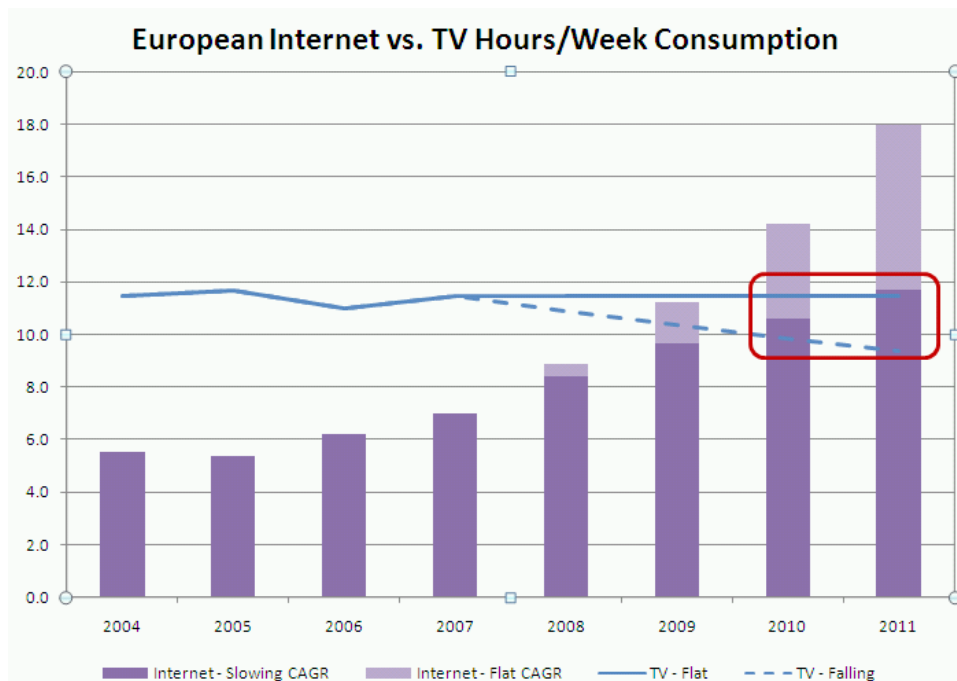


MICROSOFT "EUROPE LOGS ON: INTERNET TRENDS OF TODAY & TOMORROW"

Giugno 2010, internet supererà la televisione

IL WEB RAGGIUNGERÀ 14,2 ORE DI FRUIZIONE ALLA SETTIMANA RISPETTO ALLE 11,5 ORE DELLA TV

Giugno 2010 sarà la data della svolta: per la prima volta, infatti, internet sottrarrà alla tv tradizionale il primato di mezzo di comunicazione più utilizzato. Secondo i dati del report pubblicato ieri da **Microsoft** "Europe logs on: Internet trends of today & tomorrow", nel 2010 l'utilizzo di internet raggiungerà una media di 14,2 ore alla settimana (più di 2,5 giorni al mese), rispetto alle 11,5 ore alla settimana (2 giorni al mese) della tv. Il report, che analizza il comportamento online degli utenti europei e delinea le tendenze per il futuro, evidenzia che nonostante internet sia destinato a diventare il mezzo di comunicazione più popolare, non si andrà incontro al declino della tv, ma semplicemente a un cambiamento nel modo di usufruire dei contenuti televisivi. Da un mezzo di comunicazione a senso unico, la tv diventerà un'esperienza interattiva resa accessibile da più schermi grazie alla banda larga: tv, pc, cellulari. Il pc sta rapidamente diventando un mezzo per fruire sia dei contenuti a banda larga sia delle trasmissioni televisive in diretta e registrate. Per alcuni segmenti di mercato, come quello della fascia di età tra 18 e 24 anni, il pc rappresenta spesso l'unico schermo televisivo. Per questa generazione, infatti, spesso il termine "tv" è sinonimo di contenuti video on demand, tanto che una persona su sette, in quella fascia d'età, non guarda più la tv tradizionale, mentre il 42% dei giovani adulti guarda regolarmente la tv online, per mezzo di un pc. Secondo



il report, nei prossimi cinque anni il pc non sarà più l'unico strumento per l'accesso ai contenuti internet (95%), ma andrà a rappresentarne solo il 50% dell'utilizzo, man mano che prenderanno piede altri dispositivi web o altri apparecchi, quali tv, cellulari e console per videogiochi. Nei prossimi cinque anni, Microsoft prevede che i contenuti video di lunga durata e l'iptv diventeranno la normalità per una tv sempre più simile al pc, che porrà fine alla necessità di assistere ai programmi in tempo reale. I consumatori leggeranno libri, giornali e riviste su dispositivi elettronici con accesso Wi-Fi. Internet in 3D diventerà una realtà grazie alla quale gli utenti potranno sperimentare un villaggio vacanze in modo virtuale prima di prenotarlo dal pc o dal cellulare. I dispositivi

smartphone saranno alla portata di tutti. Sarà sempre più naturale servirsi del cellulare per navigare sul web, visitare i siti di social networking, condividere foto, musica, video e altri contenuti digitali. Il venir meno della tv tradizionale e l'aumentare dell'utilizzo del web sono attribuibili all'eccellente diffusione della banda larga. La banda larga non solo ha cambiato il modo di "navigare", ma ha soprattutto spianato la strada per l'introduzione di esperienze di intrattenimento innovative, inclusi i filmati online che si sono imposti come la forma più popolare di intrattenimento: oltre 1 europeo su 4 (il 28%), infatti, guarda filmati più o meno brevi sulla rete, mentre nel mondo più di 300 milioni di persone guardano video online, più di quante ascoltino contenuti au-

dio. Nel report Microsoft evidenzia in che modo internet ha dato vita a una rivoluzione sociale, non solo con la nascita dei social network, ma anche con la socializzazione dei media online. La ricerca dimostra che i siti di notizie online propongono sempre più spesso una combinazione di fotografie realizzate dagli utenti (58%), home video (18%) e articoli indipendenti (15%). Di conseguenza cambia il panorama pubblicitario: le strategie pubblicitarie devono cambiare, trasformando il proprio obiettivo da "un target di milioni" nel tentativo di raggiungere quante più persone possibile, a "milioni di target", in cui ci si rivolge alle singole persone, aumentando drasticamente la rilevanza delle campagne e aumentando al massimo il Roi per gli inserzionisti.