

Economia

Telecomunicazioni

Videotex delle mie brame

Due parole misteriose s'aggiungono furtivamente sulla scena dell'informazione: teletext e videotex. Il pubblico è disorientato e confuso, i consumatori tacciono. Nessuno osa intervenire. Eppure circolano capitali enormi. Gli studi e la fase di sperimentazione del videotex hanno già inghiottito 150 milioni di franchi (le PTT da sole hanno investito 50 milioni). Evidentemente, di fronte a importi simili, il profano si pone qualche interrogativo. Vediamo.

CERCHIAMO innanzitutto di spiegare come funziona. Il videotex è nato in base alla combinazione di tre elementi delle telecomunicazioni già esistenti: la rete telefonica, lo schermo e le banche dei dati. Per realizzarla occorre però modificare il televisore (spesa fr. 1600 circa) e noleggiare un modem (modulatore/demodulatore) fornito dalle PTT a 12 fr. mensili. E naturalmente bisogna aggiungere la tassa d'esercizio: 12,5 centesimi per ogni minuto di comunicazione con una centrale videotex delle PTT. A differenza del teletext (con il quale di solito lo si confonde), il videotex permette scambi di informazioni, ordinazioni, transazioni bancarie. E dunque un medium che rende possibile un'interazione fra emittenti (banche, aziende, grandi magazzini) e destinatari d'informazioni, in questo caso i consumatori o altre imprese commerciali. Il sistema si rivela molto utile per notizie e dati che mutano rapidamente, per

esempio il corso delle azioni, le offerte di lavoro, le manifestazioni culturali cittadine, orari ecc. Qualcuno l'ha già definito il «piazziista elettronico», una nuova formula di vendita che sfrutta la linea telefonica per introdursi in casa senza bussare alla porta.

Poco entusiasmo

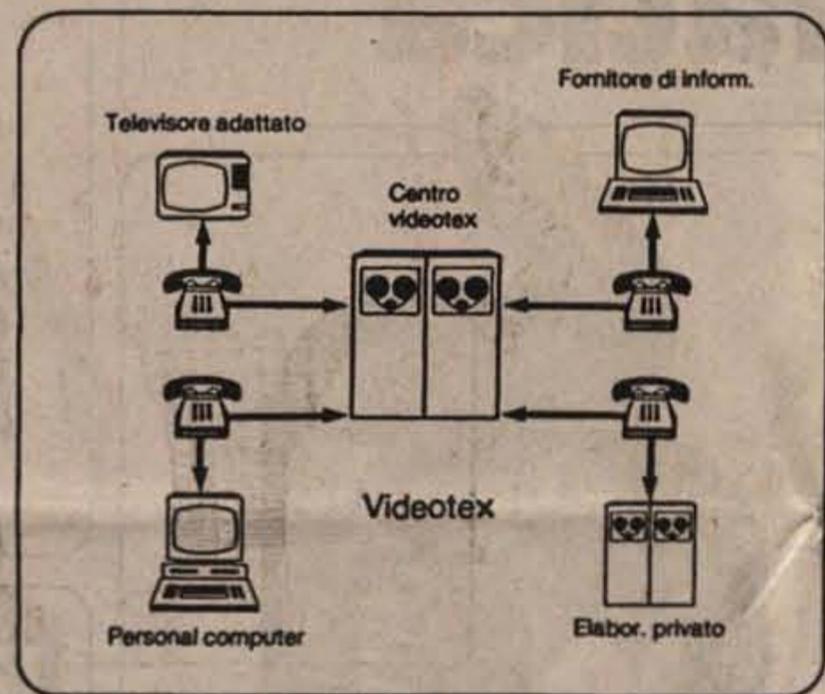
Tuttavia il videotex stenta ad imporsi, almeno in Svizzera. I singoli consumatori, ancora poco avvezzi alle nuove tecnologie telematiche, sono scettici. C'è poi un problema di costi, fattore non trascurabile in un bilancio familiare medio, dove già si accumulano diverse fatture, dalla concessione radiotelevisiva alla bolletta del telefono. L'andamento delle vendite è per ora deludente, affermano gli esperti, rivenditori di apparecchi compresi. Una delusione che le statistiche confermano: quattro anni fa le PTT avevano previsto di raccogliere 260 000 abbonamenti entro il 1990. Finora ne hanno raccolto appena 2200 e nulla lascia presagire che in futuro cresceranno a vista d'occhio.

Insomma: a molta gente il vi-

deotex sembra ancora troppo caro per i vantaggi che offre. Tuttavia in Francia le cose sono andate diversamente. Sono infatti già oltre un milione i *Minitel*, le apparecchiature a buon mercato munite di tastiera e schermo incorporato, smerciate dalle poste francesi. La ricetta francese si è rivelata semplicissima ma vincente: chi rinuncia alla guida telefonica riceve in cambio un *Minitel*, attraverso il quale richiama poi sullo schermo il numero di cui di volta in volta abbisogna. E ovviamente, grazie a questo canale, il sistema si è arricchito di numerosi altri collegamenti.

Chi paga?

Ma da noi i promotori del videotex preferiscono non rischiare, i tempi non sono ancora maturi per seguire l'esempio francese. All'interno delle PTT comunque il clima s'è fatto teso e chi ha investito denaro è diventato impaziente. E comprensibile: da qualche parte bisognerà pur incominciare per mettere a frutto i 50 milioni finora spesi. I sostenitori del videotex propongono per intanto di aumentare le tariffe



Il funzionamento del videotex: l'informazione arriva al richiedente dal fornitore attraverso una centrale intermedia.



Lo stand di Coop al terzo congresso videotex di Basilea. Foto Labhardt

del servizio informazioni (quello raggiungibile con il 111), oggi abbondantemente deficitario (una telefonata costa un franco alle PTT ma soltanto 40 centesimi al richiedente). Tuttavia la partita decisiva si giocherà nella conquista di nuovi abbonati: negli anni a venire bisognerà trovarne da 10 mila a 20 mila, altrimenti addio videotex.

Le riserve

Come sempre succede con le novità, anche il videotex divide l'opinione pubblica in due schieramenti contrapposti, i sostenitori e gli oppositori. Per i primi, il videotex costituisce un passo necessario verso la società dell'informazione totale, un medium popolare alla portata di tutti e di uso quotidiano (come già oggi il televisore, la radio, l'impianto stereofonico, il telefono). In qualità di strumento *on-line* (in grado cioè di allacciarsi ad altre stazioni telematiche esterne), il videotex

Coop al video

Anche il gruppo Coop ha deciso di aderire all'iniziativa videotex. Due i motivi che hanno sollecitato questa decisione:

- migliorare i servizi per la clientela;
- intensificare i contatti con i consumatori.

All'ultimo congresso sul videotex tenutosi a Basilea nello scorso mese di settembre, Coop ha presentato un

ampio programma (mille pagine nelle tre lingue nazionali) zeppo di notizie: dai consigli utili alla scelta dei vini, dalle offerte speciali alla ricetta del giorno. Tramite videotex è possibile farsi socio Coop, abbonarsi al settimanale *Cooperazione*, prenotare viaggi presso l'agenzia *Popularis*, acquistare elettrodomestici per vederseli recapitare a domicilio il giorno dopo. Basta comporre un numero semplicissimo: *7575.

dovrebbe insomma porre le basi della «casa elettronica del futuro».

Per i secondi, invece, finirà per sopprimere posti di lavoro nelle banche e nell'amministrazione, un settore in cui la situazione occupazionale si va facendo sempre più delicata. Secondo l'Unione sindacale svizzera, che ha appena pubblicato sull'ultimo numero della *Gewerkschaftliche Rundschau* (n.4/1985) nove tesi riguardanti il videotex, il nuovo sistema

dovrà essere provvisto di garanzie contro gli abusi (protezione dei dati), accessibile a tutti e sottoposto ad un ordinamento specifico.

Un fatto è certo: tramite il videotex le grandi imprese commerciali e le banche hanno fatto il loro ingresso nel mondo delle telecomunicazioni. Per il momento siamo ancora alla fase sperimentale, poi si vedrà. In ogni caso il Consiglio federale non dovrebbe decidere prima del 1986. om