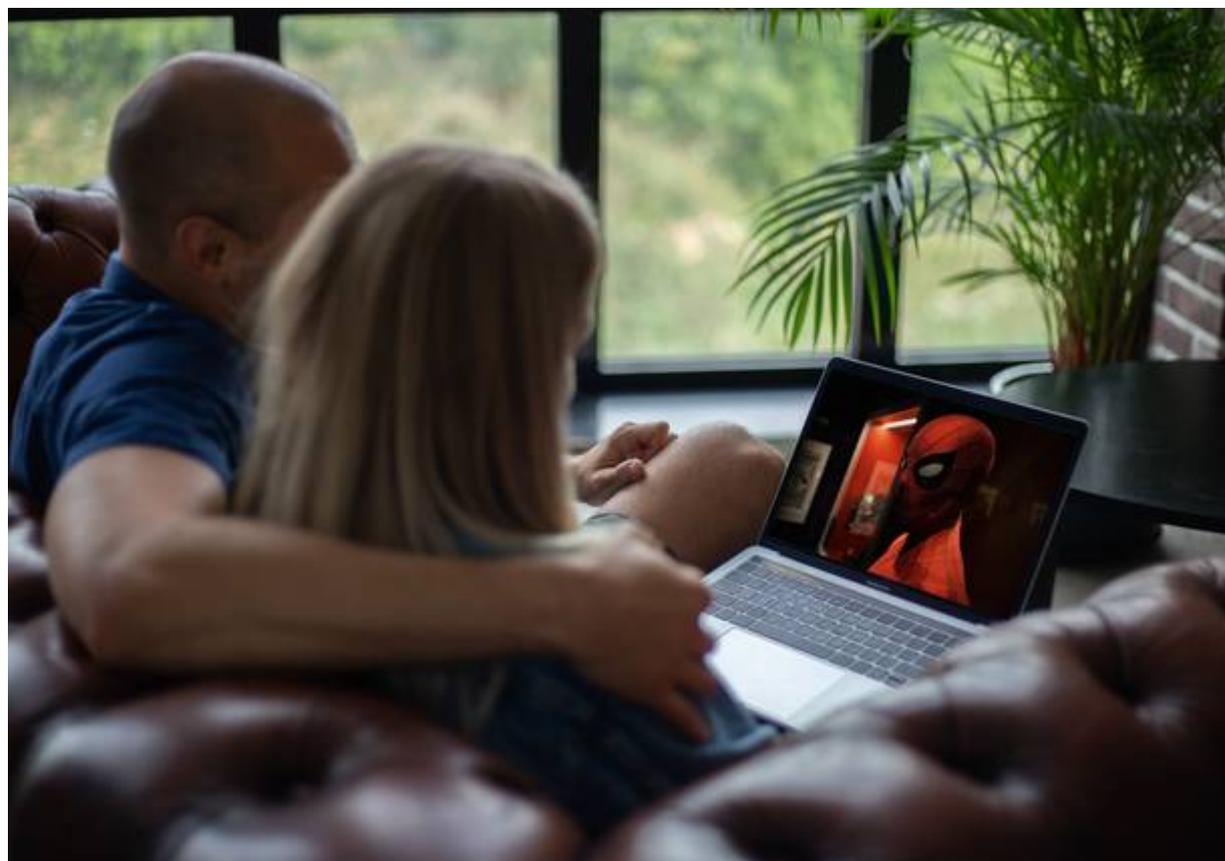


Piattaforme di streaming: le più utilizzate del 2021

Pubblicato: Venerdì 15 Aprile 2022



Data.Ai ha recentemente pubblicato il report *The State of media & entertainment* che contiene tutti i dati e i risultati relativi all'uso e alla diffusione delle app di streaming, televisivo o musicale, più utilizzate nell'anno 2021. Grazie a questa classifica è possibile conoscere quali sono stati i trend dell'anno appena passato, e prevedere facilmente quali saranno quelli dei prossimi anni. Il report mostra in particolare dati relativi al consumo e alle spese degli utenti, ma anche numeri di accessi e analisi a livello geografico del mercato. Nel solo 2021 la spesa totale effettuata per effettuare il download di circa 2.2 miliardi di contenuti si è aggirata intorno ai 6.36 miliardi di dollari.

Purtroppo non sono presenti dati economici relativi al mercato italiano poiché si tratta di una fetta troppo piccola e poco significativa all'interno della sfera globale. Insieme agli esperti di MisterGadget.Tech scopriamo le novità più interessanti della classifica delle app più usate per lo streaming.

Un mercato in crescita

Dando un'occhiata generica ai dati emerge chiaramente l'immagine di un mercato in forte crescita. I soldi spesi come investimenti fatti da terzi per acquistare contenuti o spazi pubblicitari sono un indicatore della "salute" del settore. In particolare la spesa nel settore dei contenuti audio è aumentata del 130%, per un totale di circa 290 milioni di dollari. Cifre davvero alte. A conoscere una grande crescita a livello di numeri e quindi anche a livello di incassi sono poi state le piattaforme specializzate nella pubblicazione di video di breve durata. In questo caso la spesa degli utenti è stata di circa 2 miliardi di dollari, che corrispondono ad un aumento di circa l'80% rispetto all'anno precedente.

Chi incassa

Prima di andare a spulciare la classifica delle app e delle piattaforme di contenuti streaming più diffuse e utilizzate, è interessante soffermarsi su quali aziende e quali nazioni costituiscono il punto centrale di questo business e quindi chi maggiormente guadagna all'interno di questo mercato. Gli stati uniti dominano la classifica degli incassi con il 60% del totale dei ricavi del mercato streaming che entrano nelle casse di società con sede nella nazione con capitale Washington. Segue poi la Cina, le cui aziende incassano circa il 30% dei ricavi, e la Svezia con il restante 10% grazie alla presenza all'interno del paese di Spotify.

Le tendenze

Lo scenario all'interno del mercato dei contenuti streaming è estremamente vario, e la diffusione delle applicazioni varia a seconda delle fasce d'età. Per comodità è possibile individuare tre grandi categorie: la generazione Z, i millennials e i Boomers. All'interno della generazione Z, nella grande maggioranza dei paesi, stupisce il grande successo riscosso da Crunchyroll, app molto utilizzata dagli appassionati del mondo Anime. Tra i millennials sono invece molto diffuse le app che diffondono contenuti gratuiti, mentre all'interno della generazione X i contenuti messi a disposizione dalle piattaforme locali legate a canali tv tradizionali sono quelli che hanno maggior diffusione.

La classifica

Prendendo in considerazione cosa accade in Italia, l'app più usata per lo streaming tra le cosiddette piattaforme OTT, è come da pronostico Netflix, seguita da Amazon Prime video, e da Rai Play. Prende sempre più piede l'uso di Disney Plus che nel giro di un anno ha scalato numerose posizioni in classifica andando a superare anche SkyGo. Se guardiamo invece alle app di intrattenimento gratuito, a comandare la classifica abbiamo Twitch è invece l'app di intrattenimento gratuito più diffusa, seguita poi in classifica da una serie di piattaforme sconosciute ai più. Arrivando allo streaming audio la classifica vede, naturalmente, in testa Spotify. Il secondo posto se lo aggiudica Shazam, seguita poi da Amazon Music. Solo settima invece Apple Music. Guardando i numeri è necessario però fare una precisazione. L'errore da non commettere è quello di paragonare i numeri delle piattaforme di streaming con quelle delle piattaforme radio poiché i numeri registrati fanno riferimento a parametri diversi.

Quindi guardando alle app più usate per lo streaming audio bisogna leggere i dati con attenzione e criterio. Infatti per quanto riguarda le piattaforme di streaming (come Spotify) vengono contati i download effettivi di tracce mentre per le radio il numero indicato fa riferimento al totale delle app installate, e non al numero di persone che la radio riesce a raggiungere con le sue canzoni e le sue trasmissioni (in questo caso le cifre sarebbero di molto superiori essendo che ogni giorno la radio è ascoltata da circa 35 milioni di persone). Dai dati emerge anche una significativa crescita nella diffusione conosciuta dai radioplayer, in risposta alla TuneIn Radio.

Lo smartphone come strumento multimediale

Leggendo il report emerge chiaramente la centralità dello smartphone come non più solo strumento di "contatto" ma come vero e propria piattaforma multimediale in grado di offrire più esperienze all'utente. Questo è un dato fondamentale da tenere presente per chiunque voglia usare il web a scopo professionale, anche solo per una proposta di commercio elettronico su scala locale: va sempre tenuto presente che il primo punto di contatto con i propri utenti sarà principalmente attraverso lo smartphone.

di Luca Viscardi