**L’evoluzione del soggiorno di casa:**

**come è cambiato il modo di guardare la TV negli ultimi 50 anni**

**Report prodotto da Sony**

***con il contributo dei due designer italiani Stefano Mich e Alessandro de Pompeis, di Sonia Solicari del Museum of the Home e dell’ex calciatore inglese Steve McManaman***

**Maggio 2019**

**PANORAMICA**

Il soggiorno nasce principalmente come spazio della casa dove trascorrere il tempo libero, è la stanza nella quale i membri della famiglia e gli amici trascorrono del tempo insieme e i padroni di casa accolgono gli ospiti. Se un tempo il soggiorno aveva una finalità semplice e facile da definire, negli anni si è trasformato da formale salotto a spazio informale dove guardare la TV, giocare ai videogame o con i giocattoli e persino mangiare.

Nel corso della sua moderna evoluzione, c’è stata una costante, ovvero la presenza di un televisore come punto focale dell’intrattenimento, personalizzato a seconda delle esigenze e delle priorità del padrone di casa per quello spazio, come per esempio creare un’esperienza di home cinema, giocare ai videogiochi, guardare lo sport o far divertire i bambini.

Questo report esplora il modo in cui i soggiorni delle case di tutta Europa si sono adattati nello stile e nella finalità, pur mantenendo come punto centrale dello spazio il televisore. Esamina come la tecnologia abbia modificato i criteri di scelta del televisore per il soggiorno e il ruolo che questo oggetto riveste nella vita di tutti i giorni.

**L'EVOLUZIONE DEL SOGGIORNO DI CASA**

Il numero di stanze della tipica abitazione europea è cambiato nel corso dei secoli. In epoca medievale, si cucinava, mangiava, dormiva e socializzava in un’unica grande stanza e, per motivi pratici di calore, il punto centrale della casa era il focolare. La presenza di spazi adibiti a cucine, soggiorni e camere da letto era molto rara e riservata ai ricchi.

Nel corso del tempo, con lo sviluppo delle tecnologie e dei materiali edilizi e l’evoluzione nel modo di concepire la pulizia e la privacy, nelle case hanno iniziato a comparire pareti e nuove stanze, dando il via a un nuovo modo di vivere l’ambiente domestico.

**L’EVOLUZIONE DEI SOGGIORNI NEL TEMPO**

***A cura dei designer Stefano Mich e Alessandro de Pompeis, con immagini fornite da Sony:***

***Anni ‘60***

*Questo decennio è stato in tutta Europa un periodo di sperimentazione che si è esteso anche al soggiorno.*

*Le palette cromatiche si ispiravano spesso alla natura: verdi, motivi floreali e ori di varie sfumature ricoprivano ogni elemento, dai divani alle pareti.*

*Verso la fine del decennio, lo stile psichedelico proponeva una combinazione di colori eccentrici, ad esempio un divano rosa coperto di cuscini arancioni.*

*La presenza del riscaldamento centralizzato ha reso il focolare, elemento architettonico tipico in Regno Unito e in molti Paesi nordeuropei, non più necessariamente il punto centrale della stanza. Il suo posto è stato preso dal televisore che, presente nella maggior parte delle case dalla fine degli anni ‘60, è diventato un pezzo di arredo fondamentale.*

**

***Anni ‘70***

*In questo periodo, era diventato di moda combinare in modo eclettico sedie e divani di diversi stili e colori, anche se nelle abitazioni più tradizionali il salotto coordinato ha continuato a rappresentare la soluzione preferenziale.*

*Per i mobili, si è diffuso sempre più l’uso di nuovi materiali, quali il vetro, l’alluminio e la plastica. Colori come l’arancio e il verde avocado erano diffusi in tutta Europa, così come le sedie tulipano, le loro copie e i tappeti a pelo lungo.*

*I televisori e i sistemi Hi-Fi sono diventati iconiche opere di design da esporre. Nella maggior parte dei soggiorni, i mobili monoblocco sono stati sostituiti da sistemi contenitivi più moderni e modulari composti da scaffali, vano TV, armadietti, cassetti e unità bar a ribalta.*

**

***Anni ‘80***

*In questo decennio, sono accadute molte cose: sono stati realizzati alcuni film cult e molti musicisti intramontabili hanno raggiunto il successo. Sono tornati di moda i mobili in legno pesante e si è fatto un uso enorme dei colori pastello e dei motivi floreali. Ogni divano, cuscino e tappeto presente nei soggiorni di tutta Europa era un inno ai toni scuri o pallidi.*

*Contemporaneamente, c’era anche un’altra grande tendenza ispirata al postmodernismo, con colori e motivi audaci e vistosi,* *lo stile Memphis, in riferimento al gruppo di artisti e designer, chiamato appunto Memphis, fondato nel 1981 dal designer italiano Ettore Sottsass*.

*In questo decennio, i televisori, utilizzati come schermo sia per le console di videogiochi che per guardare i nastri VHS, hanno assunto maggiore importanza. Il nuovo utilizzo dei televisori ha influenzato enormemente l’arredo del soggiorno. I mobili TV sono diventati più grandi, per far spazio ai nuovi supporti e agli accessori, e il soggiorno si è aperto ad armadietti, librerie e scaffali colmi di file di videocassette e videogiochi.*

**

***Anni ‘90***

*In questo decennio è stato recuperato un certo gusto minimalista. Gli interni venivano progettati all’insegna della semplicità e della sobrietà.*

*In Regno Unito, è emersa per breve tempo la moda dei mobili gonfiabili e fluorescenti, mentre nel resto d’Europa erano di tendenza e considerati cool i mobili bianchi o beige. I motivi ad edera sulle pareti e i finti fiori di seta si sono distinti fra le maggiori tendenze.*

*I televisori color argento, che nei primi anni ‘90 erano ancora di dimensioni ingombranti, sono diventati piatti e più sottili verso la fine del decennio, mentre i nastri VHS sono stati sostituiti da CD e DVD. Questi cambiamenti hanno rivoluzionato ancora una volta l’aspetto del soggiorno all’inizio del 2000.*

**

***Anni 2000***

*Con il passaggio al nuovo secolo, il minimalismo è stato gradualmente abbandonato, lasciando il posto a espressioni più luminose e audaci. Le pareti ornamentali con stampe floreali e di design acquistano popolarità. Il continuo progresso tecnologico ha esteso l’uso di Internet che è stato integrato all’interno della casa. Come il computer, il televisore non ha più la forma di una grossa scatola ingombrante, ma è diventato uno schermo piatto di grandi dimensioni che, collegato a un impianto di diffusori, ricrea l’ambiente dell’home cinema.*

*In questo decennio, la forma piatta è diventata uno standard, portando con sé il desiderio di mobili accessibili e semplici da assemblare. Dopo gli anni ‘90, le persone hanno cercato di comunicare la propria personalità con l’arredo, poi appendendo foto e cornici alle pareti e ricorrendo a un uso più elaborato del colore e della carta da parati.*

**

***Giorni nostri***

*Negli ultimi anni, in molti paesi europei si è assistito a un fenomeno chiamato “Urban Living”. C’è la tendenza a tornare a vivere nel centro delle grandi capitali, dove le case sono più costose e gli spazi ridotti. L'esigenza di trasformare il soggiorno in uno spazio multifunzionale è dunque diventata persino maggiore.*

*La tecnologia riveste un ruolo ancor più importante, come dimostrano i televisori con schermi ultrapiatti connessi a Internet e i fornitori di servizi multimediali che consentono di accedere facilmente a enormi raccolte di film e serie TV. Lo spazio non è più occupato da mobili ingombranti che contengono DVD, CD e i vecchi registratori e lettori. Il televisore, che diventa sempre più grande, è il nuovo protagonista del soggiorno insieme al divano.*

*In termini di arredo, oggi “sentirsi bene” fra le mura di casa è un’esigenza reale. Le persone vogliono vivere in uno spazio il cui mood esprime la loro identità in modo unico. Questa filosofia porta alla coesistenza di diverse tendenze, da ambienti con atmosfere minimaliste contemporanee a spazi più personalizzati e massimalisti.*

*Un’altra importante tendenza del design di interni di oggi è quella di portare dentro casa il mondo esterno, rappresentato in ogni elemento del soggiorno, dalle decorazioni alla carta da parati. Altra grande tendenza sono le finiture in ottone e rame. Il velluto è tornato in auge e il blu si sta diffondendo in tutte le sue differenti sfumature, insieme al verde e al rosa pallido.*

**

***Sonia Solicari,*** ***Direttore del Museum of the Home:***

“*La storia della casa è in continua evoluzione. Il modo in cui usiamo le stanze delle nostre case è influenzato dall’epoca in cui viviamo, dalla ricchezza, dall’ambiente sociale e culturale, dalla moda, dal gusto e dai cambiamenti che interessano la società e il panorama politico. La crescente ricerca di spazio sperimentata in molte aree urbane in tutta Europa ha fatto aumentare la domanda di versatili mobili multifunzione ed emergere comportamenti più rilassati e informali. Oggi, le persone che condividono una casa o un appartamento possono cucinare, mangiare, guardare la TV, studiare e persino farsi la manicure nello stesso spazio, cosa impensabile cinquant’anni fa in molte case*.

*La crescente tendenza all’informalità in atto da decenni va fatta risalire almeno all’inizio del 20° secolo, quando, per fare un esempio, i divani sono diventati più spaziosi e morbidi, invogliando le persone a rilassarsi sfogliando una rivista e fumando una sigaretta. Una bella differenza rispetto al 19° secolo, quando il design degli oggetti d’arredo e le convenzioni sociali imponevano alle persone di mantenere una posizione bene eretta sulle sedie, soprattutto in presenza di ospiti.*

*La spinta verso una maggiore flessibilità è stata alimentata dalla rivoluzione digitale: i telefoni cellulari, i programmi on-demand, gli assistenti virtuali attivati tramite comandi vocali hanno cambiato il nostro modo di vivere e abbattuto alcuni confini all’intero delle nostre abitazioni. Le aree soggiorno open space che riuniscono cucina, sala da pranzo e salone sono sempre più popolari e diffuse.*

*Per molte persone, il non plus ultra del lusso domestico consiste nel ricreare un intrattenimento più pubblico o commerciale a porte chiuse. Il report di Sony sulla diffusione dei televisori di grandi dimensioni evidenzia il desiderio di un’esperienza di home cinema, sia per una maratona in solitaria sia per una serata a base di film e popcorn con parenti e amici.*

*Negli anni ‘60, in molte abitazioni, il televisore ha sostituito il camino come punto centrale del soggiorno. La mensola sopra il caminetto rappresenta il principale spazio di esposizione degli oggetti ornamentali più preziosi, come orologi o specchi. Molte persone continuano a riempire gli scaffali di libri, oggetti e piante, ma anche il televisore può essere un modo di esprimere la propria disponibilità economica e il proprio gusto. La possibilità di riprodurre contenuti su dispositivi personali, come telefoni e tablet, fa sì che il televisore sia sempre più il simbolo di un momento di condivisione: domina una stanza e fa da sfondo alla nostra vita*.”

**IN CHE MODO LA SOCIETÀ HA DATO FORMA AL SOGGIORNO**

Secondo il report “L’evoluzione del soggiorno di casa”, pubblicato insieme a un sondaggio condotto su 6.000 consumatori europei e a una serie di considerazioni elaborate da alcuni esperti del settore, i cambiamenti dell’arredamento e del comportamento delle famiglie e l’avanzata dei contenuti in streaming non hanno impedito al televisore di continuare a essere l’elemento centrale del soggiorno.

Dal lancio del primo TV di Sony nel 1960 e con il crescere della sua popolarità, questo elettrodomestico è diventato un elemento centrale e imprescindibile del soggiorno. Nel caso specifico dell’Italia, un terzo (33%) ritiene addirittura che il televisore sia l’oggetto più importante della stanza, secondo soltanto al divano da cui viene guardato. Una tendenza che non mostra segni di rallentamento: il 64% delle persone europee intervistate ha dichiarato, infatti, di guardare la televisione tanto quanto dieci anni fa, se non di più.

Oltre a rimanere una presenza costante al centro del soggiorno, i TV si sono evoluti per soddisfare le esigenze dei telespettatori. Mentre in origine le famiglie si riunivano intorno a schermi da 8”, ora i soggiorni in stile sala cinematografica stanno diventando la norma: prodotti come il TV XG95 di Sony mostrano come dispositivi di dimensioni maggiori possano adattarsi a spazi pressoché invariati, grazie a un design ottimizzato e allo sviluppo di funzionalità superiori come la tecnologia Acoustic Multi-Audio. Nella parte posteriore del televisore sono stati inseriti due sound positioning tweeter che, insieme agli altri componenti del sistema audio, fanno in modo che il suono provenga dal centro dello schermo, facendo coincidere armonicamente audio e video.

Come sottolineato dagli **interior designer italiani Stefano Mich e Alessandro de Pompeis**: *“Le televisioni più ingombranti sono state sostituite da dispositivi profondi soltanto 10 cm o meno, come il TV XG95 con i suoi 6,9 cm, per cui abbiamo dovuto adattare il design dei nostri salotti di conseguenza. Attualmente, uno dei primi elementi da prendere in considerazione nella progettazione di un salotto è: in che punto verrà posizionato il televisore? Si abbinerà ai mobili? C’è spazio per i diffusori? Ormai il TV non è più qualcosa da nascondere nell’armadio: è parte dell’arredamento”.*

Infatti, l’XG95, come la maggior parte dei TV di Sony, abbina a un design minimalista una gestione ordinata dei cavi che non sono lasciati a vista ma dal pannello posteriore.

**Sonia Solicari, Direttore del Museum of the Home**, ha affermato: *“Per molte persone, il non plus ultra del lusso domestico consiste nel ricreare un intrattenimento più pubblico o commerciale a porte chiuse. Il report di Sony sulla diffusione delle televisioni di grandi dimensioni evidenzia il desiderio di un’esperienza di home cinema, sia per una maratona in solitaria sia per una serata a base di film e popcorn con parenti e amici”.*

Secondo **Takayuki Miyama, Head of TV Product Planning and Marketing di Sony Europa**, *“Negli anni i televisori di Sony si sono sempre dimostrati all’avanguardia dell’innovazione. Il lancio della serie XG95 rappresenta un traguardo fondamentale. Siamo consapevoli del ruolo centrale del TV a livello domestico, per cui abbiamo voluto elaborare un dispositivo all’insegna della versatilità con sistema X-Wide Angle† integrato, per consentire ai telespettatori di godere di immagini di qualità superiore da qualsiasi angolo di osservazione. Inoltre, la modalità calibrata per Netflix e IMAX Enhanced garantisce la massima aderenza ai contenuti originali ricreati dal regista sul set, mentre la tecnologia X-Motion Clarity assicura una fluidità al top per una visione ottimale dei programmi sportivi e Acoustic Multi-Audio offre un audio impeccabile senza bisogno di dover ricorrere a diffusori visibili. Qualora tutto questo non fosse abbastanza, abbiamo elaborato una gamma completa di TV di diverse dimensioni, adatti a qualsiasi casa.”*

**STREAMING SENZA STRESS**

Nonostante la TV venga guardata con una frequenza che non ha precedenti, con un tempo di visione medio a persona di oltre 15 ore a settimana, la fascia della “prima serata” è destinata a scomparire, in quanto solo il 6% delle persone guarda con regolarità un programma in diretta televisiva, preferendo invece lo streaming o la catch-up TV.

Da una ricerca\* condotta nell’ambito del report “L’evoluzione del soggiorno” di Sony è emerso che, mentre da un lato la TV in diretta sta perdendo terreno, dall’altro l’esperienza di sedersi di fronte alla TV mantiene una certa popolarità. Oltre che per i videogiochi (l’85% degli intervistati italiani conferma di aver giocato da giovane e il 96% afferma che tutt’oggi i figli utilizzano il TV per i videogiochi), l’81% del campione preferisce guardare i propri programmi e film preferiti in streaming sulla propria TV anziché su altri dispositivi, dato che cresce nel caso specifico dell’Italia a 84%. Questo per il fatto offre una maggiore comodità (lo sostiene l’82% degli intervistati italiani), un livello di qualità video (55%) e audio (40%) superiore. In effetti, un terzo degli intervistati, sia europei che nel caso dell’Italia, dichiara che il televisore è l’oggetto più importante del soggiorno.

Gli europei apprezzano la comodità di visione offerta dalla TV, come indicato dalle persone intervistate di Regno Unito, Paesi Bassi, Francia, Belgio e Italia; ma è in Germania che la qualità di visione dei moderni impianti TV è maggiormente apprezzata.

Il report ha inoltre rilevato che gli spettatori ora preferiscono i contenuti in streaming alla TV “programmata”. Le motivazioni addotte includono la flessibilità offerta dallo streaming, rispetto alle limitazioni imposte dalla programmazione in diretta (50%), nel caso specifico dell’Italia il 43%, la possibilità di trovare tempo per la visione dei programmi nonostante orari di lavoro più lunghi (32%) e di guardarli insieme ad amici e/o partner (31%).

Questa popolarità ha spinto i produttori di TV a concepire apparecchi in grado di adattarsi alle funzioni offerte, per integrare lo streaming, con modelli, come XG95 di Sony, che prevedono una modalità calibrata per Netflix, in modo da consentire agli utenti di guardare i contenuti secondo “le intenzioni dei filmmaker”.

Guardare la TV continua anche a essere un’esperienza condivisa, con il 48% delle persone sedute di fronte al televisore con la propria famiglia, ogni giorno. Un’esperienza più che mai semplice, anche per le famiglie più numerose, grazie a caratteristiche come il sistema X-Wide Angle† del modello XG95 di Sony, sinonimo di immagini di qualità impeccabile, indipendentemente dall’angolo divisione.

L’**esperta in psicologia e commentatrice televisiva britannica Emma Kenny** commenta così i risultati: *“La televisione non è semplicemente un mezzo che permette di usufruire di una serie di contenuti. Rappresenta numerose e diverse variabili e raggiunge gli individui in modi assolutamente unici.*

*Nonostante la società sia cambiata notevolmente dall’introduzione del primo televisore a oggi, molti dei nostri comportamenti sociali sono rimasti invariati. Siamo sempre degli esseri “sociali” che danno valore al tempo trascorso in famiglia e, considerata la vena nostalgica legata al “momento della TV” presente in tutta Europa, non mi sorprende che le famiglie continuino a guardare la TV insieme, come un’esperienza condivisa.*

*In genere il televisore viene posto al centro della casa e, nonostante spesso siano presenti più apparecchi in una sola abitazione, tende a esserci una sorta di TV “principale” circondata da divani e collocata in posizione centrale rispetto al soggiorno. Questa disposizione rappresenta una connessione a più livelli. Una connessione con la tecnologia, con i personaggi e i programmi che si sceglie di vedere, ma soprattutto, una connessione con chi ci sta intorno, perché spesso si condivide l’esperienza di visione con gli amici e la famiglia. Questa esperienza condivisa favorisce i legami e rappresenta l’appartenenza, che è fondamentale per una salute mentale positiva e per il benessere.*

*Se, da un lato, portatili e telefoni consentono agli utenti di visualizzare programmi e serie praticamente ovunque, dall’altro il risultato è un’esperienza visiva più isolata, a cui mancano gli aspetti più importanti che si hanno quando si guarda la televisione.*

*La soddisfazione che si prova stando seduti sul proprio divano in totale relax a guardare il proprio programma preferito e avendo contemporaneamente accesso a tutti i comfort di casa è un’esperienza appagante. Avere la possibilità di staccare completamente la spina e, al tempo stesso, di sintonizzarsi sul proprio programma preferito permette di evadere dalla realtà, favorendo una diminuzione dello stress e aumentando i pensieri positivi.”*

L’esperta prosegue: *“Il binge watching è un fenomeno completamente moderno, che non avrebbe avuto alcun senso per le persone 50 anni fa. I servizi di streaming hanno fatto in modo che questo “effetto Trono di Spade” agisse sulle nostre personalità dipendenti e curiose, rendendoci totalmente dipendenti da una serie che non riusciamo a smettere di guardare. Come abbiamo visto con Trono di Spade, anche la “paura di essere tagliati fuori” gioca un ruolo di primo piano nel successo dello streaming, in quanto il nostro istinto umano naturale vuole essere parte delle esperienze sociali più elettrizzanti.”*

Un ambito in cui la TV in diretta rimane essenziale in tutta Europa è lo sport, con almeno due terzi dei partecipanti che dichiarano di *dover* assistere all’evento in diretta.Ancora una volta, il dato cresce nel nostro paese, con ben il 79% degli intervistati che preferiscono guardare le gare sportive live. La differenza rispetto a vent’anni fa è l’impatto che i social media hanno sulla visione dello sport, con gli italiani più propensi a commentare sui propri canali sociali durante le partite di calcio rispetto a tutti gli altri europei intervistati.

Come afferma **l’ex calciatore inglese Steve McManaman**: “*L’unica eccezione alla visualizzazione di contenuti programmati è lo sport. I fan non possono aspettare di guardare una partita o un evento sportivo, perché diventa subito storia passata. Con la recente introduzione dei social media, dobbiamo guardare lo sport in diretta, altrimenti i risultati ci verranno comunicati da amici o saranno visualizzati su una piattaforma sociale prima ancora di conoscerli! Con caratteristiche quali X-Motion Clarity, presente sul modello XG95 di Sony, non c’è mai stato un momento migliore per guardare le azioni veloci senza la minima perdita di fuoco*.”

**Gavin McCarron, esperto TV di Sony, ha dichiarato**: “*Con l’introduzione del modello XG95, vogliamo offrire agli spettatori la migliore esperienza possibile. Essendo un TV LED Full-Array, offre un contrasto e una luminosità di qualità cinematografica per un livello di dettaglio e profondità più accurato, grazie a zone di LED multiple posizionate direttamente dietro lo schermo. Inoltre, coniugando una serie di caratteristiche, permette una migliore esperienza di visione in ambito gaming, cinema e sport.*

*“La tecnologia X-Wide Angle† consente, inoltre, a chi guarda di posizionarsi in un punto qualsiasi della stanza, senza che l’immagine visualizzata cambi; X-Motion Clarity favorisce la visualizzazione di immagini sportive con la massima nitidezza, mentre con la modalità calibrata per Netflix è possibile guardare film e programmi in streaming il più vicino possibile alle “intenzioni dei filmmaker”. Quindi, non solo allevia la pressione sulla programmazione, ma garantisce anche la migliore esperienza possibile.”*

**LE DIMENSIONI CONTANO**

Nonostante l’aumento della popolarità di dispositivi portatili piccoli e pratici, i televisori sembrano andare in controtendenza, con dimensioni sempre più importanti.

Secondo la ricerca condotta da Sony in Europa\* nell’ambito del report “L’evoluzione del soggiorno di casa”, nel caso specifico dell’Italia quasi un quarto degli intervistati (il 24%) vorrebbe avere un dispositivo tra i 49 e i 55 pollici e, sempre nel nostro paese, il 29% vorrebbe un TV superiore ai 55 pollici.

Il desiderio di avere in salotto un TV extra-large è più forte in Francia, dove oltre un quarto dei consumatori (26%) afferma che preferirebbe un dispositivo da 65 pollici o più, ma anche il Belgio segue la stessa tendenza, con un intervistato su cinque che dichiara di preferire gli schermi superiori a 65 pollici.

In realtà, possedere un televisore di grandi dimensioni è un bisogno rilevante, dal momento che una persona su dieci afferma di considerarlo tra i principali status symbol. più di smartphone e tablet (7%), abiti firmati (7%) o orologi costosi (6%). Dato che cresce al 13% - rispetto al 10% del campione europeo - nel caso specifico dell’Italia, dove si conta il maggior numero di persone che desiderano un TV migliore, con il 57% degli intervistati che vorrebbe un TV più grande.

Nonostante in genere si pensi che siano gli uomini a essere ossessionati dalle dimensioni, anche le donne reputano importante avere un televisore di grandi dimensioni, con il 43% di esse che vorrebbe un TV più grande. Tuttavia, gli uomini tendono marcatamente ad abbracciare la filosofia “più grande è, meglio è” e sono il 10% più propensi ad ambire a un apparecchio più grande di quello che hanno.

Malgrado la tecnologia continui ad ampliare il ventaglio di modalità e strumenti per guardare la TV, gli spettatori apprezzano sempre di più la qualità associata alla visione su uno schermo più grande rispetto a un piccolo dispositivo, con una maggioranza schiacciante dell’80% che sceglie la TV come strumento ideale per un’esperienza visiva superiore. Tra le ragioni alla base di questa preferenza, la maggiore comodità (72%), la migliore qualità visiva (60%) e l’effetto visivamente imponente del dispositivo nel contesto domestico (18%).

Gavin McCarron, esperto di TV Sony, commenta: “*Vorremmo che i nostri contenuti di intrattenimento fossero sempre riprodotti nelle condizioni migliori, e gli schermi di grandi dimensioni con standard di qualità dell’immagine top di gamma come il modello XG95 di Sony sono lo strumento perfetto per un’esperienza visiva eccellente. Il TV di ultima generazione XG95 di Sony offre la tecnologia X-Wide Angle†, per garantire una visione ottimale da qualsiasi posizione anche negli spazi più ridotti. Inoltre, grazie alla modalità calibrata per Netflix e a IMAX Enhanced, l’esperienza del cinema è ricreata perfettamente nel comfort dell’ambiente domestico*.”

La psicologa britannica esperta di TV Emma Kenny spiega perché le persone preferiscono i televisori di grandi dimensioni e li considerano status symbol:

*‘Che ci piaccia o no, associamo il possesso di oggetti che “si notano” a un segno di successo. Il mercato dei TV di grandi dimensioni è cresciuto, e questo lo ha reso un ambiente competitivo. Se vuoi sembrare una persona affermata con una casa moderna, gli status symbol sono importanti. Il sistema di valori per cui “più grande è, meglio è” trova nel mondo dei televisori la sua espressione più evidente.*

*Il salotto di casa si è trasformato in un cinema domestico, facendo sì che l’esperienza visiva sia oggi la migliore possibile. Molte persone non possono permettersi un abbonamento allo stadio per seguire la propria squadra del cuore, ma possono sentirsi come se fossero sugli spalti guardando la partita su uno schermo grande e di qualità.*

*Nonostante possa sembrare una semplice questione di egocentrismo, un’altra probabile ragione è che il televisore rappresenta spesso il cuore di un’esperienza di condivisione. Al contrario di un orologio pregiato o di un’auto costosa, di cui il proprietario gode in modo individuale, il televisore viene utilizzato a vantaggio di chiunque viva in casa o vi faccia visita. Quindi, se da un lato può essere considerato un modo per pavoneggiarsi, dall’altro non mancano alcuni elementi di altruismo. Ecco perché chi segue eventi sportivi alla TV tende comunemente a invitare parenti e amici: per fare in modo che i propri cari possano godersi le sue scelte tecnologiche.’*

Takayuki Miyama, Head of TV Product Planning and Marketing di Sony per l’Europa, ha spiegato: “*Negli anni abbiamo riscontrato una crescita continua della popolarità dei TV di grandi dimensioni; tra i fattori che hanno contribuito a questa tendenza c’è il sempre maggiore desiderio di vivere esperienze di home-cinema ottimali, forse in risposta alla emergente propensione a guardare contenuti mentre si è in movimento, unito ai prezzi via via più accessibili dei TV. Oggi, con dispositivi come XG95 di Sony, i consumatori possono acquistare un TV con dimensioni fino a 85” a un prezzo significativamente inferiore rispetto al passato*.’

**Il FUTURO DEL SOGGIORNO DI CASA**

L’innovazione tecnologica ha permesso alle persone di iniziare ad abbattere le pareti che hanno costruito in passato nelle proprie case. I progressi fatti nella tecnologia di riscaldamento domestico e negli apparecchi da cucina, come le ventole, hanno di fatto reso inutile ricorrere alle pareti per trattenere il calore e tenere lontani gli odori. Inoltre, sono disponibili nuove modalità per mantenere TV e console di gioco fuori dalla vista quando non sono in uso.

In molte città europee, accanto alla domanda di spazio da parte delle persone, vi è la ricerca di soluzioni in grado di ottimizzare gli spazi esigui a propria disposizione. A differenza del passato, non è più sostenibile destinare una stanza a un solo utilizzo, ma occorre renderla il più versatile possibile. Per molte persone, il non plus ultra del lusso domestico è incarnato dalla presenza di una stanza dedicata al relax.

Perciò oggi si vede una tendenza che di fatto recupera quella che era la struttura domestica medievale, con un’unica stanza in uno spazio centrale dove mangiare, bere, trascorrere il tempo libero e guardare la TV. Gli spazi un tempo adibiti a stanze a uso esclusivo, oggi vengono dedicati a lussi della vita moderna, come bagni privati in camera e cabine armadio.

**XG95 di Sony**

Già disponibile, il modello XG95 è un TV LED Full-Array che offre immagini di qualità cinematografica tra le pareti domestiche.

Grazie al potente processore d’immagine X1™ Ultimate, XG95 garantisce un’esperienza di visione 4K HDR spettacolare, con livelli di dettaglio e nitidezza senza paragoni. La rimasterizzazione HDR “object-based” garantisce migliore profondità, una texture più accurata e, in ultima analisi, immagini più realistiche.

Il sistema X-Wide Angle† di XG95 è sinonimo di immagini di qualità impeccabile, indipendentemente dall’angolo di osservazione, e offre una qualità d’immagine migliorata, superiore alle normali capacità di un TV LCD, grazie all’esclusivo schema ottico di Sony e alla tecnologia X-Motion Clarity™.

E, per un’esperienza di intrattenimento ancora più coinvolgente, la serie XG95 vanta il sistema Sound-from-Picture Reality™ con innovativa tecnologia Acoustic Multi-Audio™ di Sony.

Il TV XG95 è dotato di modalità calibrata per Netflix, IMAX Enhanced\*\*, Dolby Vision™ e Dolby Atmos™\*\* per un’esperienza visiva il più possibile vicina alle intenzioni dei filmmaker.

Per una casa e un televisore ancora più smart, il modello XG95 è dotato di Assistente di Google integrato\*\*\*, nonché di microfono interno per il controllo vocale “hands-free”. In più, un’interfaccia utente di nuova concezione consente di accedere in modo fluido e semplice alle app preferite e alle impostazioni.

**Sony Corporation**

Sony Corporation è una “creative entertainment company” con solide fondamenta basate sulla tecnologia. Dal gaming e i servizi online, alla musica, al cinema, all’elettronica, ai semiconduttori e ai servizi finanziari - l’obiettivo di Sony è riempire il mondo di emozione attraverso il potere della creatività e della tecnologia. Per ulteriori informazioni relative a Sony, visitare il sito <http://www.sony.net/>.

**Il report**

Il report utilizza i dati provenienti dalla società di ricerca di mercato One Poll che ha condotto il sondaggio e la ricerca dei dati in tutta Europa. Le statistiche riportate all’interno del documento fanno riferimento a 6.500 partecipanti intervistati in Regno Unito, Francia, Italia, Germania, Paesi Bassi e Belgio.

\*Ricerca su 6.000 consumatori europei condotta da One Poll nell’aprile del 2019. Distribuzione dei partecipanti:

1.000 Regno Unito

1.000 Francia

1.000 Italia

1.000 Germania

1.000 Paesi Bassi

1.000 Belgio

\*\*Disponibile tramite futuro aggiornamento software

\*\*\*La disponibilità varia a seconda della regione

†Disponibile nei modelli da 75” e 85”

‘If Walls Could Talk’[**bbc.co.uk**](https://www.bbc.co.uk/history/british/middle_ages/history_of_home.shtml)

‘The Story of our Rooms’[**bbc.co.uk**](https://www.bbc.co.uk/news/magazine-12483492)

‘The Story of our Rooms’ [**bbc.co.uk**](https://www.bbc.co.uk/news/magazine-12483492)