7 giugno 2010 19:10

ITALIA: Loghi e suonerie per cellulari: ricavi in calo per i gestori

I gestori di tlc puntano sempre di piu' sulla connettivita' mobile a banda larga per cellulari e altri dispositivi portatili (notebook, netbook, iPad, eBook): il mobile internet cresce del 17% e oggi i mobile surfer sono gia' oltre 10 milioni. E' quanto emerso dal convegno "Mobile Content e Internet: in gioco nuovi business model", promosso dall'Osservatorio Mobile Content e Internet della School of Management del Politecnico di Milano, in collaborazione con l'ICT Institute e il MEF - Mobile Entertainment Forum. Nel 2009 i ricavi degli operatori di telefonia derivanti dai servizi di telecomunicazione mobile sono diminuiti del 3%, passando in termini assoluti da 21.759 a 21.135 milioni di euro, per effetto di dinamiche di segno contrastante. Da un lato, aumentano i servizi di connettivita' mobile a banda larga relativi sia ai telefonini, il cosiddetto mobile internet, che cresce del 17%, sia alle internet key e connect card per notebook e netbook, che crescono del 26%. Dall'altro lato, diminuiscono i servizi piu' tradizionali come voce (-4%) e messaggistica sms/mms (-2%), ma anche i servizi piu' innovativi come la vendita di mobile content (informazioni, giochi, video, musica, loghi, suonerie, ecc.) e la raccolta pubblicitaria (mobile advertising). "Questi numeri - ha dichiarato Filippo Renga, responsabile ricerca mobile content e internet della school of management del Politecnico di Milano - evidenziano chiaramente la strada maestra su cui gli operatori di telefonia mobile stanno puntando: se fino a ieri sembravano voler presidiare direttamente anche l'offerta di contenuti e la gestione della pubblicita' sul canale mobile, oggi preferiscono puntare a generare ricavi dalla mobile broadband, ed in particolare dalla sua componente piu' innovativa rappresentata dal Mobile internet. Si e', infatti, oramai innescato nel mercato del mobile internet un circolo virtuoso spinto da diversi fattori: l'introduzione da parte di tutti gli operatori di interessanti piani tariffari flat (+68% di ricavi da tariffe Flat nel 2009); i notevoli investimenti in comunicazione verso il mercato; gli accordi tra gli operatori di telefonia e i principali brand del Web (social network, in particolare); la sempre maggiore diffusione di smartphone con una buona capacita' di navigazione. Questi fattori spingono un numero crescente di utenti verso il mobile internet (abbiamo gia' superato i 10 milioni di utenti unici al mese), inducendo a loro volta un numero sempre maggiore di content provider (web company, media company, ecc.) a sviluppare un'offerta di contenuti ottimizzata per la fruizione in mobilita'.
" A fronte di questo buon andamento del mobile internet, crolla, invece, del 20% la vendita dei contenuti per cellulari per effetto di fenomeni opposti: il declino di alcuni comparti di offerta piu' tradizionali (come i loghi, le suonerie, i giochi java, i servizi Sms di Infotainment, ecc.), che bruciano nel 2009 oltre 160 milioni di euro; la notevole crescita dei nuovi comparti di offerta abilitati dal paradigma del mobile internet e degli application store, che generano tuttavia ricavi ancora estremamente contenuti in valore assoluto (ben poche decine di milioni di euro). Ma al di la' dei piccoli numeri in gioco, il nuovo paradigma del mobile internet e degli application store si sta rivelando un potente laboratorio di innovazione digitale, in cui stanno avvenendo alcune importanti sperimentazioni di nuovi modelli di business: il lancio delle applicazioni a pagamento, le prime forme pay di abbonamento all'utilizzo delle applicazioni, l'uso dell'in-app billing per fare acquistare contenuti o servizi aggiuntivi all'interno delle applicazioni, i primi modelli di offerta freemium su Mobile Internet (basati sui sistemi di billing degli operatori) e la vendita di pubblicita' nelle applicazioni. Questi nuovi modelli di business sono abilitati dalle importanti trasformazioni in atto nel mondo degli smartphone, in cui si sono affermate come nuovi protagonisti culturali aziende molto diverse da quelle tradizionali: Apple, in primis, che, con il lancio dell'iPhone, ha dato inizio al nuovo paradigma del mobile internet e degli application store, e Google, che con il sistema operativo Android, ha fatto il suo ingresso "prepotente" nel mondo Mobile.
"Siamo convinti - ha concluso Andrea Rangone, responsabile scientifico osservatorio mobile content & internet della school of management del Politecnico di Milano - che tutte queste innovazioni che stanno avvenendo in ambito mobile, sia a livello di modelli di business che di soluzioni tecnologiche, condizioneranno pesantemente nei prossimi anni anche il mondo dell'Internet "tradizionale": basti pensare che, con il lancio dell'iPad, il modello degli Application store viene introdotto anche nel comparto dei notebook e dei netbook, con conseguenze - ne siamo convinti - rivoluzionarie nei prossimi anni. Guardano con particolare attenzione a queste innovazioni le aziende Media che, dopo aver "bruciato" nel 2009 oltre 2 miliardi di euro nei comparti tradizionali (carta stampata, Tv analogica, ecc.), sperano ora di trovare nei nuovi canali digitali nuove fonti di ricavo, sia dalla vendita di contenuti premium che da nuovi formati di pubblicita'."