

TLC: DIGITAL360 "SENZA TELCO ITALIA NON COGLIE 4^ RIVOLUZIONE INDUSTRIA"

ROMA (ITALPRESS) - "Senza adeguate reti di Telecomunicazione, l'Italia non puo' cogliere le molteplici opportunita' di sviluppo aperte dalla quarta rivoluzione industriale che stiamo vivendo in questi anni, abilitata dall'internet delle cose, dai big data e dall'intelligenza artificiale. Le reti di telecomunicazione sono un asset strategico di questo paese". Lo ha detto Andrea Rangone, CEO di Digital360, in occasione degli "Stati Generali delle telecomunicazioni, l'Italia alla svolta dell'ultrabroadband", l'evento organizzato oggi a Roma dal Gruppo Digital360 con il patrocinio del ministero dello Sviluppo Economico - Segretariato alle Comunicazioni, in cui autorevoli rappresentanti delle istituzioni, del mondo accademico e dell'impresa si sono confrontati sullo stato banda ultralarga in Italia e i servizi che correranno sui nuovi network. "Nell'ultimo decennio il settore delle telecomunicazioni, sia fisse che mobili, ha subito dinamiche preoccupanti - spiega - da un lato, ha conosciuto una forte contrazione dei ricavi, il 30% dal 2007 al 2016, soprattutto per la riduzione dei prezzi unitari che ha portato benefici per il consumatore, ma rischia di compromettere lo sviluppo sostenibile delle imprese. Dall'altro lato, ha vissuto un gap rispetto ai Paesi piu' avanzati nella copertura con banda larga fissa: nel 2015 in Italia era poco piu' della meta' della media europea. Negli ultimi due anni pero' si e' assistito a importanti miglioramenti: una ripresa della crescita dei ricavi e una forte accelerazione negli investimenti in banda larga che ha portato a recuperare il gap. Questi trend devono diventare permanenti per garantire lo sviluppo sostenibile di un settore cosi' strategico per il Paese".

Secondo Andrea Rangone pero' anche gli operatori di telecomunicazioni devono cambiare pelle, per cavalcare e non subire la quarta rivoluzione industriale: "Le Telco possano ritagliarsi un ruolo importante nei mercati digitali innovativi in forte espansione, come l'eCommerce, i contenuti digitali, il cloud computing, il mobile business, l'internet of things - sottolinea - mercati in cui possono sfruttare alcuni asset come la relazione diretta con gli utenti, l'utilizzo della sim dei cellulari, la presenza della rete, la capillarita' distributiva e il marchio.

Servono audacia e cultura dell'innovazione, purtroppo negli anni passati molti operatori si sono un 'seduti' sui servizi piu' standard, dedicando minore attenzione a servizi innovativi nei mercati digitali".

(ITALPRESS).

tan/sat/red 12-Dic-17 13:01.

NNNN