

Che 2026 sarà? Tra AI, mini-serie e monetizzazione

*Rubrica settimanale **SosTech**, frutto della collaborazione tra **Key4biz** e **SosTariffe**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**..*

Nel 2026, secondo le previsioni di **Sensor Tower** contenute nel report *Predictions for the Digital Economy in 2026*, l'economia digitale continuerà a crescere, anche se in modo più mirato rispetto agli anni scorsi.

Le stime della società di analisi e reporting indicano che, se alcune categorie consolideranno il proprio peso specifico all'interno dell'ecosistema digitale, altre (anche autentici *big*) rallenteranno o, se non altro, cambieranno funzione. Ne emerge un quadro in cui **i modelli economici già affermati vengono messi alla prova su scala più ampia**, non un nuovo ciclo espansivo che sembra sempre più difficile da sostenere considerando la saturazione del mercato.

L'area che gli analisti credono che potrà mostrare la più netta dinamica di espansione è quella – nessuno si sorprenderà – **dell'AI generativa**: nel 2026 la spesa consumer globale nelle relative app è infatti destinata a superare i 10 miliardi di dollari, sostenuta soprattutto dagli abbonamenti.

Il dato è rilevante per la sua distribuzione, poiché il tempo di utilizzo previsto supererà i **40 miliardi di ore annue**, a rimarcare il passaggio dall'uso episodico dei chatbot e degli altri strumenti dell'intelligenza artificiale a un'abitudine all'insegna della costanza, tutti i giorni, quasi in automatico.

In parallelo, il traffico web generato da strumenti di AI continuerà a crescere a ritmi molto elevati, pur restando inferiore, in volume, a quello della pubblicità a pagamento; la differenza in ogni caso si ridurrà in modo sensibile per una parte consistente dei siti di maggiore dimensione.

Per quanto riguarda il resto dell'ecosistema digitale, sembra che il 2026 sarà un anno di aggiustamenti. I **formati pubblicitari** tenderanno a privilegiare soluzioni meno costose e più stabili; i contenuti brevi manterranno un alto tasso di diffusione, senza assorbire tutto il tempo disponibile; il **gaming mobile** proseguirà lungo una traiettoria con meno crescita nei download e maggiore attenzione alla monetizzazione. Vediamo ora nel dettaglio i diversi punti toccanti dal rapporto.

L'AI generativa come abitudine

Nel 2026 l'AI generativa tenderà a occupare una posizione centrale nell'uso quotidiano delle app digitali, man mano che le pratiche sperimentali degli anni precedenti lasceranno spazio a **comportamenti più stabili**. Come si è visto, le previsioni di Sensor Tower indicano una spesa consumer globale sostenuta in larga parte da modelli in abbonamento, che diventeranno la forma prevalente di monetizzazione proprio perché favoriscono un rapporto continuativo con l'utente.

Nel corso dell'anno le app di AI generativa entreranno stabilmente **tra le prime cinque categorie su mobile per download**, fatturato e tempo complessivo di utilizzo, riflettendo sia l'ampliamento della base utenti sia la ripetizione degli stessi gesti. Visto che funzioni come la scrittura assistita, la sintesi di testi, la ricerca di informazioni e la generazione di immagini verranno offerte all'interno di ambienti applicativi unificati, **l'esperienza tenderà a prolungarsi nel tempo**, favorendo una maggiore propensione alla spesa.

Anche sul web l'impatto continuerà a rafforzarsi. Il traffico generato da strumenti di AI crescerà a ritmi elevati, con **un incremento superiore al 130% su base annua**, e per una quota rilevante dei principali siti statunitensi raggiungerà livelli comparabili a quelli di alcuni canali di acquisizione a pagamento.

Traffico, pubblicità e nuove intermediazioni

L'anno prossimo, la relazione tra il traffico e la pubblicità digitale passerà attraverso un riequilibrio che riguarderà soprattutto le **fonti di accesso ai contenuti**. Le previsioni del report indicano che il traffico web generato da strumenti di AI continuerà a crescere a ritmi sostenuti, con un incremento annuo superiore al 130%, pur restando complessivamente inferiore ai volumi prodotti dalla **paid advertising**. Poiché l'AI intercetta l'utente in una fase già avanzata del processo informativo, il traffico che genera tenderà a essere più qualificato, con una minore dispersione. Di conseguenza, nel 2026 i siti di grandi dimensioni inizieranno a valutare l'AI come vero e proprio "intermediario dell'attenzione", capace di influenzare la visibilità dei contenuti in modo strutturale.

In questo contesto, il valore economico del traffico diventerà una variabile sempre più importante, perché quando cambia la modalità di accesso cambia pure la qualità delle visite (ad esempio utilizzando connessioni per **Internet** come quelle dei comparatori di **SOSTariffe.it**), tanto che una riduzione dei volumi può essere compensata da utenti più informati e più prossimi alla decisione finale.

Giochi e short drama

Sempre secondo il report, il prossimo anno gran parte della

crescita dell'economia digitale passerà da prodotti che rinunciano all'idea di "grande esperienza" per puntare su **un consumo più frammentato**. Le app di *short drama*, le mini-serie che hanno conquistato mezzo mondo per la loro fruibilità immediata, con ogni probabilità **supereranno le piattaforme tradizionali** per numero di download globali, pur rimanendo al di sotto in termini di tempo complessivo di utilizzo. Si andrà dunque verso una diversa occupazione del tempo disponibile, in favore di contenuti brevi, facilmente accessibili, perfette per sessioni di pochi minuti; la loro diffusione sarà sostenuta da **sistemi di monetizzazione semplici**, spesso basati su micropagamenti e accessi progressivi, per ridurre la soglia di ingresso e favorire il consumo seriale (che, come sappiamo, è dietro a ogni prodotto e media di successo: ingolosire per proseguire e sapere come andrà a finire).

Poi c'è il gaming mobile, per il quale il 2026 confermerà un trend già visto e ormai consolidato, con i **download globali che resteranno inferiori ai livelli raggiunti durante la fase pandemica** – il massimo boom, per ovvi motivi, mai raggiunto da questo settore che costituisce una grossa fetta del fatturato mondiale di economia digitale – mentre i costi di acquisizione pagati dagli utenti continueranno a salire. I titoli che mostreranno maggiore capacità di tenuta saranno senz'altro quelli in grado di **integrare pubblicità e monetizzazione** in modo coerente, senza affidarsi a una crescita continua della base utenti che, ormai, non è sostenibile: il mercato da questo punto di vista è saturo, e chi non ha mai giocato sul proprio telefonino difficilmente comincerà a farlo proprio adesso.

L'attenzione delle case di produzione si sposterà quindi sulla valorizzazione nel tempo dei giocatori già acquisiti, ottenuto attraverso una combinazione di aggiornamenti frequenti, eventi speciali e meccaniche pensate per un uso prolungato. La parola d'ordine sarà "community" (ed è il motivo per cui ormai anche il più semplice dei giochi prevede un'interazione con altri

utenti da ogni parte del mondo: insieme si gioca di più).

Il numero, decisamente elevato, di nuove uscite previste, in particolare su piattaforme come Steam, si tradurrà in un mercato sempre più affollato, con progetti non “monstre” ma più sobri e tempi di sviluppo più brevi, senza gli anni richiesti dai titoli tripla A. La sostenibilità economica, insomma, sarà legata a budget contenuti e a una gestione attenta delle risorse e a aspettative di rendimento calibrate: vietato fare il passo più lungo della gamba, insomma.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

<https://www.key4biz.it/che-2026-sara-tra-ai-mini-serie-e-monetizzazione/559974/>