

L'ottava edizione del rapporto IEM sull'industria della comunicazione in Italia si mantiene fedele alla missione, costruita nel corso degli anni, di aggregare in un unico prodotto editoriale lo stato dell'arte dei diversi mercati della comunicazione e dei media. A questa parte si affianca, da questa edizione, una sezione dedicata ad approfondire temi di particolare rilevanza per l'industria della comunicazione, in modo trasversale ai diversi mercati e con l'ausilio di differenti approcci metodologici.

Il rapporto fra reti e contenuti in un ambiente tecnologico sempre più interrelato, l'incontro tra domanda e offerta e le conseguenti strategie di prodotto e di prezzo, la gestione dei diritti digitali e l'ubiquità tecnologica rappresentano elementi di riflessione decisivi per il raggiungimento, la conquista e la fidelizzazione dell'utente finale, al fine di implementare servizi mirati sui suoi desideri, tempo e abitudini, sulla sua dotazione tecnologica e sulle sue risorse.

Questo vale più che mai per le aziende di comunicazione italiane. La necessità del cambiamento le coglie in un momento nel quale il contesto non è favorevole. I ritardi nella ricerca e nell'innovazione stanno creando un gap che sarà sempre più difficile colmare e si fa stringente la necessità di ripensare l'intera filiera dai contenuti fino al consumatore finale.

L'ambiente convergente pone, inoltre, interrogativi aggiuntivi: la fruizione di prodotti e servizi si sposta su nuove piattaforme, più complesse da monitorare e regolare ma non per questo meno invasive in termini quantitativi (nel tempo) e qualitativi (influenza su costumi, mode, insomma rappresentazione ed autorappresentazione della società).

L'intero sistema-paese, e il comparto della comunicazione al suo interno o, se si vuole, come suo tramite, ha di fronte a sé un nuovo paradigma dello sviluppo, che dovrà affrontare con coraggio e lucidità. È necessario riappropriarsi di una "vision" a medio-lungo termine che possa ridare coraggio alle imprese, ai consumatori e ai cittadini.



L'Ottavo Rapporto IEM
"L'industria della comunicazione in Italia.
Scenari di policy e strategie competitive",
pubblicato dalla Casa Editrice Guerini e Associati,
è stato reso possibile grazie al sostegno di:
Camera di Commercio di Roma
Enterprise Digital Architects
Gruppo Mediaset
Sky Italia
Telecom Italia
Vodafone Italia

TERZO SUMMIT SULLA COMUNICAZIONE

"L'industria italiana dei media: un ruolo nella crescita del Paese?"

Roma, 11 novembre 2005

Tempio di Adriano
Piazza di Pietra

con il contributo di

Segreteria Scientifica
Fondazione Rosselli
Elisabetta Nay e Giulia Datta
Corso Giulio Cesare, 4 bis/B - 10152 Torino
Tel. +39.011.19520111 - Fax +39.011.19520188
elisabetta.nay@fondazionerosselli.it
giulia.datta@fondazionerosselli.it



Venerdì 11 novembre 2005

Ore 10.00	Saluto ai partecipanti	<u>Andrea Mondello</u> Presidente Camera di Commercio di Roma		<u>Giacomo Mazzone</u> Direttore Audit strategico European Broadcasting Union		<u>Carlo Fuortes</u> Amministratore Delegato Fondazione Musica per Roma
Ore 10.10	Apertura dei lavori	<u>Riccardo Viale</u> Presidente Fondazione Rosselli		<u>Riccardo Perissich</u> Presidente TiMedia		<u>Paolo Gentiloni</u> Presidente Commissione di Vigilanza RAI
Ore 10.20	Prima sessione Introduce e commenta:	<u>Andrea Granelli</u> Direttore Istituto di Economia dei Media - Fondazione Rosselli		<u>Antonio Pilati</u> Componente dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato		<u>Mauro Masi</u> Segretario Generale Presidenza del Consiglio dei Ministri
Ore 10.30		<u>Flavia Barca</u> Coordinatrice Istituto di Economia dei Media - Fondazione Rosselli Presentazione dell'Ottavo Rapporto IEM “ <i>Gli investimenti: Italia vs Europa</i> ”	Ore 13.30	Lunch Break		<u>Claudio Petruccioli</u> Presidente RAI
Ore 10.50		<u>Gianni Celata</u> Università “La Sapienza” di Roma “ <i>Il peso dell’Industria dei Media nell’economia del Paese</i> ”	Ore 14.30	Seconda sessione Introduce e commenta:		<u>Andrea Piersanti</u> Presidente Istituto Luce
Ore 11.10		<u>Marco Sodi*</u> Senior partner Veronis Suhler Stevenson “ <i>Il ruolo del capitale d’investimento per stimolare la competitività</i> ”	Ore 14.40			<u>Giovanni Ramello</u> Università del Piemonte Orientale “Amedeo Avogadro”
Ore 11.30	Tavola Rotonda	“ <i>Competere o resistere?</i> ”	Ore 15.00			<u>Luisa Sangiorgio</u> Presidente Co.Re.Com Lombardia
	Intervengono:	<u>Andrea Ambrogetti</u> Direttore Relazioni Istituzionali Italia Mediaset	Ore 15.30	Discussant:		<u>Riccardo Varaldo</u> Presidente Scuola Sant’Anna
		<u>Mario Calderini</u> Fondazione Rosselli - Politecnico di Torino	Ore 16.00	Tavola Rotonda		<u>David Zard</u> Produttore di spettacoli
		<u>Tullio Camiglieri</u> Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne Sky Italia		Moderatore:		
		<u>Paolo Di Domenico</u> Responsabile Regolamentazione Vodafone Italia		Intervengono:	Ore 18.00	Conclusioni
		<u>Giancarlo Leone</u> Amministratore Delegato Rai Cinema			Ore 18.30	Chiusura dei Lavori
		<u>Ubaldo Livolsi</u> Amministratore Delegato Cinecittà Holding				
		<u>Stefano Mannoni</u> Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni				
				<u>Luca De Biase</u> Docente di giornalismo allo IULM “ <i>Media senza confini e time-budget dell’utente</i> ”		
				<u>Andrea Renda</u> Istituto di Economia dei Media - Fondazione Rosselli “ <i>Capacità di competere e le regole del Mercato</i> ”		
				<u>Antonio Perrucci</u> Direttore Servizio Analisi Economiche e di Mercato Agcom		
				“ <i>10 ricette per stimolare il Mercato</i> ”		
				<u>Andrea Granelli</u> Direttore Istituto di Economia dei Media - Fondazione Rosselli		
				<u>Luigi Caruso</u> Presidente e Amministratore Delegato Enterprise Digital Architects		
				<u>Fausto Colombo</u> Direttore Osservatorio sulla Comunicazione - Università Cattolica Sacro Cuore		
				<u>Fedele Confalonieri</u> Presidente Mediaset		

* in attesa di conferma