

Con il video costa meno parlare ai dipendenti

Le grandi aziende comunicano in tv

MILANO ■ Quindici progetti di business tv (di cui dodici operativi e tre in dirittura d'arrivo), 220mila utenti raggiunti con un costo-contatto tra 150 e 250 euro l'anno. E ancora, trenta canali che potrebbero essere attivati entro il 2005 per un totale di 650mila utenti potenzialmente raggiungibili. È questo lo stato dell'arte della business tv in Italia così come emerge da una ricerca Simmaco Consulting. Secondo le conclusioni della ricerca, «l'utilizzo della business tv come strumento di comunicazione interna è vantaggioso solo per organizzazioni di grandi dimensioni, con molte sedi e flussi informativi elevati».

Il mercato. Dopo l'esordio negli Stati Uniti all'inizio degli anni Novanta, l'uso della business tv come strumento di comunicazione aziendale ha avuto un rapido sviluppo anche in Europa. In Italia le tv aziendali attive sono quindici, ma nei prossimi tre anni ne potrebbero arrivare sul mercato altre trenta. Enel (Enel Web tv), Fiat (Diretta auto), Intesa (Web Intesa Bci tv), Mediolanum (Mediolanum Channel) e Pubblica Amministrazione (Tele PA) sono le realtà più solide, mentre in dirittura d'arrivo ci sono i progetti di Ras, Monte dei Paschi di Siena e Popolare di Lodi.

In Italia, come nel resto del mondo, le televisioni aziendali hanno trovato terreno fertile nei settori della finanza e delle assicurazioni, dell'automobile e nella pubblica amministrazione. Tutti settori in cui le aziende hanno ampi organici e una distribuzione territoriale capillare che consente l'abbattimento dei costi. In questi casi raggiungere un dipendente attraverso la televisione ha un costo inferiore rispetto

ad altri mezzi di comunicazione tradizionali. Mentre una business tv ha un costo contatto di tra uno e due euro a dipendente, un house organ costa due euro a dipendente, un convegno 500, e una convention 2.500.

Gli investimenti. I costi di attivazione di una business tv variano in base alle tecnologie già presenti in azienda e alle modalità con le quali si intendono raggiungere gli utenti. Il costo medio per l'installazione di antenne,

La business Tv			
Il quadro delle principali emittenti aziendali in Italia			
	Tecnologia	Target	Palinsesto
Enel	Tv satellitare su pc	80mila dipendenti	7 ore
Fiat	Tv satellitare su Tv	9mila concessionari	4,5 ore
Intesa	Tv satellitare su pc	35mila dipendenti	30 minuti
Mediolanum	Tv satellitare su Tv	Clienti e promotori	19 ore
P.A.	Tv satellitare su tv e pc	Dipendenti e utenti Internet	15 minuti

Fonte: Simmaco

l'adeguamento dei pc e l'allestimento di una sala di produzione è intorno a 4,6 milioni di euro. Il costo medio per trenta minuti di trasmissione al giorno è di 1,75 milioni di euro ma può variare da uno a quattro milioni di euro. In una ipotesi di 20mila postazioni con mille sedi collegate e 220 trasmissioni l'anno per trenta minuti al giorno il costo per utente è di 165 euro, 0,75 al giorno mentre il costo per minuto di trasmissione è di 500 euro.

L.N.