

## **II IPTV FORUM**

### *Searching for **The Big Brother***

**Milano, 29 Marzo 2007**

*Excelsior Hotel Gallia*

*La crescita degli utenti di IPTV nel 2006 ha decretato il successo delle scelte strategiche degli operatori Telco di puntare sul Triple Play. Le offerte con palinsesti sempre più pregiati si arricchiscono dell'alta definizione, dell'integrazione sui diversi dispositivi e delle potenzialità dell'interattività che rispondono alle esigenze di un utente sempre più qualificato e consapevole. L'IPTV diventa il driver di fidelizzazione dei consumatori e la soluzione per massimizzare le revenues grazie ai servizi premium per compensare il calo dei profitti voce nel mercato delle telecomunicazioni.*

*Come si stanno muovendo i diversi player per migliorare la qualità del servizio, differenziare l'offerta e definire i business model in grado di accrescere il loro business? L'incontro con i più autorevoli esperti unita alla testimonianza di best practice aziendali fornirà una panoramica di settore che permetterà di comprendere lo scenario futuro della TV in Italia.*

#### *Programma*

**9.00 Registrazione partecipanti e Welcome Coffee**

**9.30 Apertura dei lavori e introduzione a cura del Chairman**  
*Emilio Pucci, Direttore, E-Media Institute*

**9.45 Network, device o servizi: chi dominerà l'IPTV?**  
*Francesco Sacco, Professore Strategia Aziendale, Università dell'Insubria e SDA Bocconi*

*I Sessione: Il mercato dell'IPTV In Italia, nuove strategie sui contenuti e business model*

**10.00 I trend di sviluppo dell'IPTV in Europa e in Italia**  
*Emilio Pucci, Direttore, E-Media Institute*

**10.15 Net neutrality e contenuti: linee guida della regolamentazione nel mercato dei contenuti digitali in Italia.**  
*Antonio Provenzano, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*

**10.40 Coffee Break**

## 11.00 I Tavola Rotonda

### **Dinamiche del mercato: l'IPTV come driver per l'offerta Triple/Quadruple Play e le nuove strategie sui contenuti:**

- *l'impatto dell'IPTV nel mercato televisivo*
- *la progettazione dei contenuti e i modelli di business*
- *l'offerta dei contenuti televisivi a pagamento*
- *le nuove strategie di palinsesto*

**Chairman: Emilio Pucci, Direttore, E-Media Institute**

#### Panel

**Paolo Agostinelli, Head of Media and TV, Fastweb**

**Massimo Intorrella, Responsabile Market Innovation, Telecom Italia**

**Fabiano Andrea, Responsabile Marketing Strategico, RAI**

**Luca Di Mauro, Chief Economist, SKY**

**Giorgio Riva, Direttore Generale RCS Digital, RCS MediaGroup**

**Federico Luperi, Vicedirettore Multimedia AdnKronos, AdnKronos**

**Fabrizio Berrini, Segretario Generale Aeranti per Aeranti-Corallo**

**Stefano Quintarelli, Comitato Scientifico, Equiliber**

**Michele Ficara Manganelli, Presidente e Fondatore, Assodigitale**

*II Sessione: L'evoluzione della TV digitale nell'era del Web 2.0*

## 12.45 II Tavola Rotonda

### **Le reali opportunità di crescita del mercato dell'Entertainment: i primi risultati**

- *la diffusione e l'interoperabilità dei nuovi devices*
- *i nuovi comportamenti di fruizione nella "dieta multimediale" dell'utente: dal "where you want it" al "where you want it from"*
- *i fattori di successo dell'Home Entertainment*
- *come i contenuti Internet entrano nel Televisore: i nuovi modelli di business*

**Chairman: Marco Camisani Calzolari, Presidente, Speakage**

#### Panel

**Stefano Genovesi, Direttore Marketing RTI New Media, Mediaset**

**Giovanna Todini, Direttore Marketing, Sony Computer Entertainment Italia\***

**Alberto Nava, Responsabile Value Added Services, Libero**

**Davide Rossi, Presidente, Univideo**

## 13.30 Colazione

## 15.00 III Tavola Rotonda

### **Le opportunità dell'Advertising interattivo per il raggiungimento e il coinvolgimento di un pubblico sempre più esigente e consapevole**

- *i nuovi formati della pubblicità interattiva*

- *le aspettative dell'utente sulla qualità dei servizi forniti*
- *la gestione del conflitto tra pubblicità e contenuti*
- *i modelli di business*
- *la misurazione dell'efficacia*

**Chairman: Marco Camisani Calzolari, Presidente, Speakage**

**Panel**

**Maurizio Goetz, Consulente di Marketing Digitale e Coordinatore del Dipartimento di Marketing Digitale dell'Associazione Italiana Marketing**  
**Pieranna Calvi, Responsabile Marketing Pubblicità Interattiva, Sipra**  
**Maurizio Sala, Presidente, Art Directors Club Italiano**

**16.15 Le nuove modalità dell'Online - Advertising: il caso RCS MediaGroup**

*Il Mediacenter di Corriere.it e Gazzetta.it è un'area multimediale che propone immagini e video di attualità. L'introduzione del nuovo formato pubblicitario, uno spot che precede il contenuto video ma che rimane visibile con un riquadro fisso sullo schermo, offre una grande opportunità agli investitori del gruppo RCS che ha incrementato del 70% la raccolta pubblicitaria dell'area online.*

**Roberto Zanaboni, Direttore commerciale online advertising, RCS MediaGroup**

**16.45 Conclusioni a cura dei Chairman**

**Emilio Pucci, Direttore, E-Media Institute**  
**Marco Camisani Calzolari, Presidente, Speakage**

**17.15 Chiusura dei lavori**