

**Mike Lazaridis** HA FONDATO  
RIM, LA CASA CHE HA  
CREATO IL BLACKBERRY

# SEMPRE PIÙ mobili

Smartphone e nuovi  
tablet cambiano  
l'accesso alla rete e  
favoriscono  
i fornitori di contenuti

DI MAURO DEL RIO  
Presidente e fondatore  
di Buongiorno



**I**n questi ultimi sei/nove mesi il mondo mobile si è evoluto in modo significativo, e ha mostrato le premesse per ulteriori importanti cambiamenti. Oggi, dopo due anni di presenza sul mercato di iPhone - con il suo application store che ha determinato una tendenza che sta coinvolgendo gli apparati mobili in tutte le loro declinazioni - e con l'arrivo di Android, il segmento degli smartphone è cambiato in modo significativo rispetto alla generazione di Windows Mobile, Symbian e BlackBerry.

È interessante notare come il comportamento degli utenti iPhone rispetto a quello degli utenti di altre piattaforme mobili sia profondamente diverso: la recente ricerca Merrill Lynch sul tema, ha sottolineato nei primi un uso più frequente del cellulare - in media, 60 minuti al giorno contro 40 - e una diminuzione dell'utilizzo della funzionalità voce: le conversazioni occupano solo il 45% del tempo contro il 70% degli utenti Symbian, BlackBerry e Windows Mobile. To-

gliando un 15% per gli Sms, comune a tutte le piattaforme, si evince che il tempo speso sulle altre applicazioni, e in particolare su Internet, è addirittura il quadruplo, ovvero 24 minuti al giorno contro 6 minuti, con un impatto evidente sulla fruizione e l'aggregazione di contenuti.

E sono ancora da valutare le conseguenze dell'arrivo sul mercato di prodotti come l'iPad e i nuovi tablet, che sembrano essere in grado di portare l'Internet mobile a un gruppo di utenti ancora più numeroso, e in parte diverso da quello attuale. In questo contesto, la previsione di Gartner, secondo cui le piattaforme mobili diventeranno il principale strumento di accesso a Internet entro il 2012, assume contorni sempre più definiti.

Tutto questo rappresenta un'opportunità molto interessante per le aziende il cui core business sono lo sviluppo e la distribuzione dei contenuti mobili, che hanno la loro "silicon valley" proprio in Italia.

Nella catena distributiva dei contenuti digitali, il principale punto di incontro tra le aziende e gli utenti sono gli application store. Un concetto, inventato da Apple che è diventato trasversale, visto che oggi esistono i negozi dei carrier come Vodafone, quelli dei produttori di smartphone come Nokia e BlackBerry, e quelli delle piattaforme come Android e che ha superato i confini del mercato della telefonia, con Intel, che ha annunciato un application store per i netbook e Amazon che ne ha sviluppato uno per Kindle, il suo lettore di ebook.

Il decennio che è appena iniziato rappresenterà probabilmente un punto di svolta sul mercato, simile all'arrivo del personal computer nei primi anni Ottanta, che

ha determinato un momento di discontinuità durante il quale i vecchi protagonisti hanno lasciato il campo ad aziende completamente nuove, e solo quelli che hanno saputo "leggere" l'evoluzione sono sopravvissuti.

Un futuro ricco di opportunità per le aziende posizionate al centro dell'offerta, come sono ora i Mobile Content Provider che sono in grado di soddisfare in maniera trasversale le richieste di operatori telefonici, di produttori di apparati mobili e utenti.

È per questo motivo che oggi è indispensabile essere equidistanti da tutti i progetti, e allo stesso tempo coinvolti in modo profondo al loro interno. Io non credo che la mobilità lascerà spazio a identificazioni così forti come quella tra Windows e Pc, per cui è indispensabile avere un approccio trasversale e indipendente dalle tecnologie e dalle piattaforme.

Oggi, il mercato premia gli application store, ma - a parte il successo di iTunes, che ha un paio d'anni di vantaggio su tutti gli altri - non è possibile determinare se avranno più successo quelli dei carrier rispetto a quelli dei produttori di hardware.

Tutto questo, naturalmente, riguarda i mercati più avanzati come quelli europei e quello nordamericano e il Giappone, ma non tiene in considerazione che nel resto del mondo la penetrazione degli smartphone è ancora ridotta, per cui l'erogazione dei contenuti mobili avviene soprattutto attraverso gli Sms.

È un mercato a due velocità, dove la maggior parte degli utenti potenziali si trova proprio nelle aree meno sviluppate: più della metà dei nativi digitali vive in

Asia, e la maggior parte di essi è concentrata in India e Cina. Cosa succederà quando avranno in mano uno smartphone? È difficile ipotizzare una dimensione dell'impatto sul mercato, per tutti gli attori della filiera.

L'Italia è al centro del settore dei contenuti mobili e questa evoluzione rappresenta un'opportunità di sviluppo per un settore che è nato sulla scorta del dinamismo del mercato della telefonia cellulare, ma che oggi ha bisogno di un ecosistema alle spalle e di risorse qualificate per alimentarlo.

I contenuti mobili, quindi, sono un'opportunità per le singole aziende che già operano su questo mercato, ma forse anche per il nostro sistema Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**6,2 mld \$****MERCATI NATI DAL NULLA**

Vendite per 6,2 miliardi di dollari nel 2010 per le applicazioni mobili, più 600 milioni dalla pubblicità.

**SI SCALDINO LE APPS**

Nel 2010 sarà guerra tra Apple, Google (Android) e Nokia, secondo Gartner, per le applicazioni mobili.

BREVIARIO DELL'INNOVAZIONE\_31

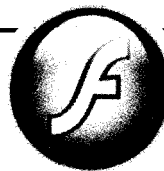
**Epica della sfida**

AP/LAPRESSE

**CORMAC MCCARTHY****«Oltre il confine»**

Il romanzo, ambientato nella regione di confine tra Messico e Usa, fa parte della cosiddetta "trilogia della frontiera" dello scrittore americano.

DI ANDREA BONACCORSI

**review****Il breviario online**

Su NòvaReview le puntate precedenti del Breviario dell'innovatore di Andrea Bonaccorsi  
[novareview.ilssole24ore.com](http://novareview.ilssole24ore.com)

**L'ARRIVO DI HTML 5.0**

Lo sbarco dell'Html 5.0 cambia i giochi, abilitando applicazioni mobili anche su terminali che non supportano Flash.

❖... Potrebbe spegnere quella roba? Disse il ragazzo.

Maledizione, ma quello è un lupo.

Sissignore, una lupa.

Che diavolo.

Il camioncino la spaventa.

Spaventa?

Sissignore.

Ma che ti gira per il cervello? Se si libera dalle corde ti mangia vivo.

Sissignore.

Che cosa ne vuoi fare di quel lupo?

È una femmina.

Cosa?

Una femmina. È una femmina.

Al diavolo, non fa nessuna differenza. Che cosa ne vuoi fare?

La sto preparando per portarla a casa.

A casa?

Sissignore.

Per quale stramaledettissima ragione?

Non può spegnere quella roba?

(...) Sei sempre stato così pazzo?

Non so. Prima di oggi non ho mai avuto occasione di verificarlo.

**C**olloquio sincopato e vivido tra il ragazzo della fattoria, uscito in cerca della lupa caduta nella trappola, ed un vicino, giunto con il suo camioncino sul posto e deciso a tenere il motore acceso. I lupi si catturano per ucciderli, che diamine, ed evitare che facciano strage di galline o attacchino gli uomini.

Ma il ragazzo ha preso una decisione diversa.

La lupa va salvata e portata a casa. Non capisce il

vicino, lo tratta da matto.

Da quella semplice decisione nascerà una avventura incredibile, che porterà il ragazzo lontano, in una vera e propria epica moderna.

Ad un certo punto della storia occorre rompere una regola. I lupi non si ammazzano, al contrario si salvano e si accudiscono. Dalla violazione della regola si aprono sentieri del tutto nuovi e imprevedibili.