

# TV DIGITALE IL FUTURO È QUI

**SVOLTE** Dal 15 novembre Roma chiude con la televisione analogica. E con la nuova tecnologia gli equilibri fra canone, pubblicità e abbonamenti sono destinati a cambiare.

di Roberto Carminati

■ Dal 15 novembre Roma entra nell'era della televisione digitale terrestre. Dopo Sardegna, Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta e Piemonte occidentale, anche il Lazio, con l'esclusione di Viterbo, entra infatti nella fase di cosiddetto switch-off (lo spegnimento del segnale analogico) che segue a quella transitoria dello switch over. Il passaggio durerà due settimane, dal 16 al 30 novembre, e al termine la popolazione della capitale potrà accedere ai palinsesti televisivi solo con il digitale terrestre, attraverso un decoder esterno oppure direttamente con apparecchi televisivi di nuova generazione.

Con l'addio della capitale al vecchio segnale analogico, la quota di famiglie connesse al digitale terrestre si avvia verso quota 70%: entro un anno seguiranno infatti Campania, Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna, solo per citare le regioni più popolate, aprendo nuovi scenari nell'industria televisiva e scatenando la concorrenza con chi utilizza piattaforme alternative, prima fra tutte **Sky**. Non a caso a dicembre la tv satellitare metterà a disposizione dei propri abbonati un decoder che, con una piccola penna Usb, consentirà di accedere anche ai canali gratuiti disponibili sul digitale terrestre.

La mossa di Sky indica che fra i canali digitali, quelli satellitari e le nuove modalità di trasmissione via internet è partita la grande gara per accaparrarsi audience, servizi e business. Una gara che potrebbe cambiare profondamente gli scenari del settore.

Fra reti gratuite e a pagamento nel 2012 poco meno di 25 milioni di famiglie italiane avranno a disposizione una tv multicanale ed entro il 2012 le parabole satellitari perderanno terreno a favore della più comoda ed economica proposta del digitale terrestre. Se nel 2008 erano abbonate a Sky circa 5 milioni di famiglie contro i 5 milioni di utenti del digitale, nel 2012 la tecnologia digitale avrà già effettuato il sorpasso.

Secondo Emilio Pucci, direttore di **e-Media Institute**, società italo-inglese di consulenza su media e comunicazione, al termine del quadriennio 2009-2012 «l'intera popolazione italiana si troverà in un nuovo ambiente televisivo caratterizzato da nuove tecnologie e nuovi concept di prodotto». Il primo effetto sarà che gli incassi da pagamento diretto sorpasseranno gli introiti da inserzioni commerciali. Second



## NUOVI ASSETTI

### 15

**MILIONI**

Le abitazioni italiane che nel 2012 saranno raggiunte dal digitale terrestre.

### 40

**PER CENTO**

Il peso degli introiti pubblicitari nel 2012, a fronte del 41% degli introiti diretti.

Secondo Emilio Pucci, direttore di **e-Media Institute**, società italo-inglese di consulenza su

media e comunicazione, al termine del quadriennio 2009-2012 «l'intera popolazione italiana si troverà in un nuovo ambiente televisivo caratterizzato da nuove tecnologie e nuovi concept di prodotto».

Il primo effetto sarà che gli incassi da pagamento diretto sorpasseranno gli introiti da inserzioni commerciali. Second



do uno studio presentato a Roma in occasione del convegno «Tv revolution: verso la tv all digital» che si è tenuto il 20 ottobre, il pagamento diretto nel 2012 contribuirà al 41% del giro d'affari del «sistema tv» con circa 3,8 miliardi, mentre scenderanno al 40% dal 46% di un anno fa gli introiti pubblicitari. Al canone Rai resterà una quota non superiore al 19%, sempre che nel frattempo non vengano attuate decise politiche anti-evasione.

Se nel 1992 gli italiani spendevano tra

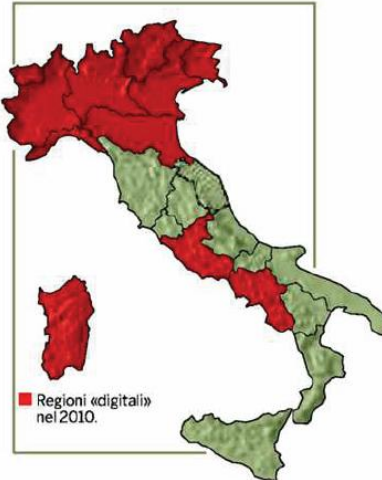
canone e cinema/home video meno di 2 miliardi di euro per «guardare» – sostiene ancora e-Media Institute – questa cifra era già passata a 6,2 miliardi nel 2008 e di qui a tre anni potrebbe aumentare a 8 miliardi. E ben il 58% sarebbe appannaggio delle piattaforme pay, contro il 23% del canone e l'8% dell'home video.

Secondo e-Media Institute, nel prossimo futuro si rafforzerà il segmento dei nuovi canali minigeneralisti su digitale terrestre, sull'esempio di quanto è accaduto nel Regno Unito dove – se si escludono i cinque grandi canali analogici – i minigeneralisti raccoglievano nel 2008 il 52% del totale degli ascolti.

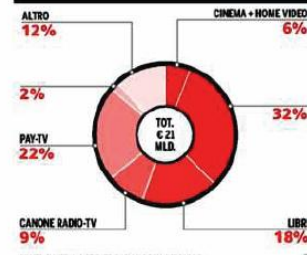
**LA «CATCH UP TV».** Un fenomeno di particolare interesse riguarderà le «catch up tv», nuove forme di offerte ibride broadcast-broadband, alle quali sta pensando per esempio Mediaset. Il modello prevede la creazione di archivi digitali di trasmissioni che possono essere scaricate e viste «on demand» in qualunque momento su apparecchi televisivi capaci di connettersi a Internet. Il volume d'affari del consumo di contenuti video su internet potrebbe essere pari a 60 milioni di euro entro il prossimo triennio.

**LE REGIONI AL DIGITALE**

Nel 2010 in Italia ci saranno 17,3 milioni di famiglie con il digitale terrestre (65%).  
 Fonte: ApCom, Istat, analisi Booz & Company



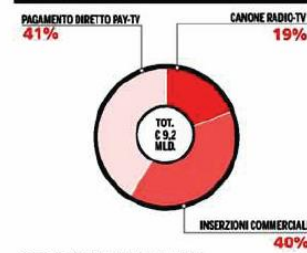
**LA SPESA MULTIMEDIALE**



FORNIT. E-MEDIA INSTITUTE SU DATI DEGLI OPERATORI

La spesa delle famiglie italiane in consumi media nel 2012.

**I RICAVI DEGLI EDITORI TV**



FORNIT. E-MEDIA INSTITUTE SU DATI DEGLI OPERATORI

Evoluzione delle entrate degli editori tv per tipologia in Italia nel 2012.