Libro_16x23 ComunicMultipla_Layout 1 09/01/17 12:26 Pagina 3

INDICE

INTRODUZIONE **7**
di *Antonio Pilati*

MICRO E MACRO ECONOMIA DI INTERNET **21**
di *Fabio Menghini*

1. Internet come generatore di nuovi modelli di attività 22
2. I Vantaggi Competitivi della New Economy 24
3. Monopoli e Beni Pubblici 26
4. I Profitti (e il Valore) Generati dalla New Economy 29
5. Internet e Sviluppo Economico 30
6. Il ruolo dei Governi 33
7. Condivisione e Ripiegamento 34

DOCUMEDIALITÀ **37**
di *Maurizio Ferraris*

1. Documentalità, Intenzionalità, Media 37

BIG DATA: STRATÉGIES INDUSTRIELLES ET ÉCONOMIE DE LA PROMESSE **41**
di *Vincent Bullich*

1. Introduction 41
2. Qu'appelle-t-on « big data »? 43
3. Perspectives sémantiques 43
4. Du mode d'existence des « big data » 46
5. Usages socio-économiques des big data: procès de production et procès de valorisation 49
6. Le procès de production 49
7. Une double rationalité économique 53
8. Des discours s'inscrivant dans une «économie de la promesse» 58
9. Les big data comme les futures «ressources essentielles» 60
10. La prédictibilité comme solution économique «ultime» 63
11. Conclusion 66

Libro_16x23 ComunicMultipla_Layout 1 09/01/17 12:26 Pagina 4

LUSINGHE, INSIDIE E SCENARI FUTURI DELLA "RIVOLUZIONE DEI BIG DATA" **73**
di *Vincenzo Zeno Zencovich*

1. La titolarità dei Big Data 76
2. I dati personali 76
3. L'accesso ai dati 77
4. Contratti sui Big Data 78
5. Contratti con i consumatori 78
6. La responsabilità nel campo dei Big Data 79
7. Big Data e concorrenza 79
8. Problemi etici 80

GOOGLE, AMAZON, FACEBOOK: NEW ECONOMY E SVILUPPO ECONOMICO **81**
di *Fabio Menghini*

1. Google: Ancora Alla Ricerca del Proprio Futuro 82
2. Gli "Economics" di Alphabet 84
3. La diversificazione di Google 85
4. Il Controverso Contributo di Google – Alphabet all'Economia 87
5. Amazon: la Distruzione Sistematica del Retail 89
6. Il modello di Business di Amazon 90
7. Le Performance Economiche di Amazon 91
8. Come Amazon è Riuscita ad Affermarsi sul Mercato 93
9. Danni collaterali 94
10. L'E-Commerce di Amazon Porta Vantaggi all'Economia? 95
11. Facebook: Socializzare per Incrementare i Consumi 96
12. Le Prospettive di Crescita di Facebook 98
13. Le FANGS e il Mercato Azionario 101
14. Conclusioni Preliminari 102
15. La Natura delle FANGs 102
16. Le tentazioni Faustiane della New Economy 105
17. Intelligenza Artificiale e Economia 108
18. Il Contributo della New Economy allo Sviluppo Economico 111

Libro_16x23 ComunicMultipla_Layout 1 09/01/17 12:26 Pagina 5

PRESIDI GLOBALI E POLARIZZAZIONE GEO-ECONOMICA SUL NUOVO MERCATO DELLO SCREEN CONTENT **115**
di *Emilio Pucci*

1. Quattro tipologie di operatori sul mercato dello Screen Content 115
2. I gruppi leader al mondo nei quattro segmenti della filiera dello Screen Content 117
3. Geo-economia dell'industria dello Screen Content 122

LA FRUIZIONE TELEVISIVA DI FRONTE ALLE SFIDE DELLA NUOVA MEDIASFERA **127**
di *Miguel Salerno*

1. Verso una nuova mediasfera 127
2. La fruizione oltre il lineare: verso un ambiente multiscreen on-demand 130
3. La battaglia per l'imposizione dell'user experience 134
4. Il consumo di audiovisivi e la connected life 140

STRATEGIE DEI PRODUTTORI DI CONTENUTI **145**
di Giuseppe Richeri

1. Premessa 145
2. Le prospettive delle risorse derivate dal finanziamento pubblico 148
3. Le prospettive delle risorse derivate dalle imprese 152
4. Le prospettive delle risorse derivate dal finanziamento delle famiglie 154
5. Trend dei comportamenti di consumo televisivo 156
6. Nuove imprese per un'offerta flessibile 158
7. I punti forti del modello Netflix 159
8. Il problema delle regole 162
9. Conclusioni 164

Libro_16x23 ComunicMultipla_Layout 1 09/01/17 12:26 Pagina 6

LA PRODUZIONE DI AUDIOVISIVI NELL'ETÀ DELLA CONVERGENZA. LO SCENARIO ITALIANO ED EUROPEO **167**
di *Massimo Scaglioni*

1. Un campo in trasformazione 167
2. La produzione di intrattenimento nell'età dei format globali 173
3. La produzione di fiction, fra vecchi e nuovi modelli 180
4. Conclusioni 188

DALL'AUDIENCE AL BIG DATA: CARATTERISTICHE EVOLUTIVE DEL MERCATO PUBBLICITARIO **191**
di *Emilio Pucci*

1. L'espansione degli investimenti pubblicitari e l'ascesa dell'ambiente Internet 191
2. L'Impatto di Internet sul mercato pubblicitario 194
3. Centralità delle funzioni e dei soggetti neo-editoriali 195
4. L'ascesa di un ambiente data-driven 198
5. Forte concentrazione di risorse 201

LE MODIFICAZIONI ECOLOGICHE DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE E LA NUOVA POLITICA **203**
di *Paolo Mancini*

1. L'era dell'abbondanza 203
2. La fine delle grandi narrazioni 207
3. L'appello diretto 212
4. Solo tecno ottimismo? 215