

Contenuti multimediali: modelli di business sostenibili in Italia

New Media&TV-Lab

I-LAB Centro di Ricerca Sull'Economia Digitale

Università L. Bocconi

2 dicembre 2003



Partner New Media& TvLab 2003



NOKIA



Gli obiettivi della ricerca



Sintesi delle principali conclusioni

- In Italia la conoscenza dei contenuti multimediali e delle potenzialità delle nuove piattaforme digitali è ancora bassa
- La conoscenza è il principale driver dell'adozione e la soddisfazione è il driver della fedeltà
- Rispetto alle contesto europeo, l'offerta italiana non soddisfa alcune sollecitazioni della domanda (servizi di localizzazione, servizi bancari, ecc.)
- Il fruitore di contenuti multimediali da Tv digitale e mobile è molto sensibile alle politiche di prezzo



Obiettivi e metodologia

- **600 interviste** telefoniche (luglio 2003)
- Campione d'indagine: abbonati alla tv digitale
- Cinque fasce di età (18-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55-64)



**PENETRAZIONE E COMPORTAMENTI
DI FRUIZIONE DEI MEZZI (Internet, Tv
digitale, Cellulari)**



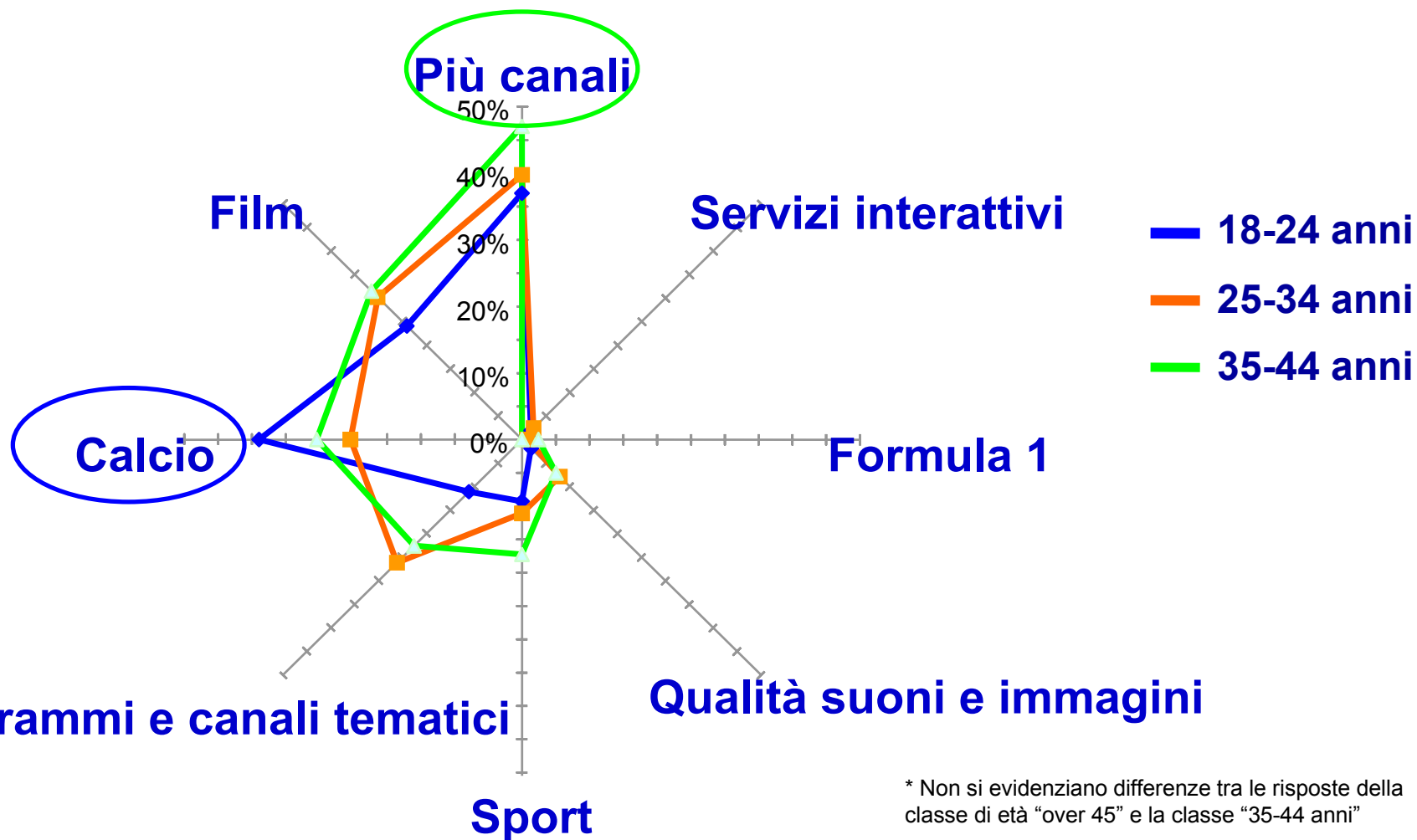
**INTERESSE PER I SERVIZI
INTERATTIVI DA PC, TV, MOBILE**



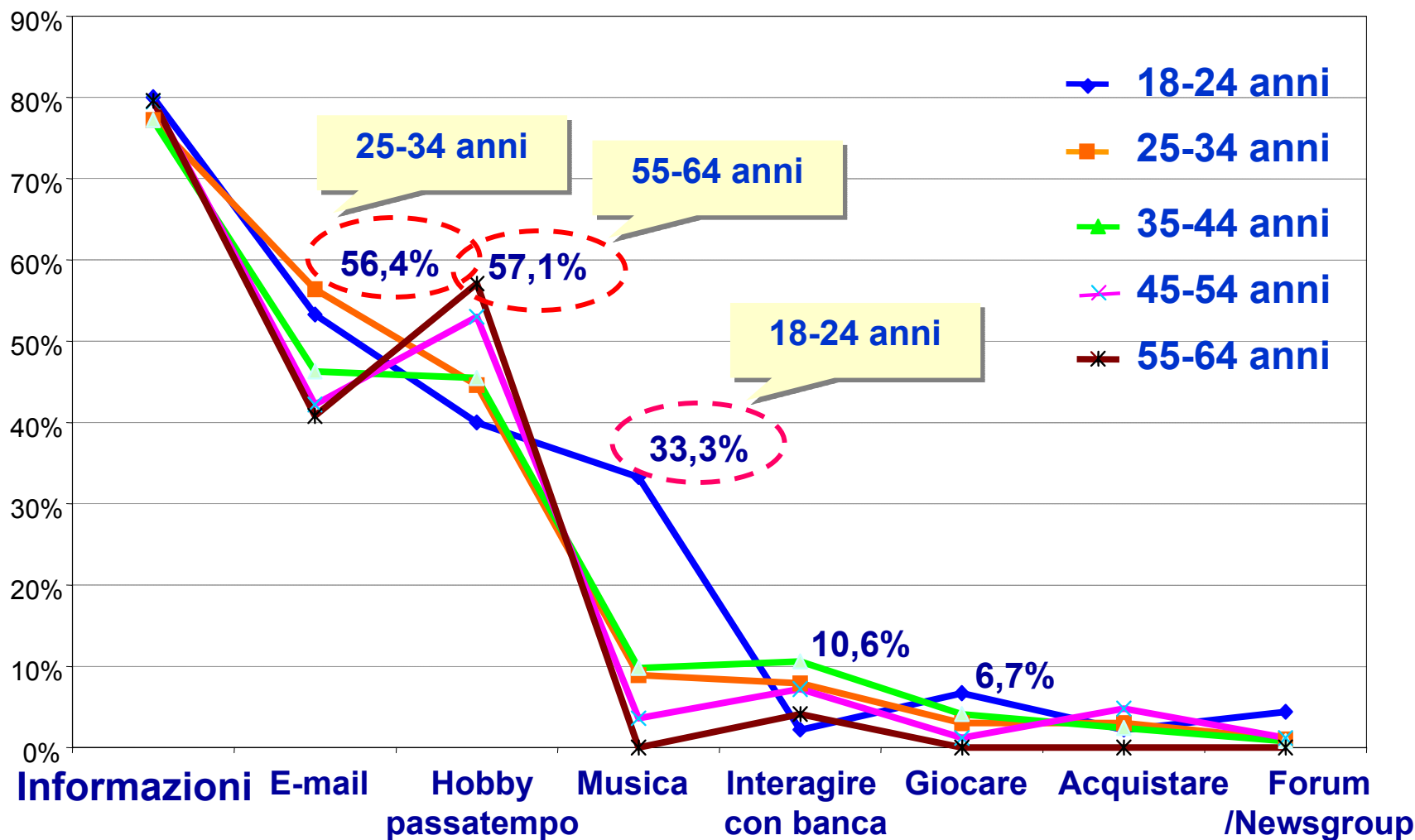
**LIVELLO DI PRICING E MODALITA' DI
PAGAMENTO PREFERITE**

Perché ci si abbona alla Tv digitale

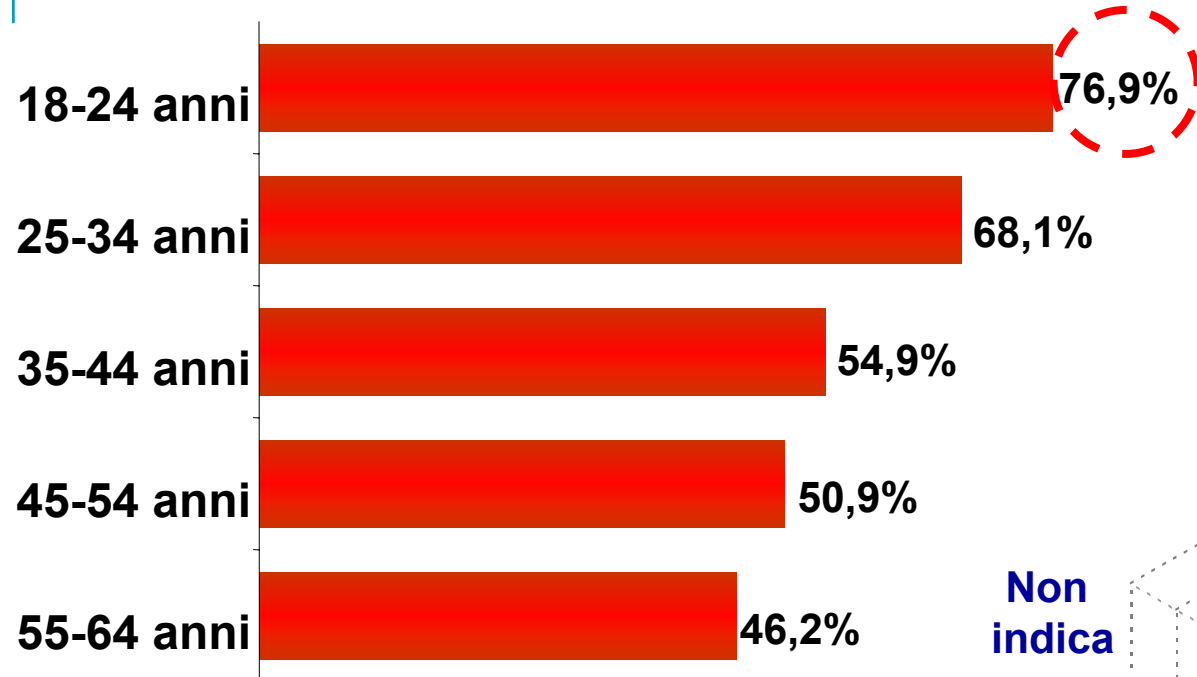
- I giovanissimi (18-24) la scelgono per il calcio
- Gli adulti 35-44 anni per l'ampiezza del numero di canali



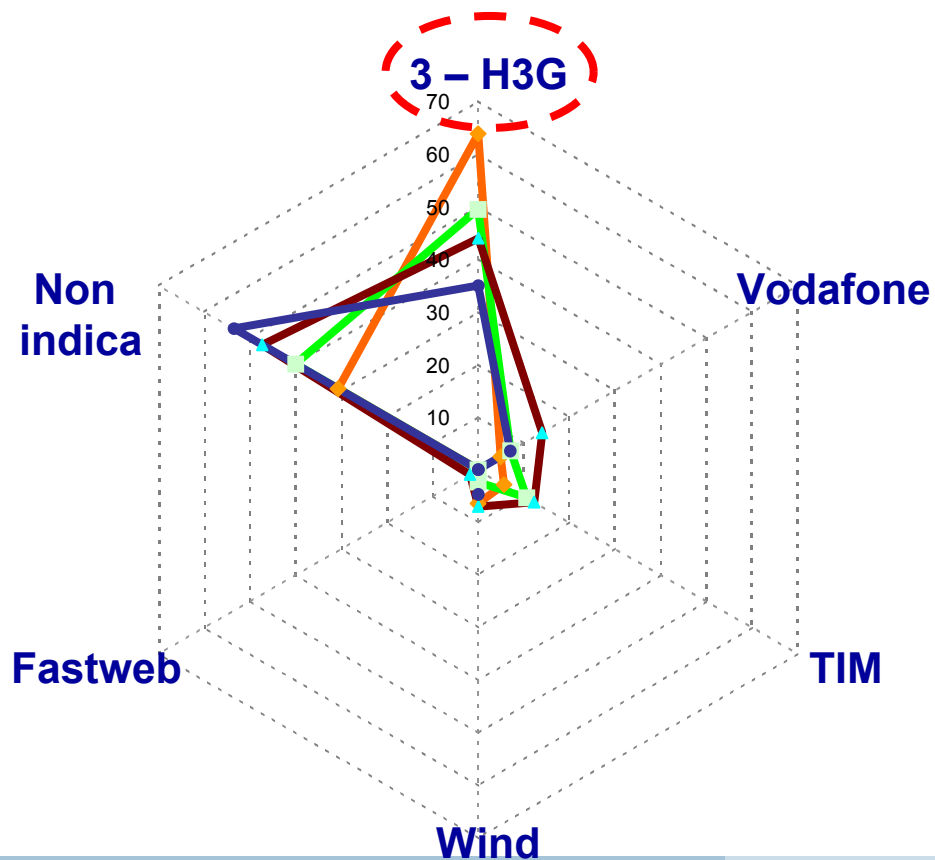
Principali motivi di collegamento a Internet da PC



Conoscenza dell'UMTS

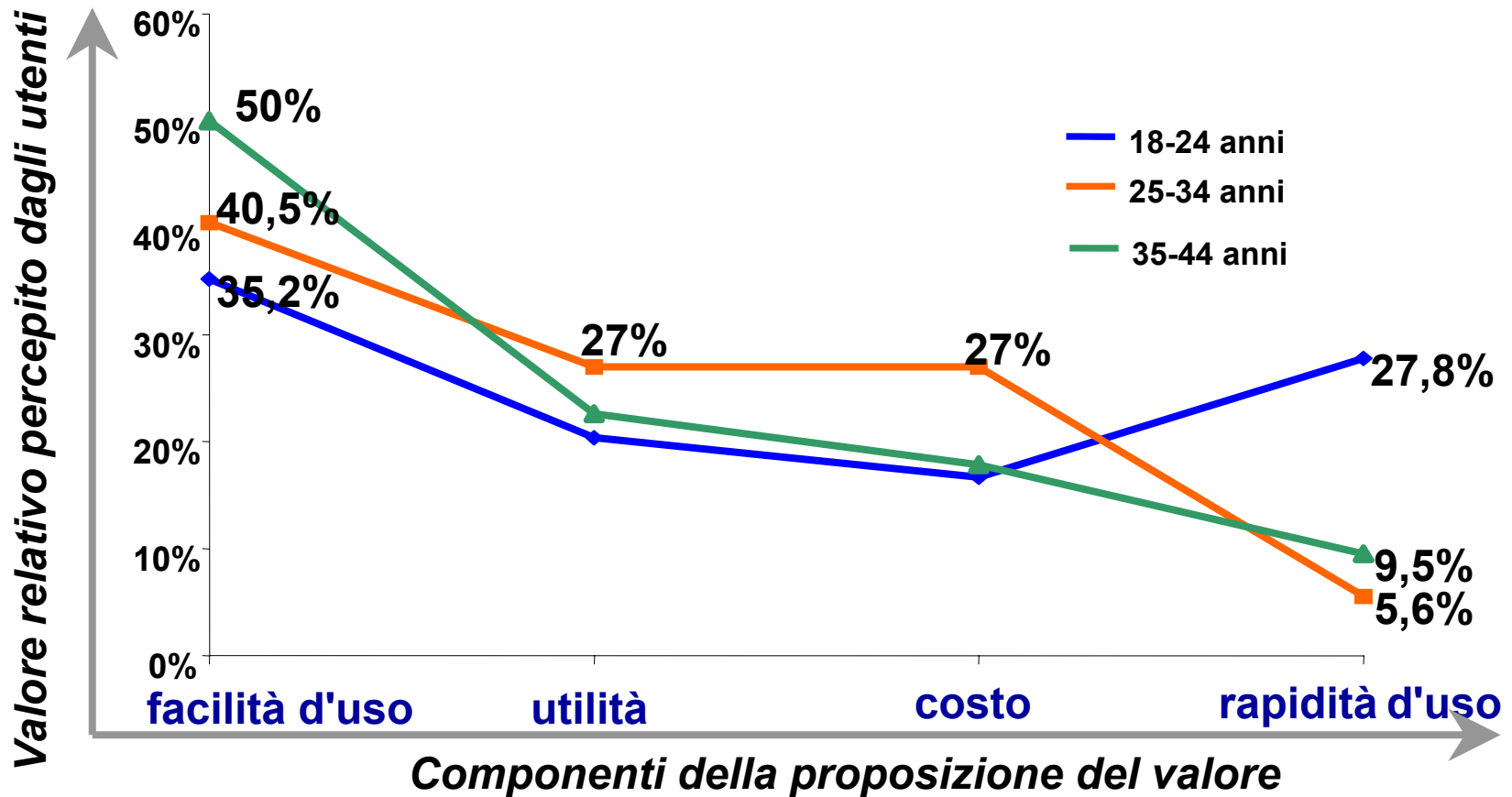


- 18-34 anni
- 35-44 anni
- 45-54 anni
- 55-64 anni



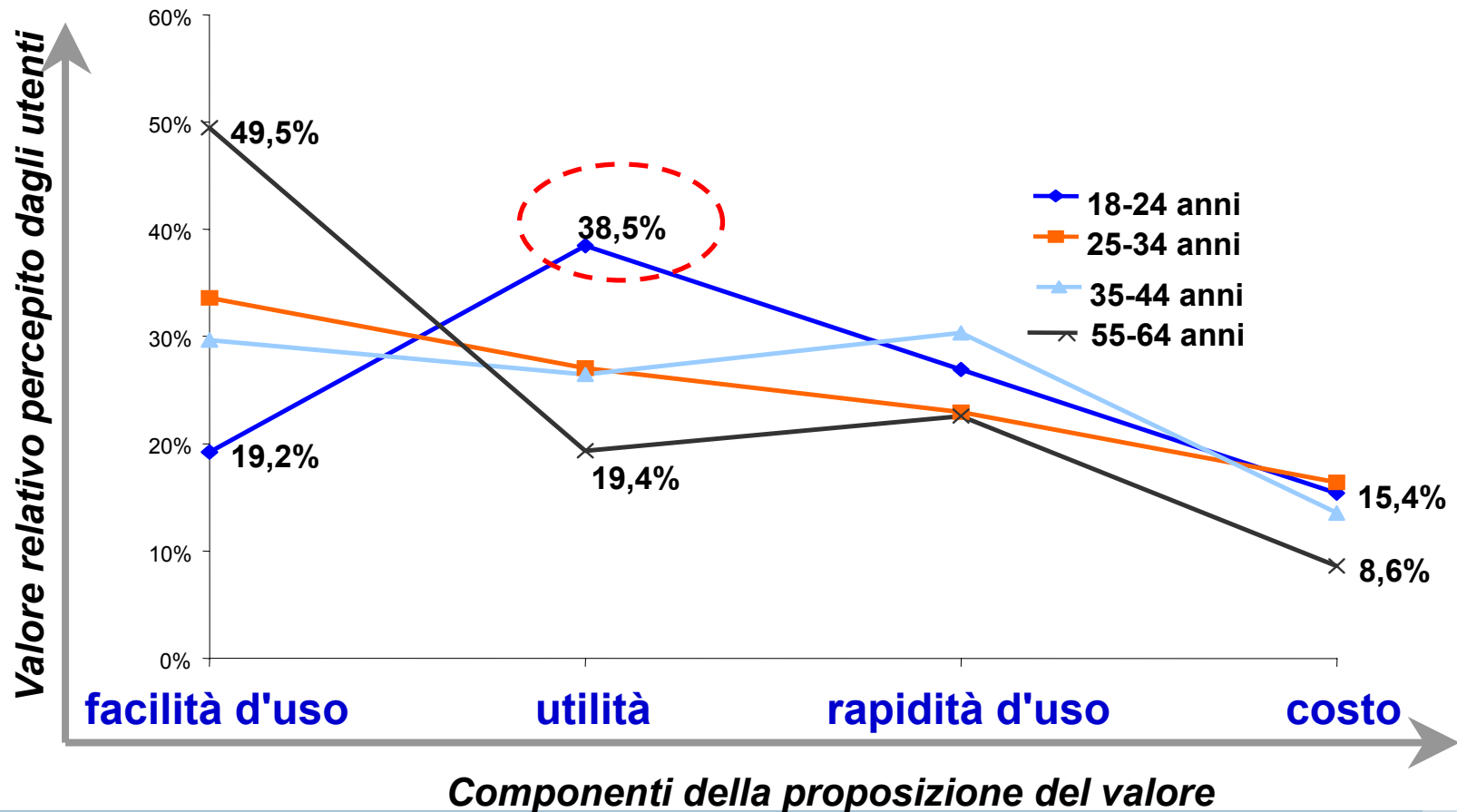
La caratteristica principale che deve avere la tv digitale

- Rapidità d'uso per i giovanissimi (18-24)
- Utilità e costo per 25-34 anni
- Facilità d'uso per 35-44 anni



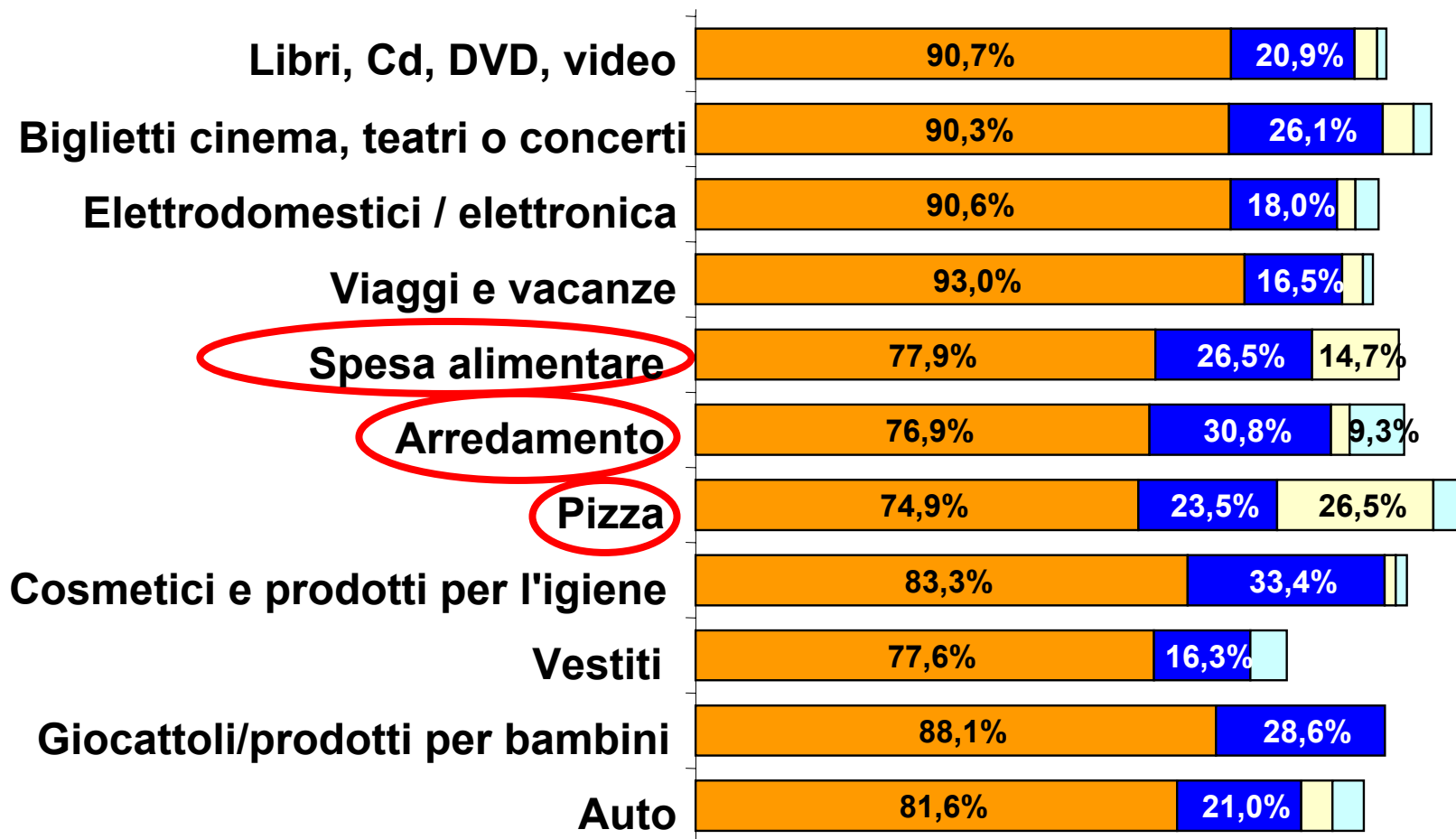
La caratteristica più importante per il cellulare

- Utilità per i giovanissimi (18-24)
- Rapidità d'uso per 35-44 anni
- Facilità d'uso per 55-64 anni



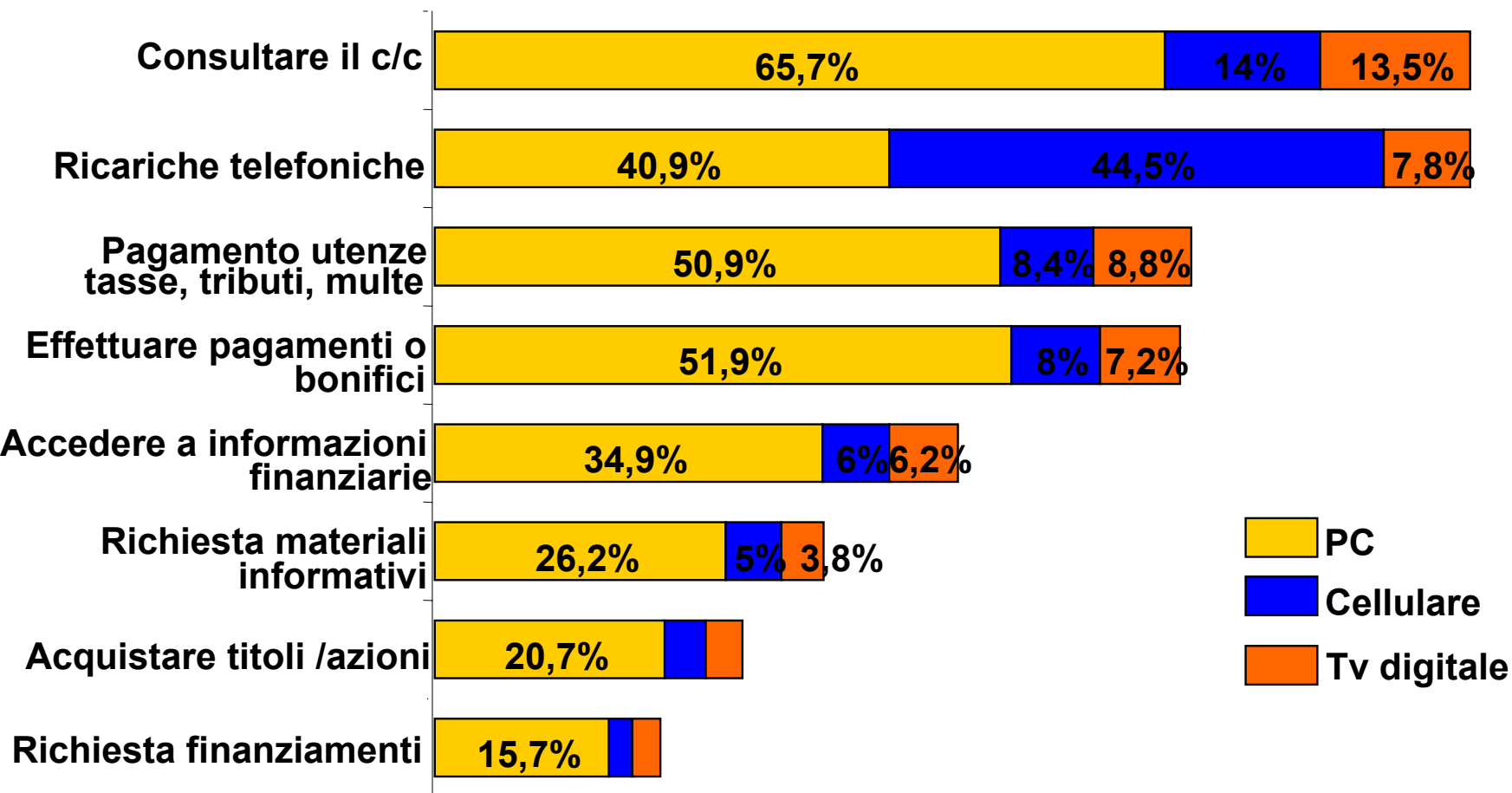
Acquisto futuro di prodotti/servizi per piattaforma

■ Internet ■ Interactive TV ■ Cellulare ■ Telefono (telepromozioni)



On-line banking: operazioni future per piattaforma

- Cresce l'interesse a fruire di alcuni servizi bancari anche da mobile e Tv digitale

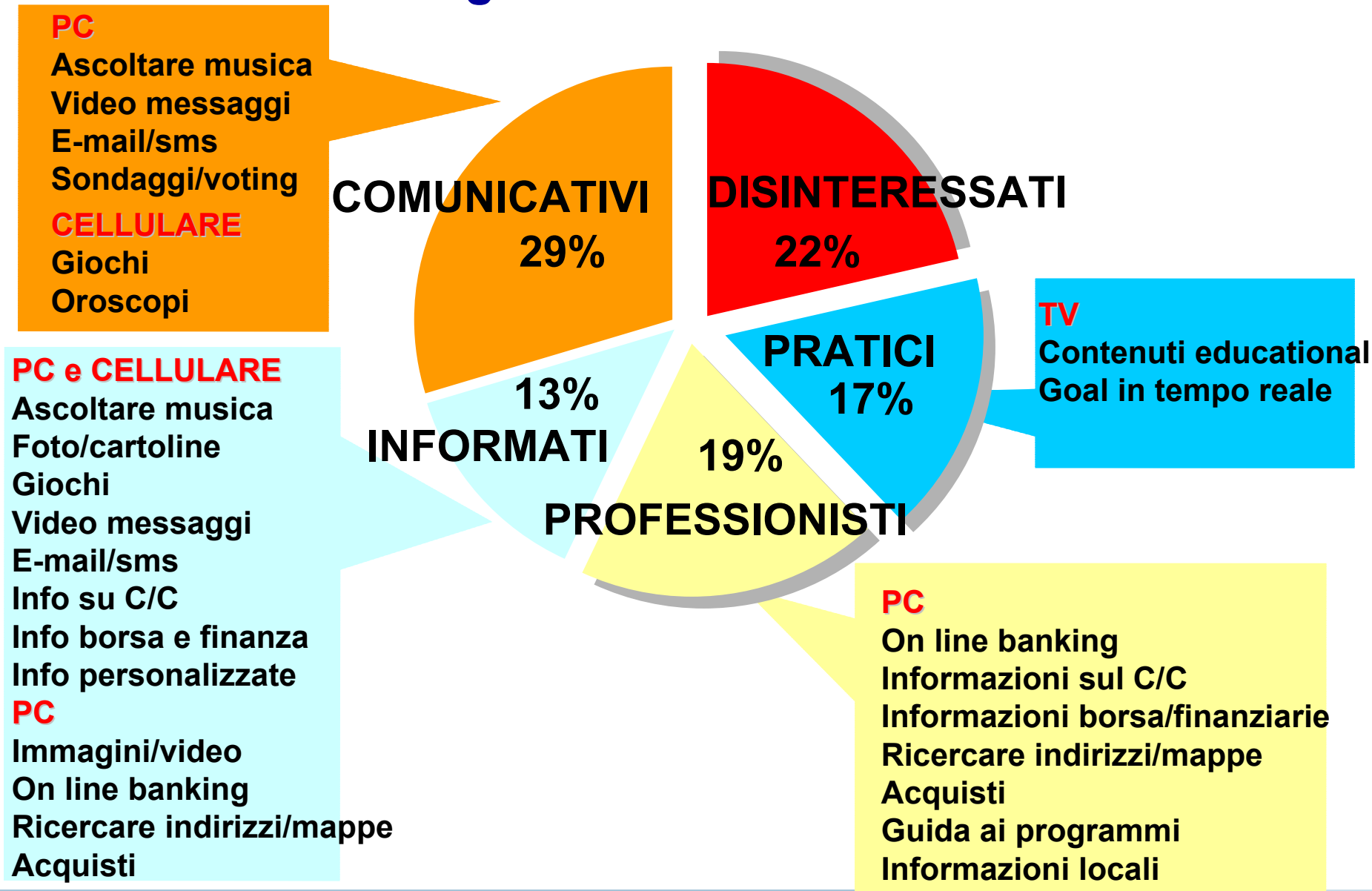


I 5 Cluster emergenti

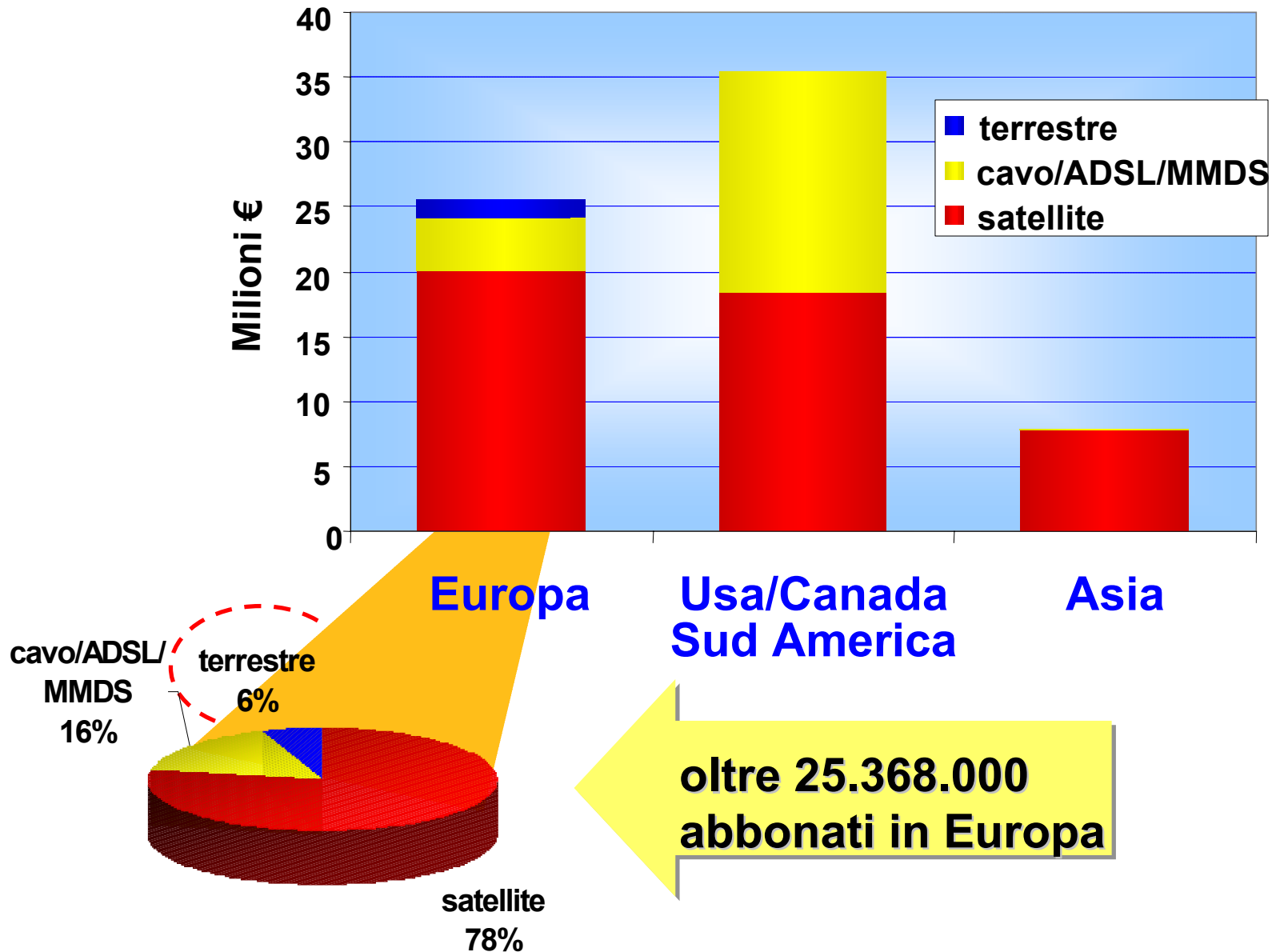
	Disinteressati	Pratici	Professionisti	Informati	Comunicativi
Comunicare	Nessun interesse	Elevato interesse	Nessun interesse	Elevato interesse	Elevato interesse
Informazione	Nessun interesse	Nessun interesse	Elevato interesse	Elevato interesse	Nessun interesse
Intrattenimento	Nessun interesse	Nessun interesse	Elevato interesse	Nessun interesse	Elevato interesse
Utilità	Nessun interesse	Elevato interesse	Elevato interesse	Nessun interesse	Nessun interesse

 **Elevato interesse**
 **Nessun interesse**

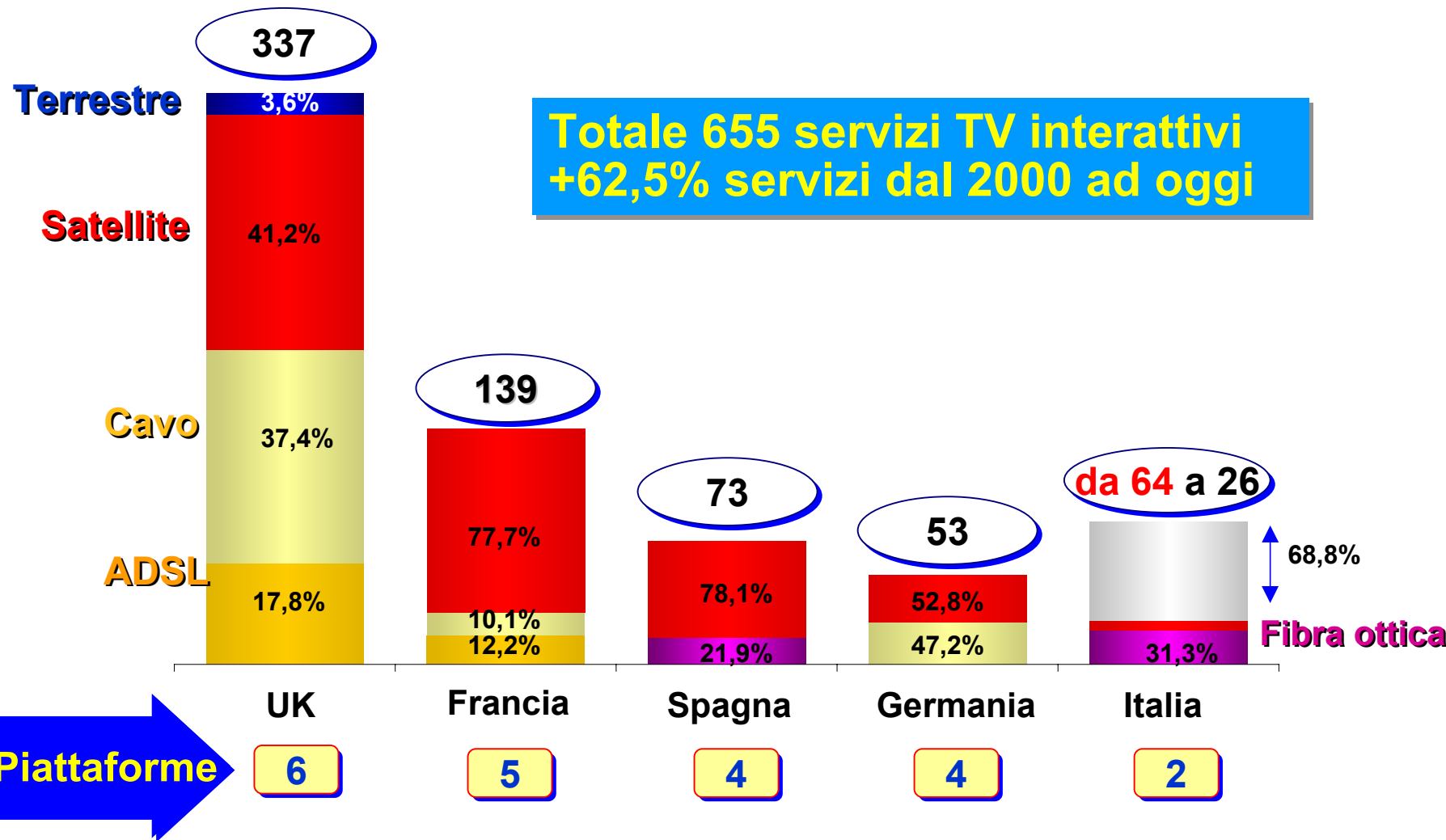
Cluster: Cosa vogliono?



Abbonati alla televisione digitale per tecnologia



Tv interattiva: La competizione driver dell'innovazione

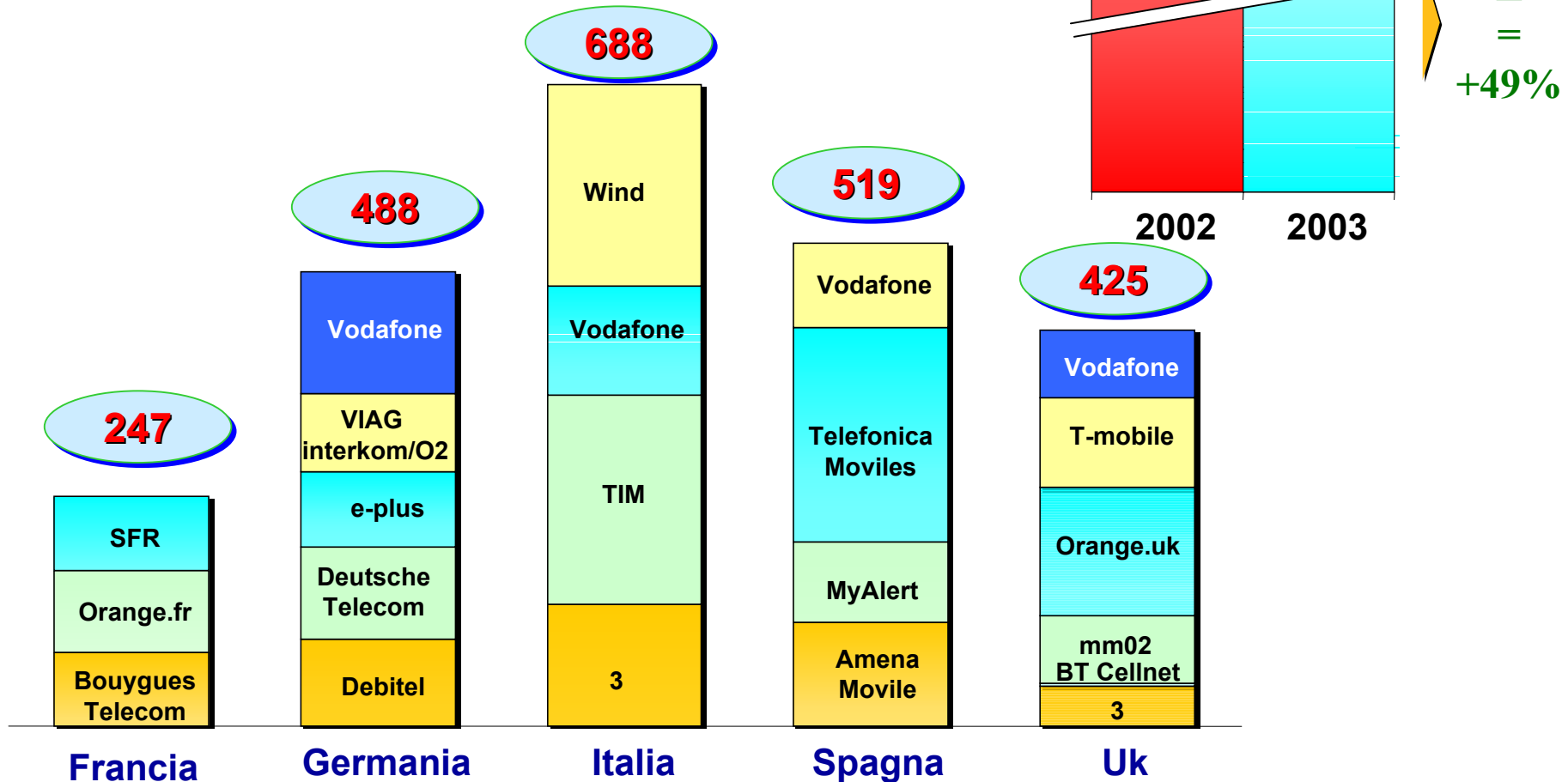


Più piattaforme = più competizione = più innovazione



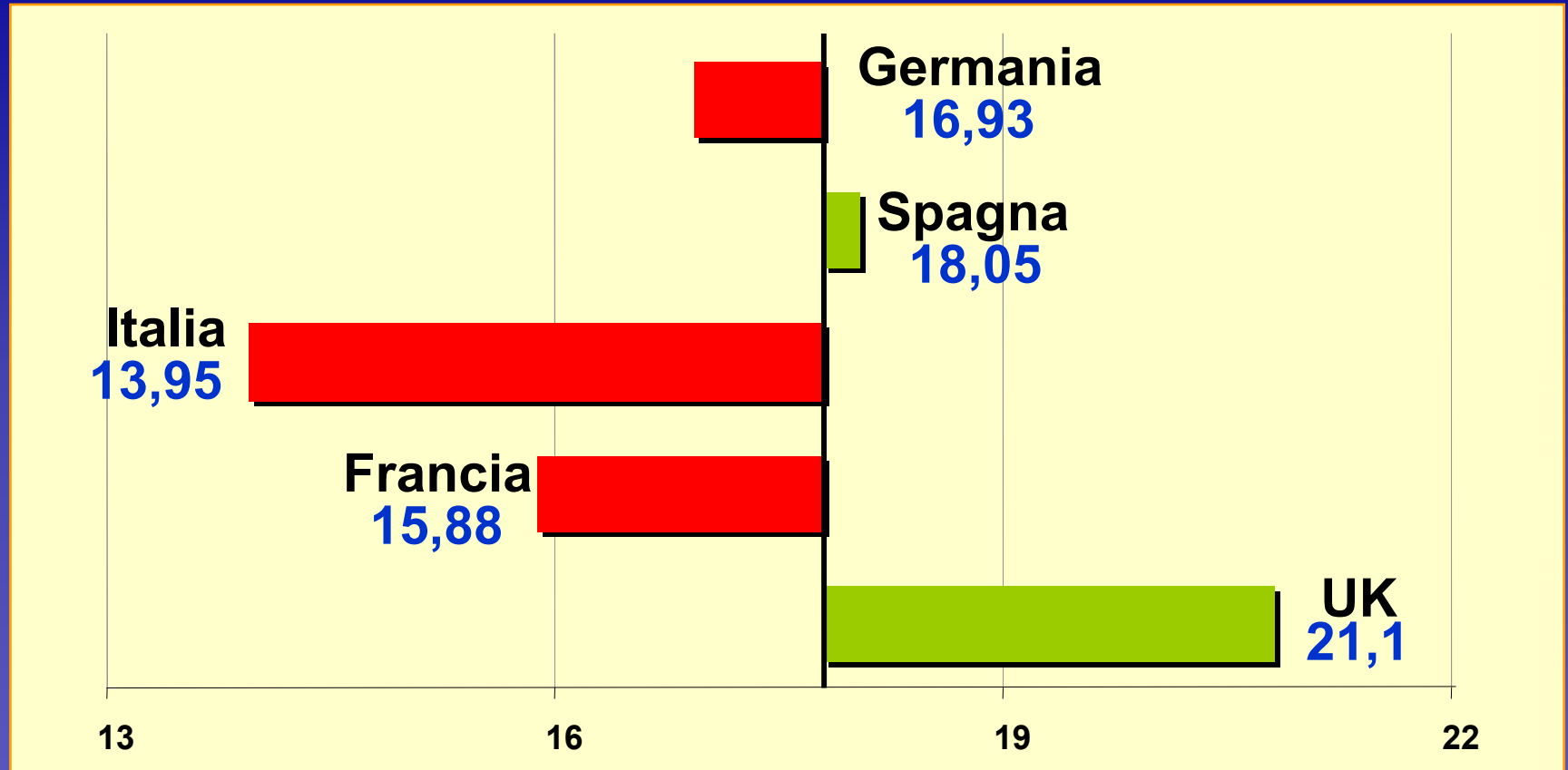
Servizi mobile VAS: paesi, operatori e numero servizi

Totale 2.367 servizi mobile VAS da 22 network TLC mobili



Abbonamento basic TV digitale in Europa

Valore medio abbonamento basic in Europa € 17,18



Spesa mensile per il cellulare (€)

MEDIA
32,28

