

ECCO PERCHÉ L'ITALIA È DIGITALE

Questo numero speciale di Digita, in occasione della quinta Conferenza nazionale sul digitale terrestre, raccoglie una sintesi dei principali dati raccolti nel quarto rapporto sulla TV digitale in Italia e in Europa. Tra i tanti dati sulla penetrazione, sulla diffusione e sugli ascolti raccolti dal digitale terrestre, tutti indicatori con una imponente crescita, vale la pena sottolinearne uno: quello relativo all'Italia che avremo tra poco meno di sette mesi, a conclusione del processo di passaggio al digitale previsto per le sei Regioni del Nord Italia.

Ebbene a fine 2010 quasi l'85% della popolazione avrà un ricevitore digitale terrestre nelle proprie abitazioni. Ecco perché l'Italia è digitale. Ecco perché si può davvero pensare ad un'anticipazione di un anno del termine del processo di switch-off e concludere il passaggio già entro il 2011. La Spagna lo ha già fatto e la Francia si appresta a farlo.

Noi, con il coinvolgimento di tutti, possiamo raccogliere anche quest'altro ambizioso obiettivo. Per mantenere il primato europeo e nell'interesse delle imprese, delle istituzioni e degli utenti ma soprattutto del nostro Paese.

SOMMARIO

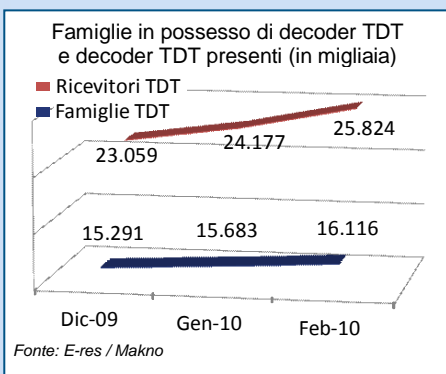
- ➔ GLI ULTIMI DATI DEL DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA 1
- ➔ RESOCONTO DALLE AREE ALL DIGITAL 2009 2
- ➔ LA TDT IN EUROPA: ANALISI COMPARATA 3
- ➔ LA TDT IN ITALIA NEL 2010 4

LA DIFFUSIONE

16,1 MILIONI DI FAMIGLIE TDT

Secondo i dati E-res/Makno, al mese di febbraio il numero delle famiglie dotate di almeno un ricevitore TDT nella residenza principale si è attestato a 16.116.000, con una crescita di circa 430 mila unità rispetto al dato di gennaio.

Il numero dei ricevitori TDT, esterni o integrati, presenti nelle famiglie cresce più che proporzionalmente al numero delle famiglie TDT. A febbraio sono infatti oltre 25,8 milioni i ricevitori TDT presenti nelle abitazioni (+ 1,6 milioni rispetto a gennaio). Una quota rilevante dei nuovi ricevitori viene utilizzata per adeguare i TV set diversi dal principale.

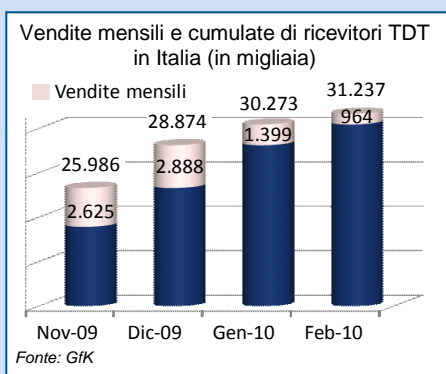


LA VENDITA DI APPARATI

1 MILIONE DI PEZZI A FEBBRAIO

Secondo le rilevazioni GfK, a febbraio le vendite di ricevitori TDT si sono attestate poco al di sotto del milione di pezzi (964 mila). Pur in assenza di switch-off, le vendite sono dunque proseguite a ritmo sostenuto. Del totale dei pezzi venduti a febbraio, il 56% (541 mila unità) sono ricevitori integrati, il restante 44% (423 mila) STB esterni.

Il numero cumulato di ricevitori TDT venduti dal febbraio 2004 supera i 31 milioni attestandosi a quota 31.237.000. Di questi, 18,4 milioni (il 58,9% del totale) sono STB esterni, i rimanenti 12,8 milioni (41,1%) sono ricevitori integrati.

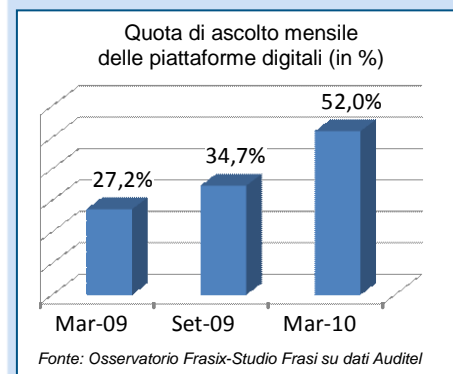


GLI ASCOLTI

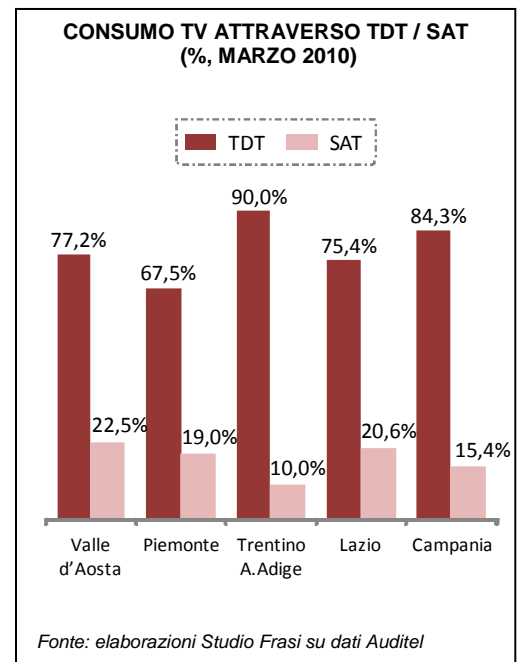
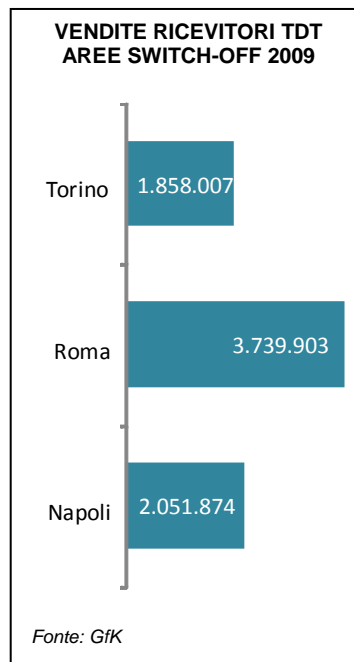
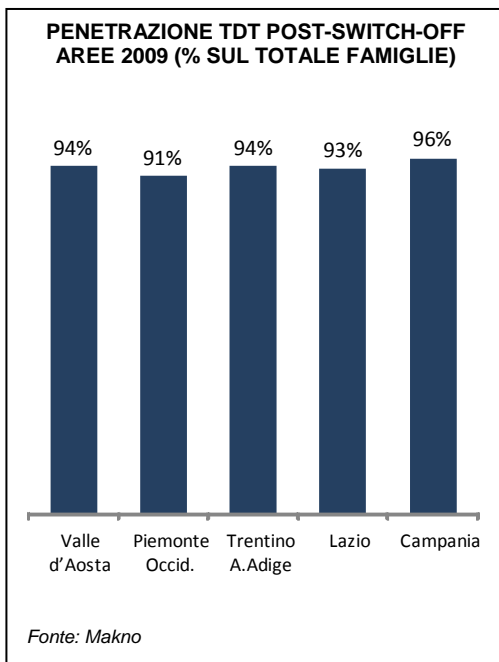
CONSUMO TV DIGITALE AL 52%

La maggior parte delle famiglie italiane utilizza una piattaforma digitale per seguire la TV. L'Osservatorio sulla TV digitale dello Studio Frasi rileva come a marzo 2010 tale quota abbia raggiunto il 52%, quasi un punto percentuale in più rispetto a febbraio: si conferma il superamento della tv analogica.

Solo un anno fa il consumo di TV digitale era del 27,2%, a settembre scorso del 34,7%, con una crescita del 50% negli ultimi 6 mesi. Più di ogni altra piattaforma cresce la TDT, che segna un raddoppio negli ultimi 6 mesi (+94%) e che sale anche in assenza di transizioni di area, 35,7% a marzo, +4,5 punti percentuali dall'inizio dell'anno. La TDT vale da sola il 69% del consumo digitale nel nostro Paese.



RESOCONTO DALLE AREE ALL DIGITAL 2009



Il 2009 ha visto passare al digitale il 27% della popolazione italiana in Valle d'Aosta, Piemonte Occ., Trentino Alto Adige, Campania. 6 milioni di famiglie, oltre 6.100 impianti e 220 emittenti fra nazionali e locali sono stati coinvolti nel processo, tre grandi aree urbanizzate (Torino, Roma, Napoli) e diverse aree di montagna.

➔ PENETRAZIONE E CONSUMI

La digitalizzazione è avvenuta soprattutto ad opera del digitale terrestre: a switch off avvenuto nelle 5 aree oltre il 91% delle famiglie ha almeno un decoder digitale terrestre, e sono molte le sovrapposizioni di piattaforme digitali nella stessa abitazione se non sullo stesso televisore. Oltre il 78% del consumo televisivo avviene attraverso un decoder TDT (a fronte del 17,5% in media del satellite). Nelle aree all digital il digitale terrestre in un anno (marzo 2010 su marzo 2009) ha moltiplicato per 7 la sua quota di consumo, il satellite ha perso in media il 20% circa. La quota di ascolti dei nuovi canali solo digitali, pari al 10% complessivo sul totale Italia, raddoppia nelle aree all digital e i pubblici iniziano a segmentarsi per aree tematiche e fasce d'età. Fra i canali più popolari della nuova offerta si segnala il segmento kids/bambini, minigeneralisti/intrattenimento e sport.

➔ VENDITE RICEVITORI

Il passaggio ha avuto anche un forte impatto sulle vendite di ricevitori TDT: oltre 7,6 milioni di pezzi venduti nelle sole aree di Torino, Roma e Napoli nel 2009, pari al 44% del totale venduto Italia. Nelle aree di transizione su 5 decoder DTT venduti, 4 sono esterni - e di questi oltre il 50% zapper - e 1 è un televisore integrato: nelle fasi di transizione è la dotazione dei secondi e terzi televisori a spingere il mercato verso i decoder esterni, in periodi normali il rapporto esterni /iDTV torna 3 a 2.

➔ OFFERTA

Sono 40 i canali nazionali gratuiti nelle aree all digital, cui si aggiungono una media di 3/4 reti digitali per operatore a livello locale. L'ultimo anno ha visto l'offerta TDT arricchirsi dei canali RaiSat, e di nuove offerte, da ultimo Cielo dell'operatore Sky (novembre), La 7D (marzo), a maggio debutta La5. All'offerta free si affianca la pay, light e flessibile di 2 operatori nazionali, 3 a livello locale. Arrivano sul mercato i primi decoder HD con porta ethernet e canale di ritorno a larga banda (bollini DGTVi silver e gold): alta definizione, interattività piena e fruizione tramite TV dei servizi e dei contenuti della rete saranno le nuove offerte.

➔ CRITICITÀ E BEST PRACTICE

I passaggi del 2009, che hanno coinvolto aree molto diverse per caratteristiche orografiche e densità abitativa, hanno dimostrato che inizialmente il pubblico - in particolare le fasce più anziane - incontra problemi variamente attribuiti alla sintonizzazione/installazione dei nuovi terminali o alla ricezione del segnale con conseguente calo degli ascolti a livello locale. Tali problemi rientrano già a partire dalla seconda settimana dal passaggio, il pubblico acquisisce familiarità con i nuovi terminali e la nuova offerta e provvede a dotare di ricevitori digitali tutti i televisori. Anche l'ascolto risale da subito, in media alla seconda settimana rientra a livelli fisiologici di oscillazione, alla ottava supera stabilmente il totale ascolto dell'anno precedente: dopo la discontinuità del passaggio la nuova TV conquista nuovi pubblici (teste e tempi di consumo). Rimane un'area critica stimabile, a seconda delle aree, intorno al 5-10%, con problemi di adeguamento dell'impianto di ricezione o di copertura. Problemi di copertura si sono di norma riscontrati in aree già carenti in ricezione analogica. Per queste è stata predisposta la copertura complementare di TivuSat. In casi di impianti di comunità montane l'emittente pubblica Rai è intervenuta adeguandone alcuni (in convezione, modello Piemonte). Fra le *best practice* dai passaggi 2009 citiamo anche: l'assistenza domiciliare per l'installazione dei decoder per le fasce anziane attivata in Val d'Aosta e Trentino Alto Adige e i prezzi calmierati per interventi sugli impianti di ricezione attivati in Campania e Lazio.

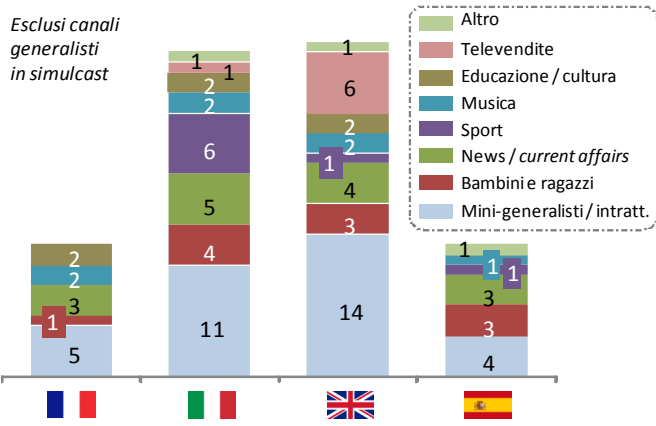
LA TDT IN EUROPA: ANALISI COMPARATA

L'OFFERTA DELLA TDT

L'Italia è il primo Paese per numero di canali gratuiti e varietà della scelta. Includendo anche quelli ricevibili nelle aree *all digital*, sono 40 i canali nazionali *free* accessibili sulla TDT italiana, 5 volte il numero dei canali analogici. Nell'ultimo anno, si è fortemente arricchita l'offerta mini-generalista e di intrattenimento (11 canali gratuiti disponibili). I canali gratuiti su TDT sono invece 38 nel Regno Unito (oltre 7 volte il numero di canali analogici), 19 in Spagna (3 volte) e 18 in Francia (3 volte).

L'Italia vanta il primato anche sul versante delle offerte a pagamento su TDT, per ricchezza dell'offerta, numerosità degli operatori presenti e numero di abbonati.

L'OFFERTA GRATUITA DELLA TDT AL MARZO 2010 (N. CANALI)



Fonte: e-Media Institute su fonti varie. Nota: per l'Italia sono considerati anche i canali ricevibili nelle sole aree di switch-off. Esclusi canali locali e regionali, canali HD, canali time-shifted e "di servizio".

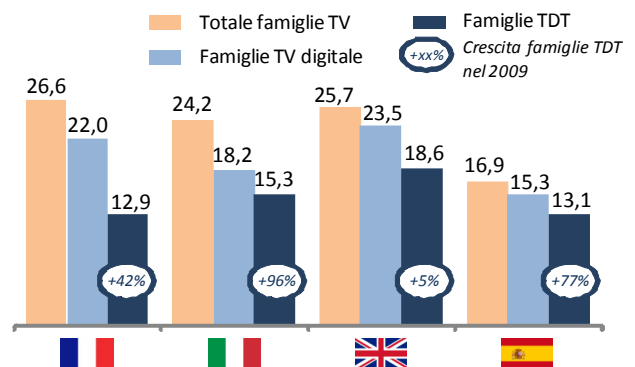
LA DIFFUSIONE DELLA TDT

La TV europea è già digitale. Nei quattro maggiori mercati TV europei a prevalente ricezione terrestre sono oltre 77 milioni, l'83% del totale, le famiglie già dotate di un ricevitore digitale. Si tratta di 16,5 milioni di "nuove" famiglie digitali in un anno, la maggior parte delle quali acquisite dalla TDT.

Il Regno Unito è il mercato più digitalizzato, con il 91% delle famiglie che riceve qualche forma di TV digitale, seguito da Spagna (90%), Francia (83%) e Italia (75%). In tutti questi Paesi la TDT è la prima piattaforma digitale per diffusione.

Grazie all'avanzamento deciso dei piani di transizione, in Spagna e Italia si è registrato nel 2009 quasi un raddoppio del numero di famiglie dotate di almeno un ricevitore TDT. In Italia, le famiglie TDT sono passate in un anno da 7,8 a 15,3 milioni.

FAMIGLIE TV DIGITALI E FAMIGLIE TDT A FINE 2009 (MILIONI)



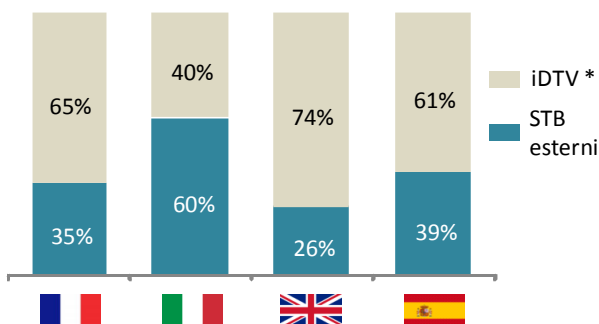
Fonte: ITMedia Consulting su dati Ofcom, Impulsa TDT, CSA, Makno

LE VENDITE DI RICEVITORI TDT

Nel 2009 la crescita nelle vendite di apparecchi TDT - siano essi STB esterni, televisori con tuner integrato (iDTV) o ricevitori integrati in altri apparati - è stata imponente. Nell'ultimo semestre 2009, il record di vendite è stato senza precedenti, con quasi 30 milioni di ricevitori TDT venduti nei 4 Paesi. La TDT gioca un ruolo fondamentale nella digitalizzazione dell'intero parco televisori delle famiglie: un numero sempre maggiore di ricevitori TDT viene acquistato infatti per adeguare al digitale i secondi e i terzi TVset.

A livello dei 4 Paesi, le vendite di televisori e *device* integrati superano stabilmente quelle dei decoder esterni. In Italia le vendite di iDTV hanno costituito il principale traino della digitalizzazione fino al 2008, mentre nel 2009 rappresentano il 40% del totale degli apparati TDT venduti. Con gli switch-off del 2009 sono infatti cresciute significativamente le vendite di STB esterni, soprattutto *zapper*, per l'adeguamento dei televisori secondari.

RIPARTIZIONE VENDITE APPARECCHI TDT NEL 2009 (% SUL TOTALE)



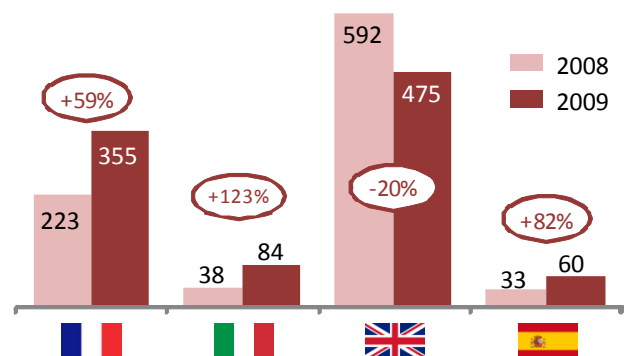
Fonte: ITMedia Consulting su dati GfK, Ofcom, Impulsa TDT. (*) Per Francia e Spagna, il dato iDTV include lettori DVD e PC che incorporano un tuner TDT. Per l'Italia, il dato iDTV include altri *device* con tuner TDT incorporato.

LE RISORSE DELLA TDT

Nel 2009, nonostante la crisi economica in atto e la contrazione degli investimenti pubblicitari televisivi, il segmento della pubblicità sui nuovi canali TDT è comunque cresciuto in 3 dei 4 Paesi considerati. Ad esclusione del Regno Unito, infatti, i ricavi pubblicitari crescono in maniera significativa in Francia (+59,1%), Spagna (+82,4%) e Italia (+123,2%). I nuovi canali erodono quote d'ascolto e si cominciano ad affermare nel mercato pubblicitario.

Regno Unito e Francia si confermano i mercati TDT più maturi per volume di risorse pubblicitarie. In Spagna e Italia all'aumento di consumo attraverso TDT non corrisponde ancora un incremento dell'ascolto multicanale: ma i dati italiani relativi alle zone *all digital*, il doppio rispetto al totale Italia, fanno ritenere che sia prossimo il superamento della soglia di visibilità per i ricavi pubblicitari già a partire da questo anno.

EVOLUZIONE DEI RICAVI PUBBLICITARI TDT (MILIONI DI EURO)



Fonte: ITMedia Consulting su dati OFCOM, IREP, CMT, Infoadex e aziendali

LA TDT IN ITALIA NEL 2010

IL CALENDARIO DEI PASSAGGI 2010

➔ Switch-over (Solo Rai Due e Retequattro)

DATA	AREA	FAMIGLIE COINVOLTE	POP. COINVOLTA
18 Maggio	Piemonte Orientale	696.000	1.556.000
	Lombardia (escl. Mantova)	4.036.000	9.333.000
	Parma e Piacenza	324.000	719.000
	TOTALE	5.057.000	11.608.000

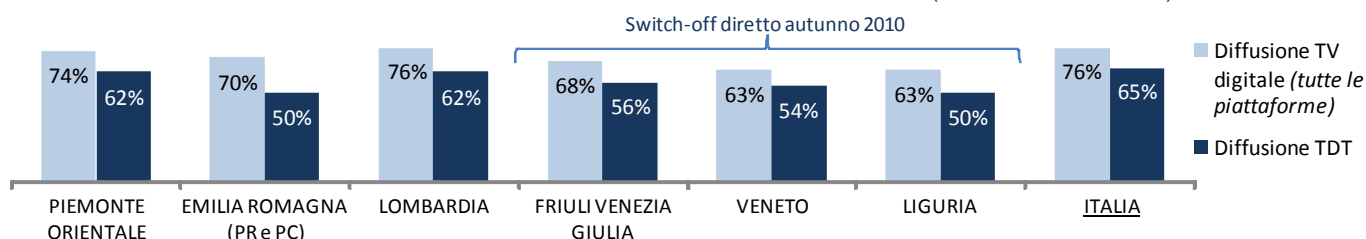
➔ Switch-off (tutti i canali)

DATE	AREA	FAMIGLIE COINVOLTE	POP. COINVOLTA
15 Settembre-20 Ottobre	Lombarda, Piemonte Orientale, Parma e Piacenza	5.507.000	11.608.000
21 Ottobre – 25 Novembre	Emilia Romagna, Veneto e Friuli Venezia Giulia	4.295.000	10.145.000
15 - 30 Ottobre	Liguria (escl. La Spezia)	680.000	1.392.000
TOTALE		10.032.000	23.145.000

LA DIFFUSIONE DELLA TV DIGITALE E DELLA TDT NELLE AREE SWITCH-OFF 2010

La penetrazione della TV digitale è già superiore al 70% in tutte e tre le aree di switch-over 2010, con una punta del 76,2% in Lombardia, valore addirittura superiore alla media nazionale (fonte e-Res/Makno). Alta anche la penetrazione della sola TDT. Per tutte le aree si tratta di valori più alti di quelli registrati nelle aree 2009 allo stesso stadio di avvicinamento al passaggio. Anche per le regioni che faranno direttamente lo switch-off nell'autunno 2010 i dati sono decisamente incoraggianti, con una penetrazione del digitale superiore al 60% e del digitale terrestre superiore al 50% (fonte Auditel).

DIFFUSIONE ATTUALE TV DIGITALE E TDT NELLE AREE DI SWITCH-OFF 2010 (% SUL TOTALE FAMIGLIE)



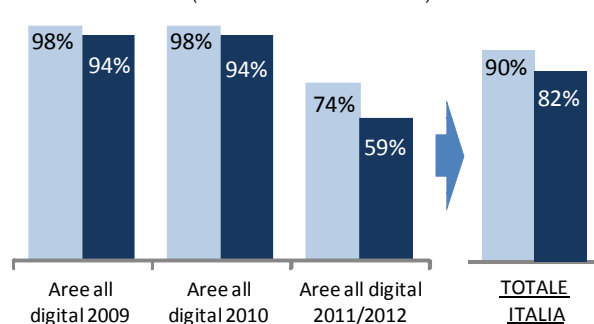
Stima e-Res/Makno per Piemonte Orientale, Emilia Romagna, Lombardia (oversampling wave 1/2010). Dato dotazione Auditel al 14 Aprile 2010 per Friuli Venezia Giulia, Veneto,

LA DIFFUSIONE DELLA TV DIGITALE E DELLA TDT IN ITALIA A FINE 2010

Il passaggio 2009 ha avuto effetti immediati sulla diffusione della TV digitale nel suo complesso e del digitale terrestre che vanno ben al di là dei numeri delle aree digitalizzate. Proiettando tali effetti alla fine del 2010, quando sarà transitato al digitale un ulteriore 40% della popolazione, si può stimare che il 90% degli italiani (21,3 milioni di individui) sarà comunque dotato di almeno un ricevitore digitale e l'82% (19,4 milioni) almeno di un ricevitore digitale terrestre. La stima ipotizza una penetrazione post switch-off nelle aree 2010 analoga a quella rilevata mediamente nelle aree dove lo switch-off è già avvenuto e un aumento "fisiologico" della penetrazione nelle aree con switch-off al 2011/12 e non superiore al 10%.

Ai ritmi di digitalizzazione attuali, lo switch-off "reale", quello nelle case dei telespettatori, sarà di fatto già avvenuto a fine 2010, prima di quello programmato. Un dato che deve far riflettere sull'opportunità di accelerare il processo.

STIMA DIFFUSIONE TV DIGITALE E TDT A FINE 2010 (% SUL TOTALE FAMIGLIE)



Fonte: stima e-Res Makno

DIGITA

Numero 21 - Autorizzazione del Tribunale di Roma n° 218/2008 del 30 maggio 2008.

Editore: Associazione DGTvI, con sede in Roma, Viale Regina Margherita 286, C.F. 07760701008,

email: newsletter@dgvtv.it

Soci DGTvI: Aeranti-Corallo, Dfree, FRT, Mediaset, Rai, Telecom Italia Media.

Direttore Responsabile: Egidio Viggiani

Hanno collaborato: Fabio Carera, Carlotta Ca' Zorzi, Teresa Damato, Vito Di Marco, Tonio Di Stefano,

Alberto Sigismondi, Elena Cappuccio, e-Media Institute, Studio Frasi.

Questo messaggio è inviato alla vostra e-mail in quanto utente registrato dei servizi di DGTvI.

Se non vuole più ricevere questa newsletter, clicchi qui.

