



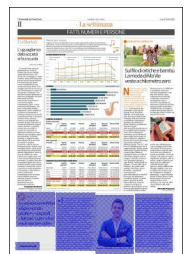
I ponti internet di Bbel salgono in cima a tralicci e campanili «Internet va più veloce con le antenne radio»

di **Federica Vivarelli**

«**E**ssere connessi è un bene primario, al pari della luce o del riscaldamento». L'osservazione arriva da Simone Bigotti, ceo di Bbel: una constatazione che per certi aspetti spaventa ma che esperienze di vita come i lockdown hanno reso evidente. «È un'evoluzione enorme delle nostre vite — continua Bigotti —, pensiamo all'utilizzo che facciamo in casa dello smart working, della dad, dei videogiochi collegati. L'80% della tv che guardiamo è on demand. Ci sono poi i cloud per le aziende, la digitalizzazione delle pubbliche amministrazioni». Perché se un tempo il digital divide era riuscire a collegarsi alla rete internet oggi «è digital divide se non ho 30 mega per lavorare» sintetizza Bigotti. Bbel è l'azienda metà torinese metà alessandrina che porta la connessione a 35mila residenti nei piccoli paesi sparsi tra Alpi e Appennini di Piemonte e Liguria. E lo fa in quelle «aree bianche» dove le ultime aste per il 5G, benché finanziate dai fondi del Pnrr, stanno andando deserte, una dopo l'altra. «Sono posti dove la fibra non sarebbe utile: ci abitano meno di quaranta persone, o gli scavi per la fibra in zone di montagna o delle Langhe sarebbero

troppo impattanti per l'ambiente — spiega il ceo —. In quei casi interveniamo noi. Basta un'antenna». Bbel si appoggia sulla tecnologia radio già presente in Italia attraverso la rete FWA, passando poi dalla linea fissa di casa. Come una ragnatela il segnale passa attraverso tralicci, campanili. «Tutto ciò che è alto insomma. Laddove non ci sono segnali si installa un'antenna» sottolinea Bigotti. «È la soluzione per il futuro. Una formula mista: la fibra in città dove le connessioni sono tante, la rete radio nelle zone di fiumi e montagne. Anche se dovremmo riflettere non se sia importante essere connessi ma se ci serve davvero avere un giga a disposizione», è il commento di Bigotti. «Al momento quello delle telecomunicazioni è un mercato schizofrenico. In un periodo in cui tutto sale, le connessioni vanno al ribasso. Non siamo disposti a cedere qualche euro in più al mese per riscattare una generazione di sfruttamento nei call center o l'impiego di persone non qualificate per l'assistenza — conclude Bigotti —. Dovremmo fare massa critica. Il futuro? Non limitarsi a fornire solo banda larga ma anche servizi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Manager-imprenditore Simone Bigotti è ceo di Bbbel