

>social media>business>Netizen 2010

## CRESCONO LE WEB TV DEL TERRITORIO

**È l'innovazione 2010 secondo il Mit In Italia le emittenti sono oggi 436, in tutte le regioni**

**S**empre più numerosi. E sempre più editori di media del territorio, siano essi micro web tv o semplicemente siti informativi con inchieste o denunce. Protesi tra la narrazione di ciò che accade sottocasa e l'ambizione di fare il grande salto. Con la spasmodica ricerca di modelli di business sostenibili verso un Eldorado mediale flessibile e ibrido che ancora non c'è. È questa la fotografia proposta da Netizen 2010 e dedicata agli internet citizen. La ricerca annuale, promossa dall'osservatorio Altratv.tv e anticipata oggi nel meeting delle micro web tv allo Iulm di Milano, ridefinisce la nuova mappa del protagonismo digitale.

Fenomeno globale quello della web tv. Per il Mit è una delle innovazioni del 2010. Partecipazione attiva sincrona e verticalizzazione sono i trend emergenti secondo l'Università Bocconi. In campo scendono anche i social media per nuovi business geolocalizzati. Così Facebook ha lanciato Places, Google ha risposto con un'applicazione per le piccole aziende. E si palezano anche Twitter e Foursquare. In Francia esplose Ma-residence.fr, social network nato con lo scopo di riunire i condomini sul web. Nel lanciarlo Gilles Feingold ha dichiarato: «Ogni giorno entrano tra i 10 e i 50 palazzi».

Da noi la rete, composta da centinaia di videomaker, continua a ingrossa-

re le sue fila, surfando sull'onda digitale che abbatte i costi e si palesa sempre più user friendly. Stando ai dati a oggi si contano 436 micro web tv, nel 2009 erano 286. E - sorpresa - crescono più al Sud e si moltiplicano in forme ibride, come le web radio con tv integrata. La ricerca disegna una crescita dell'iperlocalismo, con un +52 per cento. E il trend è destinato a crescere con il pronunciamento dell'AgCom: la temuta mannaia nell'attuazione dei regolamenti del decreto Romani si è risolta nell'azzeramento dei balzelli e nel conseguente annullamento degli espletamenti burocratici. Questo determinerà - prevedono gli analisti - un incremento delle esperienze di videopartecipazione dal basso.

L'era del micro-citizen journalism in Italia assume forme e contenuti inediti: spazio all'informazione lontana dai contesti metropolitani e che attecchisce in piccoli paesi, spesso non raggiunti da banda larga. Comunicazione di prossimità e di pubblica utilità: così le micro web tv cercano di colmare un vuoto informativo. Aumentano i contributi su politica locale (+24%), cronaca (+13%), tessuto industriale (+10%). La "killer app" è la diretta, con il flusso continuo sperimentato con le trasmissioni «a rete unificata» come Rita101. Ma si sperimenta già la distribuzione su device mobili: la diretta «Cose nostre» è stata anche trasmessa su iPhone e Android.

Si sconta però un'arretratezza sulla raccolta pubblicitaria locale. Il business (fiutato anche ai piani alti dei network editoriali) non si riesce (ancora) a intercettare. Però in campo ci sono le piccole antenne. Che diventano grandi e adesso si consorziano, facendo rete.

**Giampaolo Colletti**

giampaolo.colletti@altratv.tv

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**A consulto.** «Paese che vai», meeting nazionale delle micro web tv italiane, è in programma a Milano all'Università Iulm. Programma e iscrizioni su: [www.paesechevai.tv](http://www.paesechevai.tv).

● Le tv mappate a fine 2009

● Quelle nate nel 2010

