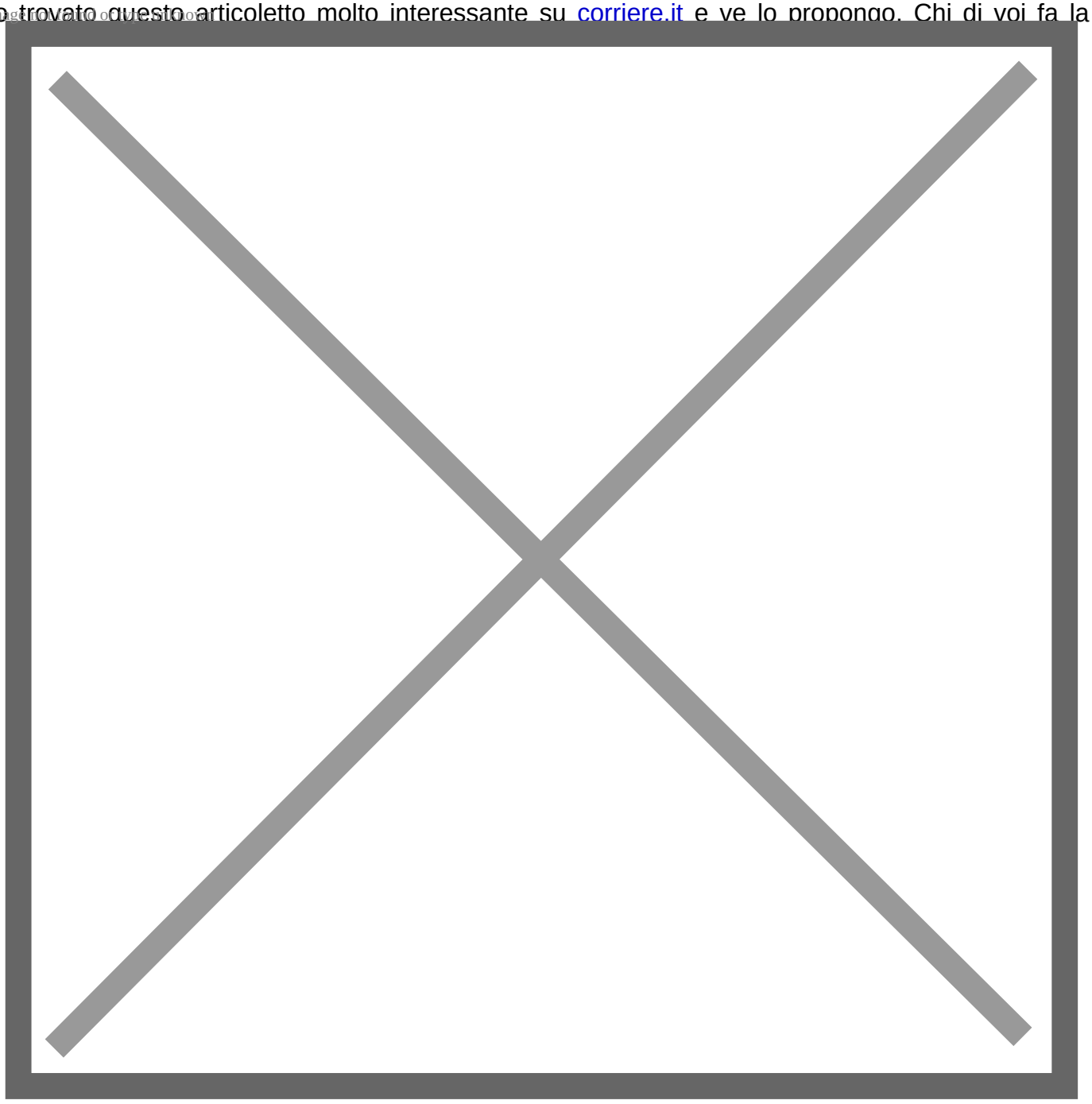
U.S.A. Web e Tv a braccetto per i Teen Agers

di Paolo Franzese

Ho trovato questo articoletto molto interessante su corriere.it e ve lo propongo. Chi di voi fa la



stessa cosa come fosse normale routine? Io si, da moltissimo tempo. Difficile che riesca a fare meno di due o tre cose contemporaneamente. Lo ritene ìte un problema? Leggete l'articolo, e

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

diteci cosa ne pensate.

di Emanuele di Psqua – fonte: www.corriere.it

Il 64% degli americani di età compresa tra i 9 e i 17 anni guarda la tv e naviga contemporaneamente.

NEW YORK – Ecco un ritratto della generazione **"nativamente" digitale**, elogio del **multitasking** e delle sinergie comunicative: secondo uno studio prodotto dalla società di ricerca Grunwald Associates tra i giovanissimi tra i 9 e i 17 anni non c'è più l'abitudine di fruire di un **medium** alla volta.

I DATI – Il 64% dei ragazzini americani infatti guarda la tv e naviga su internet contemporaneamente, ma di questa percentuale il 47 per cento ha comunque un occhio di riguardo verso il pc, mentre il televisore ha quasi un ruolo ancillare e di sottofondo. Abituati a fare tante cose insieme, è facile che i teenager e i bambini chattino mentre guardano un film, per poi scrivere una mail e magari seguire un **web serial**. Tutto in una volta, forse con scarsa concentrazione ma sicuramente con uno spirito più attivo di quanto si facesse nel periodo di egemonia della televisione generalista. Infine il 27 per cento di quest'**audience** trasversale ed eclettica produce propri contenuti mentre consuma contenuti di altri, creando per esempio pubblicità su misura del proprio programma del cuore.

LE CONSEGUENZE – I signori del **marketing** e delle strategie pubblicitarie hanno messo a fuoco il fenomeno già da un po' e ora stanno studiando un **formato pubblicitario** che ben si adatti a questo strano pubblico. L'obiettivo è quello di creare campagne comunicative su piattaforme multiple, anche perché questo segmento di popolazione – già molto importante per chi elabora le **strategie di mercato** – è destinato a crescere sempre più e ad avere sempre più peso: loro saranno i **consumatori di domani.**

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 10 Agosto 2013

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com