

Osservatorio New Media & Tv

New Media: tante piattaforme, ma quali strategie?

Presentazione dei risultati della Ricerca 2010/2011

IN COLLABORAZIONE CON



Martedì 22 Marzo 2011 – Ore 10.00
 Aula Carlo De Carli - Politecnico di Milano
 (Campus Bovisa) Via Durando 10

LA RICERCA 2010/2011

In questa fase di trasformazione paradigmatica dei Media che porta con sé significativi cambiamenti e pone grandi interrogativi, la Ricerca 2010/2011 si è posta i seguenti obiettivi: valutare quantitativamente il mercato dei New Media e delle New Tv nelle sue principali articolazioni; analizzare criticamente l'evoluzione dell'offerta su tutte le piattaforme digitali (Sofa-Media, Internet, Mobile); studiare la convergenza tra le diverse piattaforme, in particolare tra il mondo delle televisioni e il mondo di Internet, e tra quest'ultimo e il mondo Mobile; valutare l'impatto sul mercato dei nuovi canali di fruizione dei contenuti digitali (in particolare i Tablet Pc di nuova generazione e gli eBook Reader); analizzare i nuovi modelli di business abilitati dal rivoluzionario paradigma degli Application Store; individuare i principali trend in atto e tratteggiare i possibili scenari futuri

START-UP BOOSTING

Giocare un ruolo sempre più attivo nello stimolare la nascita e lo sviluppo di nuove avventure imprenditoriali basate sull'innovazione: è questo l'obiettivo che gli Osservatori ICT & Management si pongono a partire da quest'anno, nella convinzione che ciò rappresenti un ingrediente fondamentale per il rilancio della nostra economia.

Per questo motivo nasce il progetto **Start-up Boosting** che, attraverso il succedersi di una serie di **Call for Ideas** collegate ai diversi Osservatori, intende identificare le **idee di business** e i **progetti imprenditoriali più innovativi**, che saranno seguiti nel loro sviluppo dalla School of Management del Politecnico di Milano.

In occasione del Convegno verrà lanciata la **Call for Ideas** in ambito Digital Media & Tv.

Per maggiori informazioni visitare il sito www.startupboosting.com

La partecipazione al Convegno è gratuita.
 Si prega di dare conferma registrandosi sul sito www.osservatori.net

Sessione di Approfondimento Premium

Nel pomeriggio, dalle 14.15 alle 17.30, si terrà una Sessione di Approfondimento con i Ricercatori dell'Osservatorio, finalizzata ad approfondire: i numeri del mercato e i reali scenari futuri; le opportunità e le minacce concrete derivanti dalle nuove piattaforme tecnologiche; il nodo dei Social Media nel complessivo quadro dei media digitali.

La Sessione Pomeridiana è a pagamento.
 Per maggiori informazioni e per iscriversi: www.osservatori.net

9.30 Registrazione

10.00 Introduce e presiede

Umberto Bertelè
 Presidente School of Management
 del Politecnico di Milano

10.15 I risultati della Ricerca

Andrea Rangone
 Responsabile Scientifico
 Osservatorio New Media & Tv

Giovanni Toletti
 Responsabile della Ricerca
 Osservatorio New Media & Tv

Discutono i risultati della Ricerca:

Marco Fanciulli
 Senior Manager (ISIS) IT Strategy & Transformation,
 Digital Media Domain Accenture

Marco Salvadori
 Director Internet Business Solutions (SP Consulting
 Group – Italy) Cisco

Aurelio Severino
 Direttore Content and Media Solutions
 Ericsson

Fabrizio Caffarelli
 Chief Executive Officer
 TV BLOB

11.40 Lo scenario tecnologico

Vincenzo Russi
 Direttore Generale
 Cefriel

12.00 Tavola Rotonda

New Media & Tv: gli snodi e i trend del futuro

Pierpaolo Cervi
 Direttore Generale della divisione web ed internet
 Gruppo Editoriale L'Espresso

Luigi Midolo
 Direttore Web e Sviluppo Offerta Mediaset Premium
 Mediaset

Vittorio Veltroni
 Direttore Generale Digital
 Mondadori

Andrea Fabiano
 Responsabile Marketing Strategico
 RAI

Giorgio Riva
 Direttore Generale
 RCS Digital

Stephane Timpano
 Business Development Director
 Sky Italia

Ivana Borrelli
 Responsabile Marketing Broadband Content
 Telecom Italia

13.15 Chiusura del Convegno

Incontro con i Ricercatori dell'Osservatorio New Media & Tv

14.15 Apertura della Sessione

Le reali potenzialità del mercato
 Riusciranno gli editori a generare ricavi premium sui nuovi device? Quale sarà il ruolo reciproco dei modelli pubblicitari e a pagamento sul Mobile? Quali sono le prospettive di crescita del mercato pay sui tablet? E sugli smartphone?

I nuovi trend tecnologici
 Come cavalcare gli ultimi trend tecnologici? Quali potenzialità ha l'augmented reality? L'html5 renderà inutili tutte le applicazioni? Come sfruttare i nuovi device (iPad e nuovi tablet)? Quale futuro per le Internet Tv?

15.45 Coffee Break

Social Media: quale ruolo nel panorama dei Media Digitali?
 Come gli Editori possono sfruttare i Social Media? I Social Media sono un prodotto complementare o sostitutivo all'editoria online?

Come monetizzare la presenza online?
 Il caso Editoriale Domus

17.30 Chiusura della Sessione

PARTNER



SPONSOR

