

ITMedia ha rilasciato un report su IPTV, social network e user generated contents per mettere a fuoco il valore sul mercato dell'evoluzione dei contenuti digitali in Italia.

Grazie al processo di convergenza digitale e ai continui miglioramenti nella capacità e penetrazione della banda larga, tutti i tipi di contenuti stanno diventando disponibili, in servizi triple e quaduple play: TV, film, email, sport, web, accessibili, spesso su più terminali, anche in mobilità. La **convergenza delle piattaforme media** e l'**approccio pro-attivo degli utenti** per i contenuti ci stanno guidando verso la *personal media revolution*, centrata sulla disintermediazione della catena del valore, nella quale il consumatore diventa a un tempo editore e utente. È la *creative industry*. D'altro canto, altri contenuti a banda larga, come l'IPTV contribuiscono allo sviluppo di questo processo. Il **peso dell'IPTV** nell'economia del settore sta crescendo, ITMedia Consulting prevede che nel **2010** varrà **2.6 miliardi di Euro**, rappresentando il **12% del mercato** europeo della pay TV. Nell'IPTV la **componente on demand** – VOD - crescerà più rapidamente rispetto al modello pay TV – premium – classico: nel 2010 ci sarà il sorpasso. Anche il **Free VOD**, il VOD finanziato dalla pubblicità, crescerà a ritmi decisi, toccando **320 milioni di Euro** nel **2010**. Lo **user generated content UGC**, espressione più avanzata *dalla creative industry*, ha prospettive economiche ancora più favorevoli. La discontinuità tecnologica di internet favorisce il successo delle piattaforme di *social broadcasting* e *social networks*, finanziate principalmente dalla pubblicità. ITMedia Consulting prevede che il mercato dello UGC crescerà più rapidamente della stessa internet e dell'IPTV: alla **fine del 2010**, in Europa, **supererà 2 miliardi** di Euro, pari al **18% del mercato pubblicitario internet in Europa**, e al **35% del mercato mondiale** dello *user generated content*. Il crescente coinvolgimento degli operatori tradizionali in questo mercato tanto dinamico pone una nuova sfida al settore dei media e dell'intrattenimento. Gli attori avvertono il rischio della disintermediazione, e solo coloro che riusciranno a integrare con successo nel proprio business model le nuove istanze di mercato, *user generated content* e *premium content*, avranno tradotto il rischio in opportunità, traendone beneficio.

FONTE: www.i-dome.com