



□□□□ **In 10 ani televiziunea va fi moarta. Este predictia lui Rene Rechtman, sef pe international la compania de media Maker Studios, lider in productia si distributia de continut online dedicat generatiei Millennials in SUA. Este cea mai mare retea de content pe YouTube, atragand mai mult de 11 miliarde de vizualizari lunar. Vezi care sunt motivele specialistului media si cum se va transforma acest domeniu.**

□□□□ **Bineinteles, este in interesul lui Rechtman sa spuna asta. Business-ul sau, detinut de Disney, este construit pe proiecte media care au un succes urias fara audienta televiziunii traditionale. Insa cu 650 de milioane de abonati (cei mai multi din generatia Millennials – cei care au acum intre 18 si 34 de ani), Rechtman are la dispozitie o gramada de informatii la care se refera atunci cand face predictii in legatura cu viitorul media, scriu jurnalistii de la [Business Insider](#), care l-au intrebat daca publicitarii se aliniaza acestei viziuni conform careia obiceiurile de consum media nu vor mai include in curand televiziunea traditionala.** "Foarte multe persoane din acest domeniu au copii adolescenti. Intreabati-l intr-o zi pe Bob Iger (CEO-ul Disney) de ce a cumparat Maker. Sunt sigur ca motivul este legat de copiii sai, care consuma foarte mult continut pe aceste canale", a raspuns Rechtman, care este convins ca in 10 ani, televiziunea, asa cum o stim acum, va fi foarte, foarte diferita. "Din punct de vedere demografic, punctul critic a fost atins. Adica nu este cale de intoarcere, dupa parerea mea. E ca si cum ai inota impotriva curentului. OK, televiziunea pe care o stim noi nu va muri maine. Dar daca ne gandim in termen de 10 ani?"

Ma indoiesc ca la vremea aceea se va mai uita cineva sub 50 de ani la canale traditionale de televiziune", mai spune el. In schimb, potrivit lui Rechtman, vom urmari continut TV in trei moduri diferite: video la cerere, sustinut prin advertising, precum YouTube, video la cerere sustinut de abonamente, precum Netflix si prin micro-plati, in cazul in care telespectatorii vor dori sa vada un anumit serial. "E posibil sa fie tot la televizor, dar nu intr-un mod liniar. E o experienta grozava sa vezi ceea ce iti place atunci cand vrei, pe un ecran mare", subliniaza Rechtman.

** sursa - <http://www.dailybusiness.ro/stiri-media-marketing/de-ce-va-muri-televiziunea-traditionala-in-10-ani-si-ce-vom-avea-in-locul-ei-107038/>