



Pubblicato su www.altratv.tv il rapporto completo Netizen 2010

BOOM DI MICRO WEB TV IN ITALIA: COSI' I CITTADINI VIDEOMAKER REINVENTANO LA RETE

*Il 2010 registra 436 canali accessi in ogni angolo d'Italia
Nel 2009 erano 286, con un +52% di crescita.*

*Geolocalizzazione e targetizzazione dell'offerta gli asset dei canali.
Cresce la collaborazione con la Pubblica Amministrazione e le PMI.*

I team di lavoro risultano più maturi e gli accessi in crescita, ma si nutrono ancora dalla tv generalista. La multicanalità diventa il trend emergente

Si attesta al +52% il tasso di crescita delle micro web tv italiane, in un 2010 che vede salire la quota dei canali a 436 unità, rispetto alle 286 del 2009. Questo il dato più eclatante dell'annuale monitoraggio Netizen 2010, dedicata agli Internet Citizen, ovvero i cittadini digitalizzati videomaker. La ricerca è promossa dall'osservatorio Altratv.tv ed effettuata da un team di ricercatori che hanno intervistato i canali italiani. Tutte le antenne sono geolocalizzate nella mappa aggiornata pubblicata su www.altratv.tv e navigabili direttamente dall'home page.

La ricerca fa emergere innanzitutto la piaga del digital divide: soltanto poco più della metà delle micro web tv intervistate dichiara di trovarsi in una zona del paese totalmente coperta da banda larga (59%). Oltre un terzo trasmette da aree coperte solo in parte (35%), mentre c'è anche chi fa informazione sul web con un'assenza totale di banda larga (6%).

Informazione territoriale (37%) e promozione (32%) appaiono ancora le leve maggiori che muovono i canali e le loro produzioni. In crescita la percentuale relativa alla presenza di canali tematici con proprie specificità (26%), ovvero canali legati a temi specifici e che animano community con identità ben delineate.

In miglioramento anche il rapporto di queste antenne con la Pubblica Amministrazione, con la quale la maggior parte ha un rapporto basato sul riconoscimento e collaborazione (34%). In crescita anche il numero di micro web tv

che intrattiene rapporti economici con realtà private (19%), mentre i finanziamenti pubblici (europei o PA) sono ancora pochi (2% e 9%).

Piccole realtà, che registrano accessi fino a 3.000 utenti unici al mese (43%) - anche se un considerevole 20% si inquadra in una forbice compresa tra i 7.000 e i 10.000 accessi unici mensili - con gruppi di lavoro tra 1 e 5 membri, la cui età media tende ad elevarsi. Team maturi, dai 31 ai 40 anni (44%), appassionati di comunicazione e nuove tecnologie, che decidono di intraprendere l'avventura delle micro web tv. Poche le redazioni composte da "net-nativi" (4%). Più consistente il numero dei canali i cui membri hanno un'età media tra i 21 e i 30 anni (34%).

La multicanalità appare il trend emergente di questo 2010 che vede crescere la scelta della ibridazione di formati e piattaforme. Le micro web tv intervistate associano al canale web-visivo altri prodotti web-oriented, anche di tipo tradizionale: si tratta nella maggior parte dei casi (68%) di blog, ma consistenti sono anche le percentuali relative ai webzine (21%) e a web radio (12%). I contenuti trasmessi vengono ancora confezionati utilizzando per lo più format noti al piccolo schermo. Scende, tuttavia, la percentuale relativa a tg e servizi giornalistici (16%). Crescono, invece, documentari e reportage (16% e 17%). Sempre alta la percentuale di interviste presenti, scelte per la semplicità e immediatezza del formato (20%). Dato interessante: la presenza di rubriche, talvolta format specifici del canale e identificativi dello stesso (25%).

La maggior parte di queste antenne producono format destinati esclusivamente al web (61%) con un aggiornamento della programmazione piuttosto frequente, in crescita rispetto ai dati 2009, che vede effettuare pubblicazioni quotidiane (39%) o settimanali (31%).

La ricerca Netizen 2010 si compone anche di un'area dedicata denominata Micro-Zeitgeist. Il nome trae spunto dalla ricerca annuale Google sullo "spirito dei tempi" - questa la traduzione letterale della parola tedesca - e dedicata a redigere le classifiche sulle parole più utilizzate in rete, in questo caso dalle micro web tv.

In quest'ottica si attestano ai primi posti in classifica la narrazione degli eventi e i programmi culturali, entrambi quasi sempre territoriali a favore di una comunicazione di prossimità e di pubblica utilità attraverso la quale le micro web tv cercano di colmare un vuoto informativo. Aumentano i contributi sulla politica locale (8%), sulla cronaca (15%), sulle attività sportive anche minori (8%).

Tra le parole ricorrenti del 2010 trionfano *ambiente* (73%), con tematiche ad esso associate *rifiuti* (26%), *acqua* (19%), *Protezione Civile* (19%) e *clima* (13%). A seguire, a sorpresa, arrivano il *volontariato e il terzo settore* (57%). Seguono i temi economici e del lavoro, inquadrati nell'ambito della crisi: al terzo posto perciò ricorre la parola *lavoro* (43%). Seguono ancora i temi della *legalità* (37%) e - a sorpresa rispetto allo scorso anno - la parola *ricerca* (33%).