

---

## “IL WEB OLTRE IL WEB”

di Vito Di Bari

---

*Dopo l'evoluzione dei mercati verso la dimensione della Long Tail e del Web 2.0, altri cambiamenti importanti ci attendono dietro l'angolo. E' importante conoscerli già ora, perché devono entrare a far parte delle strategie di medio-lungo periodo delle aziende e nelle scelte di marketing e comunicazione più significative.*

---

L'assegnazione della copertina del Time 2007 a “You”, la gente comune che ha preso possesso della Rete, ha sancito la nascita di una nuova epoca dell'internet: il cosiddetto *Web 2.0*. Da allora, mi viene spesso chiesto come cambieranno i mercati on-line e come evolverà ulteriormente il Web nei prossimi 10-15 anni. Si tratta di domande più che lecite, anzi vitali per la maggior parte delle imprese, siano esse piccole imprese o Fortune100, perché la rete con le sue dinamiche assumerà un ruolo sempre crescente: nei mercati, nel fare impresa, nell'economia.

Partirò dal web *del presente*, quello della Long Tail e del Web 2.0, per fornirvi alcuni insight del web *che verrà*. In estrema sintesi della mia previsione, il Web del futuro vedrà nei prossimi 15-20 anni due fasi di significativo *reload*:

1. Un'innovazione incrementale, a seguito di una democratizzazione della base di utenti e di una diffusa localizzazione linguistica di ciò che è attualmente globale. Chiameremo questa fase evolutiva *Longer Tail* (ma avremmo potuto chiamarla, ad esempio, Web 2.1 perché è una *trasformazione* del Web).
2. Un'innovazione radicale, a seguito di una crescente fruizione mediante comandi vocali ed in mobilità, questo include la progressiva dismissione delle tastiere, dei mouse, di di-

positivi. Chiameremo questa fase evolutiva *Longest Tail* (ma avremmo potuto chiamarla, ad esempio, Web 3.0 perché è una mutazione del Web).

È evidente che le mie due definizioni costituiscono un omaggio alla Long Tail, definita e diffusa da Chris Anderson, il direttore di Wired. Nel 2004, con uno storico articolo su Wired Magazine, dal titolo “The Long Tail” (letteralmente *la coda lunga*). Anderson profetizzava l'egemonia dei mercati di nicchia, l'articolo iniziava così: “Dimenticatevi di spremere milioni (di dollari) da poche hit in vetta alle classifiche”. Questa teoria si è affermata ed è diventata una delle tesi fondamentali del Web 2.0. Profetizzava l'egemonia dei mercati di nicchia e l'attribuzione di valore (anche economico) ad *oggetti* che prima ne erano sprovvisti. Questa teoria si è affermata ed è diventata una delle tesi fondamentali del Web 2.0.

Fin qui il presente, il cambiamento che stiamo già fronteggiando. E' mia opinione che il concetto di egemonia delle nicchie che Anderson introduce nella valutazione dell'impatto del web sia molto più vigoroso, che la gaussiana continui e che la *coda lunga* sia destinata ad allungarsi ulteriormente.

Fino a due tipi di conseguenze, che riflettono l'evoluzione del Web: a. etnica; b. tecnologica.

La prima di queste due evoluzioni si concretizzerà entro il 2015, la seconda entro il 2020.

## Il web in mandarino: la Longer Tail e la multi-etnia

Entro il 2015 prevedo: 1. una democratizzazione della base di utenti; 2. l'affermazione dei gruppi linguistici emergenti.

Thomas Keller dell'ICANN (l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) dice che "La rete del futuro si evolverà in un grande insieme di micro-web che serviranno micro-comunità ed i loro linguaggi". Ed io sono d'accordo con lui, anche se – secondo me – la questione è più complessa: il Web del futuro sarà *glocal* e pertanto un po' globale e un po' locale. Ed avrà due anime linguistiche: una destinata alla comunicazione globale (che, nel 2015, sarà ancora l'inglese), l'altra destinata alle altre comunità linguistiche. Si verificheranno due fattori che trasformeranno profondamente le logiche di fruizione ed accresceranno il valore (anche economico) degli URL (chiamarli siti perderà progressivamente senso) che oggi sono inesistenti o marginali.

Facciamo un esempio: Tudou.com è un sito cinese di video sharing paragonabile a YouTube. Con una certa dose di approssimazione, si potrebbe definire un YouTube in cinese. Ma non sarebbe corretto, perché Tudou.com si è evoluto non solo in una lingua diversa dall'inglese di YouTube, ma anche in modi differenti, seguendo le diverse matrici culturali di una diversa comunità (per lingua, ma non solo anche per cultura, radici, gusti e così via) Questo rende, già oggi, Tudou.com molto diverso da YouTube. E non stiamo parlando di una realtà marginale, da serie B, bensì di un sito che, in breve tempo, ha consolidato 40 milioni di utenti. Torneremo ad utilizzare Tudou.com come esempio, tenetelo a mente.

La penetrazione dell'internet (all'interno di ogni

Paese) sta portando il Web a diventare sempre più *democratico*. Per quanto possa apparire in controtendenza, desidero asserire, una volta per tutte, che l'internet è nato come un medium *elitario* e lo è ancora oggi, nonostante la grande quantità di utenti coinvolti. Non dimenticate che gli utenti dell'internet sono oggi meno di un quarto rispetto a quelli della radio e televisione: 1,2 miliardi (ad inclusione di una enorme quantità di utenti sporadici, che fanno numero ma non fenomeno) su circa 6, 7 miliardi di persone. Questo significa che gli utenti frequenti sono più o meno una persona su dieci. Vediamo alcuni dati.

Lo status socio-economico degli individui permane uno dei grandi generatori di disuguaglianza nella diffusione dell'internet nei Paesi Europei. L'ITU (International Telecommunications Union) ha stimato che la disparità fra chi accede ed utilizza l'internet corrispondeva in media (prima dell'avvento del Web 2.0) al doppio della disuguaglianza delle retribuzioni. Queste percentuali si sta abbassando e gli utenti frequenti del Web a basso livello salariale crescono nei Paesi Europei di anno in anno. In USA e Canada (che pure registrano la più lunga storia di fruizione) prima del Web 2.0 c'erano (e ci sono tuttora, seppure in decremento) ampie disparità di accesso ed utilizzo del Web fra anziani e giovani, donne e uomini, non-bianchi e bianchi (Reddick and Boucher; Katz and Rice). In Giappone, il 73% dei non utilizzatori dice di trovare il Web "incomprensibile" (Digital Opportunity Site).

Si è molto parlato di *digital divide* a proposito della disuguaglianza nell'accesso ed utilizzo della rete fra i Paesi economicamente svantaggiati ed economicamente evoluti, la verità è che esiste un altro *divide*, meno evidente perché tutti gli esperti dell'internet omettono di parlarne: il *digital divide socio-economico all'interno dei singoli Paesi*, fra gli individui socio-economicamente e/o culturalmente evoluti e quelli svantaggiati. Questo *divide interno ai Paesi* si verifica sia in quelli più evoluti sia in quelli economicamente svantaggiati, ed anche in quelli emergenti.

La Longer Tail del Web sarà costituita dagli utenti del *Web popolare*. Una moltitudine di utenti socio-economicamente svantaggiati, con basso grado di scolarizzazione, con carente cultura informatica ed applicativa. Ma pur sempre un numero di persone enorme ed immediatamente accessibile. Per parafrasare l'incipit di Anderson, la nuova parola d'ordine diventerà "Dimenticatevi di spremere milioni di accessi dalle *elite* con le quali vi siete verificati finora".

La prima domanda sarà quella di contenuti nella propria lingua. Il Web del 2015 sarà il Web delle differenze linguistiche: l'inglese continuerà ad essere la lingua preferita dell'approccio globale ma all'interno di ogni Paese si diffonderà una pressante istanza di un "Web in lingua locale". Questo approccio aprirà le porte a imprese e professionisti emergenti, che opereranno all'interno delle comunità linguistiche di riferimento. E pertanto sarà, ad esempio, il cinese mandarino la lingua più diffusa in rete e saranno i cinesi i migliori a progettare il Web per la comunità cinese, e così via. Ma quanto rilevanti saranno queste comunità linguistiche nel Web del futuro?

Solo un paio di esempi, cinese e spagnolo: se ci fermiamo ad analizzare a come il Web sta cambiando in questi anni, noteremo che la penetrazione linguistica del cinese è cresciuta nel Web del 500% dal 2000 ad oggi, quella dello spagnolo del 300%. Nello stesso periodo la penetrazione linguistica dell'inglese è cresciuta del 150% (dati Nielsen/NetRatings). "Il tasso di crescita degli utenti Internet cinesi ha superato quello degli Stati Uniti e la Cina è in lizza per superare gli Stati Uniti nel numero totale di utenti nel giro di pochi anni", afferma il Pew Internet & American Life Project.

In una prima fase, ci sarà la localizzazione linguistica dei grandi siti globali. Alcuni hanno già iniziato, ad esempio Wikipedia, Google, My Space. Oppure YouTube, restiamo su questo esempio: c'è già una porzione del sito in lingua italiana e l'home page segnala alcuni video in lingua

italiana. La localizzazione linguistica di alcune porzioni e funzioni del sito non sarà però sufficiente. Ma, poiché i siti saranno locali, utilizzeranno anche gli stilemi visivi più graditi agli utenti locali: questo cambierà anche il look&feel, la *pelle visibile* del sito. Si apriranno nuovi spazi di mercato per la nascita e la crescita di siti locali, oggi schiacciati dai siti globali. L'offerta diventerà molto frammentaria e articolata, gli equilibri si modificheranno a favore della fruizione dell'Internet nella propria lingua.

Come Amazon.com realizza la parte più significativa del proprio fatturato dalla *Long Tail* di vendita di poche copie di tanti libri (ed anche altri articoli, oramai) invece che da tante vendite di pochi libri (come accade nel mercato tradizionale dell'editoria libraria), così le imprese in rete dovranno modificare le proprie strategie per catturare la moltitudine degli utenti della *Longer Tail*, utenti (mediamente) più popolari e che vorranno un Web in lingua locale. Amazon.com è in grado di accontentare chi richiede un best seller ma deriva la maggior parte del proprio fatturato dalla capacità di accontentare le scelte *micro* dei clienti, il Web del futuro avrà siti in lingua inglese destinati ad un'audience globale ma deriverà la maggior parte dei suoi contatti dalla capacità di fornire accesso alle scelte *micro* degli utenti, siti non in lingua inglese. Appunto, l'evoluzione dalla *Long Tail* alla *Longer Tail*.

In prima approssimazione, possiamo sintetizzare l'approccio alla *Longer Tail* del Web in 3 semplici regole:

1. Parla la lingua del tuo pubblico.
2. Accogli e comprendi la cultura locale del tuo pubblico.
3. Usa i diversi stilemi visivi del tuo pubblico.

## Un passo oltre, la Longest Tail

Oggi tendiamo a ritenere veri alcuni concetti sulla connettività. Ad esempio: che per collegarsi all'internet ci si debba attenere a modalità prescritte (quali accendere un Pc e aprire un collegamento) o che si debbano utilizzare dispositivi specifici (come Pc e *smart phone*). O anche che la connettività sia proprietà tipica di oggetti inanimati, e non, per esempio, di un gatto o di un uomo. Bene, questi concetti sono veri.

Ma non sono imm modificabili, anche se serviranno alcuni anni per confutarli. Entro il 2020, sarà normale che io sia collegato in rete con il mio gatto senza accendere alcun Pc o *smart phone* né richiedere alcun collegamento. Saranno collegate con me allo stesso modo la sua ciotola e rastrelliera, e mi avviseranno quando saranno vuota (la prima) o piena (la seconda). Saranno *things that think* (cose che pensano), per utilizzare una definizione che prende il nome dal laboratorio di Hiroshi Ishii, Joe Paradiso e Rosalind Picard al M.I.T. di Boston. Nel futuro l'interazione uomo-macchina sarà sempre più *seamless*, letteralmente "senza cuciture". È un termine che viene dalla sartoria e che si affermerà, credo, nel mondo della comunicazione. Indica una mediazione *invisible*, caratterizzata dalle assenze di tutto quello che oggi ci sembra ovvio che sia coinvolto nelle nostre attività di comunicazione in rete.

Nel futuro le tecnologie abiliteranno un mix totale di *on line* e *off line*, senza più percezione di cosa sia *on* e di cosa *off*. Reale e virtuale convivranno in un unico mondo connesso, nel quale la Rete sarà ovunque, impercettibile e *ovvia* come l'aria che respiriamo. Ritengo che entro il 2020 si verificherà:

1. Una grande diffusione di oggetti intelligenti di dimensione nanoscopica;
2. Una connettività permanente ad altissima velocità.

Il Web del futuro sarà un *Objects and People*

*Web*, un Web delle cose e delle persone.

La Longest Tail del Web sarà costituita da centinaia di miliardi di oggetti, luoghi, piante, animali, persone. *Il Web delle cose* moltiplicherà esponenzialmente le quantità di accessi attuali. Continuando a parafrasare l'incipit di Anderson la parola d'ordine diventerà "Dimenticatevi di spremere miliardi di accessi dai pochi Pc collegati in Rete". Già nel 2015 si prevede che ci siano circa 150 miliardi di processori contro i circa 10 miliardi attuali, ma solo 1 ogni 100.000 finirà nei Pc o negli smart phone. Gli altri saranno nelle cose e nelle /sulle persone.

La vera rivoluzione sarà indotta dai progressi della nanotecnologia che ci permetteranno di operare su elementi tecnologici di alcune decine di nanometri di dimensione, così da progettare e costruire sistemi intelligenti invisibili all'occhio umano. *Tutto* potrà avere al proprio interno un *nanoprocessore* e tutto potrà essere quindi connesso in Rete in forma permanente. Macchine, oggetti, vegetali, animali, persone.

Entro il 2020, essere connessi sempre, in mobilità e (quasi) senza limiti di banda sarà normale. E questo abiliterà modalità di interazione assolutamente impensabili oggi. Benvenuti nella vostra fantascienza quotidiana.

Facciamo un esempio: la mia *immagine olografica tridimensionale* potrà partecipare ad una riunione a Milano mentre io sono sotto una palma ai Carabi, intanto i nanochip dentro il mio organismo invieranno informazioni ogni 30 minuti (come fa adesso il nostro computer quando salva periodicamente una versione di ciò che scriviamo) con i miei dati biometrici rilevanti all'UCLA Medical Center per il mio *check up permanente* mentre io seguo su un piccolo *riquadro dei miei occhiali da sole* ciò che fa in acqua Alessio, mio figlio di due anni che è in piscina fuori dalla mia vista. E così via.

## La scomparsa del Web

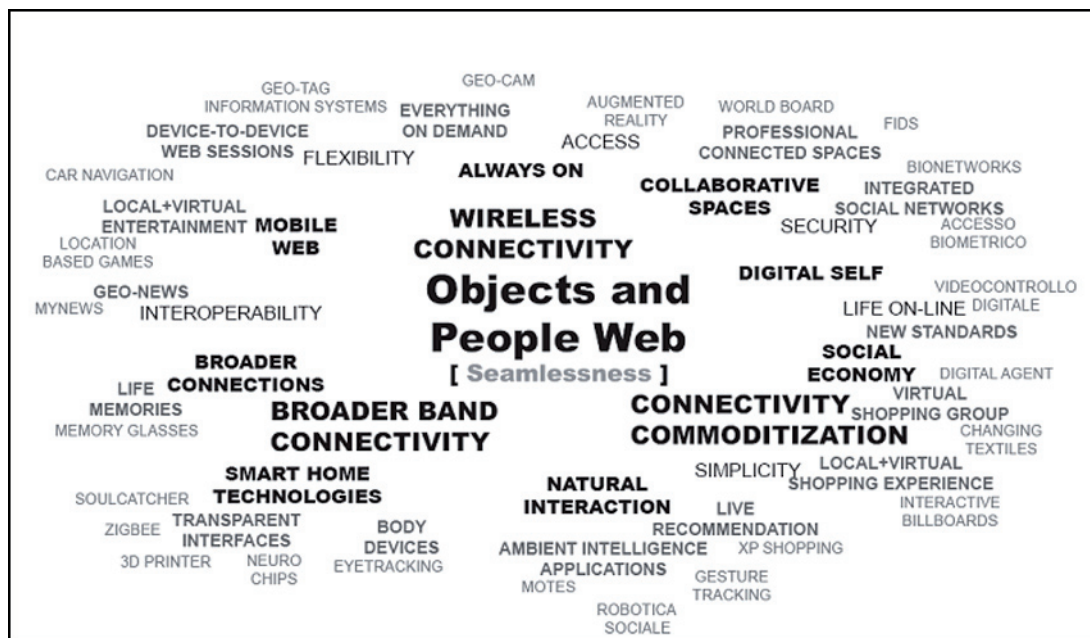
Il Web delle cose e delle persone non se ne starà relegato in un mondo separato, *virtuale*, e non dovrà accendere Pc né connettermi per entrarci. Il Web del 2020 si accomoderà nel nostro mondo reale e ne diventerà il collante. A quel punto, il problema non sarà più competere per creare il sito migliore. La posta si alzerà, e di molto. Entro il 2020, il Web sarà il mondo, se mi passate una iperbole (lieve, in verità).

Per rappresentare visivamente la mia previsione del Web del 2020 ho messo a punto una *tag cloud* che include 5 livelli di concetti disposti dal centro verso i lati:

1. l'area centrale è la colonna portante del fenomeno, vi ho allocato i concetti fondanti dell'innovazione;
2. l'area successiva racchiude i 3 prerequisiti tecnologici abilitanti la visione del Web degli oggetti e delle persone;

3. l'area intermedia include le 8 parole chiave che fanno da *ponti* fra i concetti interni e le applicazioni chiave;
4. l'area successiva racchiude le 6 macro-aree applicative del Web del 2020 (Flexibility, Access, Security, etc.)
5. nell'area più esterna trovano posto alcune applicazioni, per ogni macro-area, da me ritenute potenziali *killer applications*.

Al centro dello schema ho inserito il concetto di *invisibilità* della tecnologia, la *seamlessness*. Che poi significa porre l'uomo al centro, e la tecnologia progettata per stare *attorno* a noi. Quindi, trovano posto i 3 requisiti tecnologici che abilitano questa visione del web, tutti basati sullo sviluppo della connettività: la sua commoditizzazione progressiva, la sua evoluzione verso una totalità del "senza fili" e infine l'ampiezza di banda via via maggiore fino a diventare potenzialmente senza limiti. Attorno, trovano posto gli 8 concetti fondanti dell'innovazione.



## Gli otto milestones della Longest Tail

Gli 8 concetti fondanti della Longest Tail sono i pilastri su cui prevedo fondarsi il *Web delle cose e delle persone* (che è collocato in prossimità della *seamlessness* in posizione centrale):

1. **la connettività permanente** (*Always On*): sembra un optional, ma quando ci saremo abituati ad essere sempre connessi non potremo più farne a meno, come ci accade oggi per l'elettricità senza la quale ci sentiremmo persi. Ad esempio: potremo iniziare a lavorare in ufficio e continuare a farlo (magari con comandi vocali) al volante e poi nel percorso fra il box e la porta di casa. Oppure, avremo la possibilità di tenere sotto controllo nostro figlio di pochi mesi nella sua culla da qualsiasi punto e in qualsiasi momento, sia con il videocontrollo, sia con sensori che ne analizzeranno il benessere psico-fisico e ce lo comunicheranno.

2. **la maggiore velocità di connessione** (*Broader Connections*): qualcuno di voi si chiederà "ma cosa ce ne faremo di tutta questa banda?", domanda lecita ma inapplicabile: dovete spostare il vostro punto di vista in una dimensione, quella del 2020, molto diversa da quella attuale, con servizi on line molto più diffusi e pervasivi. Servizi a supporto costante del nostro quotidiano, in congiunzione con la prevalenza delle cose che faremo. Quando la connessione sarà costante e totale, ci sarà una a sempre minore *percezione* di essere on line, e la stessa definizione *on line* perderà probabilmente significato così come oggi non ci chiediamo più se c'è elettricità o meno. Una volta garantiti sufficienti standard di sicurezza e di affidabilità tecnologica, sarà improbabile che gli *oggetti non connessi* siano utilizzati. Ad esempio: ci video-trasporteremo a distanza sotto forma di ologrammi tridimensionali per partecipare a meeting a New York a Sidney, restandocene nel nostro salotto. Oppure, navigheremo contenuti tridimensionali proiettati nell'aria attorno a noi per lavorare ad un progetto congiunto con il nostro collega di Bombay.

3. **la scomparsa di dispositivi che mediano fra noi e gli elaboratori** (*Natural Interaction*): la *mutazione* del Web sarà visibile a tutti e *ad occhio nudo* soprattutto in relazione alla scomparsa di tutti quegli oggetti che mediano oggi il rapporto fra noi e gli elaboratori. Scompariranno i mouse, le tastiere, le pulsantiere. Entro il 2020 saranno (finalmente) attive e funzionanti le applicazioni a comandi vocali e tutta quella paccottiglia non ci servirà più. Ad esempio: interagiremo con porte ad accesso controllato solamente con alcuni precisi gesti che corrispondono al codice d'entrata. Oppure, invieremo testi e documenti spostandoli nell'aria attorno a noi e inserendoli in una cestino virtuale che se ne sta sospeso nel nostro ufficio.

4. **la socialità delle transazioni economiche** (*Social Economy*): si evolverà un nuovo modello di funzionamento dei sistemi economici nel quale l'elemento sociale agirà *fra* i singoli attori/consumatori e rappresenterà la chiave di volta del successo (o dell'insuccesso) di attività economiche e di mercato. Un modello economico nel quale il *dialogo fra le persone* indirizzerà i flussi di investimenti e gli obiettivi imprenditoriali. Ad esempio: faremo shopping partecipando a gruppi d'acquisto virtuali, accedendo agli spazi di vendita da casa nostra ma senza perdere l'esperienza di vedere (e vivisezionare) i prodotti prima dell'acquisto. Oppure, in una via del centro avremo sempre virtualmente al nostro fianco milioni di consumatori cui poter chiedere pareri sul prodotto che stiamo per acquistare.

5. **la centralità della collaborazione** (*Collaborative Space*): la *collaborazione* è tipica del Web sin dagli esordi ma si è molto sviluppata grazie alle applicazioni tipiche del Web 2.0. Nella Longest Tail assumerà centralità di ruolo perché applicazioni molto più evolute mixeranno virtuale e fisico per farci lavorare, studiare, decidere, creare assieme. Sia a distanza, sia in presenza. La virtualità impregnerà lo spazio fisico e lo spazio fisico quello virtuale. Ad esempio: si affermeranno spazi di lavoro che misceleranno colle-

ghi e documenti in forma digitale con colleghi e documenti presenti nel mio ufficio, con un livello di somiglianza (visiva, interattiva, uditiva) quasi totale fra i due gruppi. Ma anche, avremo sensori nanoscopici che analizzeranno le nostre funzioni vitali, e che saranno sempre connesse con il nostro medico ed il centro emergenze più vicino, potendo attivare una procedura d'allarme coordinata e farci avere i soccorsi esattamente quando e dove servono.

**6. la mobilità totale (*Mobile Web*):** Avremo connettività costante e applicazioni che ci seguiranno ovunque e si adatteranno ai differenti contesti in cui entreremo. Prevedo che le prime ad affermarsi saranno le applicazioni di *Local+Virtual Entertainment* e di *Geo-News*, news geo-localizzate rilasciate dai media o anche generate dagli utenti. Ad esempio: nasceranno i MyNews, quotidiani multimediali che si costruiranno sulla base delle nostre preferenze. Oppure, potremo lasciare un messaggio geo-localizzato in un preciso punto dello spazio, ad esempio in Piazza del Duomo: solo i miei amici, passando di lì, potranno leggerlo e scoprire quella nuova pasticceria che ha appena aperto e gli indico chiaramente.

**7. lo spostamento in rete della maggior parte della nostra vita (*Digital Self*):** i *Digital Self*, i nostri *cloni digitali*. Si occuperanno di accedere per nostro conto ai diversi servizi on line, dal banking ai trasporti, dallo shopping alla ricerca informazioni, e così via. Gli attuali social network non avranno più ragion d'essere: saranno i nostri *Digital Self* ad essere connessi fra loro, riferendoci solo ciò che davvero ci interessa ed evitandoci di perdere tempo nella ricerca e selezione. Ad esempio: raccoglieremo tutte le nostre memorie (ricordi, esperienze, dati personali, documenti) in archivi di rete cui avremo accesso continuo. E quindi, adotteremo anche nuovi strumenti come occhiali di realtà aumentata che ci supporteranno nella nostra vita professionale (ricordandoci sempre chi abbiamo di fronte e tutti i dati sulla persona e la sua impresa).

**8. l'evoluzione degli ambienti domestici in ambienti connessi (*Smart Home Techs*):** la connettività totale che caratterizzerà il Web del 2020 partirà dai nostri ambiente domestici, punti focali della nostra esistenza. Una casa connessa dovrà essere innanzi tutto una casa *intelligente*: ogni suo componente dovrà essere dotato sia di capacità di agire (inviando messaggi e compiendo azioni) sia di capacità di reagire (analizzando e interpretando fenomeni e compiendo azioni correlate). Le nostre case saranno disseminate di sensori e processori per elaborare dati, interpretarli e selezionare attività di ritorno. Ad esempio: il frigorifero, sulla base delle nostre istruzioni, dialogherà con i centri di distribuzione alimentare e farà arrivare a casa solo ciò che serve, quando serve. E, nel caso di oggetti d'uso quotidiano, potremo anche fabbricarceli in casa, con le nuove stampanti 3D (che già esistono oggi, ma sono utilizzate solo per i prototipi) che dialogando con le imprese che tali prodotti commercializzano, accederanno al progetto digitale per spostare il processo produttivo a casa nostra.

## I connotati e le killer application.

Attorno a questi 8 pilastri ho inserito nella tag cloud sei parole chiave che prevedo essere i connotati forti del Web del 2020:

1. la ricerca della massima trasparenza tecnologica e della facilità d'uso (*Simplicity*);
2. la possibilità di accedere a tutto, mediante criteri precisi e condivisi (*Access*).
3. standard più robusti per evitare criticità come il furto di identità digitale (*Security*).
4. lo *spostamento* della nostra vita nella sua nuova dimensione Always On (*Life On-Line*);
5. la totale integrazione fra dispositivi, reti e sistemi di comunicazione (*Interoperability*);
6. la possibilità di fare tutto e ovunque, senza fili a complicare le cose (*Flexibility*).

Nella corona esterna della tag cloud, trovate alcune fra le applicazioni che ritengo abbiano potenziale per diventare *killer application*. Il Web del 2020 sarà un Web avvolgente ma *leggero*. Sarà ovunque, ma non appesantirà le nostre vite con cavi, istruzioni da eseguire e periferiche da portare in valigia.

Questi sono i cambiamenti che ci attendono a medio termine, e i cambiamenti vanno fronteggiati con sguardo lungo e azioni rapide. Se state ancora ragionando su come approfittare della *lunga coda*, provate a spostare lo sguardo un po' oltre: di qualsiasi prodotto o servizio vi occupiate, vale la pena riverificare le vostre tattiche di marketing a cinque anni con il rapido processo di globalizzazione dei mercati on-line che è si è già messo in moto. È la *Longer Tail*.

Per quanto attiene le visioni e le strategie a dieci anni invece, il gioco si fa duro. Si va in ottovolante e si balla il *rock and roll*, o si scompare, forse. La mutazione dettata dalla *Longest Tail* impatterà *in profondo* sui modelli di business, sul modo di fare impresa, sui processi. Cambierà drasticamente il nostro modo di fare le cose, di relazionarci, di consumare. E un cambiamento di questa natura e dimensioni non si fronteggia con interventi dell'ultima ora. Per questo cambiamento occorre prepararsi bene e in anticipo: richiede nuove visioni, ridefinisce tutte le strategie. È la *Longest Tail*.

---

Potete pubblicare o riprodurre le informazioni presenti in questo dossier, a condizione che Vito Di Bari sia correttamente segnalato come fonte e sia riportato il link ([www.vitodibari.net](http://www.vitodibari.net)).