

Internet Economics

L'industria e i mercati della rete

Paolo Cellini

Internet Economics

L'industria e i mercati della rete



In libreria
il 23 gennaio
2013

Paolo Cellini
Internet Economics
L'industria e i mercati della rete

mm. 170x240
Pp. 350; € 19,00

Il libro ha come obiettivo primario introdurre il lettore alla comprensione di Internet come fenomeno economico e industriale specifico. Internet verrà analizzata alla luce dei principali modelli presenti nella letteratura accademica, passando dai modelli generali che inquadrano Internet come un sistema unico che si relaziona con l'esterno, ai modelli specifici, che invece cercano di scomporre Internet nelle diverse componenti che ne compongono l'industria. In particolare Internet sarà analizzata come:

- Complex Adaptive System,
- General Purpose Technology,
- Large Technological System.

Saranno poi analizzati i principali modelli che meglio rappresentano l'industria di Internet:

- I modelli a strati,
- I modelli basati su flussi economici,
- I modelli basati sulla catena del valore.

Il metodo seguito è profondamente analitico. Si è partiti da un'accurata analisi della letteratura per raffrontarla con la quotidianità dei fatti, per arrivare allo sviluppo di un framework d'inquadramento generale dell'economia Internet, denominato dall'autore LIIF, che permetta uno studio sistematico e strutturato delle sue componenti e dimensioni, utilizzando le teorie economiche al fine di aumentare la comprensione degli sviluppi della Rete.

L'obiettivo è allo stesso tempo sia produrre dibattito nel mondo accademico, sia fornire uno strumento di lavoro per manager e imprenditori che decidano di approcciare il mondo di Internet per sviluppare il loro business o per dar vita a nuove forme d'impresa.

Paolo Cellini ha lavorato in Aziende come: Disney (Londra, Parigi), in qualità di Vice President EMEA per la divisione Internet e quella Games; Valis (Tel Aviv), controllata da AOL/Pitango, in qualità di CEO; Consodata (Roma) come AD; Buffetti (Roma) come AD; Seat Pagine Gialle (Torino) come Vice President delle divisioni PMI Sales e Internet.

Ha inoltre lavorato in Fondi di Investimenti e Venture Capital come: Club di Investimenti Media (Parigi) in qualità di Senior Advisor; 21 Network (Milano) in qualità di Vice President, Innogest (Torino) in qualità di Venture Partner. Ha insegnato presso la Ecole Supérieure de Telecommunications (Parigi) e presso la LUISS (Roma).

www.luissuniversitypress.it

In questo modo ne è nato un testo che si pone come strumento teorico e pratico allo stesso tempo. È un testo teorico dal momento in cui esplora e cerca di approfondire le varie teorie di maggior riferimento per quanto riguarda le tipicità dei mercati di Internet. È pratico nella misura in cui i numerosi esempi e commenti possano essere utili per l'implementazione efficace degli strumenti teorici sopra citati.

Il framework di studio si basa sull'interpretazione di Internet come una meta piattaforma multi-strato, cioè una piattaforma universale e neutrale che costituisce l'ecosistema dove nascono ed evolvono numerose piattaforme, le quali, per funzioni svolte, creano i diversi strati che compongono l'industria di Internet che vengono individuati in:

- Infrastructure layer
- Access layer
- IT layer
- Intermediary layer
- Content layer

Il framework si compone di una dimensione di analisi che permette di studiare Internet nelle sue direttrici fondamentali, in particolare sarà adoperato il LIIF per analizzare:

- Le caratteristiche distintive – quali sono le caratteristiche distintive che hanno reso Internet una piattaforma diversa dalle altre e come queste ne hanno determinato l'evoluzione e gli impatti sociali che ha avuto, dalle origini ai giorni nostri, andando inoltre a individuare gli sviluppi in corso e i trend futuri.
- La domanda – quali sono le dimensioni chiave per la misurazione della domanda di Internet in ogni strato del framework LIIF, cercando di cogliere gli aspetti salienti che spiegano la veloce crescita e affermazione della Rete, e infine analizzare i dimensionamenti generali dell'industria Online, che le principali società di consulenza globali hanno fatto, calcolando il peso economico di Internet sul PIL delle maggiori economie mondiali.
- L'offerta – quali sono i principali fenomeni che insistono sul lato dell'offerta, in particolare ci si soffermerà sull'analisi di una delle piattaforme fondamentali di Internet, la Search Platform, e si studierà il fenomeno delle Startup, ovvero la creazione di nuove imprese basate sulla Rete, che vede numeri ed elementi distintivi propri dell'industria Internet.

- I modelli economici – quali sono i modelli e le specificità dell'economia Internet, con particolare riferimento ai mercati multi-sided e agli impatti economici della rete all'interno di mercati tradizionali.
- I business model – quali sono i business model che si trovano sulla rete, analizzando le classificazioni presenti in letteratura e proponendo una nuova classificazione che faccia risaltare le specificità della Rete e che tenga in considerazione le ultime evoluzioni di Internet.
- I mercati – quali sono i principali mercati negli strati dell'industria Internet con una focalizzazione sui mercati maggiormente caratteristici del settore: l'online advertising e l'E-Commerce, entrambi analizzati in termini di peso, dimensionamento economico e dinamiche chiave di funzionamento.

Il libro si conclude con una tassonomia dei prodotti e servizi presenti nell'industria Internet. Questo perché in ogni industria moderna esiste la necessità di rappresentare i prodotti creando una tassonomia della produzione, anche per fini statistici ed economici. A tal fine, non trovando nulla di esaustivo nell'attuale letteratura accademica, si è provveduto nel tentativo di realizzarne una, che precisando elementi di distinzione chiari, individua tre grandi macro-categorie nell'industria: i siti web, le piattaforme tecnologiche e i servizi per siti e piattaforme, ognuna delle quali viene opportunamente aperta e caratterizzata con livelli e sotto-livelli.