

**Avv. Marco Rossignoli - Presidente AER e Coordinatore AER-ANTI-CORALLO**

***"Le possibilità di business con Internet da parte delle radio e delle tv locali"***

Nel contesto dello sviluppo multimediale è oggi prioritario anche per le imprese radiofoniche e televisive locali aprire alle nuove tecnologie e cioè al digitale, al satellite e a internet, evitando di rimanere ancorati esclusivamente alle trasmissioni in tecnica analogica che, anche se rappresenteranno ancora per molti anni il principale strumento di diffusione, sono destinate comunque ad essere superate dall'evoluzione tecnologica.

E se di digitale si è iniziato solo ora a parlare in termini concreti attraverso l'approvazione da parte del Parlamento della Legge 20 marzo 2001 n.66 con la quale è stato convertito con modificazioni il D.L. 23 gennaio 2001 n.5, che stabilisce i criteri per procedere alla sperimentazione del DAB (radiofonico) e del DVB (televisivo) e delega alla Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni il compito di definire entro il prossimo giugno le regole per le trasmissioni digitali, fissandone i criteri direttivi; se relativamente al satellite si sta discutendo, come AER-ANTI-CORALLO hanno recentemente fatto in occasione dell'ultima edizione del SAT-EXPO di Vicenza, quali possano essere le possibili utilizzazioni da parte delle emittenti radiotelevisive locali, certamente Internet rappresenta già oggi una concreta opportunità intorno alla quale le nostre imprese possono operare con l'obiettivo anche di assumere un ruolo da protagonisti.

Infatti grazie alle sinergie che una radio o una televisione locale possono creare tra la propria organizzazione aziendale già esistente, finalizzata alla tradizionale trasmissione via etere analogico, e l'organizzazione aziendale finalizzata ad un proprio sito internet, è sicuramente possibile sia sviluppare le potenzialità dell'impresa radiotelevisiva, sia fare ulteriore business e quindi incrementare i ricavi dell'impresa senza dover necessariamente affrontare investimenti particolarmente onerosi.

Oggi moltissime imprese AER-ANTI-CORALLO già sono titolari di un sito Internet e tra queste ci sono esempi concreti di attività di informazione, di e-commerce, di banche dati, di chat con l'utenza, di webstreaming radio e tv realizzati sfruttando l'organizzazione aziendale già esistente e i "contenuti" (es. materiale informativo, archivio programmi, etc.) di cui si ha già la disponibilità. In alcuni casi sono stati realizzati dei veri e propri portali aperti sulla realtà locale.

In ogni caso, molti di tali siti contengono inserzioni pubblicitarie nelle varie forme utilizzate attraverso internet.

Queste esperienze sono state sviluppate da alcuni imprenditori radiotelevisivi locali particolarmente attenti alle questioni tecnologiche e informatiche. Adesso però è importante definire una

strategia organica finalizzata alla presenza sulla Rete di tutto il settore radiotelevisivo locale.

Questo seminario, al quale ne seguiranno altri sulle nuove tecnologie e in particolare sulle trasmissioni digitali terrestri, ha quindi come obiettivo quello di stimolare l'attenzione sulle ragioni per le quali è opportuno andare in Rete: il ruolo che le nostre imprese possono avere nell'Internet e cosa il mercato si aspetta dalle radio e dalle tv locali; e ancora: cosa è possibile valorizzare al meglio e come, senza trascurare infine gli inevitabili aspetti tecnici che si accompagnano a questa scelta.

Per questo abbiamo invitato al seminario alcuni esperti che potranno sviluppare con competenza i diversi aspetti che interessano le nostre imprese.

Il professor Massarenti, dell'Università degli Studi di Milano, responsabile del corso Digital Video, farà un prologo sul linguaggio. Molti infatti si chiederanno: la mia esperienza del tutto locale che senso può avere nella Rete globale? Massarenti ci spiegherà come la Rete sia anche e proprio un coro di singole voci, ciascuna delle quali porta il suo contributo originale.

La ricchezza di Internet sta anche in questo assoluto pluralismo.

E per voi si aprirà la possibilità, in contemporanea, di parlare ai vostri abituali utenti tramite un canale in più, ma anche di scoprire nuovi e impensati utenti, che verranno loro stessi a cercarvi e a cercare i contenuti da voi proposti.

Questo pubblico è dunque un nuovo mercato per le imprese radiofoniche e televisive locali, del quale ci parlerà la d.ssa Furlanetto, consulente in comunicazione, anche illustrando interessanti dati sulla quantità e sui modi più attuali di utilizzare Internet in Italia.

Un mercato che è possibile affrontare in due modi.

In primo luogo creando un sito che diventi una sorta di estensione della antenna radiotelevisiva locale in rete.

Grazie ad esso è possibile fidelizzare il pubblico, coinvolgendolo ancora di più con giochi, messaggi e informazioni sempre on line. La parte artistica e informativa dell'emittente svilupperà programmi anche utilizzabili, per come sono od opportunamente adattati, anche nel sito.

E' possibile poi, sempre nel contesto del sito, sviluppare attività di e-commerce: il settore commerciale dell'emittente potrà promuovere tale strumento tra le aziende del territorio già conosciute. La forza starà nel fatto che, grazie alla programmazione radiofonica e televisiva, tale proposta commerciale (la "vetrina") potrà avere molta visibilità.

E questo, senza costi aggiuntivi per le imprese.

Tale strumento potrà anche essere collegato per la tv, per esempio, all'attività di televendita, e per le radio, per esempio, all'attività di commercializzazione di gadgets con il marchio dell'emittente.

Con Internet si possono anche pensare iniziative più articolate: per esempio utilizzando una parte dei programmi più originali, quali l'informazione dal territorio, gli eventi sportivi della zona e simili, per creare dei veri e propri portali tematici, in collaborazione con altri editori radiotelevisivi locali.

Il dr. Pezzotti di Webnext illustrerà come si possa anche pensare a una sorta di syndications, come peraltro già esistono sul fronte delle trasmissioni tradizionali, create per dare vita ad offerte più complete e complesse (per esempio: i telegiornali o i radiogiornali da tutte le regioni di Italia, come già avviene da parte di alcuni canali satellitari realizzati utilizzando la programmazione informativa delle emittenti locali) che possano interessare anche clienti e concessionarie pubblicitarie Internet di respiro nazionale.

Certo stiamo parlando in quest'ultimo caso di ipotesi più complesse, ma che pure arricchiscono ulteriormente la gamma di opportunità che grazie ad Internet si potranno cogliere.

Naturalmente tutto quanto illustrato necessita, per realizzarsi, di un'adeguata tecnologia.

Per questo l'ing. Gattari di Etere spiegherà come si possa strutturare al meglio la propria infrastruttura tecnica, sia radio che tv, per gestire il patrimonio numero uno di un editore locale, ovvero i contenuti.

Grazie ad Internet si può infatti recuperare quello che oggi è un vero e proprio tesoro sepolto: l'archivio. Oggi radio e tv hanno ore e ore di produzioni fatte e immobilizzate su nastri, cd o altri supporti analoghi. Con Internet queste risorse potranno essere recuperate e valorizzate, rendendo prezioso il sito dell'emittente o concorrendo a comporre la risorsa originale di un portale più complesso.

Il dr. Pastori di Domina invece presenterà gli strumenti tecnicamente indispensabili per immettere in Internet il prodotto audiovisivo.

Anche in questo caso non trascurando che, grazie a tali attrezzature, l'emittente potrà sviluppare ulteriori occasioni di ricavo, offrendosi come partner tecnico di soggetti che a loro volta hanno bisogno di produrre e distribuire in rete audiovisivi. Saranno in tal senso portati esempi concreti.

Certo questo incontro non potrà esaurire una tematica così complessa, ma sicuramente ci auguriamo che possa stimolare molte delle nostre imprese ad individuare le giuste modalità per impegnarsi a sviluppare progetti in Internet. E chi già avesse un proprio sito, ma lo usasse in modo ancora molto essenziale, ad accelerare in questa direzione.

