

È tempo di "mobile generation"

Cadono le barriere spazio-temporali che fino a qualche anno fa obbligavano il manager a lavorare solo in ufficio. Grazie al wireless e a portatili sempre più leggeri la rete è ora accessibile ovunque e in qualsiasi momento. Intervista a Dario Bucci, Amministratore Delegato di Intel

Una recente ricerca del Gartner Group rileva che entro il 2010, il cambiamento di stile di lavoro e l'arrivo delle nuove tecnologie di comunicazione, porteranno il 50% dei lavoratori ad operare in modalità remota. Sfruttando il cosiddetto "different-time in different-place". Un concetto riferito alla caduta di barriere spazio-temporali che fino al decennio scorso legavano in modo indissolubile il lavoratore con il posto fisico in ufficio. Dunque stiamo entrando in un'era di mobilità, con la possibilità di collegarsi a reti aziendali e condividere risorse/informazioni, utilizzando sistemi portatili abbinati a reti Wi-Fi. Tra i protagonisti di questa evoluzione (o meglio rivoluzione), si impone Intel, leader mondiale nella produzione di chip per computer. L'azienda californiana che al-

l'inizio degli anni Settanta predisse, con la legge di Moore, lo sviluppo esponenziale della tecnologia microelettronica. Per sapere che cosa sta accadendo nella comunicazione mobile, Master Meeting ha intervistato Dario Bucci, 46 anni, da gennaio 2001 amministratore delegato di Intel Italia.

Secondo Idc, il mercato europeo delle reti wireless, in ambito pub-

blico e aziendale, crescerà del 50% fino al 2005 superando 25 milioni di utenti. Nel nostro paese si passerà dagli attuali 500 mila ad oltre 2,5 milioni. Ci può spiegare a che cosa è dovuto questo sviluppo?

«Queste cifre sono interessanti e indicano un mercato in forte crescita: quello della "mobile generation", collegata a Internet senza fili e in modo ubiquo. Diciamo che lo sviluppo maggiore si è avuto da marzo di questo anno, quando abbiamo introdotto l'innovativa tecnologia Mobile Centrinio. Per la prima volta Intel, non ha pensato solo in termini di processori ma ha proposto "da zero" una nuova architettura, pensando ad un diverso modello d'uso del Pc».

Ci può spiegare meglio di che cosa si tratta?

«Già da qualche tempo ci chiedevamo quali fossero le richieste di chi desidera lavorare con un notebook e un dispositivo mobile con la stessa semplicità dell'ufficio. La conclusione è semplice: gli utenti chiedono una buona autonomia di lavoro, con batterie che consentano oltre 5-6 ore di operatività ininterrotta. Ma anche la possibilità di collegarsi a Internet in modalità wireless a banda larga, per velocizzare il download di file e programmi. Ed infine, desiderano che il peso degli apparecchi per la comunicazione mobile, da portare in borsa, sia il più contenuto possibile».

Così avete racchiuso queste esigenze nella tecnologia Centrinio. Integrandolo nello stesso chip mobilità, autonomia e potenza di calcolo?

«Certo. E il riscontro di mercato è stato subito forte. Perché nel terzo trimestre Intel ha aumentato i profitti medi in gran parte per merito di Centrinio. Inoltre abbiamo lanciato il programma Wireless Verification, ▶



Dario Bucci, amministratore delegato Intel

Un tecnico del laboratorio della FAB 11 di Portland (Oregon) al lavoro nel "santa sanctorum" dei chip, la camera speciale in cui l'aria è 100 volte più sterile che in una sala operatoria. Sotto: il processore Intel Centrino impiegato soprattutto sui notebook per consentire la connessione a Internet senza fili, il cosiddetto Wireless



per verificare la compatibilità dei punti di accesso (gli hot spot), con la tecnologia Centrino. Affinché i risultati completamente automatici dell'aggancio in rete del notebook dell'utente. Ebbene il programma ha coinvolto oltre 80 service provider nel mondo e Intel ha già certificato 24 mila punti di accesso. Solo in Italia abbiamo oltre 500 hot spot pubblici, senza contare ovviamente quelli privati e residenziali».

Ma allora il fenomeno della "mobile generation non interessa solo l'ambiente business?

«Questo mondo della mobilità ubiquita muove ora i primi passi. Ecco perché non ci rivolgiamo solo alle applicazioni dell'uomo d'affari che si sposta dall'aeroporto all'albergo. E che utilizza il proprio Pc in sale congressi e conferenze».

Chi sono gli altri utenti interessati al Wi-Fi?

«Guardiamo anche alla mobilità in ambito domestico, in cui si può fruire di banda larga e contenuti multimediali in qualsiasi stanza della casa. E pensiamo anche alle centinaia di migliaia di Piccole e Medie Imprese italiane. Aziende con meno di 5-10 dipendenti con una struttura cablata di computer. Ebbene queste aziende, senza rompere muri e fare passare cavi nell'edificio possono collegare i Pc in modalità wireless. Inserendo a basso costo (qualche centinaio di euro) degli hot spot privati. Si parla in

questo contesto di reti wireless (W-Lan) per gestire la mobilità in spazi ridotti».

E per quanto riguarda gli hotel?

«Anche qui il mercato italiano si sta muovendo a passi rapidi. La tendenza attuale è quella di coprire con qualche hot spot le hall d'ingresso, le aree comuni, nonché le sale conferenza e congressuali. Per ora gli albergatori non pensano ai singoli piani, perché nelle camere sono già presenti le infrastrutture della Tv interattiva e l'accesso cablato alla banda larga. Con una buona gamma di servizi offerti ai clienti».

Come viene rilevata la presenza di un Hot Spot da parte dei notebook con tecnologia Centrino?

«In modo semplice ed automatico. Poiché l'utente viene avvisato di essere in copertura Wi-Fi con l'apparizione sul desktop dell'icona "connessione a rete senza fili". Da quel momento può scambiare messaggi di posta elettronica, navigare su Internet. E nel caso delle Lan aziendali accedere al server di rete».

E il pagamento dei servizi come si effettua?

«Per ora siamo in una fase iniziale dei servizi, con la copertura a macchia di leopardo e l'utilizzo di carte prepagate fornite in genere da hotel e centri congressi. Ma il mercato si avvia alla maturazione, per cui si possono ipotizzare due tipologie di pagamento. I grandi operatori di telefonia mobile, prima scettici verso una tecnologia che intacca i loro interessi, iniziano a capire che possono integrare la fatturazione del cellulare con quella dei servizi Wi-Fi. Mettendo in atto forme unificate di billing, come si fa per il roaming dei cellulari. Questa è una visione europea».

E l'altra procedura di pagamento?

«Diciamo che la seconda modalità è più anglosassone e prevede l'utilizzo diretto della carta di credito, come un passepartout per accedere al Wi-Fi. In pratica quando il computer rileva la presenza di un punto di accesso, vengono indicati i costi e i servizi di quello specifico hot spot, con la richiesta del pagamento sulla carta stessa».

Umberto Torelli

