

Gruppo Nuovi Media*Milano, 19 Gennaio 1998**Partecipanti*

<i>F. Sorrentino</i>	Bull	<i>M. Beltrami</i>	Philips
<i>M. Pastori</i>	Hewlett Packard	<i>C. Giarda</i>	Siemens Nixdorf
<i>A. Consonni</i>	Italtel	<i>F. Iarlori</i>	Sun Microsystems
<i>L. Gambardella</i>	Olivetti	<i>R. Asmone</i>	Telecom Italia
<i>S. Innocenti</i>	Olsy	<i>F. Barilli</i>	Assinform
<i>G. Spelta</i>	Olsy	<i>P. Gregotti</i>	Assinform
<i>D. Vivarelli</i>	Omnitel		

Premessa

E' stato costituito il gruppo di lavoro sui "Nuovi Media". ASSINFORM si propone, con tale iniziativa, quale luogo di confronto/proposizione/stimolo per il mercato attuale e potenziale dei Nuovi Media.

Si vorrebbe partire direttamente da ciò che offre il mercato per arrivare, se necessario, a classificarne i contenuti e gli andamenti. In tal senso, si ritiene opportuno fare alcune verifiche sul campo - in termini di applicazioni e casi concreti - per capire come orientare l'azione e le iniziative dell'Associazione. Il mercato dei "Nuovi Media" sta ancora muovendo i primi passi nel nostro Paese e risulta necessario monitorare le esperienze più significative in corso per dare poi concretezza all'attività successiva.

Aree di mercato e attività collegate

Nell'ambito della proposta per la costituzione del gruppo si è cercato di identificare alcune aree di mercato sulle quali concentrare l'attenzione. E' stata effettuata una macro-selezione per poi procedere ad una scelta dei mercati sui quali intervenire.

Aree identificate:

- Città Digitali (sulla base dell'indagine svolta con Rur/Censis nel 1997);
- Commercio elettronico (da trattare con un approccio il più possibile pragmatico e operativo);
- Infotainment (tematiche della Tv avanzata, Internet/Intranet, network computing, grandi iniziative - Beni Culturali, Pubblica Istruzione, Giubileo, ecc.);
- Mobilità (telelavoro, ufficio mobile, individuo mobile).

Tutte e quattro le tematiche sono state ritenute di interesse da parte dei delegati e le prime due hanno avuto anche l'avallo del Consiglio Direttivo Assinform che le considera strategiche per l'attività del gruppo.

Di seguito verranno analizzate le singole aree evidenziando le indicazioni di massima emerse dalla riunione per la trattazione di ciascuna e le proposte per le modalità di veicolazione dei contenuti.

