospedale Niguarda, altri ospedali importanti e centri commerciali. In Italia abbiamo qualche migliaio abbondante di nuovi Das, numeri che crescono anno dopo anno: ne abbiamo costruito l'anno scorso 500, due anni fa 700, andiamo avanti così. Inoltre, abbiamo stretto una partnership con Everynet, una delle principali realtà nell'IoT, abbiamo lanciato lo sviluppo della prima rete IoT in Italia, con l'obiettivo di renderla una rete wholesale only, totalmente neutra, aperta a tutti, a bassissimo costo di ingresso. D'altronde l'IoT non è un business da avidi, è un business sociale se è redditizio, lo è perché se ne diffonde l'uso nei vari strati di popolazione, dalla parte business a quella consumer. In Spagna, inoltre, siamo leader nel Pmr, Professional mobile radio, di cui un esempio è il Tetra, usato per le reti private di comunicazione estremamente delicate e sensibili, come quelle della polizia, dei vigili del fuoco, o delle ambulanze. In Spagna gestiamo 60mila terminali Tetra, abbiamo il know how di progettazione, implementazione e gestione, ma non

abbiamo una tecnologia proprietaria e non vogliamo averla. Vogliamo, infatti, essere liberi di utilizzare ogni anno la migliore tecnologia esistente, la più efficace e anche la meno costosa. Noi offriamo trasparenza totale e abbiamo la ferma intenzione di portare questo know how in Italia, entrando in questo business.

A che punto siete, avete partecipato alle gare?

Sì, abbiamo già partecipato a tre gare. L'incumbent in questo settore è Leonardo, pensiamo di avere una tecnologia superiore e più economica, e ce la giocheremo, vedremo, vincerà il migliore.

Guardate ad acquisizioni nel settore tower o vi basta quanto fatto finora?

Stiamo finalizzando l'integrazione delle circa 2mila torri di CK H Networks Italia; la società esiste ancora ma ci sono già un unico organigramma e un'unica organizzazione. Quanto ad altre acquisizioni, non credo che diremo mai che ci siamo fermati, anche se non abbiamo l'ansia di acquisire a tutti i costi. Abbiamo, invece, la curiosità di andare a vedere qualsiasi opportunità possa venir fuori, dalle 2 torri alle 20mila. In questo campo inseguiamo l'opportunità, se reputiamo che ci sia la finalizziamo, ma abbiamo anche rifiutato alcuni deal, non in linea con i nostri criteri di redditività rispetto

all'investimento richiesto.

Parteciperete ai bandi legati al Pnrr?

Oltre alla nostra strategia di crescita, stiamo effettivamente considerando la possibilità di cogliere le opportunità che vengono offerte dagli attuali bandi a cui il Governo sta lavorando, per andare a portare copertura 4G e 5G nelle aree a fallimento di mercato. Al momento stiamo discutendo con vari interlocutori istituzionali e privati. L'attuale impostazione del Governo prevede l'obbligo di fornitura del servizio al cliente finale, ma noi non vogliamo essere titolari di frequenze, visto che ciò colliderebbe con il business dei nostri clienti. Dunque, si aprono due alternative: o partecipiamo in partnership con uno o più operatori, oppure il Governo prende atto che oggi in Italia i soggetti che più di tutti implementano le reti di comunicazione mobili sono proprio i tower operator. Partecipando, diamo una garanzia in più di successo al progetto.

Passando al problema della realizzazione delle infrastrutture, avete riscontrato miglioramenti sul versante della permissività?

Il dl Semplificazioni ha prodotto qualche miglioramento, ma ci sono limiti difficilmente sormontabili. Ad esempio, c'è un'ordinanza del Comune di Roma che vieta le torri di telecomu-

nificazioni a meno di 100 metri dai siti sensibili, tra i quali scuole private, pubbliche, università, ospedali, cliniche. Ne deriva che migliorare oggi la copertura cellulare di Roma è tecnicamente impossibile. Ci sono altri Comuni e altri contesti che hanno limiti comparabili, e quindi anche su questo tema dobbiamo trovare una quadra. Inoltre, la burocrazia non è migliorata con la pandemia, lo smart working della Pa ha fatto passi da gigante, ma siamo ancora lontani dall'aver uno smart working vero e solido che possa funzionare meglio del lavoro in presenza. Tuttavia, tirando le somme, visti i cambiamenti dell'ultimo periodo, possiamo dire di andare nella giusta direzione.

In passato si era parlato dell'idea di creare un maxi-polo delle torri, come sono i rapporti con il vostro principale competitor, Inwit?

C'è un rapporto di grandissimo rispetto umano anche a livello manageriale, ma innegabilmente siamo due competitor in un mercato stretto. Il maxi-polo, che potrebbe anche essere una scelta lucida, non può essere una scelta di una delle due parti e non può che avere un ruolo, a livello arbitrale, da parte del Governo. Ad oggi questa tendenza, questa volontà del Governo di realizzare il maxi-polo non le ho viste, tranne che per il broadcast. ■

2018 a oltre 70Gb nel 2021. Non abbiamo fatto la guerra dei prezzi, ma la guerra della trasparenza: a differenza di operatori che hanno continuato ad abbassare i prezzi, noi abbiamo man mano fatto offerte con sempre più Gb e con un prezzo via via crescente. Ora credo che questa nuova offerta in fibra, che sarà una vera rivoluzione in Italia, stimolerà la domanda e permetterà alle aziende che stanno stendendo la rete, come Fibercop e Open Fiber, di accelerare. Dando un impulso molto positivo al mercato.

Proprio parlando di sviluppo del mercato, si apre ora l'opportunità dei bandi legati al Pnrr, parteciperete?

Ovviamente stiamo guardando ai bandi, in particolare a quello per lo sviluppo del 5G, pensiamo che i fondi europei siano una grande opportunità per accelerare lo sviluppo delle reti. E credo anche che un'offerta come quella che Iliad ha lanciato

per la fibra stimolerà l'adozione della fibra in Italia.

Il contesto delle telco italiane è in movimento: secondo alcuni rumor ci potrebbe essere un'integrazione tra Iliad e Vodafone, secondo altri tra Iliad e Tim Servizi, una volta scisso in due il gruppo Telecom Italia, come previsto nel piano del nuovo ad Pietro Labriola.

Noi procediamo con il nostro sviluppo: andiamo avanti sul mobile, ora lanciamo la nostra offerta per la fibra, non commento i rumor.

Come giudicate, di fronte al vostro nuovo business della fibra, la possibile integrazione delle reti di Tim con Open Fiber, la cosiddetta rete unica?

La rete unica può voler dire tante cose, noi in quanto operatore nuovo entrante sulla fibra, abbiamo due auspici, ovvero: accelerare ulteriormente l'infrastrutturazione, poiché più veloce andiamo con la stesura delle reti e più tutti vinciamo (operatori,

consumatori, imprese, Paese) e, dall'altro, che le condizioni di accesso per tutti gli operatori siano eque. Noi, abbiamo come partner Open Fiber e in futuro aggiungeremo anche la copertura di Fibercop, con cui abbiamo già siglato un accordo, per arrivare in tutta Italia il prima possibile.

Contate anche di assumere nuovi dipendenti, in relazione al vostro piano di crescita e alle nuove offerte? Avete problemi a reperire le competenze?

Continuiamo ad assumere, oggi abbiamo 24 negozi, 13 uffici da sud a nord che accolgono circa 700 persone in tutta Italia e tante nuove persone continuano ad unirsi all'azienda. Non abbiamo avuto problemi a trovare competenze e talento, anche perché molte persone vogliono venire a lavorare in Iliad. Tuttavia, il tema delle competenze digitali esiste a livello nazionale, e va affrontato a livello pubblico e istituzionale, come anche privato. ■