

Dove sta andando internet?



Maggiori contenuti visivi, più privacy e il pericolo della radicalizzazione online. Nel suo Internet Trends 2019, l'analista finanziaria Mary Meeker pubblica la sua radiografia dell'anno che è stato sul web

Maggiori contenuti visivi, più privacy e il pericolo della radicalizzazione online, ma anche una corsa sfrenata all'acquisto di pubblicità che potrebbe aver raggiunto il suo picco fisiologico. Per il ventiquattresimo anno di fila la leggendaria analista e investitrice [Mary Meeker](#) ha sintetizzato le principali tendenze di internet in **Internet Trends 2019**, il [rapporto più atteso](#) dagli appassionati di dinamiche digitali e dagli imprenditori del web, un vero e proprio *Stato dell'unione* che la rockstar degli analisti finanziari ha illustrato nel corso [della conferenza di Vox Media](#) e che rappresenta il documento essenziale per capire in che direzione si stia muovendo la rete.

Internet in cifre

I numeri, innanzitutto. Per la prima volta nella storia dell'umanità, **più di metà della popolazione mondiale ha accesso a internet**, con una penetrazione complessiva del 51%, in crescita di due punti rispetto al 2017 e più che raddoppiata negli ultimi 10 anni. La geografia delle connessioni risente delle **profonde diseguaglianze economiche e sociali** a livello globale e ciò fa sì che buona parte della popolazione digitale arrivi dall'Asia (51%), mentre il Nord America, pur rappresentando appena il 9% del mercato complessivo, garantisce una copertura internet all'89% della popolazione (lo stesso dato, in Africa, è **fermo al 32%**).

Aumenta la quantità media di tempo che gli americani trascorrono su internet (6,3 ore al giorno nel 2018) e di pari passo sale la percezione della paura di dipendenza dal web, ma gran parte della presenza digitale avviene tramite mobile, **che per la prima volta nella storia supera il mezzo televisivo** per tempo di utilizzo.

Internet, insomma, è un medium più popolare e più utilizzato rispetto a un anno fa, ma **il suo trend di crescita è in costante rallentamento**. Sta diventando sempre più difficile trovare nuovi utenti e ampliare il tasso di penetrazione sul territorio – e in questo senso assume rinnovata centralità l'idea di un'agenda digitale transnazionale e di un welfare basato anche [sulle infrastrutture internet](#) – e al contempo calano le vendite di smartphone, per molti l'unico punto d'accesso online.

Ciò non impedisce comunque ai colossi del tech di crescere a ritmi vertiginosi: tra le prime 10 compagnie al mondo per capitalizzazione, appena 3 non fanno della tecnologia il proprio core business – Berkshire Hathaway, Visa e Johnson & Johnson – mentre le altre 7 hanno una capitalizzazione di mercato dal 46% al 266% più alta rispetto a tre anni fa.

Tra le prime 25 aziende tecnologiche degli Stati Uniti, sottolinea inoltre il report, il 60% è stato fondato da immigrati di prima o seconda generazione, che nel solo 2018

hanno dato lavoro a 1,9 milioni persone.

Come usiamo internet

Nel suo rapporto, Mary Meeker sottolinea le maggiori tendenze rilevate nel 2018 e prova a tracciare una previsione realistica per il futuro di internet. Una parte significativa dei contenuti scambiati online è **composta da immagini**, di cui gli utenti sono al tempo stesso fruitori e creatori. La tendenza è in corso già da qualche anno, ma reti più veloci e fotocamere di qualità migliore stanno accelerando tale dinamica, che ha finito per soppiantare l'utilizzo del testo scritto persino in un medium prettamente testuale come Twitter, che tra le sue impression oggi conta **più del 50% di contenuti visivi**.

Questo stadio dell'evoluzione di internet va prevedibilmente a premiare Instagram, che nel 2018 cresce più di tutti, **aumentando i suoi utenti giornalieri del 6%** e staccando di poco YouTube, che pur facendo molto bene incrementa la sua platea del 5%. L'ultimo anno ha visto raddoppiare i fruitori di video brevi – Instagram Stories, Facebook Stories, WhatsApp Status – e **aumentare significativamente gli ascoltatori di podcast**, che oggi sono arrivati a toccare i 70 milioni ogni mese, ma il trend più futuribile in assoluto sembra essere quello relativo al gaming.



Mary Meeker, venture capitalist e tra i principali analisti di internet (foto: Tony Avelar/Bloomberg via Getty Images)

Gli utenti che utilizzano internet per praticare **sport elettronici** – in maniera più o meno amatoriale – sono quasi 2 miliardi e mezzo, il 6% in più del 2017, e le esperienze di gioco interattivo e multiplayer **stanno diventando dei veri e propri social network** per i più giovani, che secondo un sondaggio di Survey Monkey utilizzano *Fortnite* **anche per stabilire relazioni online** (nel 44% dei casi). Altrettanto interessante è il successo di [Twitch](#), la piattaforma di streaming video dedicata principalmente ai giochi elettronici, che in due anni ha più che raddoppiato spettatore e ore di contenuti prodotti.

Continua a crescere stabilmente il settore dell'**e-commerce**, che segna un incremento del 12,4% a fronte del +2% registrato dai punti vendita fisici, **rappresentando oggi il 15% del fatturato complessivo** derivante dalle vendite al dettaglio negli Stati Uniti. Nonostante gli sforzi delle piattaforme per semplificare l'esperienza di compravendita e gli investimenti in pubblicità, le ragioni che spingono i consumatori ad

abbonarsi ai servizi di shopping online sono ancora prettamente di natura personale e il 23% degli utenti viene convinto **grazie al passaparola**. Ad ogni modo, il 59% delle transazione giornaliere avviene oggi tramite pagamento digitale.

Le sfide del futuro

Un capitolo importante dell'evoluzione di internet è quello dedicato alla privacy e ai contenuti potenzialmente problematici. Nel primo trimestre del 2019, **l'87% del traffico web è risultato crittografato**, un dato parziale ma che appena tre anni fa si assestava poco sopra il 50%. Secondo Meeketer, questo sarebbe il segnale di **un'esigenza diffusa di privacy**, collegata ai [recenti scandali](#) riguardanti la gestione dei dati da parte delle grandi piattaforme e che oggi i giganti del tech stanno provando a intercettare, [almeno nelle dichiarazioni pubbliche](#).

Altro tasto dolente è quello della radicalizzazione e polarizzazione del confronto online. I contenuti pubblicati diventeranno sempre meno gestibili, grazie **all'accelerazione dei fenomeni della viralità e la difficoltà nella loro rimozione**. Rispetto all'anno precedente, Facebook ha aumentato i suoi sforzi per rimuovere contenuti problematici, mentre YouTube ha fatto peggio del 2017, diventando il luogo preferito per la proliferazione della [propaganda suprematista](#). In questo quadro, il 42% degli adolescenti americani ha subito offese online, il 32% è venuto a contatto con voci diffamatorie e il 16% ha subito minacce fisiche.

L'ultima – ma non la meno importante – sfida per il futuro di internet è quella dell'**advertising** e interessa soprattutto piccoli e grandi imprenditori digitali. Sempre più persone utilizzano il web per farsi pubblicità, nella maggior parte dei casi veicolata tramite mobile, e le piattaforme **sperimentano metodi via via più efficaci per renderla fruttuosa**. Il numero degli spazi acquistati è destinato a crescere ancora, ma si sta avvicinando il momento

in cui l'attuale strategia di marketing, troppo costosa e sempre meno remunerativa (anche per via delle nuove norme del Gdpr), non converrà più alle piattaforme. Il futuro, prevede Meeker, è il periodo prova gratuito, che nel corso del 2018 ha fatto la fortuna delle principali piattaforme di streaming.