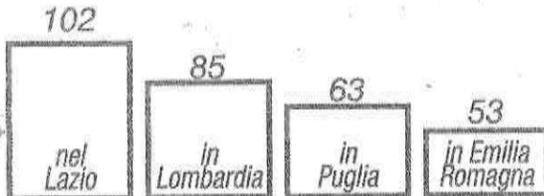
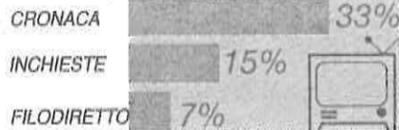


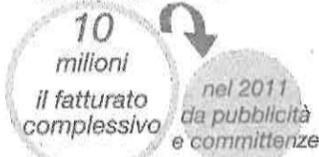
La web Tv in Italia



I programmi



Il fatturato



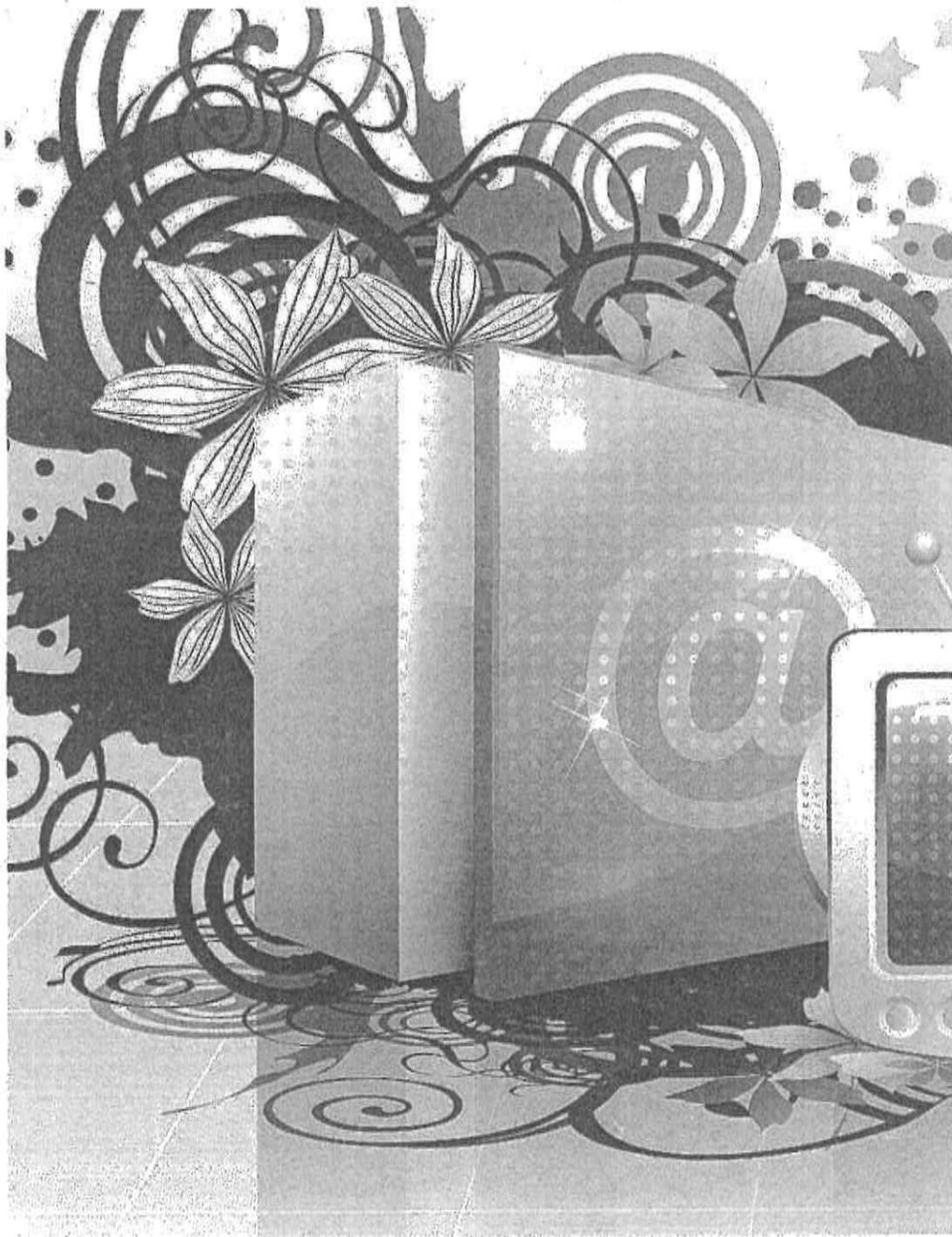
Il pubblico



**La televisione generalista è in crisi**  
Ma anche i canali tematici e i reality non godono di buona salute. Perché oggi il nuovo fenomeno è Internet dove chiunque può scegliere, in qualsiasi momento della giornata, il programma preferito. Può piazzare le sue immagini e farle vedere al mondo. Così ognuno di noi diventa "produttore di se stesso"

# Web

## L'era della tv fai da te



(segue dalla copertina)

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE  
**FEDERICO RAMPINI**

**I** primi sintomi di questo fenomeno erano stati avvistati da tempo: sotto i 20 anni, esiste un'intera "generazione senza" telespettatori di tipo tradizionale, cioè quelli abituati a sedersi davanti a uno schermo e a fare zapping col telecomando in mano. Tanti giovani americani ignorano dalla nascita quella dipendenza passiva dai palinsesti: si fanno la loro tv su misura, "à la carte", selezionando su YouTube i programmi che li interessano e passandoseli fra amici grazie a Facebook e altri siti sociali. Ma adesso YouTube e gli altri non si accontentano più di essere dei motori di ricerca. Diventano i nuovi centri della produzione e distribuzione di programmi tv, oltre che della raccolta pubblicitaria.

**"Ben presto il 90% di tutto il traffico online sarà occupato dai video"**

Scordatevi l'epoca in cui YouTube era sinonimo di video "virali" con bebè che sghignazzano, gattini esilaranti, e video musicali di modesta qualità acustica. «Ben presto il 90% di tutto il traffico online sarà occupato dai video - ha annuncia-

to lo stratega di YouTube Robert Kyncl al Consumer Electronic Show di Las Vegas - un dato che dovrebbe far riflettere l'industria dello spettacolo». Sempre secondo le previsioni elaborate nel quartier generale di Google, entro il prossimo decennio il 75% di tutti i canali tv

saranno creati su Internet. Canali! Non singoli video. Il Nordamerica continua ad essere all'avanguardia nelle rivoluzioni tecno-sociali, e anche in questo caso è probabile che il resto del mondo finisca per imitare il modello più avanzato. Già oggi in media ogni ca-

nadese guarda online 251 video al mese tra film, sport, musica, informazione. Negli Stati Uniti il consumo raggiunge 204 video ogni mese. YouTube ne sta traendo le conseguenze: ha lanciato 100 milioni di investimenti in produzioni video originali, alleandosi con grandi

nomi che spaziano da Disney all'agenzia stampa Reuters, passando per la casa cinematografica Lionsgate e il rapper Jay-Z. Le tv si affannano a rincorrere questa tendenza, e a loro volta moltiplicano le offerte in streaming, cioè via Internet: programmi che si possono scaricare in diretta sul pc, sull'iPad, sul telefonino. E' una lotta contro il tempo, anche perché nel mondo dei video online gli spot pubblicitari stanno crescendo al ritmo del 42% annuo.

La velocità con cui i grandi network televisivi sono avviati al declino, ispira qualcuno a celebrare con toni nostalgici la fine di un'epoca. L'esperto di tecnologia del *Wall Street Journal*, Kevin Sintumuang, ha trasformato la sua column in una ironica lettera di addio. I toni sono quelli con cui ci separa dopo la fine di un lungo amore: «Cara tv via cavo, lasciami dire che non è colpa tua, dipende tutto da me. Sono cambiato in questi anni. Raramente sto a casa. Quando ci sono, non ho lo sguardo incollato ai programmi tv in diretta. Ho arretrati di settimane da smaltire, nel mio videoregistratore. Masoprattutto, se mi rilasso su un divano con un telecomando, è su Internet che vado a cercare lo show o il film che mi interessa. Mi dispiace. Questa è semplicemente la realtà. Ti lascio, cable-tv».

Nella lettera d'addio c'è una verità tecnologica. La morte della tv soppiantata dallo streaming online, non significa la fine dello schermo a cristalli liquidi o Hd-plasma, non comporta la rinuncia alla qualità dell'immagine, non co-

**COMUNE DI GENOVA**

DIREZIONE SVILUPPO URBANISTICO E GRANDI PROGETTI

**OGGETTO: ADEMPIMENTI DI PUBBLICITÀ E DIVULGAZIONE DEL PROGETTO PRELIMINARE DEL PIANO URBANISTICO COMUNALE ADOTTATO CON DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE N. 92 DEL 7 DICEMBRE 2011 AI SENSI DELL'ART. 38 COMMA 2 DELLA L.R. N. 36/1997 E S.M. E DELL'ART. 14 DEL DLGS N. 152/2006 E S.M.I. IN MATERIA DI VALUTAZIONE AMBIENTALE STRATEGICA - VAS.**

Visto l'art. 38 comma 2 della l.r. n. 36/1997 e s.m.i.;  
Visto gli artt. 13 e 14 del Dlgs n. 152/2006 e s.m.i.;  
Visto l'art. 1bis della Legge 69/2009 e s.m.i.;

**SI RENDE NOTO**

- che con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 92 del 7/12/2011, esecutiva ai sensi di legge, è stato adottato il Progetto Preliminare del Piano Urbanistico Comunale, di cui all'oggetto corredato anche del Rapporto Ambientale predisposto ai fini della Valutazione Ambientale Strategica (VAS) ai sensi dell'art. 13 del Dlgs n. 152/2006 e s.m.i.;
- che, come da precedente avviso del 25 gennaio 2012 "si rende noto", a decorrere dalla medesima data sono depositati a libera visione del pubblico gli elaborati tecnici, grafici e descrittivi in formato digitale allegati quali parti integranti alla deliberazione sopracitata, presso il Settore Urban Lab e Attuazione Progetti di Area Portuale, Caiata De Mari - nei seguenti orari da lunedì a giovedì 9 - 12 e 14 - 16.30, venerdì 9 - 12 e presso il Settore Pianificazione Urbanistica - Via di Francia, 1 Laboratorio Fotocopie 11° piano nei seguenti orari martedì e giovedì 9 - 12, mercoledì 14 - 16.30;
- che, come da precedente avviso del 25 gennaio 2012 "si rende noto", sono state indette due udienze pubbliche finalizzate all'illustrazione del progetto preliminare, di cui all'oggetto, che si sono svolte nei seguenti giorni: giovedì 2 febbraio 2012 alle 17.30 e sabato 4 febbraio alle 9.30 presso la Sala del Consiglio Comunale a Palazzo Tursi;
- che, come da precedente avviso del 25 gennaio 2012 "si rende noto", a decorrere dal 1 febbraio 2012, il Progetto preliminare di PUC e gli elaborati tecnici allegati alla sopra citata Deliberazione del Consiglio Comunale n. 92/2011, sono pubblicati anche nel sito informatico del Comune di Genova al seguente indirizzo: <http://puc.comune.genova.it>;
- che ai sensi dell'art. 14 del Dlgs n. 152/2006 e s.m., a far data dalla pubblicazione del presente avviso "si rende noto", saranno depositati presso gli uffici regionali competenti in materia ambientale (Settore VIA, Via D'Annunzio 111 ottavo piano), a libera visione del pubblico, gli elaborati tecnici, grafici e descrittivi in formato digitale del ridotto Progetto Preliminare di PUC, comprensivi di Rapporto Ambientale e Sintesi non Tecnica, allegati quali parti integranti alla deliberazione consiliare sopracitata, già depositati presso gli Uffici comunali di cui al punto 2;
- che, a far data dalla pubblicazione del presente avviso "si rende noto", sul BURL del 8 febbraio 2012 (Bollettino Ufficiale Regione Liguria) decorre:
  - il termine di 60 giorni entro il quale gli interessati possono prendere visione della documentazione indicata al precedente punto 5 e presentare al Settore VIA della Regione Liguria eventuali osservazioni in forma scritta ai sensi del citato art. 14, comma 3, del D.Lgs 152/2006 e s.m.i.;
  - il termine di novanta giorni per la presentazione di osservazioni ai sensi del citato art. 38, comma 2, lettera d), della l.r. n. 36/1997 e s.m. da indirizzare al Comune di Genova - Archivio Protocollo Generale - Piazza Dante, 10 - 1° piano ed eventualmente anche alla Regione ed alla Provincia per quanto di rispettiva competenza;

Genova, 30 gennaio 2012

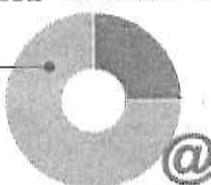
IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO  
Arch. Anna Iole Corsi

IL DIRETTORE  
Ing. Paolo Tizzoni

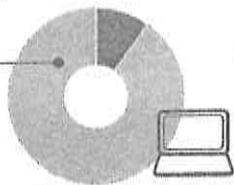
Le previsioni Usa Fonte: Consumer Electronic Show di Las Vegas

1.000  
MILIARDI  
i video visti  
su YouTube  
lo scorso  
dicembre

75%  
di tutti i canali  
video  
NASCERANNO  
SU INTERNET



90%  
del traffico  
Internet sarà  
OCCUPATO  
DAI VIDEO



stringe ad affaticare gli occhi sullo schermo più piccolo di un computer. No, il grande schermo che avete installato in salotto a Natale non è da buttare via. "Taglio il cordone ombelicale": questo slogan lanciato sul *Wall Street Journal* si riferisce a un altro pezzo di hardware che rischia di finire in soffitta, il cavo coassiale insieme con la scatoletta nera del decoder per i segnali cable o satellitari. «Ti ho amato davvero - scrive ancora Sintumuang - Dabambino. Da adolescente. Anche all'università ho continuato a esserti fedele. Dai programmi per l'infanzia di Nickelodeon alla musica di Mtv, dallo sport su Espn ai film di Hbo. Dal giorno in cui i miei genitori mi lasciarono guardare la tv fino a quando litigavo con mia moglie per il controllo del telecomando, la mia vita dentro la pop culture sarebbe stata sminuita senza di te».

Ma ora lo stesso telespettatore non sa più che farsene di quelle centinaia di canali, affollati a tutte le ore con dozzine di cloni di "American Idol" o "Balandando con le stelle", "Isola dei famosi" e "Jersey Shore" più gli chef con le ricette di cucina, i documentari sul regno animale, la fitness. «O è troppo o è troppo poco». Quando una cosa t'interessa davvero, puoi essere sicuro di trovarla su Internet. La prova: da quest'anno perfino il SuperBowl - l'evento sportivo più seguito in assoluto - è andato in onda in streaming. La tecnologia ha già "liberato" da tempo Internet dalla schiavitù del computer. Nelle case degli americani hanno

**Su siti come YouTube gli spot pubblicitari stanno crescendo al ritmo del 42% annuo**



fatto il loro ingresso delle scatolette nuove. Hanno il logo della Apple, o quello della Sony. Possono servire per collegarsi con Internet, trasferendo le immagini su qualsiasi schermo (nel caso della Sony, lo stesso apparecchio che serve come console per i videogiochi scarica in streaming film e programmi televisivi). Ma il cambiamento non è solo tecnico. Il medium è il messaggio anche in questo caso. Tutti i paradigmi della televisione saltano, se è Internet il vettore dei contenuti. Lo hanno capito i nuovi protagonisti che si affacciano con prepotenza in questo business. Netflix, il leader nell'affitto di Dvd, si sta riconvertendo a gran velocità verso la vendita online: non solo film, anche serie televisive.

Amazon sta facendo la stessa cosa con la sua colossale libreria di Dvd. E ovviamente Apple è in grado - grazie alla scatoletta di cui sopra - di offrire il suo ipermercato virtuale iTunes: film, programmi tv, musica. Anziché essere vincolati dai palinsesti dei network, la tv ce la facciamo noi, scegliendo di volta in volta da un catalogo che si espande alla velocità della luce. Il passo successivo, è quello già intrapreso da YouTube che presto sarà impegnato a "produrre" 25 ore al giorno di nuovi contenuti originali. L'unico problema, per il momento, riguarda quelle zone sprovviste di collegamenti Internet ad alta velocità: un servizio lento può significare che il film richiesto ci mette parecchi minuti ad essere scaricato; o peggio ancora, la scena si ferma sul più bello mentre lo schermo aspetta la "ricarica". Un inconveniente reale, ma destinato a scomparire, tanto più che il collegamento wi-fi può offrire le stesse prestazioni senza investimenti in reti di cavi a fibre ottiche.

La direzione di marcia è questa. Su YouTube e altri protagonisti di Internet stanno migrando a gran velocità non solo i creatori di contenuti "di nicchia", ma gran parte dei nuovi canali. Compresi i più popolari tra i giovani, come i tre canali creati da Ray William Johnson, una nuova star dei teenager, un attore-autore e anchorman la cui specialità è proprio il commento sui video "virali" del momento. Audience: un miliardo di contatti, e 5,3 milioni di abbonati.