

Forum Anes sull'editoria periodica e Internet

Come cambia l'editoria periodica ai tempi di Internet: se ne parlerà il 26 settembre a Milano in un convegno organizzato dall'Anes. Moderato da Gisella Bertini Malgarini, presidente dell'Associazione nazionale editoria periodica specializzata, al congresso 'Il mestiere di editori di periodici ai tempi di Internet' parteciperanno, tra gli altri, Massimo Villani dell'Unione industriali grafici, Matteo Bacchetti di Edisport Editoriale, Paolo Ronchi del Sole 24 Ore, Alessandro Cederle di Reed Business Information e Ivo Nardella di Tecniche Nuove.

Quando saremo tutti digitali

Siamo tutti arcistufi di sentirsi dire quanto velocemente sta cambiando il mondo. Che la Rete di qua, che il 'popolo dei blog' di là, che si deve pensare 'a banda larga'. Ah, e naturalmente che i giovani, loro, 'vivono multimediale'. Ma per capire come davvero la rivoluzione digitale sta cambiando la nostra mente, cioè i modelli del mondo che essa produce e che determinano il nostro agire, vale la pena di leggere un libro non banale: 'Immagini e linguaggi del digitale - Le nuove frontiere della mente' (Il Sole 24 Ore, 229 pagine, 25 euro). Ricco di dati e di idee, è scritto a quattro mani da Andrea Granelli, eclettico e fecondo studioso dei nuovi media digitali e delle nuove forme di espressione che questi fanno emergere, una lunga esperienza di management e marketing alle spalle, e da Lucio Sarno, psicanalista, professore di psicologia clinica e primario del Servizio di psicologia clinica e della salute nell'Istituto scientifico universitario San Raffaele. Il panorama del mondo che ci attende è delineato senza voli pindarici, con rigore e sulle solide basi della ricerca

sul campo, correttamente illustrata anche dal punto di vista metodologico.

La 'doppia lente' degli autori indaga il web e i suoi linguaggi da tre punti di vista: quello della frontiera tecnologica e di mercato, quello dei mutamenti sociologici e quello delle mutazioni indotte dal digitale a livello individuale. È proprio di mutazioni, e non di semplici cambiamenti, parlano Gra-

nelli e Sarno: mutazioni nel linguaggio e nella comunicazione, nell'apprendimento e nella memoria, nella percezione e non ultimo nell'estetica e nell'espressione artistica, in particolare quella delle arti figurative.

Un ambito, quest'ultimo, che ha impegnato particolarmente Granelli nell'ultimo anno, come consigliere del ministero dei Beni culturali, nello sforzo di progettare la

fruizione del patrimonio artistico come esperienza culturale, usando a fondo le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e dai nuovi linguaggi. Frutto di questo lavo-



ANDREA GRANELLI

Al via il portale italiano di Aol

Da diversi mesi all'indirizzo www.aol.it c'era un 'segnaposto' con il logo della società e un messaggio di benvenuto del team italiano. Finalmente il 13 settembre il portale italiano di

Aol ha fatto il suo debutto ufficiale, con i suoi servizi gratuiti di posta elettronica e instant messaging, condivisione di foto e video, notizie, sport, spettacoli e musica, canali tematici e un motore di ricerca (fornito da Google). Insomma, tutti gli ingredienti dei classici portali, come quelli che Aol Europe - la filiale europea dell'Internet company del gruppo Time Warner - gestisce già nel Regno Unito, in Germania, Olanda, Francia e Austria, tramite la società Aol Global Operations Limited.

"Il lancio di Aol.it", dice Dana Dunne, chief executive officer di Aol Europe, "fa parte di un ambizioso programma di espansione in Europa che prevede l'apertura di 14 nuovi portali locali nei prossimi 18 mesi. L'Italia è un mercato in rapida crescita con una forte penetrazione della banda larga e ottime opportunità di pubblicità on line e il lancio di un portale dedicato in italiano ci aiuterà a

competere sia a favore degli utenti sia degli inserzionisti".

Gli ultimi dati di Aol sui ricavi pubblicitari, relativi al secondo trimestre, parlano di una crescita del 16%,

una percentuale notevolmente inferiore rispetto al +40% fatto segnare nel primo trimestre, tanto che lo stesso Richard Parsons, ceo di Time Warner, ha parlato di un "significativo rallentamento". La necessità

di rilanciare la raccolta pubblicitaria è una delle ragioni dell'avvio del progetto dei nuovi portali nazionali di cui in Aol si parlava da tempo.

"In questo momento il mercato europeo cresce più velocemente di quello americano", conferma Dunne. "La crescita della spesa pubblicitaria on line nell'Europa occidentale di qui al 2009 sarà del 25% all'anno e noi siamo pronti a cogliere questa opportunità. Il nostro obiettivo è di coprire il 95% del mercato on line europeo nei prossimi 18 mesi".

La raccolta pubblicitaria del nuovo portale è curata da AdLink Internet Media, il network europeo guidato in Italia da Carlo Poss.

C. C.



DANA DUNNE

ro è anche il master in cultural experience design and management (15 novembre 2007 - 15 dicembre 2008), il primo strumento in Italia per la formazione di experience designer capaci di valorizzare il patrimonio artistico e culturale. Il corso è organizzato dall'Irifi, azienda speciale per la formazione della Camera di commercio di Roma, e dalla Domus Academy di Milano, e punta a fornire all'Italia un primo selezionato gruppo di manager di alto livello in un settore di punta del prossimo futuro. J. L. G.

Come Internet sta cambiando la tivù

Del futuro dell'Internet tivù si parlerà al Tiv 2007 - Telco & Tv Summit (www.tvdigitali.com), organizzato da Wireless e Asso digitale a Milano il 20 e il 21 settembre. L'evento milanese farà da preludio alla Video On The Net Conference (www.videonthenet.eu/it), che si terrà a Roma il 26 e 27 settembre. Tema del convegno di apertura è 'L'industria della tivù europea a un bivio: un futuro web-based o broadcaster-based?'

Assodigitale (l'associazione degli operatori dei media digitali) sta organizzando anche un 'business social network', un network di blog dedicati alle aziende e ai protagonisti dell'industria digitale italiana, in collaborazione con Viadeo (www.viadeo.com).