

# La rivoluzione del mobile e del wireless per la vendita di contenuti digitali

Emanuele Cisbani

ANEE – Commissione servizi e  
contenuti multimediali Assinform

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# ANEE/Assinform

- ANEE è nata nel 1992 come Associazione Nazionale dell'Editoria Elettronica ed è diventata nel 2000 l'Associazione dei servizi e contenuti multimediali
- Nel 2003 ANEE si fonde con Assinform e diviene la commissione dei servizi e dei contenuti multimediali di Assinform

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# Gli attori della rivoluzione in atto

- I device: gli strumenti materiali abilitanti per la *convergenza* delle nuove tecnologie digitali (software, protocolli e formati)
- I contenuti: gli enti immateriali oggetto della *ri-mediazione* che li rende finalmente fruibili e vendibili senza confini tra i media

# Il duplice ruolo dei device

- Da semplici strumenti di conversazione a interfacce polivalenti per la fruizione di contenuti e servizi
- Da meri strumenti di telecomunicazione a concorrenti anche degli strumenti bancari per abilitare transazioni e gestire il credito

# Le tecnologie – “Gli” standard

- Audio: MP3
- Testo breve e semplificato: TXT/SMS
- Testo articolato o arricchito e immagini: XML, JPG, PDF, MMS
- Video: MPEG4/DivX/XviD, WinMPlayer/QuickTime/Real/MPEG4IP

# La smaterializzazione del denaro

- Carte di credito, Bancomat, Prepagate, Istituti di Moneta Elettronica (IMEL)
- BankpassWeb, BankpassMobile
- SMS Payment Gateway
- Mobile Wallet (i-mode FeliCa)
- Mobile Proximity Payment Services

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# Ostacoli alla diffusione degli attuali strumenti

- I costi della transazione (bank)
- I costi del servizio di riscossione (carrier)
- La necessità di attivazione del servizio tramite un contratto o un appoggio bancario
- La moltiplicazione delle carte e dei borsellini virtuali per ogni servizio

# Il duplice ruolo dei contenuti

- “L’industria dell’esperienza si fonda sulla produzione e sullo scambio di ciò che fa accelerare il battito del cuore” (J. Ogive)
- I contenuti come VAS per l’acquisto anche off-line di un prodotto: alcuni risultati dell’*Osservatorio Infocommerce ANEE*

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# L'era del capitalismo culturale e informazionale

- La produttività e la competitività di un sistema socioeconomico dipendono largamente dalla sua capacità di innovare e creare nuova conoscenza
- La fissità e staticità della stampa e la intransitività della comunicazione televisiva non sono più in grado di reggere la necessità e l'urgenza sociale di un flusso continuo e bidirezionale di informazioni

(P. Ferri, 2004)

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# L'Osservatorio Infocommerce

- Alla fine del 2004 l'e-commerce dovrebbe attestarsi su un valore di spesa pari a 2,14 miliardi di euro
- Una parte rilevante di tale cifra (1,69 mld €) sarà influenzata dall'Infocommerce, la cui dimensione totale sarà ben più ampia (9,16 mld €) e nascosta.

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# Il gap tra domanda e offerta

- Secondo Jaap Van Duijn (Robeco's Chief Strategist) siamo nella prima parte del quinto ciclo di Kondratiev, iniziato nel 1992 quando gli investitori hanno preso piena coscienza delle potenzialità della rivoluzione dell'ICT
- Dopo la prima fase di euforia finanziaria, le promesse iniziali stanno gradualmente diventando realtà, come avvenne a suo tempo per l'energia elettrica, la meccanica o le materie plastiche

# Il mercato Mobile VAS: tecnologie e operatori

Dati 2003 (Assinform/Politecnico di Milano):

- Gli SMS costituiscono il 64% del mercato
- Il Browsing (20% del mercato) è dominato da Content Provider già affermati sul Web
- Le personalizzazioni, i giochi e i video coprono la quota restante
- E' marginale la presenza di operatori dei media tradizionali

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# La domanda Mobile VAS: segmentazione per tipologia

Dati 2003 (Assinform/Politecnico di Milano):

- Infotainment (34%)
- Personalizzazione cellulari (27%)
- Comunicazione/Community (17%)
- Giochi (15%)
- Voting (4%)
- Altro (3%)

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# La domanda di interattività

Alcuni dati (Assinform) relativi all'anno 2003:

- Le linee mobili attive sono 56,8 mln
- Gli utenti di linee mobile sono 41,6 mln (il 73% della popolazione)
- Il mercato VAS di rete mobile ha realizzato 2.135 mln di €(+36,3% sul 2002)
- Gli utenti internet sono solo il 32,1% (48,9% UE)
- Il numero di linee ADSL è 2.070 (+143,5%)

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# L'offerta di contenuti

- iTunes, un caso davvero esemplare: in un anno ha venduto 50 milioni di brani a 0,99 \$
- Il fenomeno del peer-to-peer: assodato che l'offerta di contenuti digitali online è ancora assai limitata, parlare di pirateria significa criminalizzare la domanda

# Il gruppo di lavoro ANEE “Micropagamenti”

- I segmenti di mercato
- I fattori abilitanti e inibenti
- La legislazione/normativa esistente
- Le best practices nazionali e internazionali
- I possibili modelli di business

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 

# Conclusioni

- Esistono enormi potenzialità non ancora dispiegate per la vendita di contenuti su mobile
- Esiste un gap evidente tra domanda e offerta di contenuti (non solo nell'ambito del mobile)
- La tecnologia è ormai pronta a soddisfare le promesse anticipate dalla “New Economy”
- I micropagamenti sono un fattore chiave, pertanto vanno rimossi gli ostacoli e i fattori inibenti

# Grazie

Emanuele Cisbani - [cisba@tiscali.it](mailto:cisba@tiscali.it)

ANe

COMMISSIONE SERVIZI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

ASSINFORM 