



TECNOLOGIA

Mobile Revolution

Mobile internet e Application Store in grande crescita secondo i dati appena diffusi dall'Osservatorio Mobile Internet, Content & Apps della School of Management del Politecnico di Milano.

di *Elisa Scarcella*

Una crescita del 27% con un valore di oltre 530 milioni euro per il Mobile Internet, molto vicino a quello del mercato dei Mobile Content & Apps a pagamento e, insieme agli Application Store, sta diventando il cantiere di sviluppo dei nuovi canali digitali (Tablet, Pc, Connected Tv, ecc.). 700.000 Applicazioni disponibili sugli Store e oltre 10 miliardi di download a livello mondiale solo nel 2010 mentre il Web lancia la sfida al mondo Applicazioni con le Web App.

Questi i principali dati diffusi dall'Osservatorio Mobile Internet, Content & Apps della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net).

Nel 2010 si sono registrati un forte incremento del Mobile Internet (connettività da telefono cellulare/smartphone), un'ulteriore riduzione dei Mobile Content & Apps a pagamento, una buona crescita del Mobile Advertising. Il peso del volume d'affari del Mobile Internet arriva al 48% (era il 32% due anni fa), avvicinandosi notevolmente al peso dei Mobile Content a pagamento, pari al 49% (65% nel 2008). "Si è attivato un circolo virtuoso- commenta Andrea Rangone, Responsabile Osservatori ICT del Politecnico di Milano - che ci induce a parlare effettivamente di Mobile Revolution. Perché rivoluzionarie sono le peculiarità del mezzo che possono essere sfruttate (geolocalizzazione, ubiquità, immediatezza d'uso, socialità, interattività), rivoluzionario è l'impatto che il Mobile avrà sul comportamento del consumatore (che utilizza sempre di più il telefono cellulare come canale preferenziale per accedere - sempre e ovunque - a qualsiasi contenuto e servizio digitale), rivoluzionario è l'impatto sulle imprese e sulle pubbliche amministrazioni che hanno a disposizione un nuovo potente canale di gestione della relazione con i propri clienti/utenti. Non dimentichiamo inoltre la leadership tutta italiana nella diffusione dei terminali e anche degli innovativi modelli di smartphone che pone le aziende del nostro Paese nella possibilità di giocare un ruolo di primo piano, non solo nel mondo dei Mobile Content come storicamente è stato, ma anche in quello delle Applicazioni e del Mobile Web, dove l'arena è globale e molto competitiva."

Il 2010 ha fatto registrare una crescita pari al 27% del volume d'affari del Mobile Internet, portandolo a raggiungere quota 538 milioni di euro. Cresce fortemente (+43%) la componente dei ricavi derivante dalle tariffe flat, che arriva a pesare il 38% sul mercato complessivo. Forte è la crescita avvenuta nel 2010 del numero di Mobile Surfer e del loro utilizzo della Rete da cellulare, con una navigazione in media di 30 minuti al giorno, concentrata su pochi siti. Si registra una soddisfazione non elevatissima per circa la metà di questi utenti, in particolare a causa del forte consumo della batteria e del costo del servizio, mentre meno criticate sono l'efficacia della navigazione tramite cellulare e la velocità e l'affidabilità della connessione.

"È in atto una grande battaglia tra due differenti mondi Internet: quello "nuovo" Application-centrico e quello "vecchio" Browser-centrico - conclude Andrea Rangone, Responsabile Osservatori ICT del Politecnico di Milano - È una battaglia tra due concetti di Internet completamente diversi tra loro, non solo per l'architettura tecnologica che sottendono ma anche per i principi che li ispirano: il primo, quello App-centrico, si basa su un insieme di Application Store, ognuno dei quali rappresenta un walled garden; il secondo, Browser-centrico, si basa invece sull'universalità del Browser. Il Web, infatti, si innova con l'Html5 che consente di superare molti dei limiti del Browsing tradizionale, migliorando le opportunità per gli sviluppatori e avvicinando la user experience delle Applicazioni: pur non riuscendo a garantire tutti i vantaggi delle Applicazioni sviluppate nativamente per lo specifico sistema operativo, le Web app hanno il grande vantaggio della trasversalità e di non richiedere, quindi, uno sviluppo ad hoc per ciascuna piattaforma. La battaglia è solo agli inizi!"

Ancora un segno meno, invece, per il mercato dei Mobile Content & Apps a pagamento, anche se meno negativo dell'anno scorso: -9% nel 2010 contro -20% nel 2009, un rallentamento del calo che fa ben sperare per un ritorno alla crescita, attesa a partire dal 2012. In questo ambito si assiste da una parte ad

una continua contrazione (-13%,) dei ricavi derivanti dai contenuti più tradizionali come loghi, suonerie, giochi java, voting televisivo, etc.), dall'altra, la crescita dei contenuti trasmessi tramite i nuovi canali del Mobile Internet e degli Application Store (+113%). In particolare si registra una notevole crescita dei Giochi regolamentati con vincita in denaro, soprattutto le scommesse sportive. Sono però le applicazioni a generare i maggiori ricavi, e, tra queste, i giochi e le App che erogano i contenuti più squisitamente editoriali, grazie anche all'introduzione dell'in-app billing.

Conclude Filippo Renga, Responsabile della Ricerca Mobile Internet, Content & Apps: "Le grandi sperimentazioni in atto in termini di contenuti e modelli di business innovativi che puntano su nuovi format pubblicitari e su nuove forme di ricavo premium, stanno mettendo in luce un incredibile laboratorio a cielo aperto che condiziona pesantemente l'evoluzione anche degli altri ambiti digitali. Il successo dell'iPad e la rapida diffusione dei nuovi Tablet, l'introduzione del paradigma delle Applicazioni anche nel mondo dei Pc e in quello delle Televisioni sono, infatti, la chiara evidenza di come il Mobile stia contaminando il mondo dell'Internet tradizionale e delle Tv digitali".

24-5-2011

LINK ALL'ARTICOLO:

www.eccellere.com/public/rubriche/tecnologia/mobile_revolution-241.asp

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).