

ADSL: The Flat Death

Pasquale Merella

p.merella@blueberrypie.it

Associazione Studentesca Blueberrypie

Università Commerciale "L.Bocconi"

<http://www.blueberrypie.it>

14 Ottobre, 2002

Abstract

Il dibattito sull'ADSL si è fatto molto interessante, da numerosi quotidiani e riviste si avanzano teorie e strategie di sviluppo banda larga, così come le implicazioni che una sua diffusione porta in evidenza. Il problema italiano è di tipo tecnologico o di altra natura?

1 Cosa succede nel mercato italiano?

Il mercato delle connessioni ADSL è in forte movimento, sia sul fronte demand (il numero di abbonati è in continuo aumento) sia sul fronte supply (assistiamo ad un moltiplicarsi di offerte e pacchetti di "ore" di connessione a banda larga).

Come asserivo altrove [1] la diffusione delle connessioni a banda larga risulta, in Italia, fortemente in ritardo. L'ostacolo non è certo di tipo tecnologico, basti pensare che solo nel '97 abbiamo assistito ad una diffusione di massa del modem a 56k, mentre già dall'89 era ben collaudata la tecnologia DSL (Digital Subscriber Line), un protocollo studiato per il VOD (Video On Demand); poi si è pensato di introdurre una via intermedia, per così dire, con una trasmissione asimmetrica, ecco l'ADSL.

Appurato che le tecnologie esistono e sono disponibili, si evince che le problematiche riguardano piuttosto un sistema di prezzi, che si presenta inadeguato ad una diffusione dell'ADSL, la situazione è per alcuni versi simile a quanto si è verificato

per il dial-up, con le dovute proporzioni, in quanto non è presente l'elemento novità "sono on-line".

2 Il dibattito sull'ADSL

Il dibattito sull'ADSL si è fatto molto interessante, da numerosi quotidiani e riviste si avanzano teorie e strategie di sviluppo banda larga, così come le implicazioni che una sua diffusione porta in evidenza.

Gli utenti connessi ai servizi di ADSL sono attualmente 600mila, le stime dello Yankee Group prevedono un raddoppio entro il 2005.

Attualmente chi si connette tramite banda larga, rappresenta una fascia medio-alta di utenza e dunque anche le applicazioni che sfruttano le potenzialità della banda larga devono essere rivolte ad un determinato pubblico; concordo, dunque, con Chiantia [2] nel giudicare i "reach media", forme di pubblicità con target di un certo profilo.

3 Il sistema dei prezzi

Il calo dei prezzi di connessione è iniziato già dall'anno scorso, il mercato dell'ADSL osserva una periodica revisione delle offerte di accesso al web tramite banda larga, sempre più complesse, riguardanti la banda utilizzabile (ma non per questo garantita). I profili delle offerte ottemperano anche la possibilità di connettersi con un router ADSL con una banda fino a 2Mbps.

Ecco un'altra contraddizione, pensiamo ad offerte simili a quella di FastWeb, è possibile connettere fino a tre pc in rete (una piccola rete domestica) ma tanti computer dove possono trovare sistemazione in un appartamento cittadino?

Non dimentichiamoci un punto importante, il servizio ADSL risulta "conteso", poiché la banda a disposizione è contesa con gli altri utenti, difatti il rapporto per contratti business è di 20:1 mentre quello home è di 50:1. Sarà per questo che si evita una flat access.

Le contraddizioni continuano (si veda [1]), Telecom ha presentato una nuova offerta: "Alice Time", rispolverando il vecchio modello della tariffazione a minuto, una strategia discutibile. Anche Fastweb, seguendo la scia di Telecom, propone

un'offerta basata sui minuti di connessione, mettendo però in risalto un aspetto interessante, l'effettivo unbundling fisico che permetterebbe di collegarsi direttamente alle centrali FastWeb (e dunque alla fibra ottica) evitando i c.d. "colli di bottiglia".

4 Conclusioni

Repentini cambi di direzione nella politica di promozione della rete ADSL, da parte dei provider, sottolineano la necessità di una ricerca di efficienza in un contesto mutevole.

Se guardiamo al Regno Unito, osserviamo che, come ultimamente ha fatto notare l'Oftel (organo di controllo del settore delle Telecomunicazioni in UK), il numero di connessioni è raddoppiato negli ultimi sei mesi. I consumatori possono accedere alla banda larga tramite molti provider, la concorrenza è forte ed ha portato ad una diminuzione dei prezzi (attualmente sui 30-50 euro mensili) rendendo concreta la crescita che fino a oggi si è osservata.

Il Governo italiano ha pronti 75euro di contributo, in finanziaria, per favorire la crescita degli accessi tramite ADSL, certamente una lodevole iniziativa, ma viene da pensare che sarebbero opportune riforme per realizzare, compiutamente, un mercato più competitivo, sana linfa per una robusta crescita economica del settore, ora non più in condizioni di monopolio, né legale né naturale.

Eppur si muove!

References

- [1] P. Merella, ottobre 2002 - ADSL: An Overview; blueberrypie (<http://www.blueberrypie.it>)
- [2] D.Chiantia, ottobre 2002 - I Reach Media - Utilizzi; blueberrypie (<http://www.blueberrypie.it>)