

Il Web continua a guadagnare terreno sui media tradizionali, ma l'e-adv stenta a decollare. Studio EIAA

- **Alessandra Talarico**

Internet guadagna sempre più terreno nei confronti degli altri mezzi di comunicazione tradizionali e rappresenta ormai il 10% del consumo mediatico in Europa. Il web, ormai considerato una fonte di informazione e intrattenimento di prim'ordine, ha battuto ormai i **periodici** (che rappresentano l'8% del totale) per quanto riguarda il tempo dedicato dagli utenti ai vari media. Il web si piazza subito dopo i quotidiani (13%) ma è ancora lontano dai livelli d'uso della **televisione**, regina incontrastata dei media, con il 41% delle preferenze. La Tv - nota tuttavia la ricerca **EIAA** (European Interactive Advertising Association) - comincia a perdere proseliti proprio a causa del web, come conferma il fatto che il 45% degli utenti intervistati ha dichiarato di guardare meno Tv in seguito all'avvento di internet. La ricerca commissionata da Eiaa è la prima nel suo genere condotta su un campione di persone provenienti da cinque paesi diversi e *“che utilizza una metodologia unica ed ampiamente accettata”*, ha spiegato l'associazione. Lo studio conferma che sempre più persone - non solo giovani e giovanissimi - utilizzano abitualmente il web per informarsi, divertirsi, comunicare con gli amici. Nonostante il forte utilizzo di Internet da parte degli utenti, l'advertising on-line rappresenta solo l'1,5% della pubblicità totale in Europa. *“Le società - ha commentato **Nigel Morris**, presidente di Carat Interactive - dovrebbero valutare meglio il ruolo di Internet nello scenario della comunicazione aziendale e integrarlo nei loro piani di marketing in modo tale da renderli più efficaci ed efficienti”*. Sempre secondo dati Eiaa, nel 2005, l'utente medio europeo ha passato in rete 10 ore e 15 minuti a settimana, contro le 8 ore e 45 del 2004, mentre si è riscontrato un livello di penetrazione più omogeneo rispetto al passato, con Francia, Spagna e Italia prossime ai livelli di Germania e Gran Bretagna. Un numero sempre maggiore di utenti - 1 persona su 3 - si connette a internet ogni giorno e considera il web uno strumento *“fantastico da utilizzare in modo attivo”*, mentre circa il 60% è convinto che guardare la TV sia una attività rilassante. Dalle precedenti indagini svolte sempre dall'Eiaa, emerge che gli utenti europei - grazie anche all'avvento della banda larga - sono sempre più sofisticati e ricettivi rispetto alle nuove tendenze e apprezzano sempre più le caratteristiche di diversificazione e personalizzazione del web. Cresce dunque in maniera significativa l'uso di applicazioni e servizi fino a pochi anni fa sconosciuti ai più, come il download di musica, l'uso dei blog e del VoIP. Per quanto riguarda nello specifico il web advertising, molti utenti pensano che sia uno strumento estremamente valido per *“mantenere più a lungo il ricordo di un marchio”*, ma sono anche tantissimi (il 90%) quelli che ritengono che in Tv ci sia troppa pubblicità e che sperano che non succederà lo stesso per il web.

Fonte: www.key4biz.it