



Presentata la 7^ ricerca annuale dell'osservatorio e network Altratv.tv

NETIZEN 2012, LA FOTOGRAFIA DELLE 590 WEB TV ITALIANE MENO AMATORIALITÀ E PIÙ BUSINESS

*Il rapporto sulla cittadinanza attiva digitale “dal basso” registra un rallentamento del tasso di crescita delle web tv in Italia (+11%).
In testa Lazio (102), Lombardia (85), Puglia (63) e Emilia-Romagna (53)*

*Cresce l'imprenditorialità: aumentano gli investimenti e i profitti grazie a social network, devices mobili e piattaforme di videosharing
Meno donazioni (56%) e più rapporti con PMI (80%).
Ma in pochi attingono a finanziamenti PA (12%).*

*La tv generalista fa meno tendenza, si guarda a mobile (45%) e DTT (39%)
Accessi in crescita, più aggiornamenti quotidiani e squadre più mature.
Ci si occupa di cultura (57%), sport (36%), politica (31%) e cronaca (26%).
E crescono i canali verticali (oltre un terzo, 36%)*

Bologna, mercoledì 28 dicembre 2011 - Con il 2012 l'esercito dei videomaker italiani creatori di web tv ingrossa le sue fila, raggiungendo quota **590 “antenne” distribuite in modo piuttosto omogeneo su tutto il territorio nazionale, con una densità maggiore nel Lazio (102), in Lombardia (85), in Puglia (63) e in Emilia-Romagna (53)**. Le micro web tv sono aumentate in maniera minore rispetto allo scorso anno, registrando una **crescita del +11%** (nel 2011 se ne contavano 533 con un aumento del +52% sull'anno precedente), ma sono più strutturate e con obiettivi più chiari.

Così il settimo rapporto Netizen, dedicato agli Internet Citizen, ovvero i cittadini digitalizzati videomaker, fotografa una rete italiana più matura. La ricerca annuale è ideata e promossa da Altratv.tv, osservatorio interuniversitario nato a Bologna nel 2004 e oggi vero e proprio network delle web tv italiane: la mappa interattiva pubblicata su www.altratv.tv recensisce 590 “antenne” e consente di navigarle con un semplice clic nell'area geografica di interesse. **Il rapporto Netizen, che si potrà ricevere via mail previa compilazione del form online su www.altratv.tv, è realizzato da un team di giovani ricercatori** presieduti da Veronica Fermani sotto la direzione di Giampaolo Colletti. I ricercatori hanno coinvolto le micro web tv italiane (590) e i media digitali locali (815), tutti mappati dal network Altratv.tv.

Le micro web tv italiane – espressione della cittadinanza attiva digitale “dal basso” - iniziano a fare sul serio, diventando **vere e proprie start up**. Questi canali svolgono un ruolo di presidio territoriale sempre più permanente, sostituendo o integrando in modo sinergico l'informazione locale fino a

qualche tempo fa a stretto appannaggio delle tv locali: informano sulla cronaca e sugli eventi del territorio (33%), denunciano ciò che non va (15% si occupa di inchieste), creano un filodiretto tra cittadini e istituzioni (7% ha rubriche specifiche). **E se i finanziamenti legati alla Pubblica Amministrazione diminuiscono attestandosi al 12%, migliorano i rapporti:** per il 61% c'è riconoscenza e collaborazione tra web tv e PA (nello scorso anno il dato era fermo al 34%). **Si incrementano in modo considerevole i rapporti commerciali con le Piccole e Medie Imprese del territorio: l'80% delle web tv intrattiene rapporti di business,** realizzando video su commessa (24%) o producendo pubblicità con pre-roll o banner (32%). Diminuiscono le web tv che si basano su donazioni o su risorse degli ideatori (il dato aggregato registra il 56%, sceso di meno della metà rispetto all'ultimo monitoraggio). Più business, con squadre più numerose (il 19% ha una squadra composta da 6 a 10 collaboratori) e mature (oltre la metà, il 53%, ha un'età compresa tra i 31 e i 40 anni, solo il 5% sono net-nativi). E una informazione che predilige il territorio comunicando ciò che accade (33%) e valorizzandolo (25%).

Piccole web tv crescono: così le antenne nate per caso o per passione si stanno trasformando in vere e proprie realtà imprenditoriali. Realtà sempre più strutturate con apparecchiature tecniche professionali (69%), portali aggiornati quotidianamente (53%, erano soltanto 39% nel 2010) e **accessi in crescita**, in un ecosistema sempre più digitale: aumentano le web tv con accessi in una forbice compresa tra i 7.000 e i 10.000 contatti unici mensili (30%, erano soltanto il 20% nell'anno precedente) e con oltre 10.000 (28%).

E se all'inizio i contenuti trasmessi venivano confezionati utilizzando per lo più formati noti al piccolo schermo, oggi servizi giornalistici e tg (soltanto 10%) lasciano il posto alle interviste (25%) e rubriche di vario genere (16%). **Ma è la trasmissione in live streaming a rappresentare la novità del momento (19%), adottata dalla maggioranza dei canali per trasmettere eventi territoriali specifici (73%).** La programmazione è differente rispetto a quella della generalista di certa televisione locale: ci si occupa di cultura (57%), sport (36%), turismo (34%), politica (31%) e cronaca (26%). E c'è anche chi inizia timidamente anche a sperimentare una serialità grazie a web series (8%). **Crescono, inoltre, i canali verticali (oltre un terzo, precisamente il 36%, nello scorso monitoraggio erano il 26%).**

Gli elementi di novità sostanziale sono rappresentati dall'adozione dei social network (per 8 canali su 10) e dalla integrazione con le piattaforme di videosharing: tra queste ultime eccelle YouTube, adottata come business partner per il 72% (nell'anno precedente era fermo al 60%) e si segnala Vimeo per l'11% delle web tv. L'82% delle antenne è su Facebook (e il 70% di loro con una pagina che sfiora i 5.000 fan), il 46% su Twitter e il 37% ha attivato un account su Foursquare e lo utilizza per fare marketing territoriale (nello scorso monitoraggio il dato era fermo al timido 12%). Bassa però la misurazione dell'efficacia dei social network: solo il 16% adotta monitoraggi qualitativi della conversazione in Rete, mentre il 62% effettua valutazioni quantitative e il 22% non monitora numeri e qualità sui social network. **Emerge la crescita esponenziale della distribuzione multiplatforma, che oggi predilige i devices mobili** (preferiti dal 45%, a seguire il Digitale Terrestre per il 39%): le applicazioni per smartphone e tablet sono adottate dal 40% dei canali, mentre per il 56% verranno implementate nel prossimo futuro. Per il 14% i download superano le mille unità, ma addirittura il 63% non effettua tracciabilità dei download, non monitorando un servizio che comunque offre e soltanto il 3% applica “offerte pay” o “freemium”.

Altratv.tv® è il primo osservatorio italiano interuniversitario sulle micro web tv e sui media locali posizionati in Rete. Fondato a Bologna nel 2004 da Giampaolo Colletti su ispirazione di Carlo Freccero, oggi coinvolge ricercatori italiani ed esteri che analizzano le evoluzioni del micro citizen journalism e della cittadinanza attiva digitale. Attualmente mappa 590 “antenne”, oltre 30 media universitari e 815 media locali. Dal 2010 è anche network nazionale: propone trasmissioni “a rete unificata”®, ovvero trasmissioni che vanno su tutte le web tv aderenti e sui grandi network grazie ad uno stesso codice di trasmissione.

Per informazioni: Simona Salvi, ufficio stampa Altratv.tv 340/0550751 simona.salvi@altratv.tv