



La web tv, sempre al centro del dibattito, è il tema di discussione della Tavola Rotonda "Web tv: l'audiovisivo ha voglia di interattività" che si terrà a Milano il 17 aprile, in occasione della seconda tappa della presentazione della piattaforma ShareMedia. Se ne parlerà in un contesto dinamico, in cui alcune importanti realtà aziendali del nostro Paese sono invitate a fornire spunti ed esempi concreti per alimentare il dibattito sulle prospettive che la web tv apre nel panorama del web 2.0 in Italia. I temi dell'incontro saranno diversi: la questione tecnologica sarà senza dubbio alla base della discussione, ma ancor più saranno oggetto di analisi i modelli applicativi ed i potenziali format. Uno degli obiettivi è infatti comprendere in che modo una presenza massiva del video digitale sulla Rete cambierà la nostra percezione di internet, e come sarà possibile integrare e sfruttare tutta l'interattività di cui oggi dispone l'audiovisivo sul web. La tecnologia è infatti uno strumento, è un mezzo per raggiungere degli obiettivi e deve poter supportare quanto più possibile le esigenze di chi la utilizza: riteniamo che ShareMedia possa rappresentare una piattaforma tecnologica al servizio di un progetto di comunicazione e non viceversa. Ma anche gli ambiti di applicazione influenzano i modelli: da una parte il mercato corporate e dall'altra il mercato consumer. Contenuti verticali e molto specialistici per lo più fruiti attraverso reti intranet o siti web ad accesso riservato; formazione a distanza, supporto alle reti di vendita, comunicazione istituzionale e professionale: tutto questo è il mercato corporate, un mercato che fino a poco tempo fa non poteva disporre dei vantaggi di un canale di comunicazione dal grande impatto emozionale come quello televisivo. Il mercato consumer d'altro canto è estremamente ampio: dai materiali self made che alimentano comunità virtuali ai contenuti ad elevato valore aggiunto per lo più protetti da sistemi di DRM dall'altra, il tutto fruito tramite un web browser e una semplice Adsl (video fatti in casa, cortometraggi professionali, informazione, video brochure, spot interattivi, home video on demand). In questo panorama, gli utenti diventano parte attiva e le aziende possono valorizzare tutta la propria offerta con l'utilizzo della forza dirompente del video. Si discuterà inoltre dell'approccio di molte grandi aziende che, pur riconoscendo l'importanza del marketing digitale, sono ancora timide negli investimenti rispetto ai media tradizionali, forse per lo stesso motivo per cui queste stesse

Web Tv: l'audiovisivo ha voglia di interattività

Di Andrea Maffini

Venerdì 30 Marzo 2007 15:55

imprese non riescono ad essere innovative. Infine le aziende sono preparate a produrre, gestire e valorizzare i contenuti video su cui basare un progetto di comunicazione in grado di sfruttare in pieno le potenzialità di una web tv? Ed è veramente così difficile? Dov'è finita la proverbiale creatività italiana? Per discutere di tutto questo abbiamo organizzato a Milano la Tavola Rotonda del 17 aprile 2007, "Web tv: l'audiovisivo ha voglia di interattività", una delle occasioni di incontro dove i manager responsabili della comunicazione, del marketing e del web provenienti da settori diversi sono invitati a fornire il loro contributo ad una discussione che vuole essere stimolante e allo stesso tempo concreta nei risultati.