

## Pizza, mandolino e instant messaging

*Nel nostro Paese l'IM è sempre più diffuso tra giovani e meno giovani; si usa tanto la sera; fa lavorare meglio; e fa pure risparmiare sulla bolletta del cellulare. Una ricerca di Nextplora commissionata da Microsoft.*



Popolare, diffuso su più fasce d'età, sostitutivo di email e telefono, buono per il lavoro e per i sentimenti, e addirittura capace di insidiare la televisione. E' l'**instant messaging in salsa italiana**, così come è stato rilevato da uno studio di [Nextplora](#) realizzato per conto di [Microsoft](#). Le interviste condotte su **utenti italiani di IM** fotografano un mercato consolidato (7 persone online su 10 lo usano), con alcune interessanti novità.

Se è vero infatti che sono sempre i giovani (tra i 16 e i 24 anni) a fare da zoccolo duro (lo utilizzano il 73% dei maschi online e il 68% delle femmine), anche **tra gli over 45** più della metà delle donne intervistate (56%) dichiara di usarlo almeno qualche volta (contro il 47% degli uomini). Insomma, non si tratta più di uno strumento per soli ragazzi; **piace anche agli adulti** stagionati e soprattutto alle signore.

Ma la ricerca evidenzia anche un'altra caratteristica: oltre ai picchi d'uso che si riscontrano durante gli orari d'ufficio, è di sera, tra le 20.30 e le 22 .30, in piena fascia televisiva prime time, che si registra un **boom di accessi**.

Tra gli effetti positivi legati alla comunicazione istantanea gli utenti intervistati riferiscono di un abbattimento delle **spese per il cellulare** e l'invio di sms/mms; la possibilità di ottenere rapidamente feedback dagli interlocutori; e la sensazione di sentirsi più vicini alla vita dei propri cari.

L'elemento di **socializzazione** è ovviamente più forte tra i giovanissimi: attraverso i programmi di IM oltre la metà degli intervistati tra i 16 e i 24 anni ha conosciuto nuovi amici; e una consistente percentuale (24% dei maschi e 20% delle femmine) anche l'amore.

Dalla ricerca, per altro commissionata dalla stessa casa di Redmond, si conferma la posizione di **leader di mercato** di [Windows Live Messenger](#), che in Italia ha 12,5 milioni di utenti: il 71% degli intervistati dichiara di usarlo come programma principale di IM. Ma va forte anche [Skype](#), mentre sono quasi scomparsi i primi programmi di messaggistica e di chat comparsi sulla rete: ICQ, Trillian, AIM, C6.

D'altra parte vale in questo campo più di altri la [legge di Metcalfe](#), secondo la quale il valore di una rete cresce in modo esponenziale al crescere del numero dei propri utenti: la motivazione per la scelta di uno specifico servizio di IM infatti non è legata a considerazioni sulla sua qualità intrinseca ma piuttosto sul suo utilizzo da parte di amici e conoscenti. Anche per l'assenza di **interoperabilità** tra i vari programmi.

[D-LIFE](#) Mercoledì 2 luglio 2008 - 14:37:00 (5 ore fa)

Carola Frediani

Argomenti trattati: [internet](#)