

di BASSANI & DI GRADO

Fonte: Streaming TV e pubblicità. Nuove opportunità tra addressable TV e CTV - Nextplora

Piattaforme streaming: inizia la stagione della PUBBLICITÀ



IN MEDIA

+2 piattaforme di streaming a testa

1,7 ore al giorno di streaming

utenti da 10,9 mln nel 2019 a 16,1 mln nel 2022

Quanto piace la pubblicità sui servizi streaming?

- 9% molto
- 28% abbastanza
- 35% poco
- 28% per niente

In totale al 37% piace la pubblicità

A CIASCUNO LA SUA

- Uomini: DAZN e Discovery+
- Donne: Mediaset Infinity, Netflix e Disney+
- Giovani: Disney+ e Netflix
- 45-64 anni: Discovery+
- Over 55: Tim Vision



Quanti preferiscono un abbonamento con pubblicità e prezzo ridotto?

UTENTI TOTALI
 18% molto
 43% abbastanza
 25% poco
 14% per niente

UTENTI NETFLIX
 12% molto
 23% abbastanza
 45% poco
 24% per niente

Che i servizi di streaming abbiano avuto una forte impennata negli ultimi anni era noto a tutti: abbiamo visto una notevole moltiplicazione delle piattaforme e una grande diversificazione dei contenuti con un conseguente aumento dell'utilizzo di questi servizi che prima era limitato principalmente ai nativi digitali. Ma cosa succede quando entra in gioco la pubblicità?

Se lo sono chiesti quelli di Nextplora nell'indagine "Streaming TV e pubblicità" dopo l'annuncio di Netflix di voler offrire una nuova tipologia di abbonamento che include la pubblicità. I risultati ve li mostriamo in questa infografica: buona visione.

	UTILIZZO	AWARENESS
Netflix	46%	89%
Prime Video	54%	87%
Mediaset Infinity	17%	76%
Rai Play	28%	72%
DAZN	14%	71%
Disney+	18%	70%
Sky Go	13%	66%
Tim Vision	13%	64%
NOW	6%	63%
Discovery +	6%	58%
Chili TV	4%	49%
Apple TV	3%	41%
Rakuten	2%	38%
La7TV	3%	35%
Eurosport	1%	21%
Lyonsgate	1%	11%
Mubi	0%	6%

LE PIATTAFORME IN ITALIA