

OSSERVATORIO “WEB2.0 E NEW MEDIA”

Analisi e discussione sulle prospettive di sviluppo del Web 2.0 in Italia Confronto tra i principali attori

Il 19 maggio 2008, presso il Palazzo dei Giureconsulti a Milano, si è tenuta la prevista riunione dell'Osservatorio “Web2.0 e New Media”, introdotta e coordinata da Roberto Azzano. La riunione ha affrontato numerosi temi, ed ha beneficiato degli eccellenti contenuti forniti dagli interventi del Dott. Massimo Colombo, Direttore Marketing di A. Manzoni & C. (gruppo Espresso) e del Dott. Emanuele Colli, OSG Business Development Manager di Microsoft.

La situazione oggi in Italia

Una breve analisi comparativa tra la situazione europea e quella italiana è stata presentata da Roberto Azzano, Responsabile dell'Osservatorio e Vicepresidente ANFoV, in apertura dei lavori. Oltre all'annotazione sui cronici ritardi italiani nell'uso di internet, è stato evidenziato come ormai nella fascia dei giovani tra 16 e 24 anni le ore trascorse su internet stiano lentamente superando quelle spese di fronte al televisore. Un dato importante, se si pensa che la fascia post-adolescenziale costituisce uno dei principali attori dell'utilizzo e dello sviluppo stesso del Web2.0.

Le chiavi per lo sviluppo del Web2.0

Al di là delle considerazioni su cosa effettivamente sia il Web2.0 (Emanuele Colli ha sottolineato giustamente la nozione di continuità dello sviluppo del web, che difficilmente può rinchiudersi in una notazione di release, come invece avviene per il software), la riunione ha posto l'accento su quelli che possono diventare nel futuro prossimo i motori dello sviluppo del Web2.0, con particolare accento sull'*on-line advertising*, che dovrebbe diventare il principale *motore di sviluppo* del web del futuro.

Una delle chiavi dell'evoluzione è senz'altro costituita dallo sviluppo dell'indotto della pubblicità on-line, ancora in notevole ritardo, tuttavia, rispetto agli altri media.

Gli applicativi attualmente al centro del Web2.0 (*blogs, Flickr, Youtube, FaceBook, Wikipedia*, ecc.) hanno ancora poco appeal pubblicitario, sia per la natura personale e privata di questi applicativi, sia per la poca propensione alla spesa della fascia di età della maggior parte dei loro protagonisti.

L'incremento dell'*advertising on-line*, e quindi della possibilità di aprire un autentico mercato per il Web2.0, deve essere quindi visto nell'ottica dello sviluppo di *servizi e applicativi generati dalla convergenza* di diverse piattaforme, e dallo sviluppo di un *nuovo modello di business* per il Web2.0 che, a ben vedere, non è stato ancora individuato (Colli).

Molto ci si aspetta, ad esempio, dal *mobile podcasting*, o dalla convergenza tra *mobile advertising* e *social networking* (Colombo).

Le scommesse da vincere

La migrazione del Web2.0 da una logica consumer ad un profilo business è una delle principali scommesse del futuro, che potrebbe abilitare la crescita di un mercato business attualmente non esistente.

Alcune aziende hanno cominciato ad implementare al loro interno strumenti di tipo Web2.0 ad uso dei propri dipendenti e collaboratori (*wiki aziendale, social networking con finalità di teambuilding, blog aziendali, ecc.*), ma si tratta ancora di iniziative pilota.

Un altro aspetto importante per lo sviluppo futuro del Web2.0 è la localizzazione dei servizi, non solo forniti in modalità *broadcast*, come avviene su internet, ma mirati a gruppi di utenti geograficamente o tematicamente affini, in modo da abilitare forme di *micro-advertising* che possano contribuire allo sviluppo del mercato del Web2.0.

Si comprende quindi come anche in questo caso la convergenza di diversi media, con particolare valore dato alla telefonia mobile, assuma un'importanza capitale rispetto alle prospettive di sviluppo del Web2.0 nei prossimi anni.

In questo scenario, l'Osservatorio ANFoV si propone di costituire sistematico luogo di incontro, confronto e riflessione tra i principali attori dello sviluppo del Web2.0 in Italia.

Un aggiornamento delle tematiche in gioco ed una nuova analisi delle fasi di sviluppo dell'intero scenario sono previsti come contenuti prioritari di una nuova edizione dell'Osservatorio in programma nel prossimo autunno (**13 novembre 2008**, alle **ore 14,30**).

Torino, 19.5.2008