

Digitale. Stime It Media consulting: entro il 2016 il giro d'affari dei video online in Europa salirà da 1 a tre miliardi

L'Internet Tv guadagna spazio

Ascolto televisivo ai massimi - Censiti circa sette milioni di tablet

Marco Mele
ROMA

Il mercato europeo della distribuzione di video online, su tv o altri schermi portatili, arriverà a tre miliardi nel 2016 rispetto al miliardo stimato per la fine di quest'anno. Il miliardo è costituito da 652 milioni di pubblicità e 412 da servizi a pagamento (abbonati o pay-per-view sotto varie forme). La stima arriva da It Media Consulting, nel suo nuovo rapporto "The Internet Era of TV-It's a Multiscreen World".

Guardare la televisione mentre si utilizza anche il proprio smartphone o il tablet è oggi un'attività sempre più diffusa. Nasce l'esperienza del "secondo schermo", inteso come dispositivo complementare in grado di garantire interattività sui social network o attraverso applicazioni ad hoc e siti. Bisognerà capire, nel prossimo futuro, quanto questo nuovo protagonismo riuscirà a modificare il contenuto stesso, dall'ideazione alla sua messa in onda che già oggi è svincolata dalla rigida collocazione in un palinsesto.

Il 2012 è stato un anno di svolta

per l'esperienza del multischermo, grazie alle Olimpiadi di Londra. La domanda della tv "ovunque", a disposizione sugli apparecchi mobili, continuerà a crescere anche sotto forma di consumo "ripetuto" o differito rispetto a quello in diretta. Il 90% del consumo di media in Europa occidentale, pari a 4,4 ore al giorno, avviene attraverso quattro schermi: quelli di tv, Pc, tablet e smartphone.

Secondo It Media consulting, se la tv rimane la regina, gli schermi alternativi sono incrementali: non cannibalizzano la fruizione degli altri schermi. Il consumo, insomma, aumenta mano a mano che i nuovi schermi si ag-

giungono. L'ascolto della tv rilevato da Auditel nel 2012, ad esempio, è il più elevato di sempre, anche per l'influenza della crisi economica: 26,3 milioni in prima serata (erano 22,3 nell'87; 23,7 nel '97; 23,6 nel 2007 e da allora sono cresciuti anno dopo anno).

Due sono ora gli ostacoli da superare: la scarsa disponibilità di banda e la penetrazione dei dispositivi. In Italia, ad esempio, gli utilizzatori dei ta-

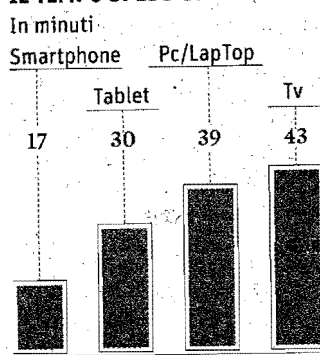
blet erano 6,8 milioni a fine 2012, rispetto agli oltre 11 milioni di Gran Bretagna e Germania e ai 9,5 milioni della Francia, anche se la percentuale sugli utilizzatori di Internet è del 20%, più che in Germania (17%), a causa della nostra arretratezza sulla diffusione del Web.

Gli operatori di pay tv (che in Italia hanno perso circa un milione di abbonati nel 2012) e le tv gratuite dominano ancora il panorama televisivo ma gli spettatori possono rivolgersi a nuove offerte, dal video streaming in sottoscrizione fino a quello gratuito. I servizi in abbonamento, come Netflix, hanno trainato il mercato negli ultimi anni, costringendo gli operatori televisivi, e in particolare le pay tv, a estendere le proprie offerte on demand in multischermo, per rispondere alla concorrenza aggressiva degli operatori Ott (Over-the-top) che offrono contenuti audiovisivi tramite Internet e tv connesse. Entrambi hanno già inferto un colpo, forse mortale, al mercato dell'home video domestico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La Tv nell'era di Internet

IL TEMPO SPESO ONLINE



Fonte: Google data processed by ItMedia Consulting

I TABLET

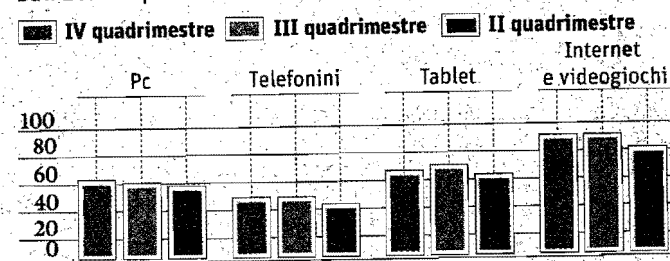
Utilizzatori e quota % diffusione. Dati 2012



Fonte: Data processed by ItMedia Consulting

LA VISIONE DI VIDEO LUNGI

Dati 2012 in percentuale



Fonte: Data processed by ItMedia Consulting