

---

# Il Mercato di Internet

1

## Componenti del Mercato di Internet

---

- ◆ **accessi** / connection provider
  - orizzonte locale
  - server di connessione
  - modem e linee verso la rete
  - esclusa la telefonia locale
- ◆ **servizi** / service provider
  - orizzonte universale
  - server di gestione
  - creazione di pagine
  - programmi e assistenza
- ◆ **transazioni**
  - orizzonte commerciale
  - pubblicità
  - vendita di prodotti e servizi

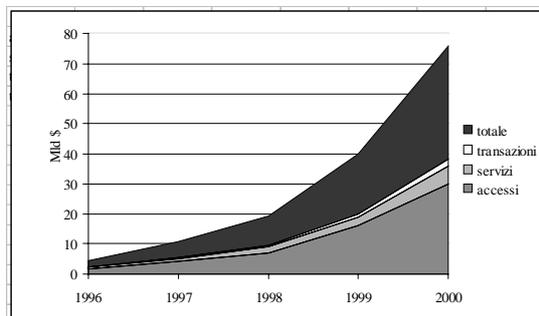
2

## Come misurare Internet

- ◆ N. utenti
  - potenziali
  - occasionali
  - abituali
  - professionali
- ◆ N. punti di presenza
- ◆ N. siti
- ◆ N. pagine
- ◆ Fatturato

3

## Previsioni sul Mercato di Internet



4

## Elementi sul fatturato Internet in Italia

---

- ◆ 400 connection provider
- ◆ 1000 pop
- ◆ 15 Mld Lire nel 1995
- ◆ 60 Mld Lire nel 1996
- ◆ ? service provider

5

## I connection provider

---

- ◆ investimenti considerevoli
- ◆ ritorni modesti
- ◆ strategia di occupazione del mercato per aziende con:
  - un bacino d'utenza esclusivo (server di quartiere o paese)
  - altre fonti di ricavo:
    - » aziende telefoniche
    - » service provider

6

## Analisi bilancio economico di un pop

---

### ◆ **Costi annuali**

- 50 M lire per canone linea
- 20 M lire per ammortamento macchinari
- 30 M Lire per il personale
- Totale: 100 M lire

### ◆ **Ricavi annuali**

- 200 k lire per abbonato

### ◆ **Conclusione**

- occorrerebbero 500 abbonati per pop!

7

## I service provider

---

- ◆ grandi provider: noleggio di spazio web posseduto in proprio
- ◆ piccoli provider: rivendita di spazio noleggiato dai grandi
- ◆ fornitura di servizi
  - progettazione siti
  - elaborazione pagine HTML
  - gestione siti
- ◆ offerta indipendente da quella di connessione
- ◆ proliferare di microaziende

8

## Microaziende Internet

---

- ◆ spesso sono ditte individuali
- ◆ acquistano spazio web da un grande service provider
- ◆ lo rivendono ai propri clienti (di solito piccole aziende)
- ◆ progettano siti per queste aziende
- ◆ realizzano pagine HTML

9

## Caratteristiche del lavoro nelle microaziende

---

- ◆ Autonomia
- ◆ Professionalità
- ◆ Attività d'avanguardia
- ◆ Concorrenza
- ◆ Valore aggiunto altissimo

### **Problemi**

- ◆ marketing: farsi conoscere
- ◆ trovare e mantenere i clienti
- ◆ remunerare il lavoro

10

## Le transazioni in Internet

---

- ◆ pubblicità
  - istituzionale
  - di singolo prodotto / servizio
  - mediante cataloghi
  - diretta
  - indiretta, tramite banner inseriti in “siti interessanti”
- ◆ vendita per corrispondenza
  - con emissione ordine via Internet
  - con pagamento via carta di credito

11

## Chi guadagna e chi perde con Internet

---

- Guadagnano direttamente**
  - ◆ le aziende telefoniche
  - ◆ i service provider
  - ◆ i creatori di “siti interessanti”
- Bilancio incerto**
  - ◆ i connection provider
- Perdono direttamente ma guadagnano indirettamente**
  - ◆ i creatori di siti di prestigio

12

## Tipico contenuto di un generico sito

---

- ◆ informazioni sull'azienda/Ente
- ◆ informazioni sui prodotti/servizi
- ◆ aspetti di immagine
- ◆ promozione vendite
- ◆ procedure per la vendita

### **Esempi:**

– IBM, Amazon, Istituto Luce

13

## Valore di alcuni “siti interessanti”

---

- ◆ **Motori di ricerca:** *pubblicità*
  - Altavista, Yahoo
- ◆ **Informazioni:** *pubblicità*
  - Orari trasporti, Indirizzari, Quotazioni Borsa, Prospetti aziendali
- ◆ **Notiziari:** *tecnologia o conferma di audience*
  - MSNBC, CNN, Mondadori

14