

Liquidi e mutanti

Industrie dei contenuti & consumatori digitali

Presentazione dei risultati dell'Osservatorio permanente dei contenuti digitali

Roma, 5 giugno, ore 10.30

Horti Sallustiani (Sala Adrianea) - piazza Sallustio 21

Comprendere come si utilizzano le tecnologie per accedere ai contenuti è oggi fondamentale per tutte le aziende che operano nella produzione di musica, libri, cinema. Anzi, risulta ancor più importante che sapere il numero di connessioni Internet a banda larga o quello dei telefonini in famiglia.

Osservare con continuità, attraverso un Osservatorio, la rapidità dei cambiamenti di una società sempre più "liquida" e mutevole diventa quindi strategico: solo così le imprese possono comprendere come i contenuti da loro prodotti - primo anello della catena del valore di altri sistemi industriali e di telecomunicazione - vengono utilizzati dal pubblico, distribuiti, condivisi, mixati.

L'Osservatorio permanente dei contenuti digitali è stato creato nel 2007 da alcune delle più importanti associazioni che operano nei settori dei contenuti - Aie, Aidro, Fimi, Univideo - e da Cinecittà Holding, che hanno realizzato in collaborazione con AC Nielsen un'indagine che prende in esame su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 8.500 individui con più di 14 anni:

- le modalità di lettura, consultazione, accesso, ascolto e utilizzo di tutti i contenuti digitali (testi, musica, video e cinema) attraverso le diverse piattaforme tecnologiche;
- i differenti canali di accesso ai contenuti: da quelli tradizionali (librerie, negozi di dischi e Dvd, televisione o cinema di sala) a quelli legati alle nuove tecnologie digitali (Internet, telefonia cellulare, tv digitale, web radio, podcasting, IPTV, negozi on line, ecc), fino alle forme di social networking e di peer to peer legate alle nuove frontiere del Web 2.0.;
- i processi di sostituzione e integrazione tra contenuti e tecnologie;
- i fenomeni di convergenza che stanno cambiando i paradigmi della rete ma che pongono alle aziende interrogativi sui loro modelli di business, la proprietà intellettuale, i processi produttivi e distributivi dei contenuti.

Programma dell'incontro

10.30	Registrazione
11.00	Perché un Osservatorio dei contenuti digitali? Federico Motta, Presidente AIE
11.15	Presentazione dei risultati della ricerca 2007 Roberto Borghini, Consumer Marketing Manager ACNielsen Italia
12.00	Le industrie dei contenuti: quali i punti di partenza per definire modelli di business nel mondo digitale? Emilio Pucci, e-Media Institute
12.30	Conclusione dei lavori

Seguirà aperitivo

Per partecipare all'evento è necessario confermare
l'adesione entro venerdì 1 giugno 2007
registrandosi sul sito

www.osservatoriocontenutidigitali.it