

L'ITALIA È DIGITALE: V CONFERENZA NAZIONALE SUL DIGITALE TERRESTRE

“L'Italia è digitale”. È questo il titolo della V Conferenza Nazionale sul digitale terrestre convocata, come preannunciato nello scorso numero di Digita, per il 3 e 4 maggio prossimi al Teatro dal Verme di Milano. Un appuntamento importante, come in occasione delle precedenti conferenze, non solo per fare un bilancio di quello che è avvenuto dalla Conferenza di Roma in poi ma anche e soprattutto per capire quello che ci aspetta con la stagione del grande switch-off del Nord Italia di quest'anno.

Un appuntamento al quale sono invitati tutti i lettori di Digita ma anche le aziende, piccole, medie e grandi che stanno partecipando a tale passaggio, le istituzioni che lo stanno guidando, ma anche tutti gli uomini e le donne che sono e sono stati protagonisti negli anni di questo grande processo di trasformazione della televisione italiana.

La ricerca sullo stato di diffusione del digitale terrestre in Italia e in Europa, le novità sul piano dell'offerta e dei nuovi canali, le nuove campagne di comunicazione, un bilancio degli switch-off effettuati e di quelli che ci aspettano, un confronto tra i Presidenti di Regione interessati e tra i capi azienda saranno i momenti centrali della Conferenza. Per capire perché ormai l'Italia è digitale.

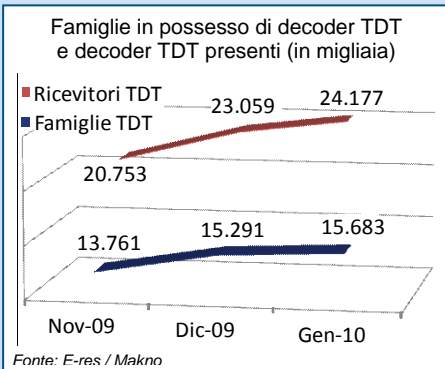
SOMMARIO

- ➔ GLI ULTIMI DATI DEL DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA 1
- ➔ GLI ASCOLTI DEL DIGITALE TERRESTRE 2
- ➔ ARRIVANO I BOLLINI DGTVI GOLD E SILVER 2
- ➔ LA7d e LA5: CRESCE L'OFFERTA FREE SU TDT 2
- ➔ ANALISI: LA NUMERAZIONE DEI CANALI DELLA TDT IN EUROPA 3
- ➔ ES: POCHI GIORNI ALLO SWITCH-OFF DEFINITIVO 4
- ➔ FR: SWITCH-OFF COMPLETATO IN BASSA NORMANDIA 4

LA DIFFUSIONE

15,7 MILIONI DI FAMIGLIE TDT

Secondo i dati E-res/Makno, alla fine di gennaio il numero delle famiglie dotate di almeno un ricevitore TDT nella residenza principale è salito a 15.683.000, con una crescita di circa 400 mila unità rispetto al dato di dicembre. Il numero dei ricevitori TDT presenti nelle famiglie cresce più che proporzionalmente al numero delle famiglie TDT, poiché una quota consistente dei nuovi ricevitori viene acquistata per adeguare al digitale i secondi / terzi televisori di casa. A fine gennaio, sono circa 24.177.000 i ricevitori TDT presenti nelle abitazioni, in crescita di circa 1,1 milioni di unità rispetto a dicembre.

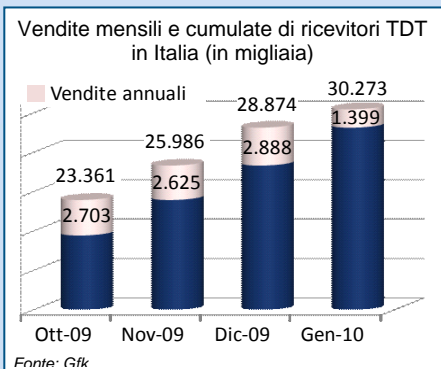


LA VENDITA DI APPARATI

1,4 MILIONI DI PEZZI A GENNAIO

Nonostante l'assenza di switch-off, come invece accaduto negli ultimi mesi del 2009, le vendite di ricevitori sono proseguite a ritmo sostenuto anche nel mese di gennaio. Il numero di pezzi venduti si è attestato infatti a 1,4 milioni, quasi equamente divisi tra ricevitori integrati in altri apparecchi e Set-Top-Box esterni.

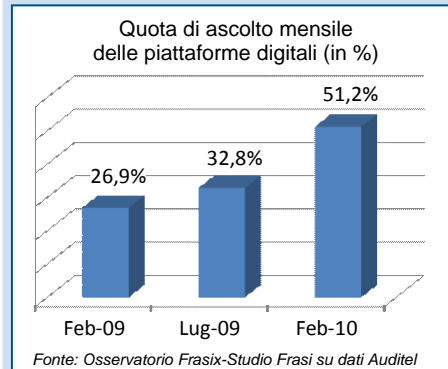
Il numero cumulato di ricevitori TDT venduti dal febbraio 2004 supera alla fine di gennaio i 30 milioni. Di questi, poco meno di 18 milioni (il 59,3% del totale) sono STB esterni, i rimanenti 12,3 milioni (40,7%) sono ricevitori integrati.



GLI ASCOLTI

TV DIGITALE OLTRE IL 50%

Il mese di febbraio ha segnato il sorpasso storico della TV digitale (tutte le piattaforme: TDT, satellite, IPTV) sulla TV analogica tradizionale. Le piattaforme digitali sono arrivate a conquistare nel complesso la quota del 51,2% sul totale del consumo di TV. Tra di esse la più accesa è quella terrestre, che registra il 35% del totale ascolto TV e vale da sola il 69% dell'intero comparto televisivo digitale. Il satellite è stabile al 15,2% e la TV su protocollo Internet è in uso nello 0,4% dei casi. Auditel ha una apposita voce nominata “non definita” che vale a febbraio lo 0,5% destinata ai pochi casi nei quali il *meter* non è ancora in grado di stabilire quale decoder sia attivo, tra un decoder integrato del digitale terrestre o una *video station* per l'IPTV: si tratta comunque di un consumo digitale.



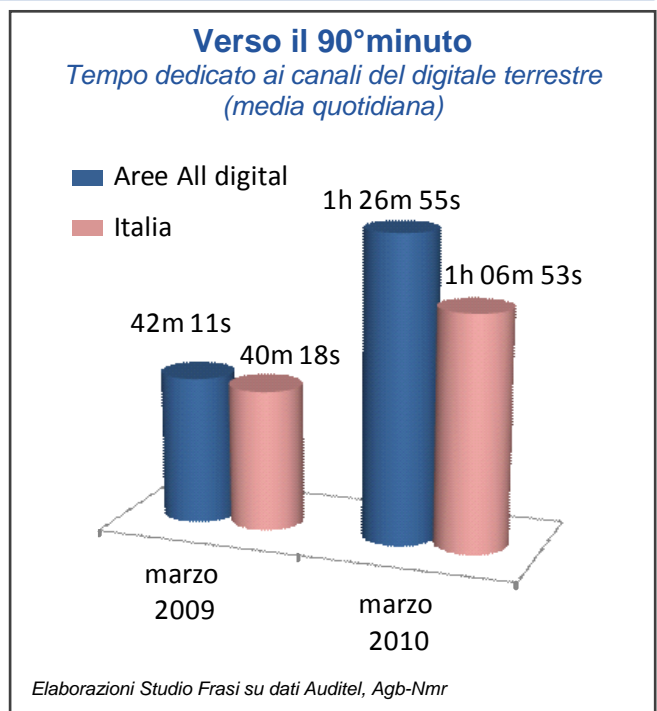
GLI ASCOLTI DEL DIGITALE TERRESTRE

(a cura di Studio Frasi)

LA MULTICANALITÀ TDT AUMENTA IL TEMPO TRASCORSO DAVANTI ALLA TV

Cresce l'ascolto di televisione nell'ambiente digitale rispetto all'analogico, aumenta il numero di spettatori ed il tempo da essi trascorso davanti alla TV. Nelle aree completamente digitali il tempo dedicato al consumo di televisione cresce più del doppio rispetto al resto del Paese rispetto al periodo omologo dell'anno scorso ed è ormai di 267 minuti al giorno. Raddoppia anche il tempo dedicato ai canali digitali che in queste aree nella media quotidiana marzo 2009-2008 (dati al 24/3) sale da 42 a 87 minuti.

Muta il modo tradizionale di seguire l'offerta televisiva anche nelle aree non completamente digitalizzate, dove il tempo dedicato ai nuovi canali del digitale terrestre passa da 40 a 67 minuti. Non vincolata dalla transizione, questa crescita è ancora più significativa e conferma la tendenza all'incremento del consumo televisivo nell'ambiente multicanale digitale.



DALL'ITALIA

BOLLINO DGTVi: UNA STORIA DI SUCCESSO. ARRIVANO I BOLLINI GOLD E SILVER PER TV INTEGRATI

A poco più di due anni dal lancio del programma Bollino DGTVi, nato per definire insieme alle aziende produttrici di decoder e TV integrati un profilo tecnico più alto per i prodotti del mercato italiano, l'iniziativa si arricchisce di due nuovi bollini per il mondo HD: il Bollino Gold, per TV integrati e decoder, ed il Bollino Silver solo per TV integrati. Il successo del Bollino Bianco per TV, che contraddistingue un televisore predisposto per la televisione a pagamento in *standard definition*, con oltre 900 modelli di televisori di 16 diverse aziende, ha portato alla definizione dei nuovi bollini che contraddistinguono i prodotti in Alta Definizione (HD).

Non solo. Il bollino gold garantisce caratteristiche tecnologiche più innovative nella gestione dei servizi interattivi grazie al collegamento broadband (porta ethernet) ed alla versione più evoluta del *middleware* MHP (V 1.1.3). Sono già oltre 40 i modelli di TV Gold, ovvero prodotti completi che permettono la fruizione dei servizi di TV a pagamento e dei servizi interattivi, disponibili sul mercato da pochi giorni ed altri ne arriveranno a breve.

L'altra importante novità è il Bollino Grigio per decoder zapper. La necessità di alzare il livello qualitativo anche dei prodotti più economici ha portato alla nascita del bollino grigio che garantisce la presenza di alcune fondamentali funzioni tecniche: l'ordinamento automatico dei canali (LCN), la guida elettronica dei programmi (EPG) e la possibilità di aggiornare il software del prodotto. La lista completa dei prodotti con Bollino DGTVi è pubblicata, ed aggiornata in tempo reale con la disponibilità dei nuovi prodotti, sul sito web DGTVi, www.dgtvi.it.

LA7d E LA5: CRESCE L'OFFERTA FREE SU TDT

Aumenta l'offerta *free* su TDT con due nuovi canali prodotti dagli editori generalisti in un'ottica di *brand extension* e copertura di target più mirati. Dal 22 marzo è arrivato sul digitale terrestre LA7d, il nuovo canale *free* di Telecom Italia Media: D come Donna, ma anche come Digitale, Dinamico o Diversità, con un'attenzione rivolta al mondo dei giovani e un approccio internazionale e cosmopolita. LA7d ripropone i programmi principali del palinsesto di LA7, ma in orari differenti: dai talk show alla fiction, ai contenitori di informazione alle news. A questi si aggiungono i telefilm *cult* che hanno segnato la storia di LA7 dai serial di grande successo come *Sex and the City*, e i prodotti più recenti come *Leverage* e *Dirt*. Nei prossimi mesi è previsto anche il debutto di contenuti nuovi per il grande pubblico italiano, come le esclusive dell'*Oprah Winfrey Show* e del suo *spin off*, il *Doctor Oz*. LA7d è visibile in tutta Italia grazie alla copertura del multiplex digitale TIMB 1, sui canali 35, 110 e 135 della numerazione LCN del digitale terrestre. Il suo lancio rafforza l'offerta e i contenuti del network Ti Media consolidando il marchio La7 attraverso azioni multiplatforma che comprendono anche il Web, dove nei mesi scorsi ha lanciato la *catch up TV* (www.la7.tv) ed è presente con la7.it.

Entro la fine di maggio anche Mediaset varerà un nuovo canale gratuito su TDT: La 5. Anche questo diretta filiazione della rete ammiraglia, da cui prende il nome, dirigendosi però specificamente a un target femminile di età compresa fra i 15 e i 34 anni, da cui l'accento sul "La" di La 5. Sul nuovo canale le telespettrici troveranno innanzitutto i programmi di Canale 5 che si sono perse in orari diversi; ma anche opzioni interattive per approfondire i contenuti dei programmi o accedere alle news; e infine contenuti nuovi pensati per loro, dedicati agli argomenti classici dei periodici femminili: moda, bellezza, casa, cucina, sentimenti. Una selezione di programmi sarà accessibile via Web, come già predisposto per la rete madre.

Famiglie TivùSat sempre in crescita. Sono arrivate a 200.000 le tessere attive di TivùSat, la piattaforma gratuita che per le aree non coperte dal segnale riproduce l'offerta TDT unita a un'ampia scelta di canali internazionali. Anche l'offerta di Tivù cresce con due nuove acquisizioni nell'ultimo mese: il canale musicale RTL 102,5 e Press TV, realizzato dal broadcaster pubblico iraniano.

LA NUMERAZIONE DEI CANALI DELLA TDT IN EUROPA

L'ordinamento automatico dei canali (LCN, Logical Channel Numbering), ovvero quella funzione presente nei ricevitori che consente l'assegnazione automatica ad ogni canale di una posizione numerica predefinita, ha dato origine ad ampi dibattiti, spesso conflittuali, nei diversi Paesi europei. Un'analisi comparata delle politiche e dei criteri adottati in Francia, Italia, Regno Unito e Spagna individua l'esistenza di differenti modelli con cui è stato affrontato, ma non sempre risolto, il tema.

In **Francia**, la numerazione dei canali TDT è stata stabilita dall'Autorità di regolamentazione Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) tramite consultazione pubblica svolta tra luglio e settembre 2004. Sulla base delle risultanze, CSA ha attribuito la numerazione ai canali TDT in base a due principi fondamentali, ovvero la parità di trattamento tra canali TV / editori e la necessità di garantire e soddisfare gli utenti. I canali dal numero 1 al 7 sono stati attribuiti ai canali analogici nazionali, nell'ordine TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte. Tali emittenti hanno mantenuto la loro numerazione originaria per venire incontro alle abitudini degli utenti.

Le posizioni immediatamente successive sono stati attribuite ai canali nazionali gratuiti, per facilitare gli utenti ed evitare di penalizzare i canali Free-to-Air, la cui sopravvivenza dipende dai risultati di ascolto. Nell'ambito dei canali gratuiti, è stata data priorità ai canali pubblici. Ferma restando la precedenza ai canali Free-to-Air, i rimanenti canali gratuiti gestiti da operatori privati e i canali *pay* sono stati allocati alle rispettive posizioni LCN tramite un'estrazione a sorte. L'estrazione non sarebbe avvenuta nel caso in cui gli editori avessero inviato una proposta condivisa.

Nel **Regno Unito** la numerazione dei canali TDT è stabilita invece da Digital Multiplex Operators Ltd (DMOL), società di proprietà dei gestori dei multiplex TDT (BBC, Digital3&4, SDN e Arqiva). In particolare, DMOL è responsabile dell'allocazione dei numeri LCN ai canali / servizi della TDT (canali TV, radiofonici, servizi interattivi etc.) che ottengono una licenza dall'Autorità Ofcom, nonché dello sviluppo, pubblicazione e revisione periodica della *policy* di gestione della LCN. Tale *policy* si conforma da una parte al Communications Act del 2003 e dall'altra al c.d. Ofcom EPG Code, emanato nel 2004, che stabilisce tra i criteri essenziali per i *provider* EPG, quelli di assicurare una concorrenza effettiva e equa tra gli operatori garantire priorità (*appropriate prominence*) ai canali degli operatori storici (BBC, ITV, Channel 4 / S4C e Five).

Secondo la *policy* di DMOL, il criterio di base per l'allocazione dei numeri LCN è quello del genere. Attualmente, la LCN della TDT britannica prevede 6 gruppi / generi: a) canali TV *general entertainment* (posizioni 1-69); b) canali TV per bambini (70-79); c) canali TV di informazione (80-89); d) canali TV *adult* (90-99); e) servizi *teletext* e interattivi; f) canali radiofonici. Tale classificazione può essere modificata da DMOL, che ha la facoltà di creare, unire o eliminare i generi. Quando un editore presenta richiesta a DMOL

per ottenere un numero LCN, deve specificare il genere che ritiene più appropriato per il canale, fatta salva la possibilità per DMOL di dissentire sulla proposta e allocare il canale al genere considerato più idoneo.

Oltre al genere, altri due criteri hanno particolare rilevanza nella gestione della LCN. Innanzitutto, come già stabilito dall'EPG Code, DMOL ha il compito di assicurare una particolare attenzione ai c.d. *Public Service Channels* (i canali dei broadcaster analogici terrestri). Ad esempio, in caso di posizioni LCN vacanti, DMOL punta ad allocarli nelle posizioni di testa del genere di riferimento. Un secondo criterio riguarda i c.d. *associated channels*, che nell'interesse degli utenti dovrebbero essere posizionati il più vicino possibile al canale "principale". Tra i criteri utilizzati da DMOL per stabilire se due canali sono associati, figurano la medesima proprietà / controllo e il loro livello di *cross-promotion*.

In **Spagna**, invece, non si è ancora giunti ad un accordo circa l'ordinamento dei canali della TDT e pertanto la funzione LCN dei ricevitori non viene utilizzata. Anche a causa dell'assenza di una lista ordinata, alcuni canali della TDT hanno intrapreso tra il 2008 e il 2009 quella che in termini giornalistici è conosciuta come la *guerra del mando*, con l'obiettivo di presidiare le posizioni dalla 7 alla 9 del telecomando, subito dietro i sei canali nazionali principali (quelli della TV analogica). Ad esempio, i canali Telecinco 2 e Veo sono stati rinominati rispettivamente La Siete e Veo7. Il broadcaster Antena 3 aveva invece inserito nei loghi delle due emittenti Antena.Neox e Antena.Nova i numeri 8 e 9 rispettivamente. In alcuni casi, tali operazioni di *rebranding* sono state associate a campagne di comunicazione e marketing per invitare gli utenti a sintonizzare i canali nelle posizioni suggerite.

In **Italia**, infine, il tema della LCN è stato oggetto di un ampio dibattito soprattutto negli ultimi mesi. Nel novembre scorso, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), ha avviato un'istruttoria sull'accordo notificato dall'Associazione DGTVi relativo all'ordinamento automatico dei canali della TDT. Tale accordo propone che i numeri dall'1 al 9 siano attribuiti ai canali nazionali anche analogici, i canali dal 10 al 19 alle emittenti locali, i canali dal 20 al 49 alle altre emittenti nazionali ripartite per blocchi in base al genere, seguite nuovamente dalle emittenti locali e dalle offerte *pay*. All'inizio di marzo, il decreto legislativo approvato dal Governo, che recepisce la Direttiva 2007/65/CE sui Servizi di Media Audiovisivi, è intervenuto sul tema della LCN assegnando ad AGCOM il compito di adottare un piano di numerazione automatica dei canali della TDT e di stabilire tramite regolamento le modalità di attribuzione dei numeri sulla base di alcuni criteri. Tra questi, in ordine di priorità, la garanzia della semplicità d'uso del sistema LCN, il rispetto delle abitudini e delle preferenze degli utenti (con particolare riferimento ai canali generalisti nazionali e a quelli locali) e la suddivisione delle numerazioni dei canali nazionali sulla base dei generi prevalenti di programmazione.

Le politiche di gestione della LCN e i criteri adottati

Paese	Modello / policy	Criteri principali nell'allocazione delle posizioni LCN
FRANCIA	La numerazione dei canali TDT è stata stabilita direttamente dall'Autorità di regolamentazione CSA.	Nell'assegnazione delle posizioni LCN è stata data priorità ai canali anche analogici (posizioni 1-7). A seguire i canali nazionali gratuiti e i canali a pagamento, il cui ordinamento è stato effettuato tramite sorteggio, ferma restando la priorità dei canali Free-to-Air su quelli a pagamento.
ITALIA	Il recente decreto legislativo di implementazione della Direttiva 2007/65/CE assegna ad AGCOM il compito di adottare un piano di numerazione per i canali TDT.	Il futuro regolamento di AGCOM dovrà attenersi ad alcuni principi, tra i quali in ordine di priorità: a) garanzia della semplicità d'uso del sistema LCN; b) rispetto delle abitudini e delle preferenze degli utenti; c) suddivisione delle numerazioni dei canali per genere; d) individuazione di numerazioni specifiche per i servizi pay.
REGNO UNITO	La gestione della numerazione dei canali TDT, nonché della relativa policy è affidata a DMOL, società partecipata da tutti gli operatori di rete della TDT.	La policy di DMOL deve assicurare una competizione equa e non discriminatoria tra gli operatori, garantendo al contempo una <i>appropriate prominence</i> ai canali degli operatori storici. Criterio principale per l'assegnazione delle posizioni LCN è quello del genere editoriale. Previste regole anche per i c.d. <i>associated channels</i> .
SPAGNA	L'accordo tra gli operatori sulla numerazione dei canali non è stato raggiunto e pertanto la funzione LCN non è utilizzata.	

Fonte: e-Media Institute su fonti varie

DAGLI ALTRI PAESI EUROPEI

- ➔ **FRANCIA – Bolloré acquisisce Virgin 17.** Il Gruppo Lagardère Active ha reso nota la cessione, al Gruppo Bolloré, del canale gratuito della TDT Virgin 17 per una cifra pari a circa €70 milioni. Presente fin dal lancio della TDT con la denominazione di Europe 2 TV, Virgin 17 è un canale musicale indirizzato principalmente alla fascia 15-34 anni. Secondo i dati rilasciati da Mediamétrie, nel 2009 il canale ha registrato nel 2009 un'audience share pari allo 0,7% sul totale universo TV e dell'1,7% presso le famiglie che accedono alla TV digitale esclusivamente tramite la TDT. L'operazione tra Bolloré e Lagardère segue di pochi mesi quella che ha portato TF1 ad acquisire da AB Groupe il 100% di NT1 e l'80% di TMC, entrambi canali mini-generalisti della TDT.
- ➔ **FRANCIA – Penetrazione della TDT al 48%.** Secondo gli ultimi dell'Autorità di regolamentazione CSA, alla fine del 2009 il 78,4% delle famiglie TV francesi era dotata di TV digitale su almeno un televisore (tutte le piattaforme considerate). Solo il 12,9% delle famiglie era totalmente dipendente dalla ricezione analogica terrestre. La TDT è presente a fine anno in circa 12,9 milioni di famiglie, pari al 48,3% del totale delle famiglie televisive.
- ➔ **SPAGNA – Servizio Pay-TV su TDT per Sogecable?** Sogecable (Gruppo Prisa), che gestisce la piattaforma di Pay-TV satellitare spagnola Digital +, starebbe valutando per settembre il lancio di un'offerta di Pay-TV su piattaforma TDT. Anche Mediapro, che già opera l'unico canale TDT a pagamento oggi presente (Gol TV), sta pensando di ampliare la propria offerta a pagamento nelle settimane successive allo switch-off.
- ➔ **UK – Freesat sempre in crescita.** Freesat, la piattaforma satellitare gratuita complementare alla TDT operata in Joint Venture tra BBC e ITV, ha raggiunto 1 milione di utenti alla fine del 2009, ovvero a circa 18 mesi dal lancio. Negli ultimi tre mesi dello scorso anno, le famiglie utenti di Freesat sono cresciute di circa 200 mila unità. Secondo i dati riferiti dal management della piattaforma, il 40% circa degli utenti di Freesat è costituito da famiglie prima abbonate all'offerta di Pay-TV satellitare di BSkyB.
- ➔ **UK – Five perde la licenza per un canale HD su TDT.** L'Autorità britannica delle comunicazioni Ofcom ha stabilito di non riservare più a Channel Five (Gruppo RTL) la capacità trasmissiva riservata a un canale in Alta Definizione su TDT. Five, che si era aggiudicato in via provvisoria la relativa licenza a giugno 2009, non avrebbe infatti rispettato alcuni vincoli imposti da Ofcom, tra cui la comunicazione della data ufficiale del lancio e una bozza di palinsesto. Five intende comunque ricandidarsi il prossimo anno per l'assegnazione di un canale HD su TDT. La capacità prima riservata a Five HD è ora a disposizione di BBC.

SPAGNA

Pochi giorni allo switch-off definitivo

Prosegue in questi giorni la terza e ultima fase del piano nazionale di transizione, che porterà la Spagna ad essere interamente digitalizzata il 2 aprile prossimo. Giorno decisivo sarà il prossimo 30 marzo, quando saranno coinvolti oltre 16 milioni di abitanti, incluse le aree di Madrid e Barcellona. La terza fase dello switch-off era stata avviata lo scorso 10 marzo.

Intanto, la penetrazione della TDT sul totale delle famiglie ha raggiunto alla fine di febbraio l'83,6%. Le vendite di ricevitori TDT hanno raggiunto nel mese di gennaio il record storico, con circa 1,6 milioni di pezzi venduti. Secondo alcune stime, nelle sole ultime due settimane prima dello switch-off potrebbero essere venduti circa 2 milioni di pezzi. L'audience share della TDT ha intanto raggiunto il 67,4% nella terza settimana del mese di marzo.

FRANCIA

Switch-off completato in Bassa Normandia

Nei giorni scorsi è stato completato positivamente lo switch-off nella regione della Bassa Normandia, che ha coinvolto circa 1,5 milioni di abitanti. Alla mezzanotte dell'8 marzo sono state infatti interrotte le trasmissioni analogiche dai tre principali impianti della regione (Caen - Mont Pincon, Mortain - Grand Fontaine, Alençon d'Amain), riattivati la mattina seguente insieme agli altri 19 impianti coinvolti. La Bassa Normandia è la seconda regione a completare la transizione, dopo l'Alsazia (1,8 milioni di abitanti) il 2 febbraio scorso.

Le prossime regioni interessate saranno i Paesi della Loira (18 maggio) e la Bretagna (8 giugno). Già a fine 2009, la penetrazione della TV digitale (tutte le piattaforme) nelle due regioni si attestava all'81,7% e all'83,6% rispettivamente.

DIGITA

Numero 20 - 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@dgtvi.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](#).

