

Web-tv in ascesa, ma senza business

30/11/2009 12:00



In Italia sono sempre di più le micro-web tv che stanno guadagnando spazio e popolarità negli anfratti della rete. Difficile però che lo sforzo creativo e di comunicazione diventi business a tutti gli effetti. Questo quanto emerge dal rapporto Netizen 2009, che ha preso in esame un centinaio di emittenti web che, soprattutto negli ultimi mesi, hanno ottenuto grande visibilità senza però riuscire a monetizzare il traffico in aumento sulle loro pagine. Più utenti, comunque scarsi guadagni.

Nel 43% dei casi studiati, la sopravvivenza dei mini-network è legata esclusivamente agli investimenti diretti dell'editore/ideatore, con i finanziamenti pubblici a coprire il 13% delle spese e solo il 15% dei ricavi derivati dalla pubblicità. Difficile quantificare il valore pubblicitario di una rete tv online. Difficile, al solito, fare di internet un vero mercato.