



**Bocconi**

L'innovazione e le nuove frontiere dei media digitali  
*Convegno FIMI, 23 Maggio 2012*

**SDA**

# **Andante, più mosso, quasi tempestoso**

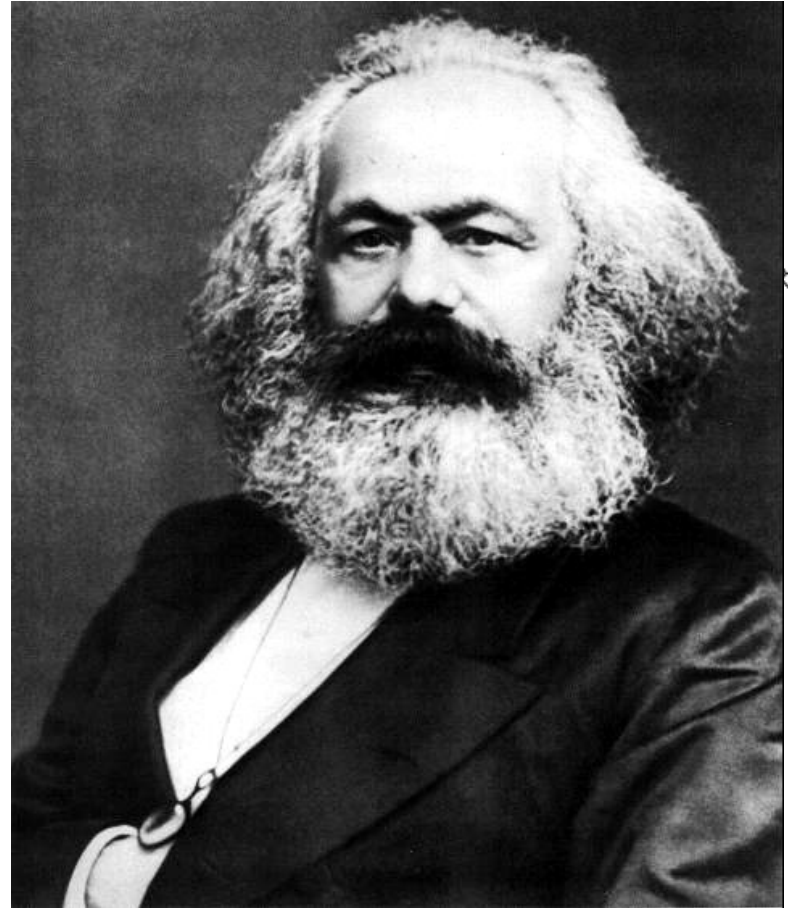
*La cultura digitale e i nuovi business model*

**Prof. Carlo Alberto Carnevale Maffè**

*Bocconi University – SDA Bocconi School of Management*

**“I mezzi di produzione  
(*dei contenuti*) devono  
appartenere al  
popolo”** (*ne avete tutti in  
tasca almeno uno*)

**“Consumatori di tutto  
il mondo unitevi  
(*su FaceBook*).”**



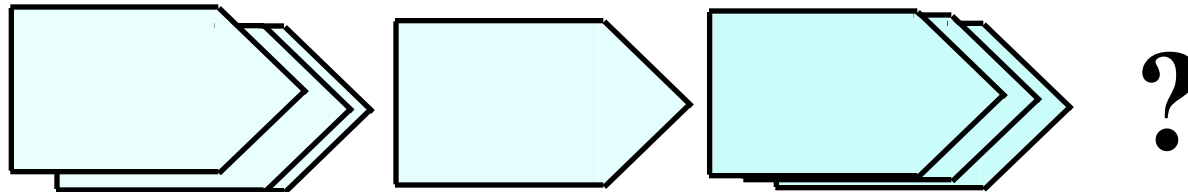
# La fine del monopolio sul “valore aggiunto” *L’evoluzione delle “asimmetrie organizzative”*

2000-2011

- Arriva la “Rete delle Pagine”: impatto sulle “asimmetrie informative”
- Nuove forme di disintermediazione e ri-intermediazione

Ma:

- Immutata struttura di mercato tra domanda e offerta



2012-2020

- Arriva la “Rete delle Persone”: Impatto sulle “asimmetrie organizzative”
- Nuove forme di collaborazione/competizione tra domanda e offerta

E:

- Modifica della struttura di mercato, fine del monopolio aziendale sulla catena del valore aggiunto.

# Ma i social networks sono organizzazioni economiche competitive?

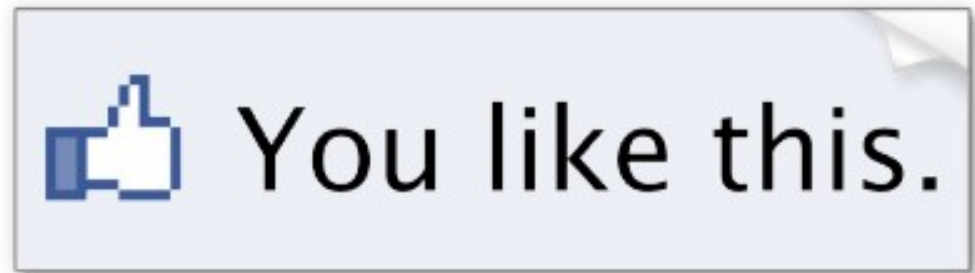
- Due condizioni: possono gestire...
  - *Coordinamento?*
  - *Incentivi?*
- Coordinamento:
  - Non gerarchico
  - Basato su controllo sociale distribuito
- Incentivi:
  - Non monetari
  - Basati su “valori”, e non solo su “valore”



**Il social network su piattaforma digitale ha disintermediato economicamente e organizzativamente l'editore di contenuti**

# Il dito del cliente

- Il pollice
- L'indice
- Il medio



# Digitale = Sociale

## LA DIGITALIZZAZIONE

### INCREMENTA:

- Standardizzazione
- Interoperabilità
- Effetti di rete
- Esternalità positive

### RIDUCE:

- Le barriere di accesso (e *quindi la scarsità relativa*) alla produzione, alla distribuzione, allo scambio e all'utilizzo dei contenuti
- I costi di transazione e gli *switching costs* da un player all'altro

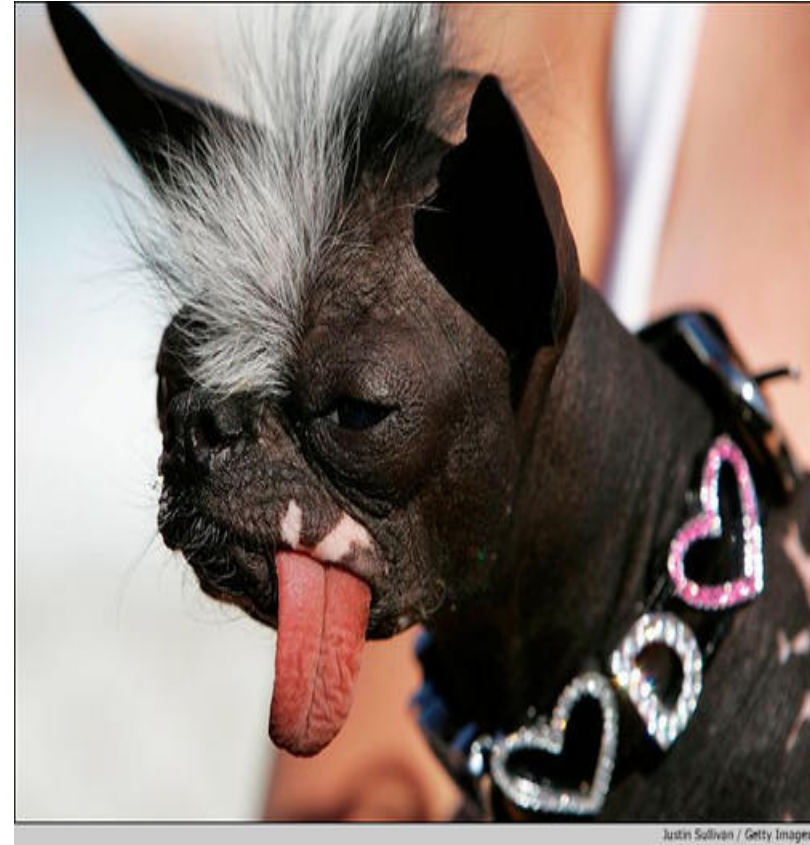
**Digitale >> Canale distributivo**

## Il contenuto diventa “bastardo” La comunicazione diventa perpetua

- *“Non ci si bagna mai due volte nello stesso fiume”*

Eraclito

- Perduta la sua integrità originale, il contenuto diventa infinitamente ri-editabile e re-intermediabile. Chiunque lo guardi, lo modifica economicamente.
- Twitter, ovvero la sindrome da “Reader’s Digest Universale”: sempre meno utenti sono interessati alla versione originale del contenuto, sempre più si indirizzano verso una sintesi veloce, ricontestualizzata e a flusso continuo, prodotta dalla rete sociale



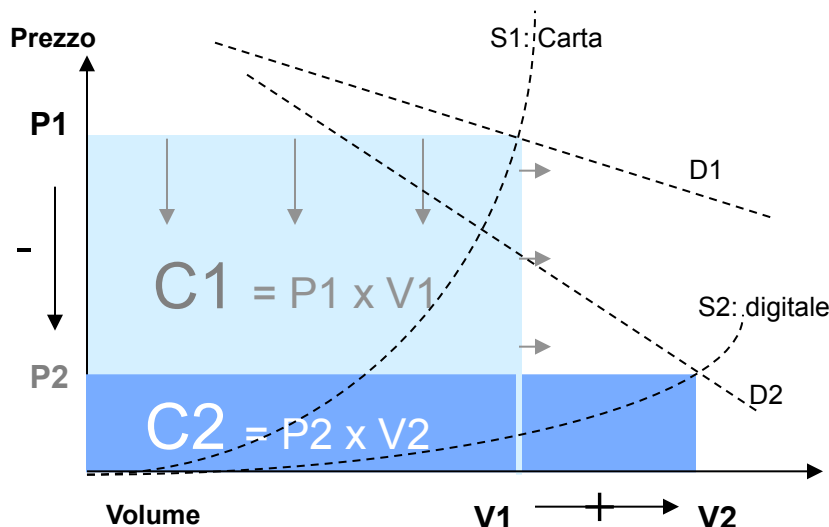
Justin Sullivan / Getty Images

# Microeconomia del Contenuto

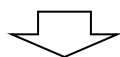
## Monarchia, Anarchia o Repubblica?

OGGI ...

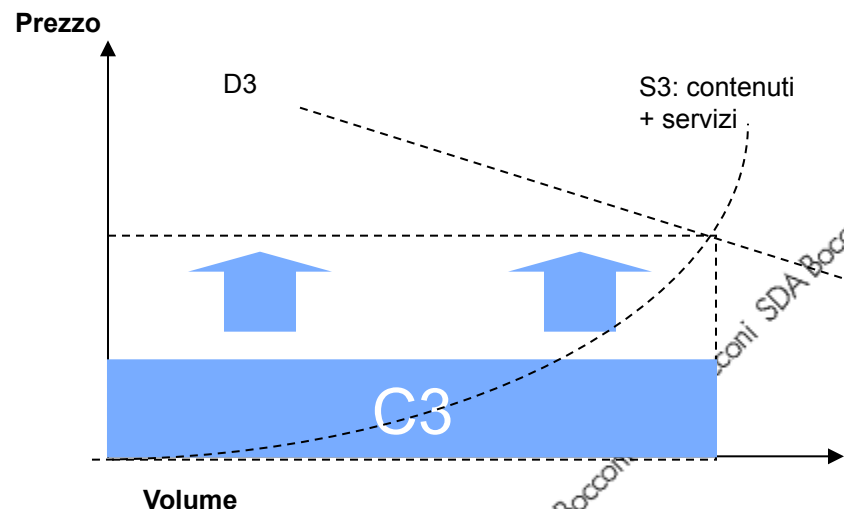
... DOMANI



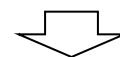
Con il digitale, aumentano i volumi ma si riducono i prezzi medi dei contenuti



**DEFLAZIONE**



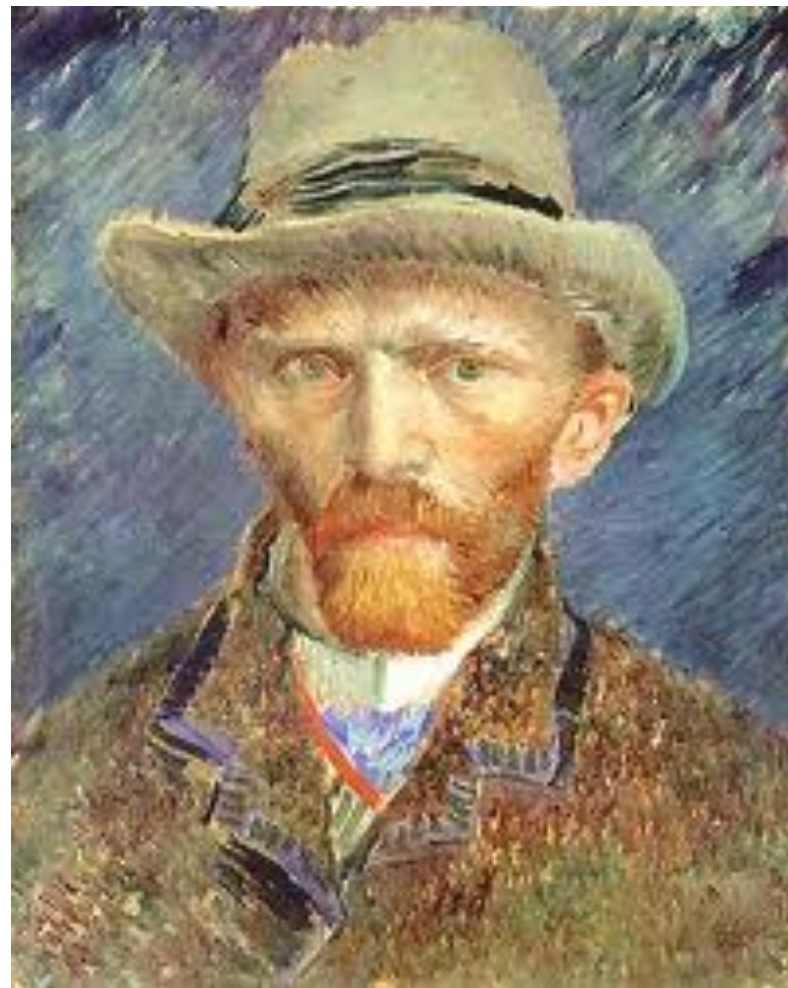
Il mercato torna a crescere con devices e servizi a valore aggiunto



**COMPLEMENTARIETA'**



# User Generated Content, ovvero tutti saprebbero dipingere un uomo col cappello



SDA Bocconi

SDA Bocconi

# Il valore ai tempi del colera (digitale)

Il problema non è “se” si pagheranno i contenuti digitali di qualità, ma “chi” e “quanto” li pagherà.

Diritti, standard, linguaggi specialistici e nazionali, asset complementari, esperienza, comportamento associato, etc.

$$\blacksquare \text{Valore} = f \left( \frac{\text{SINTASSI}}{\text{LATENZA}} \right)$$

Frequenza, sincronicità verticale e orizzontale, sequenzialità, serialità, allertamento, interstizialità, set-up e storage, etc.

# “I mercati sono conversazioni”

David Weinberger, *The Cluetrain Manifesto*

*Che cos'è un editore?*

- Macchina per produrre e distribuire contenuti?
- Organizzata per canali e supporti?

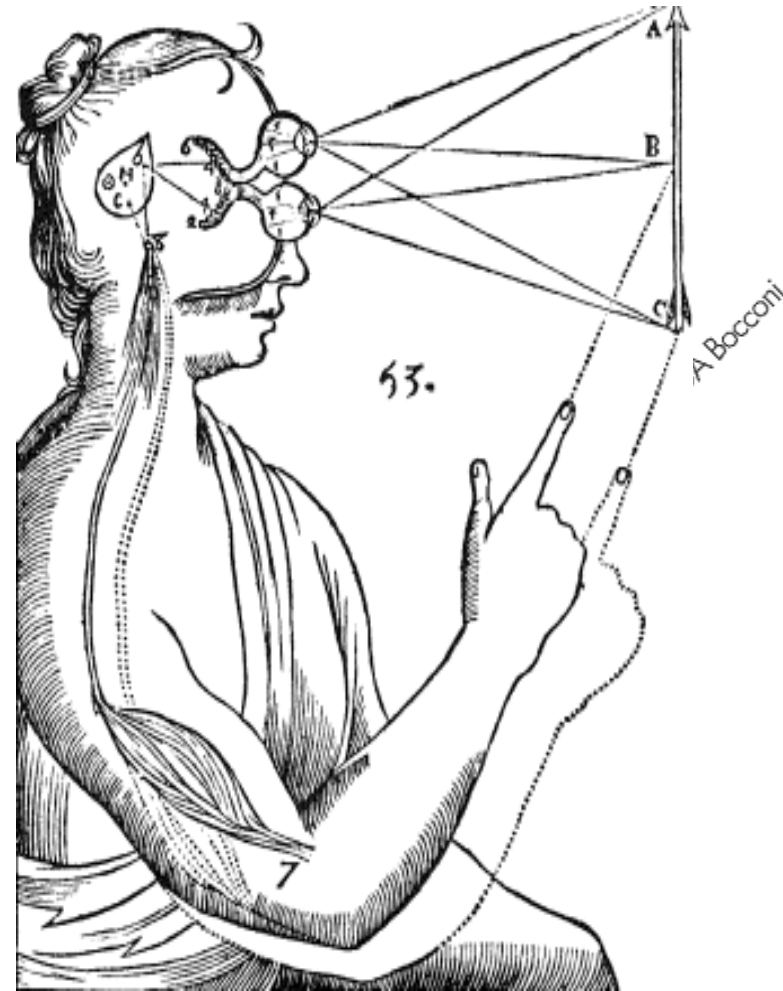
*No, grazie*

- Il (Nuovo) Editore è:
  - Motore semantico di un'architettura sintattica
  - Piattaforma di dialogo tra organizzazioni e clienti, inesausta conversazione sui desideri e sulle esperienze



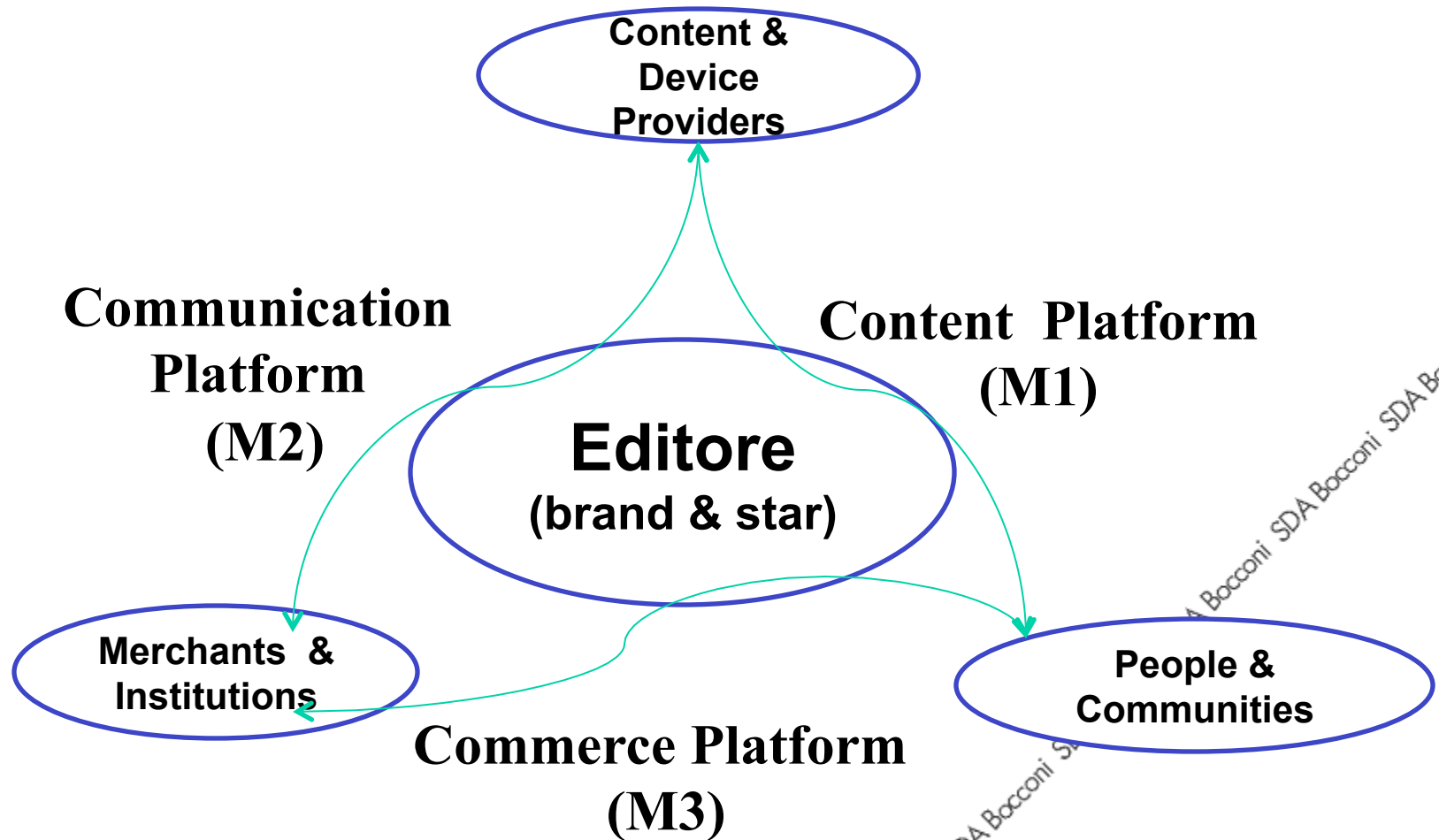
# Cartesio e la nuova editoria

- Il prodotto è *Res Extensa*, il bisogno è *Res Cogitans*.
- Siamo la "ghiandola pineale" cartesiana che collega i due mondi
- Siamo l'epifisi di connessione tra il mondo dei prodotti e delle esperienze e quello dei desideri e dei bisogni
- Siamo Tromba di Eustachio, non solo corda vocale





# Il Nuovo Editore: Hub di un “Mercato Multilaterale”



# Cambia il vento ma noi no e se ci trasformiamo un po'...

1. **Dal Download al Cloud:** sfidare il possesso con l'availability
2. **Dal Browser all'App:** la giungla anarchica del Web e il giardino recintato dello Store
3. **Dalla Rete al Device:** l'oligopolio dell'hardware è la nuova scarsità economica
4. **Dalla Pirateria Informatica all'Autenticità Sociale:** la lunga strada dell'educazione



# Voglio vedervi danzare

(come le balinesi nei giorni di festa)

“Voglio vederti  
danzare  
come le zingare del  
deserto  
con candelabri in  
testa  
o come le balinesi  
nei giorni di festa.  
Voglio vederti  
danzare  
come i Dervishes  
Tourners  
che girano sulle  
spine dorsali  
o al suono di  
cavigliere del  
Katakali.”

Franco Battiato, *Voglio Vederti Danzare*, 1986



SDA Bocconi SDA Bocconi

**Grazie e buon lavoro!**

**Prof. Carlo Alberto Carnevale Maffè**  
***Strategic Management Department***  
**Scuola di Direzione Aziendale – Università Bocconi**  
**Via Bocconi 8 – 20136 Milano**  
**E-mail: [carloalberto.carnevale@sdabocconi.it](mailto:carloalberto.carnevale@sdabocconi.it)**