



Mobile ...

....diamo i numeri!!

Dati School of Management Politecnico di Milano e Assinform

11 milioni di utenti telefonia mobile
ha navigato in internet

Il **50%** degli utenti abituali naviga ogni giorno

Di essi molti disponibili a ricevere informazioni
commerciali su handset



Il trend?

Nel gennaio 2011 il 31% ovvero **47 milioni** di utenti almeno una volta ha navigato da cellulare

L'accesso da cellulare ai social network nell'ultimo anno segna quota **+400%**





Il trend?



2011 è l'anno dei tablet: a Las Vegas presentati **20 nuovi modelli**.

Fino ad oggi il mercato ne vedeva solo 2: *i-Pad* e *Galaxy Tab*



Nel 2013 è previsto il sorpasso, si navigherà **più da mobile** che da pc.



Il surfer mobile

- Uomo 62%
- 25 – 44 anni 68%
- Nord 45% (ma il sud si attesta a 37%)
- Elevato grado di istruzione
- Terminali di fascia alta
- 50% accede tutti i giorni



Quali sono gli utilizzi

All' uscita dal lavoro e nel week end (ma il 31% naviga anche da casa)

Cerca:

- Info urgenti
- Indicazioni stradali e mappe
- Informazioni sui prodotti
- Soddisfazione di specifiche esigenze



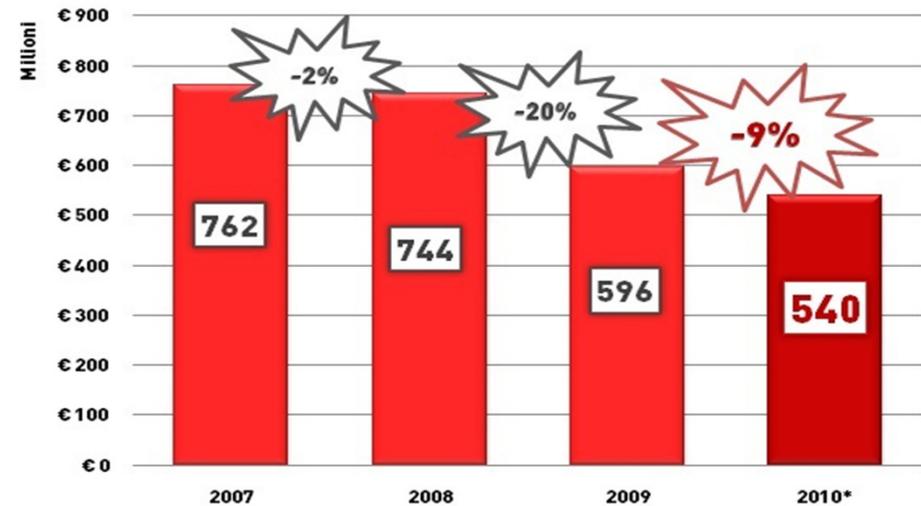
Comunicazione nel mobile

Diminuisce vendita contenuti a pagamento - **9%** (540 mln di Euro)

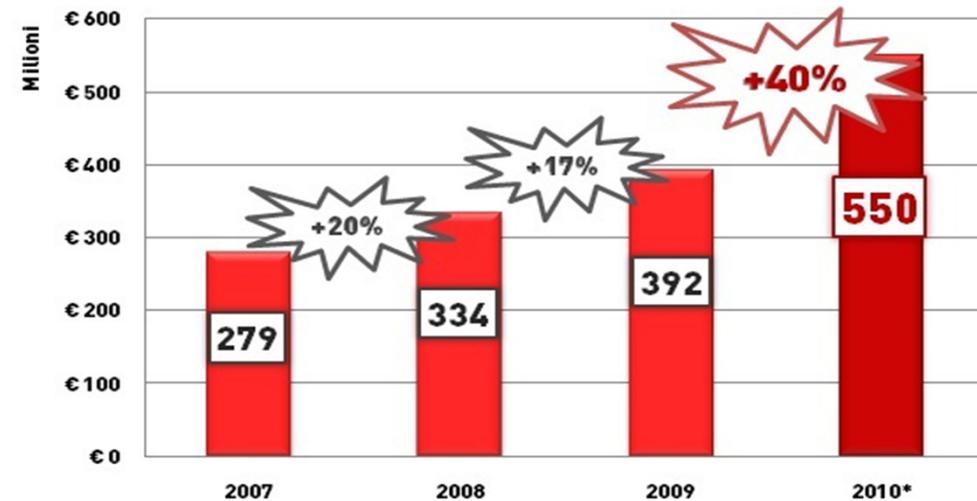
Aumenta poco ADV su mobile +6%

Esplode internet mobile con **+40%** arriva a 550 mln di euro.

Mobile Content a pagamento



Mobile Internet



Il mercato in Italia oggi

Poco sviluppato legato ancora a logiche tradizionali

Spesa 900 mln su 22 mln di utenze utili
Se la spesa media è di 40 € solo 2 vanno nel mondo mobile e il 50% su sms





I limiti di oggi



Strutture eterogenee per frammentazione del mercato

Maggiore complessità nella programmazione

Modalità di pagamento su mobile necessitano di semplificazioni

Poca visione delle agenzie di comunicazione nel planning di adv

I potenziale del mobile

Mercato in fase esplosiva

Elevato grado di profilazione del cliente

Comunicazione diretta azienda cliente

- Maggiore personalizzazione
- Maggiore velocità delle campagne

Analisi di geomarketing con grande definizione



QUALCHE IDEA CON UNO STRUMENTO

TRACCIABILITA'

ANTICONTRAFFAZIONE

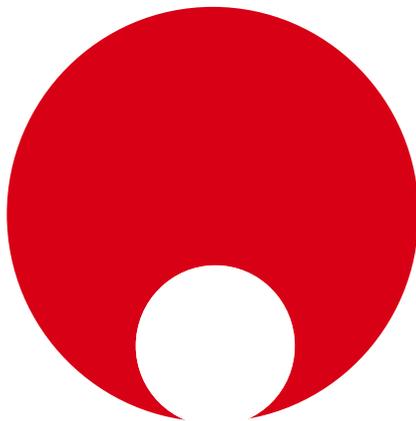
MARKETING

LOGISTICA

Come stiamo ?

MODA 70.000 aziende
Oltre 1 milione di addetti
Di cui oltre 600.000 in produzione

PERDITE GENERATE DA
CONTRAFFAZIONE

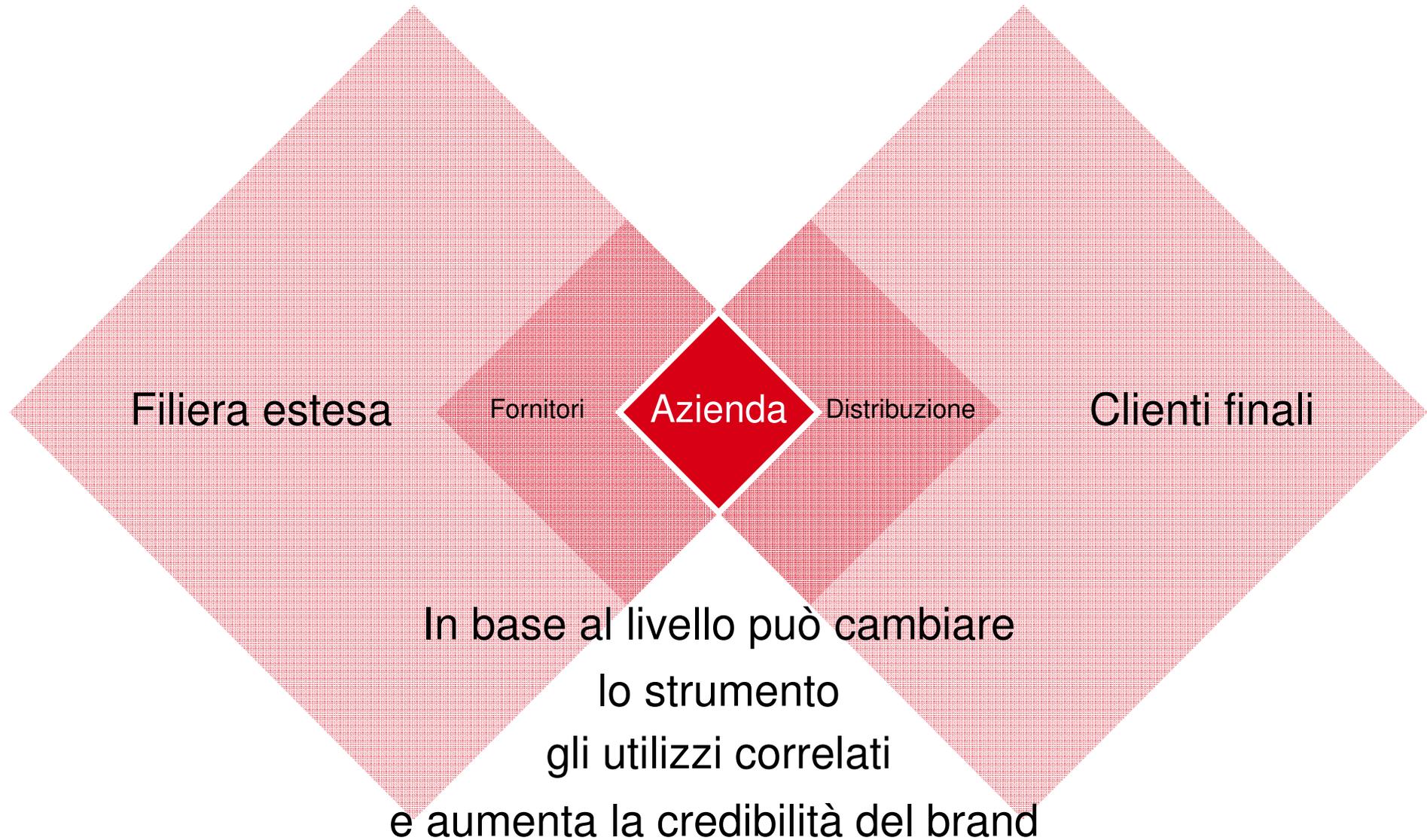


50 MLD DI EURO

A FRONTE DI **7.5 MLD INVESTITI**
IN INNOVAZIONE E REGISTRAZIONE
DI NUOVI MARCHI

Camera commercio Monza ricerca 2010 Ricerca: "Oltre il
made in Italy"

Tracciabilità estesa



da oggi

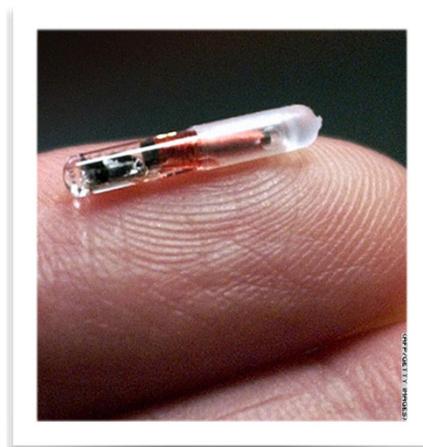
- ✓ PUO' ARRIVARE AL CLIENTE FINALE
- ✓ PUO' PORTARE PIU' CONTENUTI
- ✓ PUO' DIVENTARE COMUNICAZIONE
- ✓ PUO' DIVENTARE ANTI-CONTRAFFAZIONE
- ✓ PUO' DIVENTARE STRUMENTO STATISTICO
- ✓ PUO' DIVENTARE STRUMENTO DI MARKETING
- ✓ PUO' DIVENTARE STRUMENTO PER LA LOGISTICA

Strumenti per la Tracciabilità

RFID



MICROCHIP



1D e 2D code



NESSUNO DI QUESTI OGGETTI E' "SBAGLIATO"
Ognuno è applicabile diversamente con finalità differenti.

Scegliere lo strumento significa
definire il **confine della tracciabilità** e l'**obiettivo finale**.

Confronto tra tecnologie

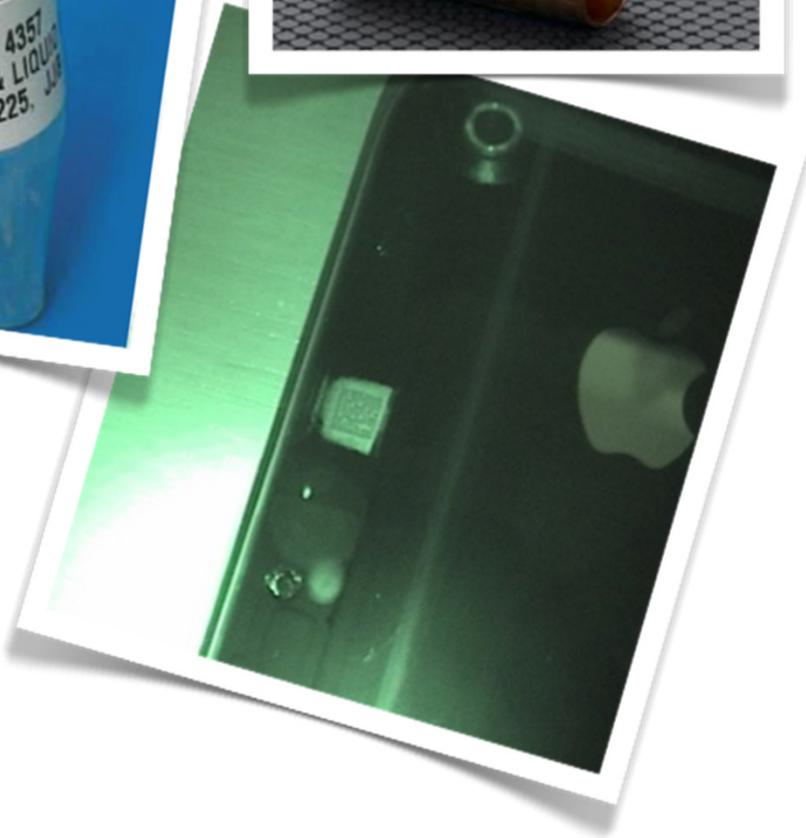
RFID/Microchip	QRcode	
✓	✓	Tecnologia nota e sviluppata
✓	✓	Tracciabilità
✓	✓	Anti-contraffazione
✗	✓	Advertising
✓	✓	WEB
Solo in Giappone ?	✓	WEB mobile
✓	✓	Logistica
✗	✓	Visibile dal cliente finale
✗	✓	Utilizzabile ovunque in piena libertà

La Tecnologia è diffusa ?

Dati di diffusione in Italia
Da Marzo 2009 al Dicembre 2010



- Penetrazione dei cellulari in Italia 146%
(La più alta penetrazione europea)
- Incremento del traffico di lettura QR del 1400%.
- Il 20% degli utenti dotati di smartphone hanno scaricato una applicazione per leggere i codici a barre quando non nativamente presente sugli stessi.



Tracciabilità e comunicazione del marchio

