

Durante l'assemblea degli azionisti saranno presentate le strategie con cui Telecom Italia vuole affrontare il prossimo futuro: qualità e innovazione rimangono fondamentali

Telecom è pronta per le nuove sfide

Adolfo Violante

**Gabriele Galateri
di Genola,
presidente
di Telecom Italia**

Il prossimo 14 aprile è fissata l'assemblea generale di Telecom Italia: un appuntamento importante per comprendere le strategie del Gruppo, attivo in otto Paesi, e gli scenari del futuro, con le ricadute in termini di fatturato e di occupazione per le realtà dell'indotto.

Del resto lo scenario competitivo attuale appare decisamente articolato, in quanto, come rimarkano i responsabili dell'azienda, il mercato italiano dei servizi di telecomunicazione ha registrato, negli ultimi anni, livelli di competizione crescenti, a causa dell'entrata sul mercato di operatori di telecomunicazioni stranieri.

La competizione sul mercato domestico italiano si è concentrata sull'innovazione dell'offerta, tramite l'introduzione di pacchetti voce/BroadBand (double play) e pacchetti voce/BroadBand/IpTv (triple play), mentre l'evoluzione del mercato è caratterizzata dal passaggio da un approccio principalmente da reseller a un approccio basato sul controllo delle infrastrutture.

Il mercato italiano della voce fissa ha risentito dello sviluppo degli operatori mobili, in grado di attrarre traffico voce grazie al vantaggio della mobilità, al vasto numero di servizi a valore aggiunto e ai terminali tecnologicamente avanzati. In parallelo il fisso è stato oggetto di cannibalizzazione a causa della crescente diffusione di soluzioni di comunicazione alternative (messaging, e-mail, chat). Il mercato del BroadBand ha continuato a crescere, ma ad un tasso ridotto rispetto al passato e ha visto intensificarsi la pressione competitiva, con un certo impatto sui prezzi medi.

Il Gruppo guarda al futuro

In questo scenario, il progetto industriale di Telecom Italia per il triennio 2008-2010 punta sull'innovazione come leva per assicurare la crescita futura. Il Gruppo si propone infatti di offrire servizi convergenti, basati su moderne infrastrutture di rete, sulla banda larga fissa e mobile, sull'integrazione



di prodotti e tecnologie. A questo si aggiunge l'attenzione a sfruttare nuovi modelli di business, per cogliere le opportunità che emergono in altri settori, dove le Tlc fungono da catalizzatore, e nei mercati esteri. Tra gli obiettivi del Gruppo figura anche un nuovo rapporto con tutti gli stakeholder: i clienti, il mercato, le istituzioni, le persone che lavorano nel Gruppo.

Un approccio focalizzato sull'apertura e la trasparenza, che ha già coinvolto le infrastrutture tecnologiche e di rete, con la creazione di un'unica direzione, per una migliore gestione verso tutti i clienti, interni ed esterni. Un approccio che porterà anche, in futuro, alla creazione di strutture dedicate ai diversi segmenti di mercato.

Questo processo, nelle intenzioni del management, permetterà di valorizzare ulteriormente la leadership in Italia e di aprire la dimensione internazionale a nuove opportunità di crescita, facendo leva sul punto d'eccellenza conquistato nel mercato mobile brasiliano, su nuovi e snelli modelli di business come sperimentato in Germania, su un'attenta analisi di nuovi mercati in cui esportare positivamente competenza e imprenditorialità.

Quattro driver di crescita

Il Gruppo ha indicato anche i driver per la crescita nel corso del prossimo triennio, oltre a prevedere investimenti in Italia per 3,5 miliardi di euro:

- alta qualità del servizio come fonte di valore, sia nei settori tradizionali che nel mobile e nella banda larga fissa e mobile. Qualità del rapporto con la clientela in tutti i suoi aspetti: qualità e trasparenza nell'azione di vendita, nella fornitura dei servizi, nel customer care e nell'assistenza post vendita;
- convergenza fisso/mobile. Per il Gruppo convergenza significa offrire ai clienti servizi facilmente accessibili con terminali diversi, per comunicare o navigare sul web da casa, in ufficio o in mobilità; significa essere in contatto, senza interruzioni, con il mondo digitale e con i suoi contenuti: comunicazione, informazione, divertimento, servizi interattivi;
- ampia diffusione della larga banda, trainata

La voce dei teleimpiantisti

Quest'anno, per la prima volta, Assotel sarà presente in forma ufficiale all'assemblea generale dei soci. Si tratta di una partecipazione significativa per l'associazione che, oltre ai teleimpiantisti autorizzati ai sensi della legge 109/91 e DM 314/92, rappresenta anche l'indotto degli operatori di rete fissa e mobile, Telecom Italia in primis, degli Isp e Wisp e, nell'immediato futuro, delle aziende titolari di licenze WiMax.

L'associazione, che rappresenta aziende che investono sulla qualità del proprio lavoro orientato al cliente e sull'assunzione di responsabilità a tutela della rete pubblica, vuole valorizzare la professionalità degli operatori di settore, la qualità degli impianti e dei servizi, la sicurezza del comparto, la corretta applicazione delle regole di privacy della notizia e degli utenti.

Da qui la decisione, per un'associazione di imprenditori in crescita, di partecipare più attivamente anche alle scelte che determineranno il futuro degli accessi alla rete pubblica. Il valore, anche simbolico, di questa presenza all'assemblea, vuole essere di stimolo, per tutti gli addetti ai lavori, a una maggior presenza nella compagine azionaria del Gruppo Telecom. Ma, al tempo stesso, Assotel chiede a Telecom sia di produrre dividendo e valorizzazione del titolo, sia di instaurare un rapporto che faccia desiderare, agli operatori dell'indotto, non solo di essere fornitori ma anche azionisti.

dalla convergenza, trasformando il mercato in un settore con un'alta penetrazione di servizi avanzati e innovativi (Vas interattivi, web surfing ed e-mail, servizi avanzati di messaggistica integrata, Mobile Tv, IpTv, Volp...), gettando un ponte fra le diverse piattaforme digitali, integrandone servizi, contenuti, informazioni, trasformando il ruolo del Gruppo da quello di service provider in quello di "community builder";

- penetrazione nei mercati vicini a quello delle telecomunicazioni. Se i settori più tradizionali sono maturi, nuovi campi di applicazione sono in rapida crescita: sistemi informatici integrati, servizi e infrastrutture di network come hosting, houseing, storage, la distribuzione di contenuti digitali, l'advertising on-line. Si aprono così opportunità in mercati come l'Ict, i media e l'advertising digitale, che il Gruppo è pronto a cogliere.

TELECOM ITALIA

www.telecomitalia.it