

RICERCA MERCATI DIGITALI 2011

UNA NUOVA ERA INTERNET PER L'ITALIA

l'Osservatorio SMAU - School of Management Politecnico di Milano analizza la dinamica dei mercati digitali consumer in Italia, intesi come tutti quei mercati rivolti al consumatore finale, basati su piattaforme digitali (PC, TV digitali, Mobile).

I mercati digitali consumer in Italia crescono dell'11%, trainati da eCommerce, pubblicità su PC e giochi online. La Vecchia Internet, Pc-centrica e basata su Web, cede il passo a una Nuova era Internet - basata su smartphone, connected Tv, tablet, social network e Apps - opportunità di riscatto per il sistema-Paese. Nel 2011 i mercati digitali consumer in Italia crescono dell'11% rispetto al 2010 e sfiorano quota 14 miliardi di Euro.

eCommerce 7,6 miliardi di Euro, in **crescita del 17%** 2010.

vendita di prodotti e servizi non digitali su PC 7,6 miliardi +16% (Amazon.it e iniziative che vendono coupon, **Groupon** in primis). Turismo 50% , Editoria+30 e nell'Abbigliamento+40%

Mobile Commerce 30 milioni di Euro (+130%) **le** vendite di prodotti e servizi attraverso cellulari (Mobile Commerce). Nel 2011 il loro valore supererà i, prevalentemente grazie ai biglietti per il trasporto (sia aereo che ferroviario), alle aste online, **e alle** vendite a tempo (ovvero le vendite di prodotti di brand molto noti, prevalentemente in ambito fashion, in campagne della durata di pochi giorni).

T-commerce (ecommerce su TV non è ancora partito).

La pubblicità su canali digitali 1,7 mld di Euro, 13% del totale mercati digitali, +11% (2011)

Pubblicità su PC

La pubblicità su PC 1,2 miliardi di Euro, **in** crescita del 13% rispetto al 2010 (search e di keyword advertising) video advertising su internet 10 milioni in crescita di oltre l'80% nel primo quadrimestre del 2011

Pubblicità su dispositivi Mobile

Mobile Advertising 40 milioni 10%

Continuano a soffrire i formati più tradizionali, ossia quelli basati su Sms e su Display Advertising all'interno dei Mobile portal delle Telco. Al contrario, si osserva un buon fermento nel mondo degli Application Store e del Mobile Internet: crescono il Display Advertising su Applicazioni e Mobile site e il Keyword Advertising ad un tasso che ci si aspetta superiore al 40%. I formati innovativi diventano, quindi, una parte sempre più significativa del mercato complessivo.

Pubblicità su TV digitali

pubblicità sulle Sofa-TV digitali 520 milioni + 7% La crescita complessiva della pubblicità sul digitale si è avuta in parte a scapito dei canali tradizionali (ex analogici) ed è quindi fortemente legata all'incremento di share dei nuovi canali digitali che, grazie a contenuti molto più segmentati e tematici, riescono a valorizzare meglio le loro audience.

Contenuti digitali e servizi

Circa il **40% del mercato** – pari ad oltre **4,5 mld di Euro** – è rappresentato **dai contenuti digitali e servizi a pagamento, in crescita del 3%** rispetto al 2010.

Contenuti digitali e servizi su PC

I contenuti digitali e servizi su PC **crescono di quasi il 20%**, per un valore complessivo di oltre 700 milioni di Euro, trainati dai giochi e dalle scommesse su Internet.

Un ruolo particolarmente rilevante è giocato dalle nuove tipologie di giochi introdotte a luglio: i casinò games (come ad esempio roulette, blackjack, baccarà, ecc.) e il Poker Online in modalità cash (che si affianca alla modalità torneo, l'unica disponibile in Italia prima di luglio 2011) .

Contenuti digitali e servizi su dispositivi Mobile

Mobile Content & Apps a pagamento, 550 milioni di Euro. +3%, (stabili contenuti più tradizionali (loghi e suonerie, giochi java, infotainment via Sms, dating via Sms, voting televisivo, ecc.) basati sui tipici canali Telco-centrici (Numero breve e Mobile portal in primis) Applicazioni e contenuti a pagamento su Mobile site (i Giochi regolamentati) crescono pur rimanendo al di sotto dei 100 mln di euro.

Sofa TV digitali

abbonamenti premium Sofa-TV digitali 3,2 miliardi di Euro, ricavi stabili con abbonati digitale terrestre Mediaset Premium (4,5 milioni), satellite SKY che (5 milioni) e TivùSat (1 milione smart card) Internet basata sul Web e sui motori di ricerca - nel nostro Paese non si è sviluppata rispetto alle potenzialità, per ostacoli infrastrutturali, scarsa diffusione di PC nelle famiglie (55% contro 65% e 90% in Europa e USA rispettivamente), e culturali, come la limitata penetrazione Internet a banda larga (50% della popolazione contro oltre il 70% in Europa e in USA). La Nuova Internet”basato sui nuovi device (19 milioni di smartphone,, 1,2 milioni di tablet e 7 milioni connected TV), sui social network (circa 7 ore al mese il tempo speso su Facebook, secondi solamente agli utenti australiani con 7,5 ore), alla fruizione di video online (2 italiani su 3 guardano un video almeno 1 volta al mese e sulle Apps(1 utente Apple italiano su 4 ha scaricato almeno una App nell’ultimo mese). ”. È più promettente.