



+ H2O - CO2 = BASSO COSTO

L'alta tecnologia ecocompatibile conquista i mercati poveri

Da D di Repubblica - di Alessandra Iadiciccio

L'ultimo ritrovato in fatto di alta tecnologia a basso costo ha il sapore e l'aneddotico colore della scoperta dell'acqua calda. E' perfino più economico e più ecologico, anzi. Perché sarà l'acqua fredda, la più corrente e comune - comunemente detta "acqua del sindaco" - a ricaricare i telefonini, stando a quanto promettono Motorola e Angstrom Power presentando il prototipo del cellulare a idrogeno appena messo a punto. La fonte o, se si preferisce la fontana, destinata a fornire H2O per alimentare, con una semplice reazione chimica, il ricaricatore non potrebbe essere più a portata di mano: aperta e chiusa ad libitum con la valvola del rubinetto di casa. L'energia che se ne potrà estrarre sarà anche più pulita di quella fornita grazie agli esperimenti con il metanolo e le cellule di carburante per dare nuovi impulsi al mercato dei cellulari. Più rosea, infine - o verde - la prospettiva per gli utenti che, se ancora non hanno in tasca il prodigioso telefonino autoricaricabile (ma il pioniere delle nuove tecnologie Angstrom Power, incoraggiato dall'interesse del mercato, assicura l'imminente realizzazione del progetto), già pregustano il giovamento per le proprie tasche. E il divertimento di giocare al piccolo chimico tra le mura domestiche.

PHONE SHARING E GIOCO DI SQUADRA

Con la staffetta del phone sharing, cellulare unifamiliare, o telefonino di gruppo che passa di mano in mano come un testimone tra gli utenti che ne suddividono i costi senza dividerne i servizi personali. E riservati. Il telefonino in multiproprietà era de facto in realtà nei Paesi poveri dove, se solo il capofamiglia poteva permettersi il lusso - o arrogarsi il diritto - di detenere un apparecchio da mettere eventualmente a disposizione di consorte e prole, i figli si organizzavano per dotarsi di telefonino da gestire in comune con gli amici. Già la metà degli indiani e dei pachistani, il 30% dei vietnamiti telefonano per necessità "collettivamente", rivelano le statistiche.

Ne ha tenuto conto Nokia per lanciare sul mercato dei Paesi emergenti due modelli studiati ad hoc per tali esigenze. Sono il 1209 e il 2600 classic, hanno entrambi una rubrica condivisibile da cinque persone, duecento numeri memorizzabili, design semplice, funzionamento intuitivo. E prezzi da 35 euro, il primo, e 65 euro, il secondo. Se la necessità (economica) di collettivizzare il telefonino l'azienda finlandese ha fatto virtù (tecnologica) inventandosi gli apparecchi a utenza multipla, gli utenti potranno a loro volta avvalersi di un'urgenza di risparmio per dettare una nuova linea (telefonica) di tendenza. E una nuova moda. "Di fatto è già diffuso nei Paesi più recentemente conquistati al mercato l'uso del trendy del cellulare per scattare foto digitali e in alcuni modelli tecnologie bluetooth per trasferire dati, immagini e suonerie in maniera intuitiva e a prezzi contenuti, afferma Alex Lambeek, vicepresidente della multinazionale scandinava. Il concorrente Samsung Electronics, secondo produttore al mondo di telefonini sta pensando a un cellulare economico - a un prezzo tra i 40 e i 50 dollari - da realizzare in diversi colori per contrastare il maggior rivale. Il nuovo telefonino Samsung, pensato per i Paesi emergenti, è SGH-B500, uno slide phone dualband GSM/Gprs con dimensioni di 88x43x17.9 millimetri per 79 grammi di peso, 3MB di memoria interna, radio FM integrata e player audio.

LA TORTA A PIRAMIDE

Ma i casi di nokia e samsung non sono isolati. Gli altri - pochi - big nella vendita di telefonini portatili detengono una fetta più esigua del mercato globale: Motorola, Sony Ericson, LG Electronics. E la torta che si trovano a dividere è gigantesca e sostanziosa e si pensa che solo l'anno scorso sono stati venduti nel mondo oltre un miliardo di apparecchi. Di interesse "squisito" - per economia e pasticceria - è però osservare la forma della torta. E' fatta a piramide. La sua base, larghissima, è rappresentata dai consumatori dei Paesi con le fasce di reddito più basse, che rappresentano una frontiera decisiva per il futuro sviluppo dell'hi tech. Secondo la Banca mondiale il mercato delle tecnologie di



informazione e comunicazione nei Paesi poveri vale 30 miliardi di dollari. Osservate dalla posizione privilegiata di chi produce, nazioni come Bangladesh, Pakistan, Nigeria, Kazakistan, Giamaica fanno gola.

AVANGUARDIA O SOTTOSVILUPPO?

“Sottosviluppati” è aggettivo fuori moda e senza attribuito a Paesi dove regnano povertà e vistosa scarsità d’infrastrutture. A tale penuria supplisce la tecnologia. In Kenya e Sudafrica, per dire, è assai diffusa l’abitudine di utilizzare il cellulare come un bancomat. Grazie i servizi innovativi il credito telefonico può essere trasferito a distanza e diventa moneta reale, integrando le carenze della rete di sportelli e agenzie nelle aree rurali. In India gli abitanti dei villaggi camminano anche 20km pur di ricaricare la batteria del telefonino.

Nonostante la scarsità di corrente elettrica e di copertura dei network, in Asia e Africa il telefonino sta diventando una chiave di accesso a strutture primarie per lo sviluppo. Tra i paesi ricchi e quelli e quelli poveri si riduce quanto meno il divario digitale. E, con l’hi tech a low cost, gli acquisti decollano. Ha un che di epico, viste le dimensioni dei protagonisti, l’incontro fra il colosso At&t e la popolazione indiana che consta di un miliardo e cento milioni di abitanti e prossimi potenziali acquirenti di telefonini. Per affermarsi su questo sterminato mercato la società statunitense ha di recente siglato un accordo con Mahindra Telecommunications per acquistare licenze nelle 22 zone in cui è diviso il mercato indiano. Secondo quanto riportato dal Times, At&t otterrà il 74% della joint venture. E il gigante americano, che negli Usa registra 63,7 milioni di utenti, si espanderà nel paese asiatico al ritmo di 8milioni di nuovi clienti al mese.