

Premessa: che cosa s'intende realmente per "servizio a valore aggiunto" nella telefonia mobile

Nel segmento della telefonia mobile per il molto tempo si è confuso il concetto di VAS con qualsiasi cosa fosse poco più di una telefonata o di un SMS.

Questo concetto è stato reso ancora più evidente dall'evoluzione dei terminali che, da semplice "telefono", si sono trasformati in macchine fotografiche, lettori MP3 e, ultimamente, con l'avvento del DVB-H, in TV mobili.

E' opportuno pertanto definire la linea di confine tra quello che potremmo definire il prodotto di un "gadget tecnologico" e un reale VAS, cioè un servizio in cui è possibile identificare un valore aggiunto.

In generale, potremmo definire un vero Servizio a Valore Aggiunto il risultato di una **sessione interattiva** tra **rete** e **utente** durante la quale è trasferito "valore" percepibile (e che l'utente è disponibile a pagare) sviluppato attraverso intelligenza (di elaborazione) distribuita a vari livelli nella rete stessa.

Questo tentativo di trovare una definizione che va un po' oltre la percezione soggettiva di valore ma trasferisce questo concetto a qualcosa di tangibile e quindi oggettivo, esclude automaticamente tutto quanto è semplice "downloading" come ad es. gli MP3, le suonerie o i video.

Eliminando quindi questa categoria di oggetti, non resta gran che sul mercato (specialmente in termini di fatturato) e pertanto, proprio nell'ambito della precedente definizione e cioè dei **servizi interattivi**, riteniamo esista (in futuro) un'ampia finestra di opportunità di sviluppo sia per gli operatori mobili sia per gli imminenti operatori "virtuali".

Fino ad ora, infatti, il mercato radiomobile è stato governato da operatori che potremmo definire tradizionali e di carattere generalista, in termini di servizi, quali TIM, Vodafone e Wind che si sono dati battaglia principalmente sul terreno delle tariffe.

Anche 3, pur muovendosi su un terreno d'innovazione tecnologica (la *videotelefonata*) ha fortemente utilizzato l'arma del *sussidio del terminale* incrementando per lo più i segmenti del 2° o 3° numero (non è un caso che in Italia ci siano 80M.ni di SIM su 50Mni di persone attive).

Il riferimento ai **nuovi entranti** non è quindi casuale, poiché in un mercato in cui molto si è fatto sul taglio delle tariffe solo attraverso lo sviluppo di servizi focalizzati (anche utilizzando una segmentazione spinta del mercato) sarà possibile creare valore per i nuovi operatori.

¹ Vicepresidente di Solving International, Responsabile Osservatorio WiMax in ANFoV

Le opportunità dei nuovi entranti (MVNO) basate sulla gestione e creazione di nuovi VAS

Si considerino alcuni esempi di famiglie di VAS:

Il segmento dell'Informazione interattiva legata al concetto di "localizzazione":

- Navigazione attraverso mappe personalizzate con layer informativi differenti
- Turismo
- Eventi (sport, entertainment, ..)
- Traffico
- Emergenze (sanità, sicurezza)

trasmessa sia on-demand (push) o automaticamente dalla rete (pull).

Piattaforme di Interactive gaming e betting

Ambienti per servizi peer-to-peer

Sistemi di controllo per servizi machine-to-machine configurabili dall'utente (telecontrolli, allarmi,...)

Piattaforme di mobile payment

Sistemi di mobile Knowledge management

Il controllo di quella porzione della **catena del valore** che consente la gestione e la creazione dei VAS costituirà, comunque, una condizione necessaria per il successo delle nuove figure di enhanced MVNO, come indicato nel diagramma che segue :



La possibilità di costruire e gestire il servizio si rileverà "chiave" nella fase successiva di sviluppo dei VAS mobili e cioè quella della *personalizzazione*.

In particolare per le future famiglie di servizi H-VAS (high value added service):

- M-payment
- M-advertising
- M-banking
- M-Travel
- M-Culture

- M-P.A. (servizi erogati attraverso i portali della pubblica amministrazione specificatamente realizzati per la mobilità)

In conclusione è utile ricordare e porre attenzione ad un requisito che, nonostante il continuo sviluppo delle tecnologia, rimane un elemento-chiave per questi servizi e cioè il livello di USABILITA' anche espresso come "facilità di accesso al servizio".