

**Ομιλία του Ειδικού Γραμματέα Ψηφιακού Σχεδιασμού  
Καθ. Β. Ασημακόπουλου  
στο 3<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο για το Ευρυζωνικό Δίκτυο  
Κυριακή, 08.06.2008**

Αγαπητοί φίλοι και φίλες,

Προσπαθώντας τις προηγούμενες ημέρες να αποκωδικοποιήσω το θέμα της σημερινής συνεδρίας, διαπίστωσα ότι στην πραγματικότητα το ερώτημα που τίθεται είναι αν οι τρεις λέξεις

- «ευρυζωνικότητα»
- «καινοτομία», και
- «Ελλάδα»...

μπορούν να **συνυπάρξουν στην πράξη**  
ή αν κάτι τέτοιο αποτελεί **απλώς** ευχολόγιο.

Χρειάστηκε όμως να διακόψω της σκέψη μου, γιατί εκείνη τη στιγμή θέλησε να με συναντήσει στο γραφείο μου ο ιδιοκτήτης μιας μικρής ελληνικής επιχείρησης, ο οποίος έχει ωφεληθεί από τις δράσεις της Ψηφιακής μας Στρατηγικής. Παρά το ότι μπήκε εμπόλημα στις σκέψεις μου, αυτή η μικρή ελληνική επιχείρηση έδωσε ευτυχώς και την απάντηση που αναζητούσα στο σημερινό ερώτημα...

Επρόκειτο για μια επιχείρηση που αξιοποιώντας τη δράση της Ψηφιακής Στρατηγικής για τη χρηματοδότηση σχεδίων ευρυζωνικών υπηρεσιών, δημιούργησε μια μεγάλη και εξαιρετικά πλούσια σε περιεχόμενο πλατφόρμα ηλεκτρονικής μάθησης για μαθητές. Είδα με πολύ μεγάλο ενδιαφέρον μια ευρυζωνική υπηρεσία μάθησης, θα μου επιτρέψετε να πω ένα εξαιρετικό ηλεκτρονικό φροντιστήριο για μαθητές, με πολύ μεγάλο πλούτο εκπαιδευτικού υλικού και μάλιστα όχι μόνο με κείμενα και εικόνες, αλλά με άλλες μορφές όπως βίντεο κλπ. που δεν έχω συναντήσει ξανά.

Πρόκειται για μια υπηρεσία καινοτομική, που απαντά σε ένα από τα βασικά προβλήματα της κάθε ελληνικής οικογένειας. Μια ευρυζωνική απάντηση στα καθημερινά ζητήματα της ζωής μας, που θα τεθεί σε εμπορική λειτουργία.

Η απάντηση λοιπόν που πήρα από αυτό το παράδειγμα είναι ότι οι τρεις λέξεις «ευρυζωνικότητα», «καινοτομία», και «Ελλάδα» μπορούν πράγματι πράγματι να παντρευτούν.

Όμως φοβούμαι ότι

- σήμερα,
- από αυτή τη συζήτηση,
- σε αυτή την αίθουσα,

### **λείπουν οι βασικοί πρωταγωνιστές της καινοτομίας στο Διαδίκτυο.**

Όχι όμως γιατί κάποιος έκανε λάθος και δεν τους κάλεσε.

Αλλά γιατί οι φορείς της ευρυζωνικής καινοτομίας δεν είναι τελικά ούτε η Πολιτεία, ούτε ο Ρυθμιστής και θα μου επιτρέψετε να πω ούτε οι πάροχοι.

Φορείς της ευρυζωνικής καινοτομίας είναι οι καινοτομικές ελληνικές επιχειρήσεις που θα αξιοποιήσουν την επιχειρηματική τους ιδέα, και πατώντας πάνω στο ευρυζωνικό δίκτυο, θα την προσφέρουν στους Έλληνες πολίτες. Όπως επίσης, καινοτομικός μπορεί να αποδειχθεί και κάποιος μικρός δήμος αν αξιοποιήσει την ευρυζωνικότητα.

Είναι και οι επιχειρήσεις που μπορεί να προσφέρουν

- ενημέρωση,
- περιεχόμενο,
- κάποιες πολύ ενδιαφέρουσες υπηρεσίες...
- αλλά που σήμερα δεν γνωρίζουν καν τη δύναμη της ευρυζωνικότητας...

**Αυτοί** θα φέρουν την καινοτομία...

- Επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στο στενό κύκλο του τεχνολογικού κλάδου..
- Επιχειρήσεις που ενδεχομένως να μην έχουν γεννηθεί καν!
- Επιχειρήσεις που δεν είναι σήμερα στο κοινό, μαζί μας...

Ήδη όμως διαισθάνομαι τα επόμενά σας ερωτήματα...

Ποια χαρακτηριστικά θα έχει αυτή η ελληνική καινοτομική εταιρεία.. Μπορεί με το μικρό της μέγεθος να ανταγωνιστεί τεχνολογικά μεγαθήρια που ξοδεύουν εκατομμύρια ευρώ σε έρευνα και ανάπτυξη; Και τι κάνει η Πολιτεία για την ευρυζωνικότητα, ή για να βοηθήσει σε αυτή την κατεύθυνση;

Μετά την απάντηση που έδωσα στο ερώτημα της συνεδρίας, σκοπεύω να σας απαντήσω ΚΑΙ σε αυτές τις ερωτήσεις!

Και θα ξεκινήσω από το τελευταίο.

Όπως γνωρίζετε, στο πλαίσιο της Ψηφιακής Στρατηγικής της Κυβέρνησης, με την **εξαιρετική συνεργασία** που έχουμε ως Ειδική Γραμματεία Ψηφιακού Σχεδιασμού με το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών, τη Ρυθμιστική Αρχή και την ΚτΠ ΑΕ **έχουμε ήδη φέρει την Ελλάδα πολλά βήματα μπροστά στην ευρυζωνικότητα.**

Δεν χρειάζεται να αναφέρω δείκτες και ρυθμούς ανάπτυξης, γιατί τους γνωρίζετε όλοι.

Δεν χρειάζεται επίσης να αναφερθώ στα επενδυτικά κίνητρα που δώσαμε σε μικρούς και μεγάλους επενδυτές για την ευρυζωνικότητα τα τελευταία χρόνια, και ειδικότερα για την Περιφέρεια. **Τα άλματα της χώρας, οφείλονται σε αυτή την κοινή μας προσπάθεια.**

- Και δεν ντρεπόμαστε πια ως χώρα να μιλήσουμε για την ευρυζωνικότητα.
- Δεν κρυβόμαστε πια πίσω από το μηδέν. Ξεπερνούμε βήμα-βήμα άλλες χώρες.
- Δεν ψάχνουμε δικαιολογίες...

Από το 2004

- δουλεύουμε όλοι μαζί συστηματικά για την ευρυζωνικότητα,
- προχωρούμε ταχύτερα και αφήνουμε πίσω το παρελθόν της απραξίας και της καθήλωσης στο απόλυτο μηδέν...

Αλλά συνεργαζόμαστε επίσης όλοι αυτοί οι φορείς της Πολιτείας,

- για να **προχωρήσει η προσπάθεια για μετάβαση της χώρας στα δίκτυα νέας γενιάς.**
- για να καλύψουμε το χαμένο έδαφος πολλών ετών,
- για να δώσουμε τη δυνατότητα σε ελληνικές επιχειρήσεις να σκεφτούν διαφορετικά.

Άρα

- να τι έχει κάνει, και
- να τι θα συνεχίσει να κάνει με συγκροτημένο τρόπο η Πολιτεία, με τη συνεργασία όλων των φορέων για την ευρυζωνικότητα, στο πλαίσιο της Ψηφιακής Στρατηγικής της Κυβέρνησης...

Και έρχομαι τώρα στην άλλη πτυχή της καινοτομίας...

Πώς θα γίνει να φέρουμε καινοτομία από ελληνικές επιχειρήσεις στο Δίκτυο; Πως το Δίκτυο από ένα απλό κανάλι πρόσβασης στο Internet, θα γίνει ένα επιχειρηματικό μέσο για κάθε είδους προϊόν ή υπηρεσία;

Θα μπορούσα να σας αναλύσω τις απόψεις της Ειδικής Γραμματείας θεωρητικά, αλλά αντί αυτού, επέλεξα λοιπόν μια αναλογία και ένα παράδειγμα διεθνούς καινοτομικής εταιρείας.

Επέλεξα λοιπόν να αναδείξω αυτά τα χαρακτηριστικά χρησιμοποιώντας την αναλογία μιας διεθνούς εταιρείας, της Apple, που συστηματικά σχεδόν κάθε χρόνο αναδεικνύεται πρώτη παγκοσμίως στην καινοτομία. Βρήκα αυτό το παράδειγμα ως το πιο πρόσφορο για να σας μιλήσω για τρία συστατικά που πιστεύω πως πρέπει να αναζητήσουμε για καινοτομία στο Διαδίκτυο...

### **Πρώτο συστατικό: η «δικτυωμένη» καινοτομία**

Το πρώτο βασικό χαρακτηριστικό της Apple, είναι ότι **δεν** ακολουθεί την ξεπερασμένη πεποίθηση ότι η καινοτομία προέρχεται από τα σπλάχνα ενός μεγάλου κολοσσού. Στο άκουσμα του όρου «καινοτομία» και «έρευνα», οι περισσότεροι φέρνουν στο μυαλό τους μεγάλες διεθνείς επιχειρήσεις, που απασχολούν

εκατοντάδες στελέχη σε R&D. Όμως δεν είναι έτσι. Η Apple για παράδειγμα **δεν** «κατασκευάζει» τεχνολογία. **Αγοράζει καινοτομία και την παντρεύει με δικές της ιδέες.** Το iPod για παράδειγμα ξεκίνησε σαν μια ιδέα-όνειρο από ένα σύμβουλο που προσέλαβε η Apple. Στη συνέχεια αναζητήθηκαν καινοτομικά τεχνολογικά κομμάτια (components) **εκτός εταιρείας**, από άλλες μικρές αλλά δραστήριες επιχειρήσεις, και στη συνέχεια αυτά «παντρεύτηκαν» με τις πετυχημένες συνταγές της Apple, όπως την απλότητα στη χρήση, την πρωτοπόρα σχεδίαση (δηλαδή το design) και έφτιαξαν το προϊόν.

Το iPod **δεν επινοήθηκε κατασκευαστικά** από την Apple σε επίπεδο τεχνολογίας, αλλά αυτό δεν την εμπόδισε να το κάνει ένα επιτυχημένο δικό της προϊόν, που της εξασφάλισε επάνοδο στην τεχνολογική σκηνή.

Αυτό το παράδειγμα δεν αφορά βεβαίως μόνο στην Apple. Το συναντά κανείς στις πιο καινοτόμες επιχειρήσεις κάθε κλάδου, όπως η Procter & Gamble, πολλές φαρμακευτικές εταιρείες αλλά και πολλές άλλες.

Αυτός ο «δανεισμός» ή η αγορά αν θέλετε καινοτομίας, αναφέρεται ως «δικτυωμένη καινοτομία» (network innovation), γιατί πολλές μικρές εταιρείες, τροφοδοτούν με ιδέες και υπηρεσίες μεγαλύτερες εταιρείες.

Άρα να γιατί

- αν ξεπεραστούν οι ιδεοληψίες και οι αγκυλώσεις περί μικρού μεγέθους των επιχειρήσεων,
- αν ξεπεραστούν οι εύκολες δικαιολογίες περί έλλειψης πόρων και προϋπολογισμών,

τότε οι ελληνικές καινοτομικές επιχειρήσεις, είτε μόνες, είτε συνεργαζόμενες μπορούν να αποτελέσουν τον καινοτομικό συνεργάτη μεγαλύτερων κολοσσών, με όχημα την ευρυζωνικότητα.

Και να ξέρετε ότι πολλές το κάνουν. Αθόρυβα και συστηματικά, μακριά από τα φώτα της δημοσιότητας, υπάρχουν μικρές ελληνικές εταιρείες που αξιοποιούν την ευρυζωνικότητα και γίνονται partners Ευρωπαϊκών κολοσσών.

## **Δεύτερο συστατικό: όχι ευρυζωνικότητα για την ευρυζωνικότητα**

Στο παράδειγμα της Apple που επέλεξα, το δεύτερο χαρακτηριστικό που κάνει τα προϊόντα της ανάρπαστα είναι ότι σχεδιάζονται με βάση τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού και όχι των επιστημόνων τεχνολογίας. Σχεδιάζονται με τη ματιά του καταναλωτή.

Γιατί είναι αλήθεια πως πολλές φορές στο τεχνολογικό πεδίο, και αυτό το συναντώ καθημερινά πολύ τακτικά και στις συζητήσεις για την ευρυζωνικότητα, **είναι πολλοί εκείνοι που με λύση την ευρυζωνικότητα, ψάχνουν να βρουν το πρόβλημα....**

Είναι πολλές οι περιπτώσεις που οι μηχανικοί και οι άνθρωποι της τεχνολογίας, πιστεύουν ότι ο κόσμος έχει τις ίδιες ανάγκες ή απόψεις με αυτούς... και έτσι σχεδιάζουν πολύπλοκα τεχνολογικά προϊόντα ή ευρυζωνικές υπηρεσίες από μηχανικούς για μηχανικούς... που βεβαίως αποτυγχάνουν.

Αντίθετα, τα πιο επιτυχημένα τεχνολογικά προϊόντα όπως το iPod που σας ανέφερα, βασίζονται στην ανάγκη για ποιοτικότερη, απλούστερη και περισσότερο ευέλικτη διαχείριση των προτιμήσεων κάθε ξεχωριστού καταναλωτή. Το iPod δεν ήταν η πρώτη συσκευή για mp3. **Όπως ούτε το Skype ήταν η πρώτη ευρυζωνική εφαρμογή για IP τηλεφωνία.** Προϋπήρχαν πολλές και για αρκετά χρόνια. Όμως αυτές πέτυχαν γιατί στόχευσαν **στις πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών με απλότητα και ευκολία.** (και τονίζω τις «πραγματικές ανάγκες»)

Αυτό μου φέρνει στο νου το δεύτερο χαρακτηριστικό της ευρυζωνικής καινοτομίας: τα προϊόντα και τις **καινοτομικές ευρυζωνικές υπηρεσίες που αναζητούμε δεν θα τις βρούμε παρά μόνο αν εστιάσουμε στα πρακτικά-καθημερινά προβλήματα ομάδων πληθυσμού.**

Αλλιώς για την ευρυζωνικότητα και τις υπηρεσίες της, θα μιλούμε κάθε χρόνο όλοι εμείς μαζί, αλλά ο κύκλος μας δυστυχώς δεν θα μεγαλώνει.

### **Τρίτο συστατικό: ο κίνδυνος της αποτυχίας**

Το τρίτο χαρακτηριστικό που πρεσβεύει η φιλοσοφία της Ψηφιακής Στρατηγικής σε ό,τι αφορά την καινοτομία στο Διαδίκτυο, αλλά και στις νέες τεχνολογίες γενικότερα, είναι η επιμονή σε ό,τι στοχεύεις.

Αυτό έρχεται ίσως σε αντίφαση με αυτό που ανέφερα προηγουμένως, αλλά αυτό το στοιχείο κάνει τη διαφορά: στην κατάλληλη χρονική στιγμή να ξέρεις πότε πρέπει να συνεχίσεις στον καινοτομικό δρόμο που επέλεξες, έστω και με ρίσκο.

Άλλωστε, στο παράδειγμά μας θυμόμαστε ίσως ότι το 2001 όταν πρωτοβγήκε το iPod όλοι το χλεύαζαν σαν την επόμενη μεγάλη αποτυχία της Apple. Άλλωστε το iPod που συζητούμε, δημιουργήθηκε ως εξέλιξη μιας παρόμοιας αλλά πλήρως αποτυχημένης ιδέας που είχε δημιουργηθεί μαζί με τη Motorola. Και η Apple έμαθε από τα πολλά λάθη που έκανε και που συνεχίζει να κάνει.

Και πιστεύω ότι η ευρυζωνική καινοτομία μπορεί να υπάρξει εκεί που η αποτυχία **ΔΕΝ** στιγματίζεται.

**Δεν σας κρύβω την προσωπική μου πεποίθηση, πως όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και σε όλη την Ευρώπη, το σκληρό περιβάλλον που από τη μια στιγματίζει την αποτυχία και από την άλλη καταπνίγει την καινοτομία με πολύ σκληρούς όρους χρηματοδότησης, που θέτουν τράπεζες και τώρα και τα Venture Capitals, δεν επιτρέπει αποτελέσματα παρόμοια με αυτά που υπάρχουν στην άλλη όχθη του Ατλαντικού.**

Στο πλαίσιο της Ψηφιακής Στρατηγικής της χώρας μας, εργαζόμαστε για να αλλάξουμε αυτή την εικόνα, **και εργαζόμαστε ώστε τα επόμενα χρόνια να σχεδιάσουμε νέα χρηματοδοτικά εργαλεία για τις καινοτόμες επιχειρήσεις.**

Είμαι σίγουρος ότι τα παραδείγματα που ανέφερα δεν είναι μόνο θεωρητικώς γνωστά στους περισσότερους, αλλά είναι κοινές αντιλήψεις και πράξη όλων όσων εξ' ημών πιστεύουμε στο ρόλο της καινοτομίας στο Διαδίκτυο.

Τα τελευταία χρόνια έχουμε διανύσει πολύ δρόμο στην ευρυζωνικότητα, αλλά αυτό δεν φτάνει.

Οι πιο συναρπαστικές υπηρεσίες,  
Οι πιο μεγάλες δυνατότητες είναι μπροστά μας.

Και η Πολιτεία θα συνεχίσει μέσω της Ψηφιακής Στρατηγικής να προάγει και να προωθεί την ευρυζωνικότητα,

Αλλά θα χρειαστεί και το κοφτερό μυαλό και το ρίσκο που θα αναλάβουν κάποιο άνθρωποι για να φτιάξουν μια καινοτομική υπηρεσία.

Η καινοτομία στο Διαδίκτυο στην Ελλάδα, θα προέλθει

- από αυτούς που μπορούν και σκέφτονται για τους καταναλωτές, έξω από το κουτί της τεχνολογίας,
- από αυτούς που πιστεύουν στις δυνάμεις τους,
- από αυτούς που δεν αναζητούν στο κάθε τους βήμα ως απαραίτητη προϋπόθεση την προστασία του Κράτους,

Από αυτές τις εταιρίες θα έλθει η καινοτομία στο Δίκτυο.

Αυτό το κοινό θα ήθελα να βλέπω να πυκνώνει, στα επόμενα συνέδρια για την ευρυζωνικότητα που διοργανώνει με επιτυχία η ΕΕΤΤ.

Ένα κοινό ακόμη λιγότερο τεχνολογικό, και ακόμη περισσότερο επιχειρηματικό...

Σας ευχαριστώ,