

DIGILAB



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

RETHINKING THE TV EXPERIENCE

L'esperienza della social tv in Italia

Roma / 3 Luglio 2014 / **Officine Farneto**

Cosa si intende per Social Tv? Quali sono le pratiche che possiamo racchiudere sotto questa etichetta? Parliamo di un fenomeno per pochi o destinato a toccare le grandi platee televisive? Come può e deve essere gestita la crescente richiesta delle audience di partecipare, condividere, e interagire con i contenuti tv?

Queste sono solo alcune delle domande che hanno portato alla nascita dell'Osservatorio Social Tv, una esperienza di ricerca di Digilab Sapienza, promossa da Corecom Lazio e portata avanti con i più importanti editori televisivi che operano sul mercato italiano (Rai, Mediaset, Sky, Fox International Channels Italy, Discovery Italia, Viacom, La7).

Gli obiettivi? Dimensionare il fenomeno, identificare le pratiche della social tv e individuare i bisogni e le motivazioni alla base dell'audience engagement; ragionare sulle strategie dei broadcaster e comprendere i riflessi del fenomeno sul mercato dell'audiovisivo.

Ne parleremo giovedì 3 luglio, dalle 9.30 alle 13.00 insieme a: FremantleMedia, We are social, Wired, IPG Mediabrands, Duepuntozero Research, Publispei, Teleuniverso e gli editori televisivi partner del progetto.

