

Intervista all'amministratore delegato di e.Biscom. «Dopo l'ubriacatura per l'alta tecnologia si torna a guardare ai ritorni degli investimenti»

# Scaglia: new economy? Un bluff se mancano i progetti industriali

Il manager che guida uno dei gruppi più dinamici delle telecomunicazioni e dei nuovi media spiega come il settore delle tecnologie avanzate stia diventando sempre più selettivo e orientato alla redditività. «Non ci siamo avventurati nella corsa all'Umts: era troppo rischioso». La scelta dell'editoria-web e della cablatura delle città

Un capitolo delle considerazioni finali del governatore della Banca d'Italia Antonio Fazio all'assemblea di giovedì scorso è stato dedicato alla Borsa di Milano.

Nel 2000 Piazza Affari è stata l'unica, fra i principali mercati azionari mondiali, ad aver chiuso in positivo, ma la vera "star" è stato il Nuovo Mercato, che ha contribuito con 42.807 miliardi ai 58.380 totali di nuova capitalizzazione, valore che complessivamente ha raggiunto quota 1.573.109 miliardi di lire (il 69,7% in rapporto al Prodotto interno lordo, in sigla Pil), contro i 325.568 del 1995.

Lo scorso anno, inoltre, hanno fatto ingresso in Borsa 45 società (27 nel '99), in gran parte proprio sul Nuovo Mercato (31 contro 6 del '99). Un successo al quale, però, nell'ultimo periodo ha fatto da contrappeso il progressivo cedimento delle quotazioni di molti titoli, per la crisi che ha investito il settore delle telecomunicazioni, fulcro della "new economy". E proprio questo è lo spunto da cui parte l'intervista del "Secolo XIX" a Silvio Scaglia, amministratore delegato di e.Biscom, uno dei principali protagonisti a livello europeo dell'economia legata alle telecomunicazioni, a Internet e all'alta tecnologia.

LUIGI LEONE

**I**gegner Scaglia, lei abbandonò la gara per i *supertelefonini* Umts fra lo stupore generale, suscitando anche qualche sorriso di commiserazione. Oggi le danno tutti ragione: come nacque quella mossa a sorpresa?

«All'epoca erano sei anni che mi occupavo di telefonia mobile e dell'Umts conoscevo bene gli *economics*. A me parve chiarissimo che non ci fossero i presupposti per un'avventura con margini di rischio compatibili».

**Solo un colpo di genio, non qualche informazione di primissima mano?**

«Nessun colpo di genio

e nessun segreto carpito. Le informazioni necessarie stavano sotto il naso di tutti: tempi lunghi per l'introduzione dell'Umts, ritorno assolutamente incerto sugli investimenti. I quali, oltretutto, crescevano, crescevano e crescevano, vuoi per il costo stesso della tecnologia, vuoi per le assurde pretese dei governi, che con le gare hanno pensato, e alcuni ci sono pure riusciti, di rimettersi *le ossa a posto*. Devo dire che allora la scelta di e.Biscom non fu condivisa dal mercato e il titolo perse qualche punto percentuale, ma io vado fiero di quella decisione e mi fa piacere che qualcuno

se ne ricordi».

**La vicenda Umts può essere la spia di una *new economy* che sta esaurendo la benzina?**

«A me non è mai piaciuto

parlare di *new economy*, perché l'economia non ha bisogno di aggettivi: è sbagliatissimo, infatti, pensare che il settore dell'alta tecnologia abbia regole diverse da quelle canoniche».

**Di diverso, però, ci sono gli arricchimenti enormi e fulminei. Lei stesso ne è un esempio vivente.**

«Guardi, gli arricchimenti sono come certe belle donne, buoni per il *gossip* e le storie di copertina... Comunque, io guardo a e.Biscom come guardavo a Omnitel quando è partita: tanti investimenti ma anche

tanti ritorni, molto elevati, su ogni cliente che si collega in rete. Ecco, se vogliamo, la diversità rispetto alle dinamiche che abbiamo sempre conosciuto è proprio l'*effetto rete*, che consente mano a mano di crescere sempre più velocemente».

**Il fatto è che per molti la corsa si è fermata nel peggiore dei modi, andando a sbattere.**

«E si sorprende? E' per questo motivo che quando si parla di economia gli aggettivi non servono. Servono, invece, i progetti industriali, investimenti certi e ritorni altrettanto sicuri, avendo chiaro chi paga e quali sono i margini per i servizi che si vanno a fornire. Non è un caso che sia mutato il bilanciamento dello scenario: un anno fa si lottava tutti contro il tempo, perché c'era una continua proliferazione di nuovi

concorrenti, oggi è tornato importante fare un uso puntuale delle risorse finanziarie disponibili».

**Vuol dire che dopo esserci tanto riempiti la bocca di new economy dobbiamo abituarci all'idea che, in realtà, sotto il cielo non c'è niente di nuovo?**

«L'ubriacatura si sta smaltendo e l'attenzione sta giudiziosamente tornando sugli investimenti e sui costi: questo rallenta un po' lo sviluppo dei progetti, però rafforza quelli vincenti. Il mio socio Francesco Micheli fa sempre un paragone con i primi tempi dell'aeronautica: ognuno aveva la sua macchina volante, ma nove su dieci si piantavano dopo venti metri. Poi, però, qualcuno ha volato e ha cambiato il mondo. Ecco, nel nostro settore ora si comincia a capire quali sono le macchine che volano e quali no».

**Però quei venti metri in cui tutti sono rimasti per aria sono costati rovinose cadute a molti risparmiatori: la Borsa era diventata una lotteria alla quale sembravano poter vincere tutti, le aziende e le famiglie.**

«Sulle famiglie c'è poco da dire, se non ripetere il vecchio ammonimento che la Borsa è come l'esplosivo o, se preferisce, come il cristallo: da maneggiare con cautela. Dal punto di vista delle aziende posso solo guardare in casa mia: noi abbiamo oltre 2.000 miliardi di liquidità netta e quindi i soldi necessari per portare a termine il nostro progetto senza preoccuparci dei mercati. Va detto, però, che se un anno fa il pendolo si era eccessivamente spostato sul lato dell'ottimismo, ora è sbilanciato su quello

del pessimismo. Il dato oggettivo è che ogni impresa ha bisogno del tempo necessario per arrivare all'utile, creare cassa e, soprattutto, creare il valore del proprio progetto».

**Il vostro punta all'integrazione voce-dati-video, realizzando sul serio il Grande Fratello. Lei lo sa, vero, che non è solo una trasmissione televisiva...**

«Però il nostro Grande Fratello, se vuol chiamarlo così, lo trovo lo stesso molto divertente... Il fatto è che la rivoluzione tecnologica non è assolutamente finita e che dovremo confrontarci con una nuova dimensione: siamo stati abituati a essere in contatto vocale, con

Internet abbiamo imparato a essere in contatto con l'interazione di testi, ora andiamo verso una piena interazione video, che avrà la stessa semplicità d'uso di un telefono. Questa nuova dimensione cambierà le nostre abitudini in modo radicale, probabilmente al di là quanto immaginiamo».

**Una dimensione che spinge e.Biscom verso l'editoria, dove peraltro siete già presenti con il Nuovo, il primo internet-giornale, e con l'agenzia Ap.Biscom. A quando la televisione?**

«Noi non avremo la televisione, ma tutte le televisioni che stanno a casa dei milioni di potenziali clienti. Il bello è che ognuno deciderà quale programma vedere semplicemente attingendo al grande magazzino che gli metteremo a disposizione. E' l'editoria dei contenuti attivi, che fa leva sulle libere scelte delle persone, non più soggetti resi passivi dai palinsesti. Con tutto il ri-

spetto per chi fa palinsesti, difatti le nostre televisioni offriranno anche i canali che tutti già conosciamo».

**E' anche questo ad aver attirato l'attenzione di Morgan Stanley, che vi ha inserito nel suo indice?**

«E' una notizia fresca e ci fa molto piacere, ma c'erano altri segnali importanti, come l'interesse dei media stranieri. Il punto è un altro: nel mondo ci si sta accorgendo come in un Paese un po' improbabile quale l'Italia noi abbiamo creato la tecnologia che nelle telecomunicazioni sarà vincente a lungo termine. Oggi, chiunque pensi a una rete di tlc senza avere problemi di sistemi esistenti pensa a un'architettura come la nostra».

**E' una scelta che va controcorrente: mentre le altre società scommettono sulla commercializzazione dei servizi, voi vi siete buttati per strada, è il caso di dirlo, a cablare le città. A parte che non rompete solo vie e marciapiedi, ma pure le cosiddette a sentire le gente, che logica c'è? Tutti un po' scemi gli altri?**

«Ci muoviamo nella convinzione che l'Italia, per le piccole e medie aziende e per le famiglie, non ha reti di accesso alternative al doppino di Telecom. E il doppino è superato, perchè costa troppo rispetto a quello che dà e porta troppo poco. Anche pomandolo ha sempre limiti molto forti. La logica, quindi, è semplicissima: per chi sta nel business è opinione diffusa che quando c'è posto per uno c'è anche per due. Un po' come a tavola, no? Noi crediamo di portare dei vantaggi obiettivi di servizio e di posizione e vediamo ottime

opportunità in Italia e in Germania. Quanto agli scemi, in giro non ne vedo. E' una questione di scelte e di strategie: ognuno ha le sue».

**La vostra offerta...**

«Aspetti, mi lasci aggiungere una cosa sul fatto che rompiamo. E' vero e com'è giusto ci scusiamo per i disagi, ma possiamo dire senza tema di smentita che davvero stiamo lavorando per voi. A Genova, tanto per restare a casa sua, i lavori saranno ultimati entro il 2003 e il gioco vale la candela, perchè con la cablatura si entra nel futuro e accumulare dei ritardi potrebbe rivelarsi fatale per una città abituata a stare in prima fila».

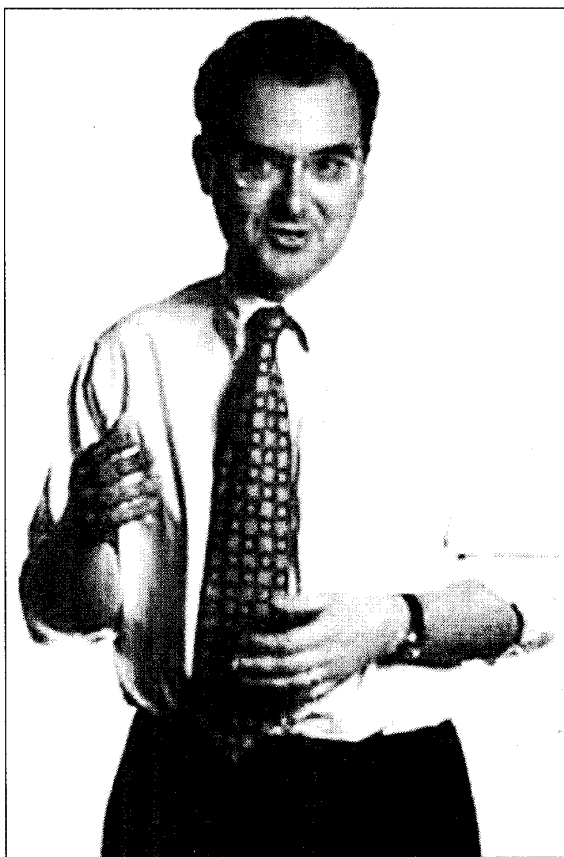
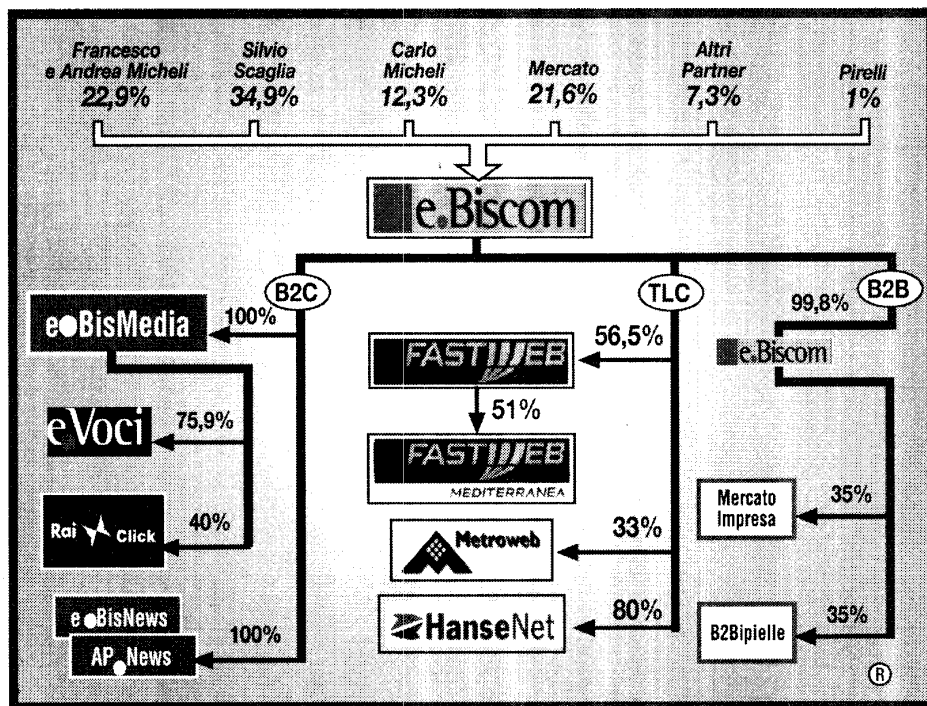
**Le passo lo spot se mi risponde con sincerità: vi presentate con un'offerta tutto compreso, persino l'iva, ma non è che una volta accalappiati i clienti rifletterete la sola dei prezzi che aumentano? Come dice Giuliano Amato, i cavi mica si consumano...**

«Amato ha ragione e le rispondo uscendo da una logica di appartenenza aziendale. Siccome il mondo sta andando verso una connessione a banda molto larga, nessuno andrà più a guardare se passano bit di voce, di dati o di video e le società faranno la stessa scelta: un costo mensile per accedere a una connettività in cui si muovono tutti i servizi».

**I prezzi, ingegnere, i prezzi: mi aspettavo che almeno trovasse una buona scusa per motivare prevedibili aumenti.**

«Non succederà. E mi voglio rovinare, non lo dico solo per quanto ci riguarda: il bello del libero mercato è che i prezzi casomai tenderanno a scendere».





**Silvio Scaglia** amministratore delegato di e.Biscom

**CARTA D'IDENTITA'**

**L'ingegnere dei telefonini "allevato" tra i grandi consulenti**

**S**ilvio Scaglia è nato il 14 ottobre del 1958 a Lucerna, in Svizzera. Laureato in ingegneria elettronica al Politecnico di Torino, dopo una breve esperienza in Aeritalia Spazio entra nel management consulting di Arthur Andersen e, nel 1986, sbarca alla Bai Cuneo e Associati, dove si occupa della definizione di progetti di strategia, di marketing e organizzazione. Nel '91 è alla Piaggio, dapprima come direttore generale della Motovespa Spa a Madrid e, poi, come senior vicepresidente delle attività extraeuropee, gestendo società in Cina, India, Indonesia, Singapore e Sud America. Nel 1995 entra in Omnitel come direttore generale, diventandone amministratore delegato l'anno successivo. Nel luglio '99 lascia la compagnia dei telefoni cellulari e insieme con Francesco Micheli e altri partner fonda e.Biscom.