

BROADCAST & VIDEO

LA CONVERGENZA NELLA COMUNICAZIONE

Anno XV • Numero 547 del 15 ottobre 2010

Una pubblicazione: DIESIS GROUP

- L'ITALIA SCOPRE I LIBRI DIGITALI
- GOVERNO-EDITORI, MEDIAZIONE SU TARIFFE PT
- TUTTI VOGLIONO YAHOO!. AOL FRA I PRETENDENTI
- EDICOLA GLOBALE: LA RIVOLTA DEI TIFOSI OSPITI CANCELLA ITALIA-SERBIA
- GOOGLE INVESTE NELL'ENERGIA DEL VENTO
- TRA MASI E SANTORO È GUERRA APERTA
- POLIZIA BRITANNICA DEDICA UN TWEET A OGNI DENUNCIA
- LA TV DA I NUMERI: L'ISPETTORE BARNABY E L'ODIO DENTRO AL TOTEM-FAMIGLIA
- PATTO D'INTESA TRA TELECOM E L'ARGENTINA
- IL NORD (RI)SCOPRE LA TV DIGITALE
- FRANCIA, IL WEB PROMETTE BUONA CONDOTTA

LA FINESTRA CHE RIDE

Microsoft ha presentato il suo nuovo sistema operativo per smartphone. Obiettivo, accorciare le distanze che la separano dai concorrenti con maggiori quote di mercato.



Dopo aver assistito impotente all'ascesa dei nuovi astri dell'universo della telefonia mobile, Apple e Google, Microsoft ha calato la carta Windows Phone 7. Al nuovo sistema operativo mobile, presentato lunedì scorso, sono affidate le speranze di Redmond di diventare competitivo in un settore che, fra tablet e smartphone, sta regolando e stabilendo gli equilibri del mercato dell'elettronica di consumo. Il sistema

operativo apparirà il 21 ottobre su dispositivi Htc, Lg e Samsung e punta su una particolare interfaccia per distinguersi fra i prodotti concorrenti. Alle classiche icone dell'iPhone, i Windows-phonini rispondono con una serie di hub all'interno dei quali vengono raggruppate le diverse categorie di contenuti. Ad esempio, la voce contatti contiene l'agenda, le applicazioni di social network e i programmi di Im. Punto di forza dei nuovi cellulari sarà l'integrazione con l'intero portfolio Microsoft: i giochi di Xbox Live, Windows Live, il motore di ricerca Bing e i film e la musica di Zune. Immane le App, 'avatar' indispensabile di qualsivoglia produttore di contenuti nell'universo mobile, anche se il numero è piuttosto contenuto: 2.000 contro le 250mila di Apple e le 100mila di Android. Per ora. L'intenzione è di puntare sulla qualità piuttosto che sulla quantità ma c'è da giurare che su quest'ultimo punto si ricrederanno presto.

SOCIAL DA TERZO MONDO

I paesi in via di sviluppo sono i più attivi e interessati ai social network. La frontiera del web 2.0 si sposta a Sud-Est.

Estremo Oriente, Nord Africa, Brasile, Malesia. Questa la geografia dei terreni più fertili per vecchie e nuove reti sociali su internet. I mercati più appetibili per Facebook et similia sono quelli emergenti, affascinati dal web 2.0 e dalle sue possibilità. A dirlo è una ricerca di Tns su un campione di 50mila internauti distribuiti in 46 nazioni. Lo studio sposta il baricentro del social networking lontano da Europa e Stati Uniti. Per

quanto riguarda la fruizione, ad esempio, spicca la Malesia, i cui navigatori dedicano mediamente nove ore settimanali a Twitter & Co. I malesi sono anche i più 'amichevoli' tra coloro che popolano i diversi network, con 233 amici ciascuno, più del Brasile (231) e della Norvegia (217). Tra i più schivi, invece, gli utenti giapponesi, con una media di 29 contatti. Il web, a volte, rispetta i luoghi comuni del mondo reale.



SPECIALE:

• La rivoluzione delle news

Cambiano i dispositivi e cambiano le modalità di fruizione, una ricerca di Smart Research racconta come.

L'ITALIA SCOPRE I LIBRI DIGITALI



L'autunno porta in Italia diverse novità legate all'editoria digitale, in attesa che il periodo natalizio ne decreti l'affermazione commerciale. Telecom Italia ha lanciato Biblestore, canale di distribuzione per e-book che conta di offrire un catalogo di circa 1.800 titoli entro i prossimi due mesi. Dal prossimo 18 ottobre, invece, saranno on line i primi titoli GeMS, distribuiti attraverso Edigita, joint venture di Messaggerie Italiane, RCS e Feltrinelli. Mille i titoli annunciati da BookRepublic, la piattaforma lanciata dai piccoli editori. Le stime degli esperti parlano comunque di 4.500 libri digitali in arrivo nel Belpaese entro fine anno.

NEWS OF THE WORLD, TABLOID IN VERSIONE PAYWALL

News of the World dà il via al proprio esperimento paywall. Il tabloid di Rupert Murdoch ha presentato un sito rinnovato per grafica e disposizione dei contenuti, accessibile ora al prezzo di 1 sterlina al giorno o 1,99 sterline al mese. News Corporation, proprietaria della testata, ha anche predisposto un sistema di pagamento via cellulare.

Editori britannici Vs Murdoch

I grandi editori britannici si sono coalizzati per chiedere al governo di bloccare l'acquisto delle quote restanti di BSkyB, la società che possiede Sky UK, da parte di Rupert Murdoch, il magnate dei media già proprietario di The Times, The Sun e - appunto - Sky. Gli editori sostengono che le sinergie realizzate tra tv e carta stampata ucciderebbero la pluralità e la concorrenza del settore. "Murdoch diventerà il Berlusconi della Gran Bretagna?", ci si chiede Oltremarica. Ora tocca all'Antitrust decidere.

QUO M&DIA

LA CONVERGENZA NELLA COMUNICAZIONE

- [Il figlio di un camorrista all'undicesima edizione del Grande Fratello](#)
- [Biblestore, e-book store di Telecom Italia. Intervista a Gianfederico Demarie](#)
- [Le lene \(Italia 1\) denunciate per falso reportage dalle autorità cilene](#)
- [I divi di Hoolywood snobbano il social network Facebook](#)
- [Pazza idea: l'automobile si guida anche da sola, con Google](#)



Consulenza

Piani di comunicazione
Comunicazione interna
CSR
Formazione
Pubbliche relazioni
Crisi management
Valutazione dei risultati

Comunicazione

Media relations
Eventi
Internet

Publishing

Mezzi di comunicazione
Editoria
Contenuti



Diesis Group • www.diesis.it

Milano: Via Volta, 7 • 20121 • Telefono: 02 62693.1 • e-mail: diesis@diesis.it
Roma: P.zza Cairoli, 113 • 00186 • Telefono 06 68801197

GOOGLE INVESTE NELL'ENERGIA DEL VENTO

Un investimento di 5 miliardi di dollari per la realizzazione, lungo la costa atlantica degli Stati Uniti, di una spina dorsale per impianti eolici. E' l'impegno di Google a sostegno dell'energia rinnovabile, che prevede la costruzione di una 'linea subacquea' di 600 chilometri per l'applicazione di pale eoliche. Le eliche garantirebbero elettricità continua a gran parte della costa orientale statunitense. Google e il gruppo Good Energies si sono accordati per acquisire ciascuno il 37,5% delle quote del progetto, al quale partecipano anche altre società, tra cui la giapponese Marubeni. Dopo l'acquisizione di due impianti eolici nel Nord Dakota, avvenuta solo poche settimane fa, Google Energy allarga il proprio raggio d'azione e lancia la politica 'green' di Mountain View..

NIELSEN: ELDORADO VIRTUALE PER LA PUBBLICITÀ ESTIVA

In agosto, il settore pubblicitario italiano ha registrato un incremento del proprio giro d'affari del 5,2%, fino a 260 milioni di euro. Il mercato conferma così i venti di ripresa del 2010, che in otto mesi hanno fruttato 5,3 miliardi di euro d'investimenti e una crescita del 4,8% rispetto al medesimo periodo del 2009. I dati di Nielsen mostrano come a trainare il settore siano soprattutto le inserzioni online, in forte espansione (+27,4%) e meno fiaccate dalla crisi dei due anni precedenti. Tutti i principali media, con l'eccezione della stampa, hanno registrato crescita superiori alle attese. La televisione, considerando sia i canali generalisti sia i satellitari, chiude i primi otto mesi con una crescita del 7,7% a 2,9 miliardi. Crescita dell'adv a due cifre invece per radio (+12,8%) e internet (+17,7%). Per quanto riguarda la stampa, i quotidiani fanno un balzo in avanti del 3% rispetto al 2009, mentre free press e periodici si confermano in calo (-10,8% e -8,4%).



PATTO D'INTESA TRA TELECOM E L'ARGENTINA

Pace fatta tra Telecom Italia e l'Argentina. Chiudendo i contenziosi pendenti, la presidente dell'Argentina Cristina Kirchner ha dato ai vertici Telecom (con l'ad Franco Bernabè, il direttore finanziario Andrea Mangoni e il legale Nicola Verdicchio) l'autorizzazione dell'Antitrust e dell'Authority delle tlc che consente al gruppo di rilevare il controllo di Telecom Argentina. "La conferma della presenza in Argentina ci ridà un profilo internazionale", ha detto Bernabè.

SONY, LA TELEVISIONE APRE ALLA RETE VIA GOOGLE

"La prima internet tv al mondo". Con questo slogan Sony si appresta a lanciare i primi modelli di televisori prodotti per supportare Google Tv. Gli schermi permettono di accedere alla rete e di mescolare contenuti web e normali programmi video, e i loro prezzi variano dai 599 ai 1.399 dollari per il mercato americano. La casa giapponese prova dunque a esordire sul mercato in anticipo di qualche settimana sul Natale.

AMAZON PRONTA A VENDERE STORIE SUL LETTORE DI E-BOOK KINDLE

Più consistente di un normale articolo, più breve di un libro. Questo, secondo Amazon, sarà il formato ideale per i contenuti testuali distribuiti su Kindle, il suo e-reader. La compagnia di Seattle si appresta a lanciare Singles, una sezione del suo negozio online che venderà essenzialmente racconti lunghi tra le trenta e le sessanta pagine e dovrebbe assolvere alla domanda di saggi e storie brevi.

LA PUBBLICITÀ USA TORNA A SORRIDERE

La spesa pubblicitaria negli Stati Uniti è salita del 3,8% nella prima metà dell'anno, assestandosi intorno ai 54 miliardi di dollari. Cifra incoraggiante anche se non sensazionale. Secondo i dati Nielsen, il secondo semestre dovrebbe far registrare numeri migliori, in vista del Natale e di una maggiore fiducia dei consumatori americani, ancora indeboliti dalla crisi.



APPLE

Record assoluto per Apple. Il titolo della società di Cupertino ha superato per la prima volta quota 300 dollari (301,44 dollari ad azione).



PC

Secondo gli ultimi dati Gartner, il rialzo delle vendite di pc è stato inferiore alle attese (7,6% invece di 12,7%) a causa del successo di iPad.

ASSINTEL: È ANCORA BUIO SULL'IT



I venti di crisi spirano ancora sulle lande italiane dell'Information technology. Il settore chiuderà l'anno con un giro d'affari in calo del 7,6%, a 19,2 miliardi di euro, segnando un nuovo record negativo dopo il tonfo del 4,5% registrato nel 2009. I dati Assintel 2010 non lasciano spazio a facili ottimismo. Cola a picco il reparto hardware (-18,6%), vanno male i servizi (-3,8%), mentre si riprende il software (+2,7%). L'area pc cresce nel volume del venduto (+6,1%), a fronte però di prezzi che calano rapidamente (-25%). A fine dicembre mancherà all'appello circa 1 miliardo di euro rispetto al bilancio di dodici mesi prima. L'Italia fa peggio del resto d'Europa, in calo mediamente del 6,3%.

Il secondo trimestre del 2010 ha visto la definitiva esplosione degli smartphone equipaggiati dall'Os Android. Il software sviluppato da Google, secondo i dati iSuppli, ha favorito soprattutto Nokia, la cui quota di mercato è salita al 39,7% in primavera (+1,2%) grazie ai modelli Android. Htc, altro cliente di BigG, ha invece incrementato le consegne del 63%.

SISTEMI OPERATIVI, LA PRIMAVERA È STATA LA STAGIONE DI ANDROID

Il secondo trimestre del 2010 ha visto la definitiva esplosione degli smartphone equipaggiati dall'Os Android. Il software sviluppato da Google, secondo i dati iSuppli, ha favorito soprattutto Nokia, la cui quota di mercato è salita al 39,7% in primavera (+1,2%) grazie ai modelli Android. Htc, altro cliente di BigG, ha invece incrementato le consegne del 63%.

APPLE PENSA A VENDITA DI MUSICA ONLINE SU ABBONAMENTO

L'era dei brani a 99 centesimi sullo store online iTunes potrebbe essere (già) finita. E' quanto scrive il portale del New York Post, rivelando che la Apple starebbe contrattando con le major della discografia per lanciare una piattaforma che consentirà di fruire di un catalogo di canzoni illimitato mediante il pagamento di un abbonamento mensile.

GOOGLE SEMPRE PIÙ RE DEL SEARCH ADV

Google incrementa la propria quota nel mercato americano del search advertising, raggiungendo il 77,9% del totale nel terzo trimestre del 2010. La società di Mountain View ha rafforzato la propria leadership su Microsoft e Yahoo!, nonostante l'accordo decennale firmato tra i due colossi per la condivisione degli investimenti di settore. In estate i clic degli utenti statunitensi sulla pubblicità proposta da Google sono cresciuti del 9%.

GreenCom
COMUNICAZIONE SOSTENIBILE

Milano, via Volta, 7 • Telefono: 02 62693.1
info@green-com.it • www.green-com.it

GRUPPO SOLE 24 ORE: IL LUNEDÌ ALLE PMI E VITANOVA DEBUTTA SU IPAD



Dal 25 ottobre, l'edizione del lunedì de Il Sole 24 Ore sarà dedicata alle piccole e medie imprese. Il giornale si rinnoverà per rispondere più accuratamente alle domande dei lettori-imprenditori. La foliazione sarà ampliata, tornerà la sezione 'Mondo e Mercati' e vi sarà una pagina di 'Business Education'. Il tutto tra approfondimenti e informazioni pratiche. "Le Pmi rappresentano il 90% del tessuto produttivo italiano - spiega l'amministratore delegato del Gruppo 24 Ore, Donatella Treu -. Cercheremo di capire il loro ruolo fondamentale nella grande crisi, come si destreggiano nelle

sabbie mobili della burocrazia e come riescono ad aprirsi ai nuovi mercati. Perché se è un miracolo che l'Italia sia il quinto paese industrializzato, tutto questo è possibile grazie alle Pmi". Al lunedì, il Sole assumerà dunque l'aspetto e la funzione di un 'magazine bussola' di settore. Primo di una serie di innovazioni editoriali che prevedono anche - in novembre - l'arrivo dello speciale tecnologie VitaNova su iPad.

RIGETTATO RICORSO, QUARTA LICENZA A FREE

Via libera del Consiglio di Stato della Francia all'attribuzione all'operatore Free della quarta licenza francese di telefonia mobile 3G. Il Consiglio di Stato ha respinto dunque il ricorso di altri due grandi operatori transalpini, SFR e Bouygues Telecom, che ritenevano che questa quarta licenza fosse stata attribuita a Free a un prezzo troppo basso e chiedevano l'annullamento della sua attribuzione.

ANTITRUST MULTA VODAFONE ITALIA PER PUBBLICITÀ INGANNEVOLE

L'Antitrust ha comminato a Vodafone Italia una sanzione da 75mila euro per la diffusione di una pubblicità che promuoveva la fornitura gratuita di una suoneria per cellulari. Per l'Antitrust, la condotta è "contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio".

CINA REGOLA IL MERCATO E-BOOK

Come le nascite, così i libri digitali. La Cina vuole controllare il mercato degli e-book e perciò la General Administration of Press and Publication ha reso pubbliche le linee guida per lo sviluppo del settore. Ecco quindi pronto un sistema di ammissione alla distribuzione dei contenuti digitali all'ombra della Grande Muraglia. Di pari passo, il governo di Pechino stanzerà fondi per favorire il passaggio degli editori 'tradizionali' alle tecnologie digitali. Secondo i dati rilasciati da GAPP, nel 2009 il mercato cinese di settore ha raggiunto i 12 miliardi di dollari (incluso nel conteggio i guadagni dovuti alle pubblicità sui diversi portali di distribuzione e quelli derivati da ogni tipo di pubblicazione digitale). Gli e-book valgono poco più dell'1% del totale.

GB: UN AMORE PERFETTO (HOWARD JACOBSON) PER IL BOOKER PRIZE 2010

Il vincitore del Booker Prize 2010 è Howard Jacobson, che grazie al suo ultimo lavoro Un amore perfetto ha sbancato la concorrenza del più celebre premio letterario britannico e incassato le 50mila sterline in palio. Il romanzo racconta una storia d'amore, perdita e amicizia, nel contesto di una comunità ebraica contemporanea. Jacobson era già stato candidato al Booker Prize nel 2002 e nel 2006.

APPLICAZIONI MOBILI

Le versioni digitali delle testate La Gazzetta dello Sport, La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore, il catalogo di testi musicali musiXmatch, Pagine Gialle, Rai.tv e il giornale online Tgcom sono i primi 'marchi' nostrani ad aver debuttato sul negozio di applicazioni dedicato al nuovo sistema operativo di Microsoft, Windows Phone 7.



CASCELLA

Pasquale Cascella, consigliere per la comunicazione del Presidente della Repubblica, vince il premio alla carriera come Addetto stampa dell'anno.



PRIVACY

Boom in Cina della vendita di programmi che permettono di spiare il cellulare del proprio fidanzato o coniuge clonando la carta Sim.

L'ESPRESSO:

GOOGLE PARASSITA

"Google è un parassita", parola di Carlo De Benedetti. Il patron del Gruppo l'Espresso ha parole di fuoco per la compagnia di Mountain View, che rende disponibili tramite il servizio News le notizie pubblicate dai giornali online. "Il motore di ricerca non può vivere da parassita - spiega l'editore -, raccoglie 400 milioni di pubblicità senza fornire alcun prodotto, veicolando i nostri contenuti, è assurdo". Secondo De Benedetti, l'unico rimedio è applicare a News il modello iTunes, facendo pagare però solo gli approfondimenti.

GOVERNO - EDITORI, MEDIAZIONE SULLE TARIFFE POSTALI

Istituzioni ed editori sono vicini a un accordo sulle nuove tariffe postali per i prodotti editoriali. Dopo l'abolizione delle agevolazioni, avvenuta il 30 marzo scorso, Fieg e associazioni assortite legate al mercato del libro e dell'informazione - già prostrati da mesi di crisi - avevano protestato contro la decisione del governo. In estate, il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'Informazione e all'Editoria, Paolo Bonaiuti, aveva favorito i tavoli di discussione tra le parti, con l'intervento anche di Poste Italiane, che avevano portato al raggiungimento di un accordo di massima. Secondo Fieg, l'intesa con le Poste è stata per gli editori "il minore dei mali possibili", anche se la celerità con cui l'esecutivo ha trattato la questione, in sostanza progettando un decreto legge in poco più di due mesi, tra agosto e ottobre, lascia spiragli per un dialogo futuro.



FINANCIAL TIMES, APPLICAZIONE DA 1 MILIONE DI STERLINE

L'applicazione per iPad di The Financial Times ha generato oltre 1 milione di sterline di introiti pubblicitari dal momento del lancio, avvenuto lo scorso maggio. Le sottoscrizioni alla versione Apple del quotidiano finanziario sono state 400mila e rappresentano ora il 10% di tutte le iscrizioni ai servizi digitali del giornale britannico. L'edizione cartacea provvede ormai solamente al 40% delle entrate del gruppo, che sta rimodellando i propri modelli di business sul mercato online e mobile.

BERGAMO RINNOVA IL SUO ECO: NUOVA GRAFICA E FORMATO

L'Eco di Bergamo cambia veste. Da questa settimana, la testata è in edicola con una nuova grafica e un nuovo formato, che offre ai lettori più pagine e più contenuti (servizi e approfondimenti) riuniti in un unico dorso, con più attenzione alla cronaca provinciale. A pochi mesi dal 130esimo anniversario della fondazione, il giornale bergamasco si rilancia.

L'EDICOLA GLOBALE

LA RIVOLTA DEI TIFOSI OSPITI CANCELLA ITALIA-SERBIA (The Independent)

Calcio, uno sport non più sport. Il mondo pallonaro è da tempo ricettacolo di tensioni, manifestazioni sociali estreme, collusioni con la malavita più o meno organizzata. Italia-Serbia, partita di qualificazione ai Campionati Europei del 2012 in calendario martedì 12 ottobre, è stata sospesa a causa delle intemperanze dei supporter balcanici, che hanno messo a ferro e fuoco la città di Genova e il suo stadio. "La rivolta dei tifosi ospiti cancella Italia-Serbia", dice **The Independent**. "La violenza rovina Italia-Serbia", scrive **The New York Times**. Le frange neo-naziste e ultra-nazionaliste del tifo serbo hanno scientemente trasformato un incontro di calcio nel teatro (assurdo) del loro fomento ideologico, creando imbarazzo tra i giocatori della loro nazionale e non solo: "Prandelli difende i giocatori serbi", dice **L'Equipe**, raccontando le facce attonite e impaurite della squadra ospite, mentre **Marca** riporta "le scuse del governo serbo a quello italiano". Secondo **Le Monde**, la nazionale slava ora "rischia l'esclusione dagli Europei". Ma, in fondo, la polizia serba aveva avvisato l'Italia delle intenzioni dei propri ultras. Come titola il **Daily Mail**, era "Una rivolta prevista".



TRA MASI E SANTORO È GUERRA APERTA

Dieci giorni di sospensione e mancata retribuzione a partire dal 18 ottobre. Questa la punizione che il direttore generale della Rai Mauro Masi ha riservato a Michele Santoro, reo di aver insultato i vertici di Viale Mazzini durante il prologo della prima puntata di Annozero. Il provvedimento disciplinare inciderà sulla regolare programmazione della trasmissione: la puntata del 21 ottobre non potrà essere presentata dal giornalista e quella del 28 difficilmente potrà essere preparata dalla redazione in un giorno solo. "Il provvedimento disciplinare assunto nei miei confronti, con una procedura ad personam, è di una gravità inaudita e, contro di esso, reagirò con tutte le mie forze in ogni sede", ha dichiarato Michele Santoro parlando di "attentato alla televisione".

QUATTRO PELLICOLE ITALIANE IN CONCORSO AL ROMA FILMFEST

Sarà proiettata anche l'anteprima italiana di *The Social Network*, attesa pellicola di David Fincher dedicata a Facebook, durante la quinta edizione del Festival Internazionale del Film di Roma. La manifestazione avrà luogo dal 28 ottobre al 5 novembre. I film in concorso sono sedici, quattro dei quali sventolano il tricolore ma parlano poco italiano: *Gangor* di Italo Spinelli (in lingua indiana), *Io sono con te* di Guido Chiesa, in arabo e greco antico, *La scuola è finita* di Valerio Jalonggo con Valeria Golino e *Una vita tranquilla* di Claudio Cupellini con Toni Servillo che recita anche in tedesco. Fra le pellicole straniere figura *Last Night* di Masy Tadjedin, con Keira Knightley e Eva Mendes che calcheranno il red carpet capitolino. Non sarà presente in carne e ossa Nicole Kidman, in concorso con *Rabbit Hole*. Sam Worthington, Julianne Moore, Fanny Ardant, Marion Cotillard, Valeria Golino, Ksenia Rappaport, Romain Duris, Toni Servillo, Claudio Santamaria, John Landis, Alexander Rockwell, Gabriele Salvatores e la madrina Valeria Solarino completano la lista delle star acchiappa flash.



MEDIASET: BERRUTI ASSOLTO IN PRESCRIZIONE

Assoluzione in appello per Massimo Berruti, parlamentare del Pdl, accusato di riciclaggio. La Corte d'appello di Milano ha parzialmente riformato la sentenza confermando da un lato l'assoluzione e dall'altro dichiarando la prescrizione. Berruti è accusato di riciclaggio nell'ambito dello stralcio dell'inchiesta sulla compravendita dei diritti cinematografici e tv di Mediaset e ricorrerà in appello per ottenere la piena assoluzione.

SPOT COMPARATIVI DI SKY E MEDIASET BOCCIATI DAL GIURI

Alt alle pubblicità di Mediaset e Sky, che blandamente si sfottevano tra loro via spot, comparando offerte e vantaggi dati agli utenti di ciascuna rete. I filmati del network satellitare con al centro la figura della 'talpa' "denigrano" i concorrenti, secondo il Giuri. Anche i promo di Cologno Monzese non rispettano i termini della pubblicità comparativa.

IL CALENDARIO PIRELLI CONQUISTA IL GRANDE SCHERMO. PREMIERE IL 13 NOVEMBRE

Scatti d'autore e modelle tra le più celebri. Il calendario Pirelli prova a raccontare la sua storia (1964-2010) in un film diretto da Emmanuel Le Ber basato su un'idea della produttrice televisiva e autrice di programmi di moda Dominique Miceli. Il progetto vuole svelare retroscena e ripercorrere la storia del calendario, e sarà proiettato in anteprima da Paris Premiere il 13 novembre.

FILM4 INCREMENTA IL BUDGET 2011

Film4, cinematografica controllata dal canale tv britannico Channel 4, ha raddoppiato il proprio budget previsto per il 2011, fino a 15 milioni di sterline. La casa di produzione, autrice di successi internazionali come *Il Milionario*, premiato agli Oscar 2009, ha prefigurato investimenti crescenti per il prossimo quinquennio, con un piano di sviluppo avallato dal Ceo David Abraham.



BEVENUTI AL SUD

Il grande successo ottenuto dalla pellicola ispirata al film francese *Giù al nord* ha convinto la Medusa a mettere in cantiere il sequel della pellicola.



FESTIVAL DI SANREMO

Dopo le difficoltà incontrate nella scelta del conduttore, iniziano le polemiche legate ai compensi. Sembra che Morandi abbia chiesto 1,5 milioni di euro.

IL NORD (RI)SCOPRE LA TV DIGITALE



Riparte la corsa del Nord Italia al digitale terrestre. Dopo il rinvio di fine estate, che ha procrastinato di un mese la fine dell'era analogica, ecco che la Lombardia si appresta a 'spegnere' le vecchie frequenze per approdare definitivamente alla nuova piattaforma. Dal 25 ottobre al 26 novembre, Milano e dintorni, così come parte del Piemonte e dell'Emilia Romagna, effettueranno lo switch-off. Tra il 27 novembre e il 15 dicembre sarà invece la volta di Veneto e Friuli Venezia Giulia. In Liguria, invece, tutto rimandato a settembre

2011, per valutare la compatibilità radioelettrica con l'area toscana. Sono circa 17 milioni le famiglie italiane già passate al dtt, la cui penetrazione nel territorio - nel mese di luglio - è salita al 70,3% delle abitazioni. Anche l'Auditel è ormai fortemente digitale: il 47,5% dei telespettatori guarda la tv via decoder.

IL CINEMA CINESE STUDIA DA COLOSSO INTERNAZIONALE

Entro il 2015, il giro d'affari delle sale cinematografiche cinesi dovrebbe raggiungere i 4,5 miliardi di dollari, rendendo Pechino la seconda capitale mondiale della settima arte, almeno quanto a incassi. La Cina costruirà nei prossimi mesi 1.500 nuove sale, superando così quota 6mila su tutto il territorio (per più di 12mila schermi complessivi). Nella prima metà del 2010, il botteghino cinese ha raccolto 786 milioni di dollari, in rialzo dell'86% rispetto al medesimo periodo dello scorso anno.

GRAN BRETAGNA: BBC VARA REGOLAMENTO ANTI-BULLISMO

Niente più scene umilianti o volgarità eccessive, siamo inglesi. Questo il monito lanciato da Bbc Trust, organo che sovrintende il network pubblico britannico. I dipendenti Bbc, a partire da questa settimana, dovranno seguire un più severo codice comportamentale che ha per massima principale quella di "non intimidire, umiliare, invadere la personalità di alcuno a scopo informativo o di intrattenimento".

IL SUD DI BISIO BENVENUTO AL BOXOFFICE

Benvenuti al Sud si conferma re del botteghino in Italia anche in questo fine settimana. Il film di Luca Miniero con Claudio Bisio ha incassato 4,48 milioni di euro tra venerdì e domenica, arrivando a quota 10,9 milioni complessivi. Al secondo posto si trova Step Up 3D di Jon Chu che, con una buona distribuzione e il traino della tecnologia tridimensionale, ha strappato biglietti per 2,37 milioni di euro. Scivola dunque in terza piazza Inception 1,2 milioni di euro e oltre 8 milioni totali.

LA TV DÀ I NUMERI di Giorgio Bellocchi



JOHN NETTLES

L'ISPETTORE BARNABY E L'ODIO DENTRO AL TOTEM-FAMIGLIA

Prosegue su La7 l'effetto-Mentana, vale a dire quell'onda di qualità che avvolge la rete da settembre grazie anche ai ritorni di programmi quali "Le invasioni barbariche", "Niente di personale" e "Exit". Sabato 9 ottobre è pure partita una nuova serie de "L'ispettore Barnaby", fiction inglese di culto che non tradisce mai le attese degli amanti del mystery. Giunto alla sua tredicesima stagione, il telefilm conta sulla carismatica interpretazione di John Nettles nel ruolo di Barnaby e sull'ambientazione scevra da cliché in una campagna inglese ben poco rassicurante. Il telefilm ha occupato per oltre un anno il prime time del sabato di La7 con repliche... delle repliche (!), e dunque non sorprende che l'episodio inedito abbia catalizzato per l'Auditel 960.000 spettatori. "L'ispettore Barnaby" è un prodotto veramente speciale, caratterizzato da sceneggiature vivaci, cariche di humour ma anche con un profondo senso del drammatico (come i romanzi di Caroline Graham cui le prime due serie si ispirarono). Lo

scenario raffigurato porta in primo piano pulsioni come l'invidia, la gelosia, l'avidità, e la frustrazione di vivere in località fin troppo tranquille. Raramente si è vista una fiction con in circolo una così massiccia dose di odio e disprezzo che i protagonisti dei singoli episodi si rimpallano vicendevolmente. Con l'eccezione, naturalmente, dell'arguto ispettore e dei deuteragonisti del cast come i membri del suo team e la simpatica signora Barnaby. Odio che aleggia soprattutto all'interno del totem-Famiglia, ambito in cui si consumano i più efferati delitti. Anche nell'odierno scenario delle narrazioni fittizie è difficile uscire da uno schema che è vincente fin dai tempi di Shakespeare...

TUTTI VOGLIONO YAHOO! FRA I PRETENDENTI ANCHE AOL



Aol, dopo aver rilevato il blog di tecnologia TechCrunch, continua a fare la spesa e ha messo gli occhi su Yahoo!. E' quanto ha scritto il Wall Street Journal, facendo volare il titolo del secondo motore di ricerca al mondo nel pre-market statunitense. Il progetto di Aol vedrebbe la partecipazione di alcune società di private equity, fra le quali figurano Blackstone Group e Silver Lake Partners. Non è remota, inoltre, la possibilità che queste società decidano di fare un'offerta autonoma per rilevare la web company, facendo quindi mancare ad Aol il supporto necessario per completare l'acquisto.

La corsa al portale, nel mirino di Microsoft per un lungo periodo, si deve alla situazione difficile in cui lo stesso si trova e all'emorragia di manager di spicco che sta caratterizzando gli ultimi mesi. Yahoo! sta pagando lo strapotere di Google e la nascita e crescita di realtà come Facebook che hanno monopolizzato l'attenzione e le abitudini di navigazione degli internauti, nonostante gli sforzi del nuovo Ceo Carol Bartz.

POLIZIA BRITANNICA DEDICA UN TWEET A OGNI DENUNCIA

Un 'tweet' per ogni caso da risolvere nell'arco di 24 ore. E' questa l'idea della polizia di Manchester che, sfruttando il social network Twitter, intende mostrare all'opinione pubblica, ma soprattutto ai politici, la vera mole di lavoro delle forze dell'ordine, pubblicando un messaggio per ogni caso denunciato.

FRANCIA, IL WEB PROMETTE BUONA CONDOTTA

Le sezioni francesi di alcune tra le più importanti compagnie internet (tra cui Microsoft e Viadeo) hanno firmato un protocollo per la 'buona condotta' delle proprie attività sul web, impegnandosi in particolar modo a difendere la sicurezza dei dati personali e della privacy degli utenti. All'appello, però, mancano nomi celebri come Google e Facebook, che non hanno accettato il documento proposto dalle autorità d'Oltralpe.

IN-STAT: AUMENTANO I DISPOSITIVI CONNESSI ALLA RETE

La possibilità di connettersi tramite rete cellulare non resterà a lungo appannaggio di telefonini e laptop, ma sta diventando sempre più caratteristica integrante di dispositivi portatili per l'intrattenimento, come gli e-reader. A sottolineare la tendenza è In-Stat, che stima una crescita dell'87% di questo tipo di dispositivi fra il 2009 e il 2014.

KLOUT MISURA LA POPOLARITÀ DEGLI UTENTI SUI SITI DI SOCIAL NETWORKING

Vuoi conoscere l'influenza delle tue pagine su Facebook e Twitter? Ci pensa Klout, servizio che analizza i social media e le attività degli utenti, determinandone l'abilità nel gestire i contatti e nell'attirare responsi online. Il servizio agisce riconoscendo commenti, amicizie, risposte a link, video e immagini postate, aggiornando un grafico live del consenso da social network.

MICROSOFT SCALA CLASSIFICA PORTALI VIDEO

I siti Microsoft avanzano nella graduatoria dei video-network più visitati dagli internauti americani. Microsoft sale al quarto posto della classifica, con 45,5 milioni di utenti unici nel mese di settembre (comScore), subito dietro a Facebook (51,2 milioni) e Yahoo! (54,3 milioni). In vetta, irraggiungibile, c'è Google, che grazie a YouTube ha raccolto 144,2 milioni di utenti unici.



BING

Nuovo accordo per il motore di ricerca di Redmond, legati a Facebook. I risultati di Bing offriranno anche una selezione in base al gradimento degli utenti.



INTERNET

Internet, in corsa per il Nobel per la Pace 2010, non ha vinto ed è stato bloccato in Cina per evitare che il premiato, Liu Xiaobo, venisse informato dell'assegnazione.

FB: ARRIVANO PSW MONOUSO

La sicurezza come ossessione primaria. Dopo attacchi pirata e attacchi mediatici, Facebook prova a risolvere le più evidenti lacune in fatto di garanzia e sicurezza per i suoi utenti, proponendo una soluzione interessante per chi è solito connettersi al social network da computer pubblici: una password monouso da richiedere via sms, che decade alla fine della sessione di lavoro, per accedere al proprio account in modo più sicuro.

**HULU PRONTO
A SBARCAR
N BORS**

Il sito di video Hulu, com sarebbe pronto per sbarcare in borsa, con un'offerta pubblica iniziale che secondo le stime potrebbe raccogliere sul mercato fino a 300 milioni di dollari. L'operazione potrebbe avere come principale investitore Morgan Stanley.

NEONATI, NON SUL WEB

Il 92% dei bambini americani sotto i due anni possiede un'impronta digitale e ha dunque lasciato tracce di sé su social network, portali video, blog o comunità online. Il 7% possiede già un indirizzo e-mail. In Europa, quasi l'80% ha un profilo Facebook, spesso creato addirittura prima della nascita. Merito, o colpa, dei genitori, che pubblicano fotografie e informazioni sui neonati. Gli adulti fanno dunque le veci dei figli, inconsapevoli di tutta questa 'loro' presenza su internet. Le attività in rete diminuiscono curiosamente nella fascia consapevole della popolazione che sfrutta il web, quella tra i 14 e i 24 anni, che solo nel 75% dei casi lascia tracce su siti e forum. A rivelare i dati è una ricerca condotta da Internet Security Company Avg.



SITO DI EBAY TUTTO NUOVO PER GLI SMARTPHONE

eBay si ripresenta agli utenti mobili con un sito ripensato per i cellulari di ultima generazione. Il portale è stato ottimizzato per la visualizzazione su smartphone e dispositivi simili, con nuove funzioni a favorire la navigazione in mobilità. Ora è possibile navigare per categorie di prodotti, salvare e affinare le ricerche per prezzo, locazione e scadenza dell'asta.

CORRIERE TV TRA CONCERTI E INTRATTENIMENTO

Si amplia l'offerta di Corriere Tv, il canale video online del Corriere della Sera. Il palinsesto accoglie spettacoli teatrali e altri eventi in diretta, con l'intenzione di rafforzare ulteriormente il proprio seguito. "Avremo eventi live in esclusiva che saranno poi disponibili on demand", dice Giorgio Riva, direttore generale di Rcs Digital.

**IL MICRO-BLOG TWITTER
PUNTA A RAGGIUNGERE UN
MILIARDO DI UTENTI**

"Twitter raggiungerà il miliardo di utenti", un numero che potrebbe aiutare il sito di micro-blogging nella sfida a Facebook sul terreno della pubblicità. Lo ha affermato Evan Williams, co-fondatore del social network. Il manager non ha, però, fornito informazioni sui tempi previsti per raggiungere l'ambizioso traguardo. Attualmente Twitter è il terzo sito di social network, dopo Facebook e Windows Live con un totale di 165 milioni di seguaci, che ogni giorno inviano in media 100 milioni di 'tweet'. La società ha, inoltre, recentemente annunciato che si aprirà a nuovi modelli di pubblicità, dopo una fase di sperimentazione avviata con marchi come Starbucks, Coca-Cola ed Espn.

**ALLEANZA MICROSOFT-ALIBABA
PER NUOVO
MOTORE DI RICERCA IN CINA**

Il dominio di Baidu nel campo delle ricerche web in Cina ed Estremo Oriente (con oltre 400 milioni di utenti e il 60% del market share) potrebbe essere messo a repentaglio da Alibaba. La compagnia internet ha annunciato il lancio della versione beta di Etao, search engine interamente dedicato allo shopping. Il sito si avvale del supporto di Bing, motore di ricerca sviluppato da Microsoft, e propone offerte e servizi specifici legati all'e-commerce. Il nuovo motore di ricerca si chiama Etao. I risultati di ricerca sono divisi per gruppi. Per primi appaiono risultati del sito di acquisti online Taobao.com, seguiti da link a forum online e da altri risultati di ricerca forniti dal motore Bing di Microsoft.

BROADCAST & VIDEO
LA CONVERGENZA NELLA COMUNICAZIONE

Registrazione Tribunale di
Milano n. 642 del 17/11/03

Redazione di Milano:
via A. Volta, 7 - 20121 - Tel. 02 62693.1
Posta: redazionebv@diesis.it

Redazione di Roma:
Posta: redazione.roma@diesis.it

Per abbonarsi
<http://bv.diesis.it/labbonamenti.htm>

Numeri arretrati:
<http://bv.diesis.it>

Direttore responsabile
Giorgio Tedeschi - tedeschi@diesis.it

In redazione
Martina Pennisi - martina@diesis.it
Stefano Pini - pini@diesis.it

Hanno collaborato
Giorgio Bellocci - bellocci@diesis.it
Valentina Colombo - valentina@diesis.it
Manuela Izzo - manuela@diesis.it
Elena Arfani - arfani@diesis.it
Roberta Bertazzi - bertazzi@diesis.it

Grafica
Fabio Santambrogio - fabio@diesis.it

**I lettori nell'ultima settimana
sono stati 125.000**

Riproduzione riservata ©
Editore: Diesis s.r.l.
Reg. Roc n. 11351



Pubblicità - Concessionaria in esclusiva
Telefono: 02-72181
Posta: adonline@arcuspubblicita.it

La rivoluzione delle news (parte 2)



Cambiano i dispositivi e cambiano le modalità di fruizione, una ricerca di Smart Research racconta come.

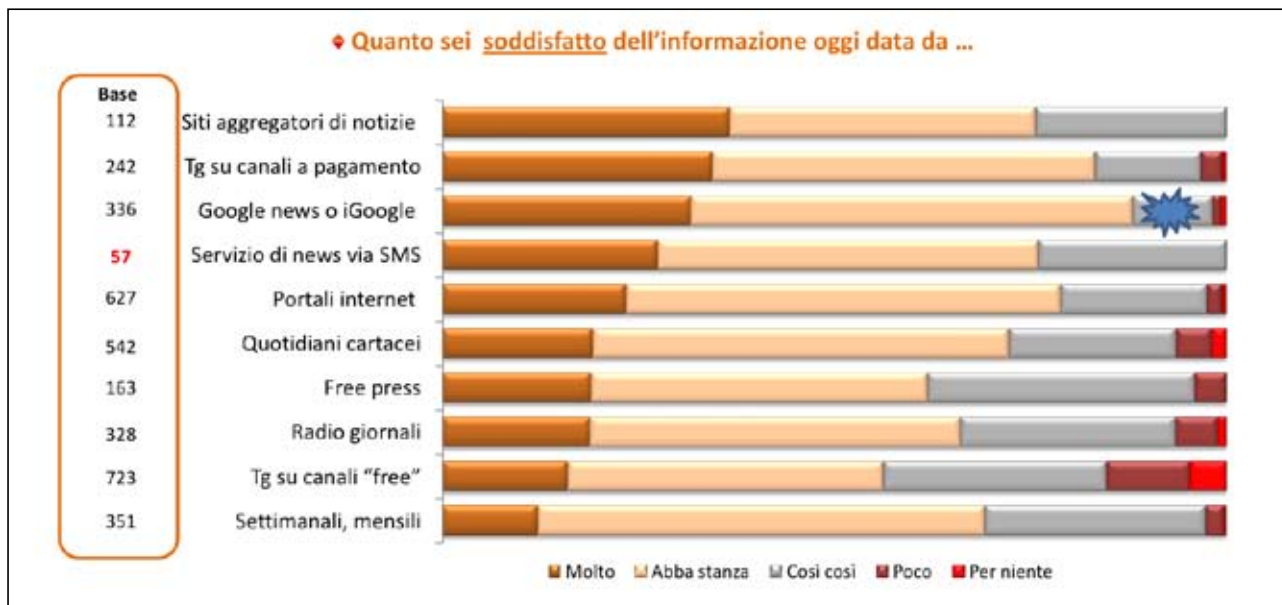
Internet come fonte d'informazione ormai attendibile. A partire da questa asserzione, fatta dal 30% del campione intervistato, lo studio di Smart Research si inoltra in un'analisi della fruizione delle news in formato digitale, con tutte le sue diverse categorie e sottocategorie. Gli internauti più alfabetizzati saranno i primi a migrare verso i dispositivi di ultima generazione quali smartphone e tablet, e saranno quindi il pubblico di riferimento (almeno nel futuro prossimo) per i giornali che si apprestano a essere distribuiti sui nuovi device e a sviluppare ulteriormente le loro attività online. Gli utenti web, secondo l'indagine, sono soddisfatti dei servizi offerti dai siti aggregatori di notizie e dai portali inter-

net, tra cui spiccano Google News e iGoogle, che convincono circa il 90% del campione. Segnali di stanca, invece, per la free press, che soddisfa poco più del 60% dei lettori, e soprattutto per i telegiornali delle tv generaliste (e dunque offerti gratuitamente), che contano un indice di gradimento al di sotto del 60% e una fetta d'utenza insoddisfatta del servizio offerto (il 15%). Colpisce, però, come secondo il 63,7% del pubblico, attendibilità e reputazione di un sito dedicato all'informazione dipendano molto dal fatto che il suo editore sia già operativo in altri ambiti, siano essi la tv, la radio o la carta stam-

pata. Se il web è assurto a più attendibile, sfruttato e soddisfacente canale informativo, o se almeno così è percepito dal pubblico dei

MEDIA E INFORMAZIONE ALLA SVOLTA DIGITALE (UN RÉSUMÉ)

Il 30 settembre, Quo Media ha affrontato in un convegno le problematiche dell'informazione in epoca digitale, tra nuovi device e lacune della rete internet veloce. Riproponiamo in due puntate la ricerca di Smart Research sul rapporto tra utenti web, notizie e fruizione delle stesse, svolta appositamente per Quo Media, corredata dagli interventi più interessanti della tavola rotonda. Questa settimana parlano gli editori Rcs, Sole 24 Ore, Condé Nast, il giornalista Gabriele Di Matteo e Google.



lettori, sorge spontanea una domanda, cruciale nel rapporto tra utenti e informazione digitale (e mercato della stessa, quanto mai intangibile e poco proficuo rispetto alle sue potenzialità): gli internauti italiani sarebbero disposti a pagare per le notizie

presenti online? Smart Research dà una risposta netta alla domanda: no. L'89,3% degli intervistati non sborserebbe un centesimo per un servizio, quello dell'informazione, che la rete sembra offrire gratuitamente. Invero, la presenza della pubblicità

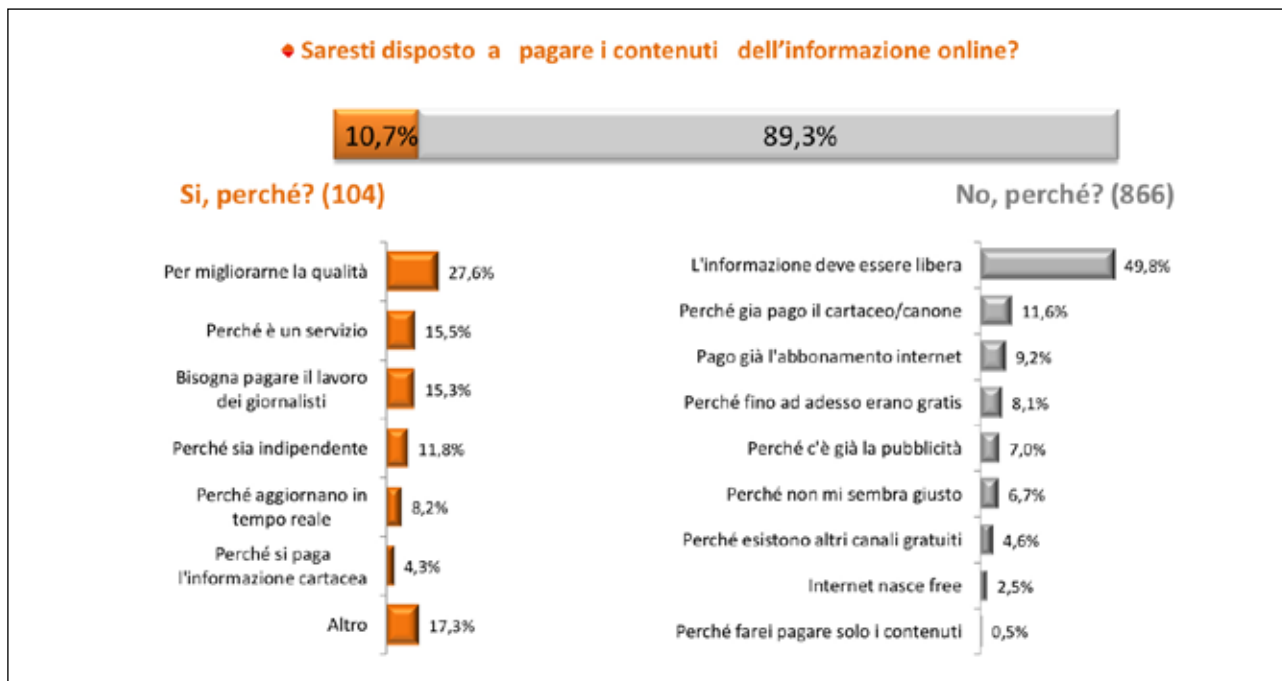
tali con una qualche forma di pagamento delle notizie. Questo perché, secondo il 27,6%, le sottoscrizioni servirebbero a garantire - e magari migliorare - la qualità degli articoli. Il 15,5% dei bendisposti al pagamento ritiene invece corretto sostenere quello che è a tutti gli effetti un servizio, nonché (secondo il 15,3% del campione) garantire un compenso ai giornalisti che svolgono tale servizio. Interessante notare come, tra questo piccolo pubblico che non negherebbe un contributo all'editoria online, l'11,8% ritiene che questo contributo accessi alla libertà di stampa. Solo il 10,7% si dichiara infatti propenso a sovvenzionare quotidiani e magazine digitali con una qualche forma di pagamento delle notizie. Questo perché, secondo il 27,6%, le sottoscrizioni servirebbero a garantire - e magari migliorare - la qualità degli articoli. Il 15,5% dei bendisposti al pagamento ritiene invece corretto sostenere quello che è a tutti gli effetti un servizio, nonché (secondo il 15,3% del campione) garantire un compenso ai giornalisti che svolgono tale servizio. Interessante notare come, tra questo piccolo pubblico che non negherebbe un contributo all'editoria online, l'11,8% ritiene che questo contributo accessi alla libertà di stampa. Solo il 10,7% si dichiara infatti propenso a sovvenzionare quotidiani e magazine digitali

MARCO PRATELLESÌ, PER CONDÉ NAST LA QUALITÀ PRIMA



"Dovremmo abituarci all'idea che la condizione di work in progress in internet sia diventata una condizione della società dell'informazione".

Ha esordito in questo modo Marco Pratesi, director of editorial digital development Condé Nast Italia. "I prodotti cartacei di Condé Nast raccolgono l'80% degli introiti con la pubblicità e il 20% con la vendita - ha aggiunto -. Per ciò che concerne l'universo digitale la casa editrice punta su siti gratuiti e di qualità: l'8 ottobre debutta il nuovo Wired.it e a dicembre il sito di Vanity Fair".



L'11,6% dei contrari al paywall adduce a motivazione il fatto che già si paghino le edizioni cartacee dei giornali, oppure il canone per quanto riguarda i telegiornali Rai. Meno solide le argomentazioni secondo cui già si paga l'abbonamento a internet ed è perciò ingiusto pagare la fruizione delle news (9,2% del campione parziale), oppure secondo cui fino ad ora sono state gratis (8,1%). Il 7% dei contrari alle formule a pagamento ritiene invece che basti la pubblicità a sostenere le attività delle testate web e, qualora fosse necessario, basterebbe incrementarne la presenza sulle pagine che ospitano le notizie.

Lo scenario per gli editori che cercano di farsi pagare sembra quantomeno

grigio, ma resta difficile valutare concretamente o, meglio, cercare di anticipare, le reazioni del pubblico a una rivoluzione in fieri. Se Rupert Murdoch e il suo colosso editoriale hanno lanciato la sfida ad aggregatori e portali gratuiti, introducendo con un calendario preciso e sistematico il paywall per i siti dei propri quotidiani più celebri (The Wall Street Journal, The Times, The Sun), c'è da aspettarsi che altri grossi gruppi editoriali seguiranno l'esempio del magnate

di News International. Così, Smart Research ha ipotizzato un futuro in cui tutta l'informazione online di una certa autorevolezza e qualità sarà fruibile solo a pagamento, e interrogato il campione d'in-

SERGIO ABATE, RCS PUNTA SUGLI AUDIOVISIVI



"Noi crediamo nell'efficacia di un modello di portali gratuiti e che continuano a puntare sui ricavi pubblicitari. Siamo stati invece i primi in

Italia a puntare su un'offerta mobile a pagamento attraverso il lancio dell'applicazione del Corriere per iPhone". E' quanto ha dichiarato l'head of department di Gazzetta.it Sergio Abate illustrando la politica commerciale digitale dell'editore di Via Solferino. Abate ha sottolineato come Gazzetta.it e Corriere.it puntino molto sui relativi spazi dedicati ai contenuti audiovisivi GazzettaTv e CorriereTv.



dagine sugli argomenti che a quel punto avrebbe selezionato, qualora fosse possibile acquistare le singole news. Il 39,5% degli intervistati sceglierebbe senza dubbio gli aggiornamenti legati alla cronaca, denotando il bisogno di sapere almeno quanto accade quotidianamente. Il 32,9% sarebbe invece più interessato all'attualità, e dunque alla possibilità di costruire e meglio comprendere il contesto circostante. Il 28,6% opterebbe per approfondimenti culturali, convinto in qualche modo di recuperare le news di cronaca da altre fonti, per quanto meno autorevoli. Interessante la sovrapposizione, quanto a disponibilità 'eventuale'

al pagamento, tra politica (scelta dal 25,8% del campione) e sport (25,7%). Solo il 14,3%, se potessero acquistare le informazioni per argomento, sceglierebbe la finanza, mentre il gossip langue al 4%, a testimonianza della caratterizzazione medio-alta del pubblico degli internauti più esperti. Elaborando quanto appena detto secondo criteri anagrafici, la fascia d'utenza più giovane, compresa tra i 18 e i 24 anni, comprenderebbe più volentieri notizie negli ambiti legati all'attualità e allo sport, mentre quella adulta (suddivisa nei segmenti 25-34 e 35-44), orienterebbe le proprie preferenze verso la cronaca, l'attualità e la cultura.

sono legati all'informazione come servizio indispensabile e che hanno maggiore attitudine verso il concetto di pagamento, nonché disponibilità economica per l'acquisto dei nuovi dispositivi, tra pochi anni il ricambio generazionale sarà completo e i giornali (online e non) avranno a che fare con i 'nati-digitali', formati con il web, più avvezzi alle sue regole ma anche meno curiosi, e al tempo stesso ignari del contesto precedente l'avvento della rete, in cui l'informazione era per lo più considerata un bene di consumo (primario, in un certo senso, ma pur sempre da comprare, senza metterne in dubbio il valore economico).

LUCA DE BIASE, L'UTENTE PAGA QUELLO CHE È FIGO PAGARE



"I giornali non sono la loro carta. Il pubblico in passato doveva per forza passare dai giornali cartacei, adesso non è più così è il pubblico a scegliere la modalità di fruizione che preferisce", ha dichiarato Luca De Biase. "Il successo de Il Fatto - ha spiegato - dimostra che un buon prodotto viene adottato indipendentemente dal supporto con cui viene veicolato". "Si paga quello che è figo pagare - ha aggiunto - gli editori devono aumentare gli sforzi in ricerca e sperimentazione per offrire un prodotto sempre più competitivo".

Più particolari i gusti dell'utenza matura, che pagherebbe per news su finanza, politica e cultura.

L'orientamento dei gusti per età è più importante di quanto si creda: se oggi bisogna tener conto soprattutto degli acquirenti adulti e maturi, coloro che più di tutti

Il passo successivo dello studio, sempre restando all'ipotesi di un'editoria d'informazione completamente a pagamento sul web, indaga sulle diverse opzioni per esautorare il pagamento stesso. Le formule preferite, secondo quanto emerge dai dati raccolti, sarebbero tre: il servizio, ormai globalmente diffuso e riconosciuto come semplice e sicuro, di Paypal, gradito al 32% degli utenti; una carta prepagata emessa direttamente dall'editore sarebbe invece la scelta del 30,7% dei lettori; infine, il 29,1% preferirebbe una



carta di credito o prepagata emessa dalla propria banca, così da non doversi affidare in qualche modo alla gestione degli editori. In linea di massima, giovani e adulti usi all'e-commerce sono sostenitori di Paypal, mentre professionisti ed esperti di settore non disdegnerebbero un servizio a totale gestione di chi produce i giornali online. Il pubblico più maturo poco avvezzo agli acquisti su internet si sentirebbe più sicuro se a gestire la transazione fosse la banca, riferimento conosciuto e fisicamente riscontrabile. Ma qual è il prezzo giusto per l'accesso alle notizie in rete,

secondo gli utenti? Secondo le stime della ricerca, 60 centesimi per un quotidiano online sarebbero la cifra ideale. 90 centesimi è invece il prezzo di indifferenza, che eguaglia cioè il numero di quanti considerano il bene appetibile, mentre 55 centesimi è il prezzo minimo per il quale un prodotto editoriale viene considerato affidabile. In conclusione, i lettori hanno ormai realizzato la transizione all'informazione digitale, dandole fiducia e riconoscendole autorevolezza, ma ancora non riescono o non vogliono applicare alla rete e alle sue news le regole del mercato. Completata

questa prima fase della rivoluzione web, il giornalismo e la sua utenza stanno già vivendo quella successiva, ossia l'approdo delle notizie sui dispositivi mobili, che cambierà l'impostazione stessa delle testate online (grafica e servizi ripensati per schermi più piccoli e applicazioni appositamente sviluppate) e la loro fruizione. Questo almeno crede il 60,9% del campione di ricerca, convinto che tablet e smartphone imporranno un ulteriore cambiamento. Il futuro è ancora da scrivere.

STEFANO MARUZZI (GOOGLE): NON SARÀ L'IPAD A SALVARE L'EDITORIA. DI MATTEO: TROPPI SANTI E POCHE NICCHIE



“Gli utenti oggi possono entrare in contatto con i contenuti, produrli e condividerli”. Sono queste, secondo il country manager di Google Italia Stefano Maruzzi, le tre dimensioni all'interno delle quali si può destreggiare l'utente. Dimensioni che, secondo Maruzzi, destabilizzano le media company tradizionali e il loro modello di business. Sopravviverà chi saprà interpretare la realtà digitale in cui agisce e sarà in grado di offrire agli utenti un prodotto che valga la pena pagare. “Trovo creativo pensare che l'iPad risolva i problemi dell'editoria”, ha tenuto a sottolineare, il punto di fondo è la “qualità

editoriale”. Qualità editoriale che secondo il parere del giornalista Gabriele Di Matteo rischia di smarrirsi nei meandri dell'eccessiva offerta che la digitalizzazione, quella televisiva in primis, comporta. “E' un'epoca in cui ci sono troppi santi e poche nicchie, come diceva Balzac”, ha affermato Di Matteo, sottolineando che la rivoluzione digitale avrà bisogno di contenuti rilevanti e interventi di qualità ma che siamo in un momento in cui l'offerta supera la domanda e la capienza delle reti.



Quo Media presenta: Media e informazioni alla svolta digitale...

QUO M&DIA
LA CONVERGENZA NELLA COMUNICAZIONE
NEWS ORB PER ORB

RUBRICHE

Una nuova misura pro banda larga | Chiude la sede capitolina di E-Paris | Indio lancia tablet e 3S euro

Avatar, ovvero sputare nel piatto in cui si mangia
11/04/2010 17:33
In quest'articolo oggi vogliamo interrogarci su quale sia il motivo per cui alcuni grandi editori finiscono a pronunciare contenuti e fare così. Avatar è un esempio interessante. Il film è un matrimonio esaltante, tra il capitalismo, i suoi contenuti, i suoi obiettivi sociali, ma non del socialismo reale.
E' un inno contro il modello capitalista e la speculazione, anche se senza ironia, per evitare di dire la stessa buonanotte. Ma a mettere mezzo miliardo di dollari per farla girare dalla creatività di James Cameron (Titolo) è stata la Fox di Rupert Murdoch, il capitalista dei capitalisti, il campione del mondialismo.
Questo fatto mi fa venire in mente un altro esempio. Questo autunno sarà che in un punto strategico di passaggio della liberia fondatori di via Marghera, a Milano, era collocato un intero banco di libri contro Berlusconi. Una dozzina di titoli impilati in uno dei punti più trafficati. Anche in quest'occasione mi interrogai: perché Berlusconi promuove i libri contro Berlusconi? Tutto è stato modo, perché Murdoch ha finanziato Avatar? La mia risposta è questa, semplice, ma che va articolata: per soldi. I soldi guadagnati dalla vendita di un libro di Travaglio & C. hanno un effetto molto maggiore in termini di propaganda rispetto al danno provocato dal libro. E poi vogliamo mettere il gusto di prendere dei soldi a un sostenitore di Travaglio & C. e magari il nuovo inno per le elezioni?
Ma se questo conto mi torna, almeno fino a che i lettori di Travaglio & C. saranno una nicchia, meno mi torneranno i conti su un film come Avatar. Le opere cinematografiche, soprattutto quelle destinate a un pubblico meno colto, hanno un potere di penetrazione molto forte. Ocio, nessuno chiedere una rivoluzione nei comportamenti delle Nazioni Unite dopo aver visto questo film. Ma certo che almeno per un paio di giorni qualche notizia al telegiornale potrebbe essere vista con un occhio diverso. Forse la seconda risposta è proprio questa: la capacità di influenzare il pubblico è debole senza retromarie. E Avatar, visto una volta, non avrà altri messaggi analoghi a sostenere le tesi, certo almeno non dalle reti di Murdoch (e della Fox in particolare).
Evidentemente questa esperienza contraddice il saggio con la capacità di sottrarre e reinvestire le risorse degli "oppositori", e forse con la scarsa permanenza di un messaggio che quindi viene ritenuto poco dannoso.
Oppure no? Silvio, Rupert, che ne dite? E voi?

Radionostalgia

Apple riconosce le faccio
Apple ha recentemente acquistato l'azienda pacificamente controllata di Palo Alto, società che si occupa di tecnologia per i ricambi.
La balzate di Firth vince il Festival di Toronto
The King's Speech di Tom Hooper, che vede Colin Firth interpretare il re George VI d'Inghilterra, è aggiudicato al The People's Choice Award.
YouTube per giovani filmmaker: italiano in gara
Ventisei titoli italiani di narrativa sono stati selezionati per il Festival di Toronto.
Domani pomeriggio, torna Uomini e Donne
I due veterani Andrea Napolitano e Gemelle sono a fronteggiare la svedese Paola Bonanni. Ovest: i due fratelli che si scontrano in una gara di velocità.
Il boxoffice cambia stagione e premia Mordini
Il fine settimana di metà settembre porta una piccola rivoluzione nella classifica dei film più visti in Italia. La parodia d'impresario, di Dario...

La tv da 11 numeri
Se il video cultura il campione di Andreotti...
Edicola Globale
La M&D sui film getta un'ombra sui contenuti...

Notizie in un click
Quo media: le notizie aggiornate ora per ora che raccontano come sta cambiando il mondo dei media. Notizia chiare, sempre aggiornate, esaustive e con link alle fonti primarie e ai documenti originali.

Un target composto prevalentemente da decision maker: 59% titolari, dirigenti, quadri.

ARRIVA IL BRUTTO TEMPO?

QUO M&DIA
LA CONVERGENZA NELLA COMUNICAZIONE
NEWS ORB PER ORB

INTERNET & STAMPA

amazon

ARCUS
Pubblicità

Publicità Concessionaria in esclusiva
Telefono: 02-72181
advonline@arcuspublicita.it