



**ANDREA M. MICHEOZZI**  
Presidente Comunicare Digitale

Giornalista Tv di livello internazionale, ha maturato importanti traguardi professionali in Stati Uniti ed Europa, con avvincenti esperienze professionali ed umane. Dal 2003, Presidente di Comunicare Digitale, piattaforma per la promozione e la diffusione dell'industria digitale in Europa e nel mondo, ideatore del Forum Europeo sulla Tv Digitale di Lucca, che è diventato uno dei più importanti appuntamenti dell'anno per Broadcasters, Content Providers, Telco, Ott, Autori. Ha vissuto per lungo tempo a Boston e Barcellona, entrando anche nel Board Member di Barcelona Global e fondando Luxe Barcelona. Esecutore per inclinazione, facilitatore di processi industriali, ideatore di eventi ed iniziative che aggregano risorse ed attori principali, è stato tra gli evangelizzatori delle più importanti tecnologie digitali, mettendo l'Italia e l'Europa al centro delle attività. Nel 2012, ha coordinato le attività di workshop 3D a Mosca, Berlino, Parigi e Praga; è autore di una trasmissione televisiva dal Vox Box del Parlamento Europeo, in onda sulle principali reti italiane. È direttore di Sette 24 e Sette24 Europa, testate di riferimento di Hse24. È stato anche produttore e ideatore di una versione della "Tosca" dall'Auditorium di Torre del Lago Puccini, interpretata da Maria Guleghina.

## LE NUOVE OPPORTUNITÀ

L'appuntamento di Roma sul Digital Summit al Forum sulla Comunicazione Italiana ha rappresentato un momento davvero importante per fare il punto sulle prospettive per l'industria digitale, e non solo in Italia, ma anche in Europa, vista la presenza di Marcel Avargues, Direttore Generale di Era Europe, e Jorge Rodriguez, Corporate Director BTOB, giunto direttamente dalla Spagna. A completare l'importante "parterre de roi", Piero Gaffuri, Direttore di Rai New Media, e Karen Nahum, Direttrice della Business Unit del Sole 24 Ore, forti anche di una larga ed importante esperienza, in rappresentanza di due content provider riconosciuti e particolarmente attivi nel 2012.

Tutti d'accordo nel sostenere che l'industria digitale riesce a muovere importanti iniziative, non solo sul fronte tecnologico e dei nuovi progetti, ma anche per quanto riguarda l'innovazione, sia essa di prodotto che di processo. Le opportunità messe a disposizione dalle nuove risorse creano nuovi business, trasformano le vecchie offerte in un panorama di offerte più larga e di maggiore interesse, crea posti di lavoro, genera nuovi mondi in un quadro particolarmente dinamico e diffuso.

Basti pensare, ad esempio, alle attività legate allo shopping Tv che ha visto, anche in Italia, uno sviluppo forte e credibile, dietro al quale importanti aziende come Hse24 e Qvc hanno potuto investire, creare profili professionali di eccellenza, offrire prodotti nuovi e di qualità ai consumatori italiani, interagire con il mondo delle associazioni dei consumatori, mostrando

una attività ed una industria forte, che in altri paesi europei ed extraeuropei, è già largamente riconosciuta ed apprezzata. In Inghilterra, sono 38 i canali di shopping Tv, mentre in Corea del Sud, sei a livello nazionale, tre dei quali gestiti da aziende come Hyundai, Lg e Samsung, con un volume di affari imponente, tale da far acquisire, recentemente, anche canali in India, economia notoriamente in salute. Avargues ha voluto ricordare come proprio l'essere una piattaforma multimediale e non solo televisiva permette interessanti guadagni e sviluppo, come ha dimostrato anche la storia di Hse24 in Italia.

Sulla stessa linea Karen Nahum che ha evidenziato come la rivoluzione digitale abbia dato nuova vita ed attività ad un gruppo storico come Il Sole 24 ore, che pur concentrandosi sulle attività core di economia e finanza, ha distribuito i propri prodotti, servizi e notizie su canali e piattaforme diverse, con una vivacità particolarmente efficace, ma che ancora si interroga come mutuare questo risultato di apprezzamento in una robusta economia di entrate e ricavi: "Il Sole nasce già digitale attraverso attività importanti, come quello di casa editrice, ma anche di editore di una radio di "razza" come Radio 24 - ha detto la Nahum, però trasformare questo imponente processo in una redditività costante non è semplice".

La direttrice della Business Unit de Il Sole ha annunciato anche presto novità proprio sul fronte radiofonico e dei contenuti digitali online.

Dal direttore dei New Media di Rai, Piero Gaffuri, sono giunte sottolineature importanti sul



**10° FORUM EUROPEO sulla TELEVISIONE DIGITALE | 2013**



ruolo che il servizio pubblico avrà nel processo digitale in corso: "Rai.tv ha un successo enorme, registra una mole di ingressi unici e visioni dei contenuti di altissimo livello, macinando record su record, in un 2012 che vedrà Rai impegnata nel Campionato Europeo di Calcio, come main player nel nostro paese, e che se verrà aiutato dalle sorti della nostra Nazionale di calcio, potrà veramente battere ogni risultato. Ma non dobbiamo dimenticare anche le Olimpiadi di Londra, con una rete tematica e tutte le attività di contorno a firma Rai". Gaffuri ha ammesso che cambiare il processo in Rai non è facile ed immediato, ma che però la facilitazione dei processi e la generazione di nuovi utenti e pubblici stimola l'innovazione di prodotto anche del servizio pubblico, che ha già messo

a disposizione lo streaming dei canali on line ed il servizio di Replay Tv, che consente di rivedere i programmi fino all'ultima settimana: "Da Rai ci si aspetta sempre molto e l'offerta che troviamo su tutte le piattaforme, dalla rete ai device, dagli smartphone ai tablet, è grandissima, in termini di quantità e qualità. Adesso la palla passa all'innovazione: i nuovi fronti sono i prodotti web native e la social tv, sulla quale bisognerà attendere ancora qualche mese per avere un primo modello".

Social Tv che è stato il punto centrale di Jorge Rodriguez, che ha spiegato come proprio questa "nuova economia sociale" possa aprire a nuovi entranti e nuovi inserzionisti, nuovi modelli di sviluppo e distribuzione dei contenuti,

oltre ad una serie di contatti e relazioni su interessi comuni: "Saranno le community a passare sotto la lente di ingrandimento dei diversi settori e della pubblicità, cambiando anche modalità di dialogo grazie all'interattività."

Una tavola rotonda particolarmente apprezzata e stimolata anche da interventi dalla platea, che ha voluto ribadire come il settore dell'industria digitale sia tra i primari dei prossimi 5 anni, come già ricordato anche dal Presidente della Commissione Europea, Barroso, e dal Commissario all'Industria, Antonio Tajani: temi, quelli europei, ribaditi con forza dal chairman Andrea Michelozzi, che ha invitato a guardare con grande attenzione all'Europa e le opportunità dei prossimi bandi in corso.