# Lugano, città-campione per capire la Svizzera

L'incontro a Lugano con il capo di Orange a margine di Ticino Informatica è stato un'occasione per una riflessione sulle potenzialità della regione in tecnologia e telecomunicazioni.

*di* **CORRADO BIANCHI PORRO**

Emilio Aliverti con il CEO di Orange Communications, Andreas Wetter.

Andreas Wetter, da una decina d'anni CEO di Orange Communications, è stato ospite di Ticino Informatica. Lo abbiamo incontrato con Emilio Aliverti l'altra sera all'Orange Dinner all'Arté di Lugano Cassarate assieme agli attori principali del mondo finanziario, imprenditoriale e accademico della nostra regione. Ne parliamo con Emilio Aliverti, responsabile in Ticino di Orange Communications.

**Quali le evoluzioni?**

Orange sta investendo molto in Ticino soprattutto negli ultimi due anni. Perché ritiene il Ticino molto importante anche perché la clientela della regione è particolarmente vicina a quello che Orange offre, in particolare per il dinamismo che dimostra e l'interesse vivo rispetto alle tecnologie. Per esempio, abbiamo lanciato l'internet a banda larga senza fili a Lugano prima che a Zurigo o a Ginevra.

**Per quale motivo?**

Lugano è una città interessante, dinamica. Per lanciare un prodotto, per testarlo, si trova nella situazione ideale, dialoga con la Svizzera interna e col sud. Inoltre, nel caso specifico, abbiamo un accordo con AIL che rivende la connessione a internet col prodotto AIL Wire Free, il pacchetto consente al fornitore di corrente di dare qualcosa in più ai propri clienti. Si tratta di una connessione internet ad un prezzo più basso rispetto a quello degli altri operatori. All'interno di questo accordo, si è deciso di sostenerli utilizzando Lugano come città campione.

**Puntate su clientela aziendale e privata?**

Come responsabile di Orange in Ticino vorrei ricordare in particolare due segmenti. Quello degli studenti, per i quali abbiamo delle offerte specifiche, con prezzi vantaggiosi che consentono di risparmiare e telefonare gratuitamente in determinate fasce orarie. Abbiamo la connessione a internet a banda larga a prezzo ridotto per gli studenti. Più in generale, stiamo studiando di collaborare per esempio con l'Università sia con la Facoltà di comunicazione che di informatica. Per sostenere il lavoro che gli studenti stanno facendo al fine di promuoverlo anche in tutta la Svizzera. È ad esempio successo che tre ragazzi di informatica, due ticinesi e un neozelandese abbiano presentato un loro lavoro sperimentale sulla posta attraverso i telefonini al nostro amministratore delegato e il 20 di novembre lo ripresenteranno alla direzione generale di Orange a Losanna e in prospettiva al gruppo, perché è una iniziativa estremamente interessante. Questo legame che stiamo cercando di instaurare con l'Università, riteniamo sia importante e significativa per noi e per loro.

**L'altro segmento importante?**

Sono quelle persone alle quali piace avere il telefono dell'ultima generazione e all'ultima moda, con la tecnologia più evoluta possibile. Questi due segmenti in Ticino sono più forti rispetto al resto della Svizzera.

**C'è l'influenza del mercato italiano?**

Probabilmente è così, magari si avverte l'influenza della stampa, delle pubblicità che arriva anche dall'Italia e tutto ciò sicuramente influisce.

**A livello aziendale?**

Lavoriamo a 360 gradi, sia sulle piccole imprese, sugli uffici dei professionisti come sui grossi clienti. Fino a poco tempo fa questa era un'area in cui non eravamo molto forti. Ma i prodotti che abbiamo a disposizione, le soluzioni Taylod Made, ci stanno consentendo davvero di raggiungere una clientela importante sia nella Svizzera italiana che oltre Gottardo. Cito: ST Microelectronic, Campari, Mc Donald's, Coop, etc. Sono nomi importanti che ci consentono di allargare le nostre prospettive di business.

# «Non la tecnologia, ma sempre l'uomo al centro»

**Si parla sempre di questa giungla dei prezzi: è così?**

È vero, è una giungla e spesso e volentieri quello che può sembrare il prezzo più interessante, in realtà non corrisponde al comportamento del cliente: pur sembrando il prezzo più interessante, di fatto non lo è. Noi abbiamo un piano prezzi che si chiama Optima che adatta la tarifficazione a seconda dei volumi di traffico. Se io un mese chiamo molto, allora applica la tariffa che mi consente di avere un prezzo più basso per ogni chiamata. Se il mese successivo non ho bisogno di telefonare molto, allora si adatta applicando una tariffa più conveniente.

**Come un boa che si adatta a seconda del cibo che mangia?**

Esatto. Questo sistema che si adatta al comportamento dei clienti, dal nostro punto di vista, rispetto al "parlo un'ora e pago un minuto", spesso poi accade che un'ora non si parla mai. Quindi perché impegnarmi a questi comportamenti standardizzati, quando l'approccio cambia da mese a mese o persino da un giorno all'altro? Cerchiamo in sostanza di offrire dei prodotti che in realtà siano più attenti al comportamento del cliente che al prezzo apparentemente più conveniente. Su Optima abbiamo aggiunto tre chiamate gratis: tre numeri "amici" che si chiamano gratuitamente. Così capita di avere papà, mamma e bambino con lo stesso piano prezzi, o l'amico, l'amica che si chiamano senza dover pagare nulla.

«Un appoggio all'Università».

**I giovani sono più sensibili a queste offerte?**

Molto più attenti, mentre per chi può permettersi di più c'è il piano prezzi Maxima che ha una tariffa fissa all'interno della quale tutte le chiamate ai telefoni fissi od Orange sono gratuite e incluse. Insomma, per noi non la tecnologia al centro, ma il cliente, con piani prezzi che si adattano al comportamento del cliente.

**Quali novità da Ticino Informatica?**

Ricordo il modem USB HSDPA. È sostanzialmente una penna USB autoinstallante senza bisogno di CD. Si collega al LapTop, a qualsiasi macchina e consente di navigare ad esempio a Lugano con velocità fino a 3,6 mbs confrontabile a quella dell'ADSL. È comodo da usare, lo si può utilizzare su diversi computer e anche qui c'è un'offerta per gli studenti. L'altro prodotto molto interessante è un telefono fisso (Office Flex) che non ha bisogno del cavo della linea fissa. Ha una Sim dentro, la cornetta, il viva voce, un display per mandare e ricevere gli SMS, si carica la batteria e si può portare in giro. Ha una tariffa del tutto simile a quella della telefonia fissa, però non è un telefono fisso. Per cui per le aziende che si stanno riorganizzando e hanno bisogno di uffici temporanei, per i cantieri, per le esposizioni, le fiere, per una sala meeting improvvisata, è realmente l'ideale.