



# Il futuro delle News

Adam Daum

# Alcune considerazioni

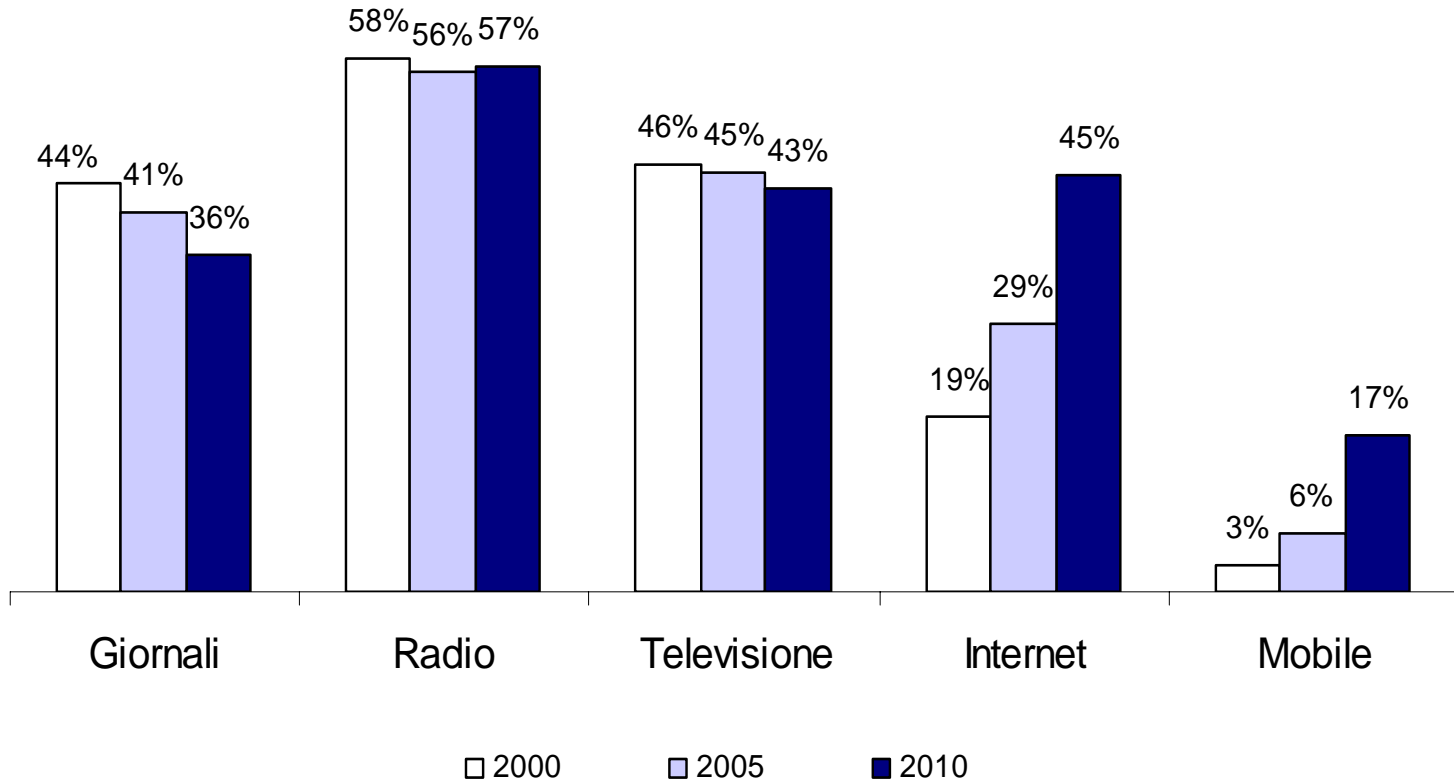
- Entro il 2010 si verificherà un importante spostamento nei consumi di notizie dalla carta stampata ai new media
- Lo spostamento nei consumi sarà irreversibile ma non totale
- I cambiamenti tecnologici, i nuovi comportamenti del consumatore e il livello di spese pubblicitarie saranno i maggiori driver di tali cambiamenti
- In questo scenario il successo dei diversi player (produttori e distributori delle news) sarà basato sulla capacità di sviluppare competenze, tecnologie e alleanze per supportare strategie di offerta multicanale

# Una rivoluzione determinata da varie forze





# Utenti di news per canale - reach

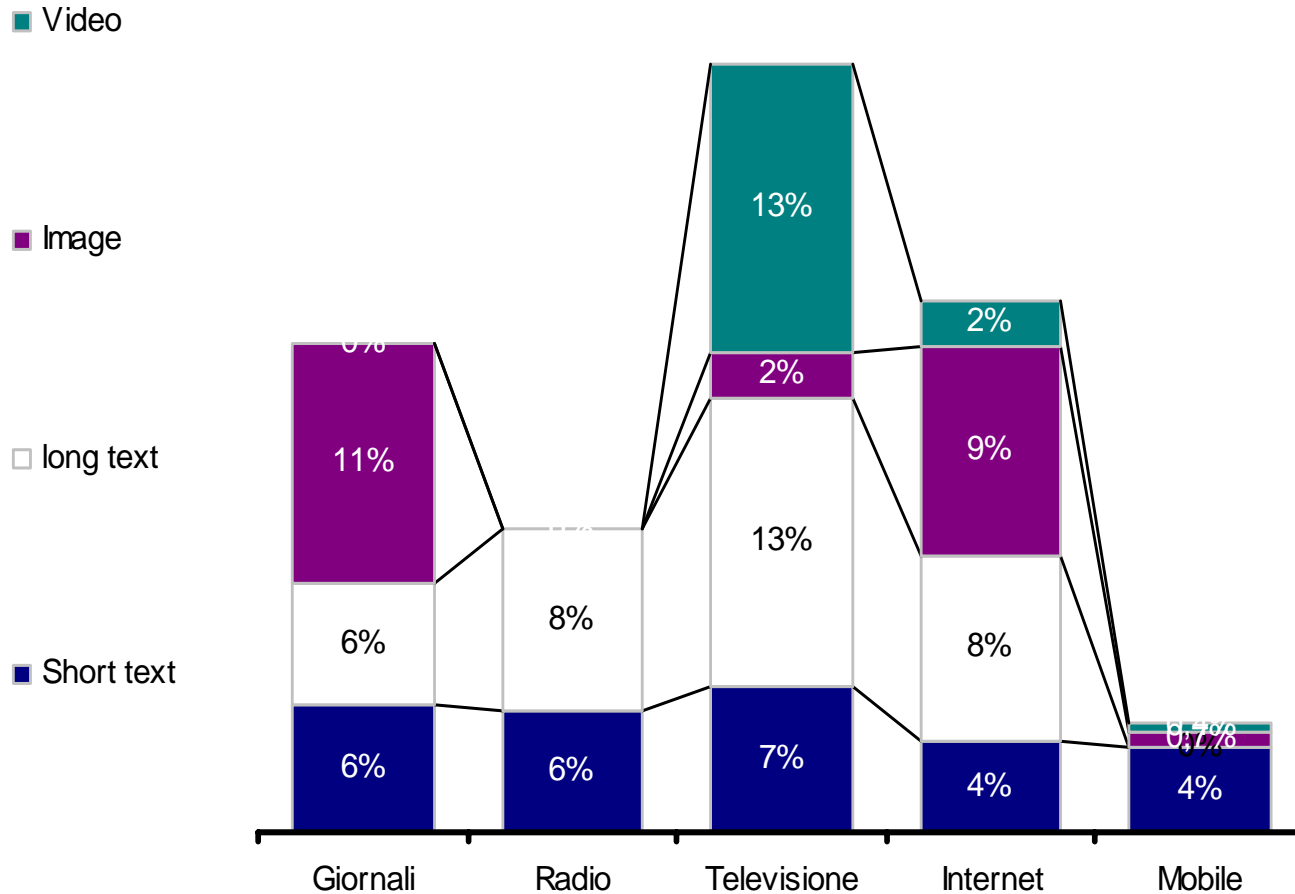


**Metodologia:** % di adulti che utilizzano regolarmente (più di una volta a settimana) i diversi canali per la fruizione di notizie

I dati si riferiscono ai “consumatori” abituali di notizie. Il totale rappresenta più del 100% degli utenti in quanto ciascuno di questi può accedere allo stesso tempo a diversi canali.

Fonte: Gartner - ricerca secondaria

# Suddivisione del tempo totale di fruizione per canale e per formato - 2010



Fonte: Gartner - ricerca secondaria

# Conclusioni

- Le aziende editoriali dovranno adottare delle strategie multicanale basate su:
  - Nuove tecnologie per la produzione, gestione e distribuzione di contenuti multimediali
  - Nuove competenze/professionalità in ambito giornalistico ed editoriale
  - Miglioramento dei rapporti con i clienti finali
  - Miglioramento dei rapporti le Concessionarie Pubblicitarie – es. segmentazione clientela su base comportamentale
  - Specializzazione dei contenuti informativi – per evitare di trasformare i contenuti in una commodity
  - Brand management – per mantenere un elevato livello di fiducia “customer trust”