

**Internet** Gli operatori abbassano i prezzi del traffico dati per catturare i giovani dei social network. Il caso Hutchison

## «Socialfonino», la svolta di 3 Italia

L'accesso a siti come Facebook è diventato un affare. Anche per la pubblicità

**W**eb da tasca: trascinati dal crollo delle tariffe, crescono la pubblicità e l'uso mobile dei *social network*. E arriva anche il «socialfonino».

Gli operatori di telefonia cellulare hanno finalmente rinunciato a tariffe dati troppo onerose e offrono piani di navigazione da cellulare (e da computer equipaggiato con le «chiavette» Internet) più convenienti. La caduta dei prezzi e il grande successo dei vari modelli di *smartphone*, i telefonini intelligenti, promuovono uno stile di consumo di Internet innovativo, dove l'universalità e la continuità dell'accesso fanno premio su schermi e tastiere più ampi dei computer da tavolo.

La popolarità di Internet mobile si riflette sugli

investimenti pubblicitari. Filippo Arroni, responsabile di B-Digital, il ramo d'azienda del gruppo **Buongiorno.it** che si occupa di iniziative pubblicitarie in ambito mobile, conferma che con 11 milioni di *smartphone* ormai in funzione in Italia — un tasso di penetrazione superiore del 10 per cento alla media europea — «il valore pubblicitario dell'Internet mobile cresce vistosamente di mese in mese». Gli annunci della categoria *display* (*banner* e altre visualizzazioni su pagine *web*, contrapposta alla forma diretta di *sms* e *mms* promozionali), dice Arroni, cominciano a incidere sul totale degli investimenti in *banner* in Italia: un volume totale di 157 milioni di euro al terzo trimestre 2009 (dato Fcp-Assointernet).

Tra le applicazioni preferite c'è la partecipazione ai *social network* come Facebook, Myspace e al crescente numero di reti sociali specializzate per il cellulare. Come PeopleSound, nuovo marchio

della *community mobile* Blinks, della stessa **Buongiorno.it**, premiata (unica applicazione italiana ed europea), dai lettori della testata online Mashable.

Per inseguire i navigatori che migrano sul telefonino, i *social network* rilasciano le applicazioni per iPhone, Symbian, Blackberry, Windows Mobile o Android facendo a gara a chi riesce a incorporare il maggior numero di funzionalità ormai familiari all'utenza fissa di queste reti.

Ma anche gli operatori si stanno muovendo. At-

traverso una consociata di Hutchison Whampoa, 3 Italia ha per esempio sviluppato Inq Chat 3g, *smartphone* per l'accesso

mobile ai *social network* e ai sistemi di messaggistica. Basato su una personalizzazione del sistema operativo Qualcomm Brew, Inq Chat 3g ha una tastiera di tipo *Qwerty* (simile al Blackberry) e le applicazioni per entrare in Facebook, pubblicare su Twitter, chattare con Messenger, caricare filmati su YouTube, ricevere la posta di Gmail e conversare con Skype.

Il «socialfonino», come lo ha battezzato 3 Italia, da è venduto a 199 euro o in comodato gratuito abbinato a carte in abbonamento e ricaricabili; con piani di traffico dati dai 5 euro al mese, oltre i costi delle telefonate.

ANDREA LAWENDEL

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**3 Italia** Vincenzo Novari, amministratore delegato

