

CON IL DIGITALE LA TV È CAMBIATA. E IN MEGLIO. SOPRATTUTTO PER GLI UTENTI.

Dall'inizio del 2011, pur in assenza di switch-off, più di 1 milione di nuove famiglie hanno introdotto in casa ricevitori TDT (portando la penetrazione del digitale terrestre all'82%) e quasi 2,8 milioni di ricevitori (tra TV integrati e decoder) sono stati venduti. Non solo. Ormai l'80% dei consumi TV avviene attraverso la TV digitale che continua a trainare la crescita dei consumi del mezzo televisivo: oggi in media vengono dedicati all'ascolto TV in Italia 283 minuti al giorno, rispetto ai 270 dello scorso anno, di cui ben 47 minuti dedicati alle nuove offerte digitali. Dove c'è la TV digitale insomma più persone di prima consumano più TV. E tutto ciò in mancanza, come sappiamo, di switch-off recenti.

Che il digitale abbia definitivamente cambiato la TV, e in meglio, lo sapevamo. Ma questo è solo l'inizio. Quando i rimanenti switch-off saranno effettuati - al netto dell'inevitabile pausa dovuta alla realizzazione dei passaggi necessari per l'attribuzione di parte delle frequenze TV alla telefonia mobile, con le conseguenti ricadute nel settore locale - la TV sarà davvero completamente trasformata, con gli innegabili benefici, soprattutto per gli utenti. Alla faccia di chi ancora critica il digitale per essere una tecnologia fragile: sono i dati che parlano.

SOMMARIO

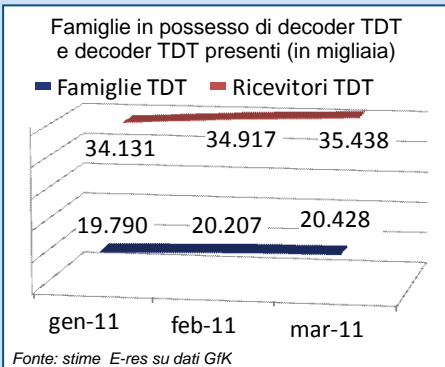
- ➔ GLI ULTIMI DATI DEL DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA 1
- ➔ GLI ASCOLTI DEL DIGITALE TERRESTRE 2
- ➔ CNID : DEFINITO IL NUOVO CALENDARIO 2011/2012 PER IL PASSAGGIO ALLA TV DIGITALE..... 2
- ➔ ANALISI: TDT – QUALI SPAZI PER QUALI GENERI EDITORIALI? 3
- ➔ FRANCIA: SWITCH-OFF ILE DE FRANCE (PARIGI)..... 4
- ➔ SPAGNA: DECRETO SUL DIVIDENDO DIGITALE..... 4

LA DIFFUSIONE

PENETRAZIONE TDT ALL'82%

Secondo i dati E-Res, al mese di marzo le famiglie dotate di TDT (almeno un ricevitore nella residenza principale) salgono a 20.428.000, con una crescita di 220 mila unità rispetto a febbraio e di circa 945 mila dall'inizio del 2011. A livello nazionale, la penetrazione della TDT sale così all'82% del totale famiglie alla fine di marzo.

Si registra inoltre una ulteriore crescita del numero dei ricevitori TDT presenti nelle famiglie, che raggiunge il valore di 35.438.000 alla fine di marzo, per una penetrazione pari a circa il 71% sul parco televisori. Il numero di ricevitori TDT è cresciuto di 2,2 milioni da inizio 2011.



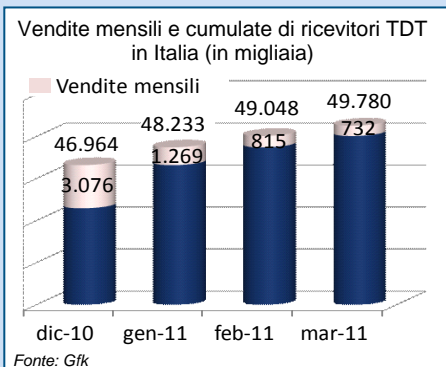
LA VENDITA DI APPARATI

2,8 MILIONI DI PEZZI NEL PRIMO TRIMESTRE

Nei primi tre mesi del 2011, pur in assenza di switch-off programmati, le vendite di ricevitori TDT si mantengono elevate attestandosi nel complesso a 2,8 milioni di pezzi.

Del totale ricevitori venduti tra gennaio e marzo, il 62% circa (1,7 milioni) sono integrati, il 33% *zapper* (920 mila) e il restante 5% STB MHP.

Il numero cumulato di ricevitori TDT venduti dal febbraio 2004 si avvicina alla soglia dei 50 milioni, attestandosi a fine marzo a quota 49.780.000. Di questi, 21,6 milioni sono integrati (43,5% del totale) e i restanti 28,1 (56,5%) esterni.

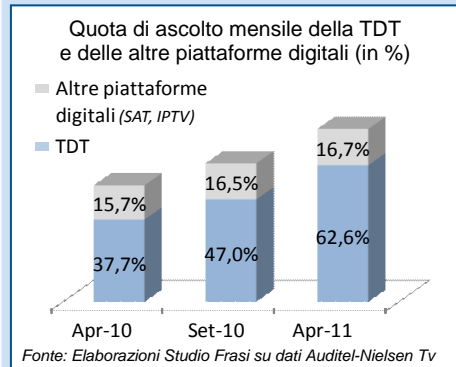


GLI ASCOLTI

CONSUMO DIGITALE VICINO ALL'80%

Circa l'80% della programmazione TV in Italia viene seguita attraverso un ricevitore digitale. È questo il valore rilevato dall'Osservatorio dello Studio Frasi dedicato alla TV digitale nell'aprile 2011 (elaborazione su dati Nielsen Tam/Auditel). L'Osservatorio registra una crescita annuale del 48,5% su quella che è ormai una consuetudine consolidata, vedere la TV in digitale.

La TDT primeggia fra le piattaforme digitali con un 62,6% del consumo totale di TV (l'80% del consumo digitale), seguito dal satellite (*free+pay*), 16%. In un anno l'utilizzo della TDT è cresciuto del 66%, a fronte di un +9% del satellite. Il consumo della vecchia TV analogica è ormai residuale, 21% del tempo complessivamente dedicato alla TV e più che dimezzato in un anno (era 46,6% nell'aprile 2010), nonostante in molte regioni lo switch-off sia ancora da compiere.



GLI ASCOLTI DEL DIGITALE TERRESTRE

(a cura di Studio Frasi)

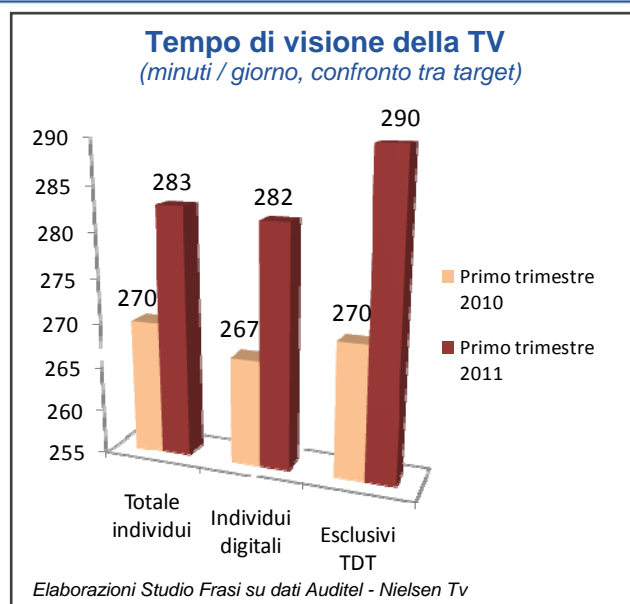
RECORD DI VISIONE PER LA TDT

Gli utilizzatori della piattaforma digitale terrestre consumano più televisione. Nel primo trimestre 2011 i possessori esclusivi di decoder TDT, ovvero le persone che possono vedere la TV digitale solo attraverso un ricevitore TDT, hanno dedicato alla TV in media 290 minuti al giorno; è invece di 282 minuti l'esposizione televisiva di chi ha un qualsiasi decoder digitale, che sia terrestre, satellitare o IPTV (Internet Protocol Television), mentre il tempo dedicato alla TV dall'intera popolazione è in media di 283 minuti al giorno. La TDT incrementa quindi più di qualsiasi altra modalità trasmissiva il tempo dedicato all'offerta televisiva e traina verso l'alto il consumo di TV.

Un altro dato interessante è che nell'era della convergenza la digitalizzazione del segnale televisivo ha riaffermato la centralità della TV, il cui consumo cresce per tutte le modalità di visione.

I consumi dei telespettatori italiani sono infatti saliti di quasi un quarto d'ora, da 270 a 283 minuti, nell'ultimo anno (I trimestre 2011 su I trimestre 2010) con un +4,8%. È del 5,6% l'incremento realizzato dai possessori di un qualsiasi decoder digitale, +7,4% quello realizzato dai possessori esclusivi di decoder TDT, incremento che equivale a circa 20 minuti in più al giorno dedicati alla TV.

Gran parte di questo aumento è attribuibile alla visione dei canali nativi digitali, free e pay, trasmessi sulla piattaforma TDT. Tra il primo trimestre del 2010 e il primo trimestre del 2011 le elaborazioni dello Studio Frasi sui dati Auditel rilevano che il tempo dedicato dai telespettatori a questa particolare offerta cresce di ben 25 minuti nella media giornaliera (da 22 a 47 minuti) sull'intera popolazione - ossia sia nelle regioni già migrate al digitale, dove l'offerta nazionale raggiunge 40 nuovi canali nazionali, sia nelle regioni in simulcast, dove tale offerta è molto più limitata. Anche in questo caso i telespettatori che utilizzano esclusivamente il decoder TDT registrano i dati più alti: sono 65 i minuti dedicati giornalmente ai canali nativi digitali da questo segmento di pubblico, +26 minuti rispetto al primo trimestre 2010.



DALL'ITALIA

CNID: DEFINITO IL NUOVO CALENDARIO PER IL PASSAGGIO ALLA TELEVISIONE DIGITALE 2011/2012

Lo scorso 14 aprile il Comitato Nazionale Italia Digitale (composto dai rappresentanti dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni, delle Regioni, delle associazioni di TV locali e delle emittenti nazionali, dei produttori, dei distributori e dei consumatori) si è riunito presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico, Paolo Romani.

Il Ministro ha presentato la novità legislativa contenuta nel Decreto Legge n°34, approvato dal Senato e in conversione alla Camera, che ha introdotto con l'articolo 4 le Misure di razionalizzazione dello spettro radioelettrico. La norma fornisce gli strumenti di legislazione primaria per dare avvio alla procedura per svolgere l'asta delle frequenze liberate dagli operatori televisivi, così come previsto dalla Legge di Stabilità.

In merito alla proposta di calendario nazionale per il completamento del passaggio alla televisione digitale presentata nel CNID dello scorso 1° Marzo, il Ministro, raccogliendo il parere favorevole emerso nella discussione da gran parte degli attori presenti (TV nazionali, consumatori, distributori, Agcom e Regioni) ha definito il nuovo Calendario per il passaggio alla televisione digitale, che ne anticipa di sei mesi la conclusione, precedentemente prevista per fine 2012. Il Calendario 2011/2012 è così articolato:

- ➔ **II° semestre 2011** - Liguria, Toscana, Umbria, provincia di Viterbo, Marche, Abruzzo, Molise;
- ➔ **I° semestre 2012** - Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia.

Tenendo conto del dibattito svoltosi durante i lavori del CNID e, in particolare, rispondendo alle esigenze poste da alcune Regioni e dalle associazioni delle TV locali, che richiedono maggiori risorse economiche compensative rispetto al tetto di 240 milioni di euro fissato dalla Legge di Stabilità, il Ministro ha predisposto un gruppo di lavoro per approfondire la congruità delle misure economiche per l'emittenza locale e l'impatto che il processo di razionalizzazione dello spettro radioelettrico avrà in ognuna delle Regioni interessate.

- ➔ **ALLDIGITAL EXPO A VICENZA** – Il 16 e 17 giugno 2011, si svolgerà alla Fiera di Vicenza la seconda edizione dell'Alldigital Expo, appuntamento espositivo, convegnistico e formativo su tutte le nuove tecnologie satellitari e digitali. Per maggiori informazioni [All Digital Expo](#).

TDT: QUALI SPAZI PER QUALI GENERI EDITORIALI?

Dopo aver analizzato le macro-tendenze generali dell'evoluzione degli ascolti TV nel passaggio ad un ambiente *all digital* (cfr. Digita n.28, gennaio 2011), e-Media Institute propone uno studio della composizione degli ascolti, per genere editoriale, dei canali nativi digitali trasmessi sulla piattaforma TDT (TV Digitale Terrestre) nei principali Paesi europei (Francia, Italia, Regno Unito e Spagna).

Al contrario di quanto ci si attendeva nella prima fase di avvio della piattaforma, la TDT ha premiato, per sue caratteristiche intrinseche, non tanto le offerte specializzate e tematiche, quanto le offerte semi-generaliste e di *entertainment* (in particolare fiction e TV show) destinate ad ampi segmenti di pubblico. Se si escludono i canali "storici" anche diffusi in analogico, in tutti i Paesi sono infatti i canali semi-generalisti a conquistare la quota più consistente delle audience prodotte dalle "nuove" offerte della TDT, con un'incidenza superiore in Francia e Regno Unito rispetto a quanto si registra in Italia e Spagna. I canali per bambini sono il secondo genere per ascolti tra le nuove offerte della TDT e registrano ottimi risultati in tutti i Paesi, soprattutto in Spagna e in Italia. Il terzo genere è quello dell'informazione, seppure con alcune differenze da Paese a Paese: tali canali raccolgono infatti ottimi risultati in Regno Unito, Francia e Spagna, mentre in Italia le quote di ascolto dei canali *all news* sono lontane da quelle degli altri Paesi. Nel complesso, gli altri generi della TV tematica raccolgono quote di ascolto residuali, con la parziale eccezione dello sport (in Spagna e Italia).

Il **Regno Unito** è il caso più evidente di successo delle offerte mini-generaliste. Nei primi tre mesi del 2011, infatti, i 14 canali di Freeview (TDT gratuita) afferenti a questo ambito hanno totalizzato una quota di ascolto pari al 16,4% sul totale universo TV. Ovvero, in altri termini, il 75% circa del totale degli ascolti prodotti dai canali nativi digitali trasmessi sulla piattaforma TDT (quota di ascolto complessiva pari al 22,1%). In questo segmento di offerta, ottengono ottimi risultati soprattutto i grandi broadcaster "storici", che hanno da subito presidiato questo segmento di offerta per compensare la flessione degli ascolti delle reti ammiraglie e intercettare nuovi target. Sempre nel periodo gennaio-marzo 2011, infatti, i due canali mini-generalisti di BBC (BBC3 e BBC4) totalizzano una quota di ascolto del 2,1%, i tre di Channel 4 (More4, Film4 e E4) il 4,3%, e i tre di ITV (ITV2, ITV3 e ITV4) addirittura il 5,9%. Sul segmento dei canali per bambini e ragazzi ottiene ottimi risultati BBC con i due canali Cbeebies e CBBC (rispettivamente 1,3% e 0,8% di audience share). Il genere *all news* è infine ben presidiato dai due canali BBC News e Sky News, con una quota di audience pari al 2%.

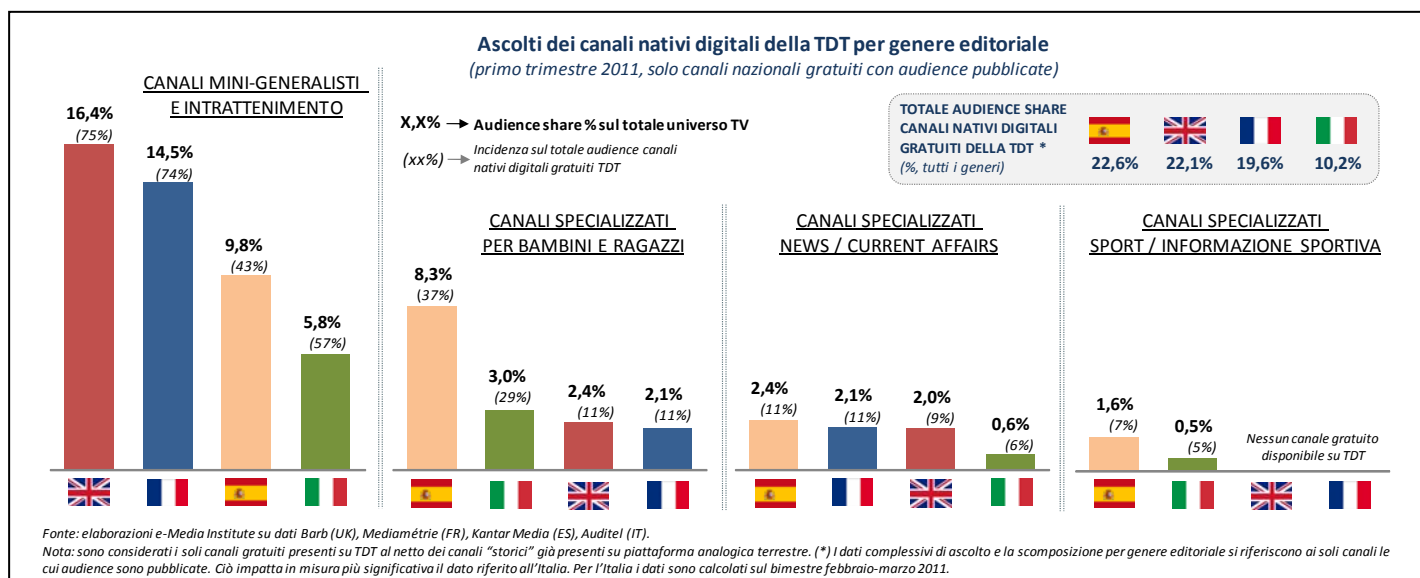
In **Francia**, la composizione degli ascolti dei canali TDT gratuiti è molto simile a quella che si registra in UK. Infatti, i 6 canali afferenti al macro-ambito del mini-generalismo / intrattenimento raccolgono

nel loro complesso il 74% del totale dell'ascolto generato dagli 11 "nuovi" canali gratuiti trasmessi su piattaforma digitale terrestre (primo trimestre 2011). I risultati migliori sono ottenuti da TMC (proprietà del principale broadcaster commerciale TF1, 3,2% di ascolto), W9 (di proprietà di M6, 3,1%) e Direct8 del Gruppo Bolloré (2,3%). Sulla TDT francese, raccolgono quote importanti di audience i due canali *all news*, i>Télé e BFM TV, che totalizzano un ascolto pari al 2,1%. Stesso risultato è ottenuto dall'unico canale gratuito per bambini presente sulla TDT gratuita, Gulli.

Per quanto riguarda **l'Italia**, i canali diffusi sulla piattaforma TDT gratuita hanno registrato nel bimestre febbraio-marzo 2010 una quota di ascolto complessiva pari al 10,2% sul totale universo TV (si tenga però presente che tale dato si riferisce ai soli canali di cui sono pubblicate le audience e dunque il dato effettivo risulta superiore). I canali mini-generalisti e di intrattenimento (12 in totale) realizzano nel loro complesso una quota di ascolto pari al 5,8%, ovvero il 60% circa del totale ascolti dei canali nativi digitali della TDT. In questo segmento di offerta ottengono buoni risultati sia Rai (grazie soprattutto a Rai 4, Rai Premium e Rai Movie) sia Mediaset (La5, Iris, Mediaset Extra). Rispetto a Francia e UK, in Italia ottengono risultati migliori i canali per bambini (5 in tutto: Rai Gulp, Rai Yoyo, Boing, K2 e Frisbee) con un ascolto complessivo pari al 3% (il 30% circa del totale). Sottodimensionato rispetto agli altri Paesi è invece l'ascolto del segmento *all news*, pari allo 0,6% nel bimestre febbraio-marzo 2011. Tra gli altri generi, ottengono lo 0,5% di ascolto i canali di sport (i due canali "a brand" Rai Sport, Poker Italia 24 e Supertennis).

Caratteristica peculiare della TDT in **Spagna** è invece il grande successo ottenuto dai canali per bambini e ragazzi. Nel primo trimestre dell'anno, infatti, i quattro canali gratuiti Clan (RTVE), Neox (Antena 3), Disney Channel e Boing (lanciato da Telecinco / Mediaset a fine 2010) hanno totalizzato una quota di ascolto addirittura pari all'8,3% (totale universo TV). I canali *kids* occupano così tre delle prime quattro posizioni della graduatoria dei canali nativi digitali per audience share. Anche grazie al lancio di nuove offerte negli ultimi mesi, si assiste comunque anche in Spagna alla forte ascesa dei canali mini-generalisti e di intrattenimento (10 servizi oggi presenti). Nei primi tre mesi dell'anno, la quota di ascolto cumulata di questi canali si è attestata al 9,8%, il 45% circa del totale delle audience prodotte dai "nuovi" canali della TDT.

Ottimi risultati, in particolare, sono ottenuti dai canali di intrattenimento di Telecinco (2,3% e 1,4% di audience share per TDF e la Siete rispettivamente) e Antena 3 (1,6% per Nova e 1,3% per Nitro). Ottimi anche i risultati dei due canali *all news*, 24 Horas e Intereconomia (quest'ultimo si va però orientando verso una programmazione più generalista) con un ascolto totale del 2,4%.



DAGLI ALTRI PAESI EUROPEI

- ➔ **FRANCIA – Consultazione sulla TDT di “nuova generazione”?** In base a quanto riportato dalla stampa specializzata, il Governo francese starebbe valutando la possibilità di lanciare una consultazione sul “futuro della TDT”. Secondo alcuni commentatori, tale proposta avrebbe anche la finalità di ritardare l’assegnazione dei cosiddetti “canali bonus” ai broadcaster commerciali storici (TF1, M6 e Canal+), stabilita per legge - come misura compensatoria - entro il 1° dicembre 2011. La Commissione Europea aveva espresso parere negativo circa l’assegnazione di tali canali, in quanto il processo non rispetterebbe i criteri di trasparenza nell’allocazione. Intanto, mentre il Gruppo Canal+ e M6 annunciano il prossimo lancio di nuovi servizi gratuiti sulla piattaforma TDT, anche l’Équipe (editore Philippe Amaury) starebbe pianificando il lancio di un canale sportivo in HD.
- ➔ **FRANCIA – Proseguono i trial di servizi HbbTV.** Il canale televisivo regionale francese Normandie TV ha lanciato le prime trasmissioni “pilota” attraverso la piattaforma digitale terrestre attraverso lo standard HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV). Grazie al Set-Top-Box commercializzato da ACCESS e da HyperPanel Lab, Normandie TV offrirà agli spettatori la possibilità di accedere da televisore a servizi *Web-based* come informazioni a carattere locale e servizi di meteo. Lo standard HbbTV permette infatti di integrare la ricezione TV digitale con contenuti *Internet-delivered*, garantendo agli utenti la possibilità di fruire di contenuti televisivi e altri servizi interattivi e online attraverso un unico apparecchio di ricezione. Servizi HbbTV sono già stati lanciati nei mesi scorsi da alcuni dei principali broadcaster nazionali francesi e tedeschi (ARD, ZDF, FTV, Arte etc.).
- ➔ **GERMANIA – Nuovo canale musicale su DTT a Berlino.** Il servizio musicale Deutsches Musik Fernsehen è stato lanciato a Berlino sulla piattaforma digitale terrestre al canale 59. Il servizio è dedicato all’offerta di differenti programmi e video musicali che spaziano dalla “disco music” alla musica “folk”. Il canale dovrebbe raggiungere attraverso la piattaforma TDT almeno il 25% delle famiglie residenti nella capitale.
- ➔ **REGNO UNITO – Switch-off di Londra per aprile 2012.** Secondo quanto annunciato dall’associazione britannica Digital UK, la regione “Greater London” completerà il passaggio al digitale terrestre prima dei giochi olimpici del 2012, quando verrà convertito interamente al digitale il trasmettitore di Crystal Palace, il più importante del Regno Unito per numero di individui serviti (oltre 12 milioni). Le operazioni inizieranno il 4 aprile 2012. Proseguono intanto gli switch-off su base regionale secondo il calendario stabilito di transizione. Le aree di Nottingham e Sandy Heath – entrambe nella regione Midlands – hanno completato il passaggio durante il mese di aprile 2011. Il numero delle famiglie coinvolte nella transizione al digitale in queste aree è di circa 900 mila.

FRANCIA

Switch-off nell’Île-de-France (Parigi)

All’inizio di marzo 2011 la regione Île-de-France ha completato il passaggio al digitale terrestre, segnando una tappa decisiva nella transizione al digitale della TV francese, che verrà completata entro il prossimo novembre. L’operazione ha coinvolto la capitale, Parigi, e in totale circa 12 milioni di individui.

Secondo quanto dichiarato dal Governo attraverso il Ministero dell’Industria, la transizione si è svolta senza causare problemi rilevanti agli utenti. Nella settimana dello switch-off, il servizio di assistenza predisposto ha comunque ricevuto circa 90 mila chiamate. In totale, sono stati effettuati 70 mila interventi di assistenza nella regione, soprattutto per adeguare antenne collettive che non erano state aggiornate.

SPAGNA

Decreto sul Dividendo Digitale

Il governo spagnolo ha approvato un Decreto che regola l’assegnazione del Dividendo Digitale. In totale, verranno messi all’asta un totale di 310 MHz, che verranno destinati a servizi *mobile broadband*. Parte delle frequenze in gara provengono dalla banda 800 Mhz, attualmente in uso per la trasmissione di servizi TDT. Il Governo spera di raccogliere dalla gara una cifra pari ad almeno 1,5-2 miliardi di euro. Una parte di questa verrà utilizzata per supportare il trasferimento dei servizi TDT su altre frequenze e per la conversione degli impianti di trasmissione esistenti. I vincitori del bando dovranno garantire, entro gennaio 2020, servizi broadband ad una velocità di almeno 30 Mbps al 90% della popolazione dei centri con meno di 5.000 abitanti. L’asta potrebbe svolgersi già in estate.

DIGITA

Numero 29 - 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: Dfree, FRT, Mediaset, Rai, Telecom Italia Media.

Direttore Responsabile: Egidio Viggiani

Hanno collaborato: Elena Cappuccio, Vito Di Marco, Angelo Pettazzi, Carlotta Ca' Zorzi, Alberto Sigismondi,

Teresa Damato, Tonio Di Stefano, e-Media Institute, E-res, 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](#).

