



media**italia**

26 Novembre 2008

Tv Digitale in Italia

Totale Tv : in ripresa vs 2007

Gen-Ott 2008 vs 2007 (%Penetrazione)

Performance per Target Fascia Oraria 07-02

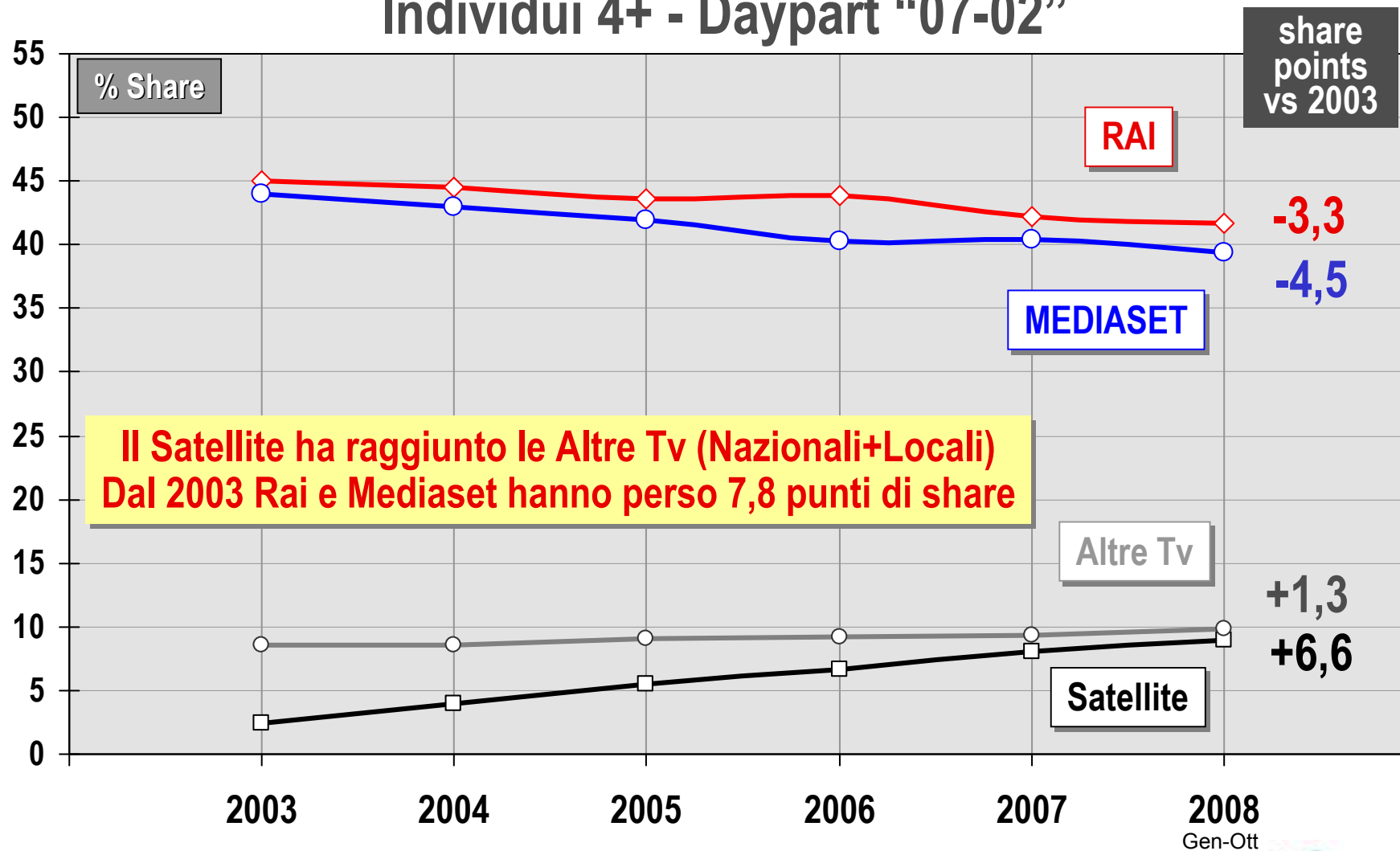
Totale Tv	2007	2008	08 vs 07
Individui 4+	19,4	19,7	1,4%
4-14	12,8	12,9	0,7%
15-24	11,3	11,5	1,0%
25-34	14,3	14,1	-1,6%
35-44	17,0	17,3	1,8%
45-54	19,6	20,5	4,9%
55-64	25,1	25,3	1,0%
65+	29,5	29,6	0,4%
Elementare	27,2	27,4	0,7%
Media	19,6	20,0	2,0%
Media Sup.	16,1	16,2	0,7%
Laurea	12,9	13,3	2,6%

Performance per Daypart Target Individui

Totale Tv	2007	2008	08 vs 07
07-02	19,4	19,7	1,4%
07-09	7,6	7,7	1,4%
09-12	7,7	8,1	4,9%
12-15	24,1	24,1	-0,2%
15-18	16,5	17,0	2,7%
18-21	28,3	28,6	1,2%
21-23	40,9	41,5	1,5%
23-02	14,1	14,3	1,3%

Share Annua per Gruppo

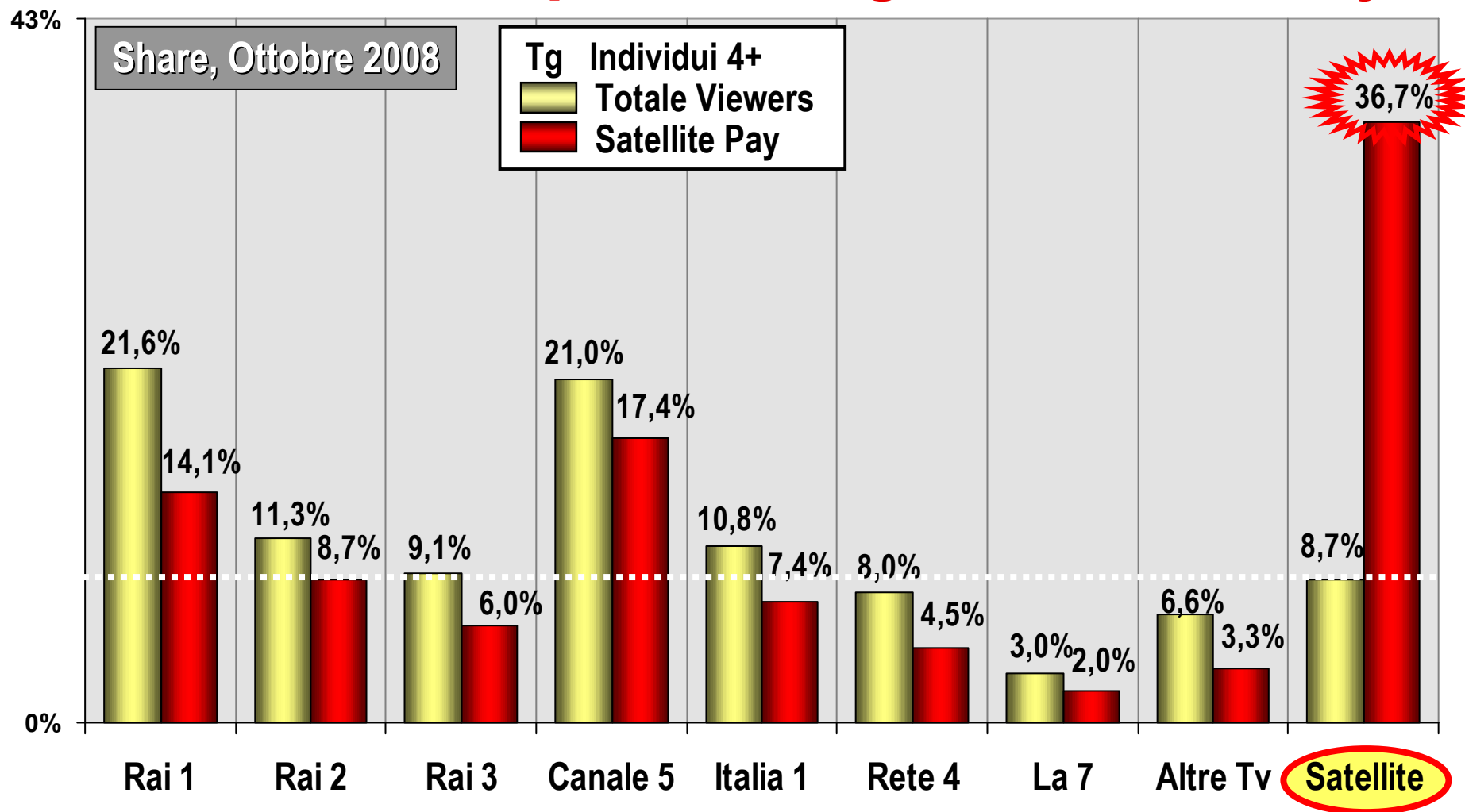
Individui 4+ - Daypart "07-02"



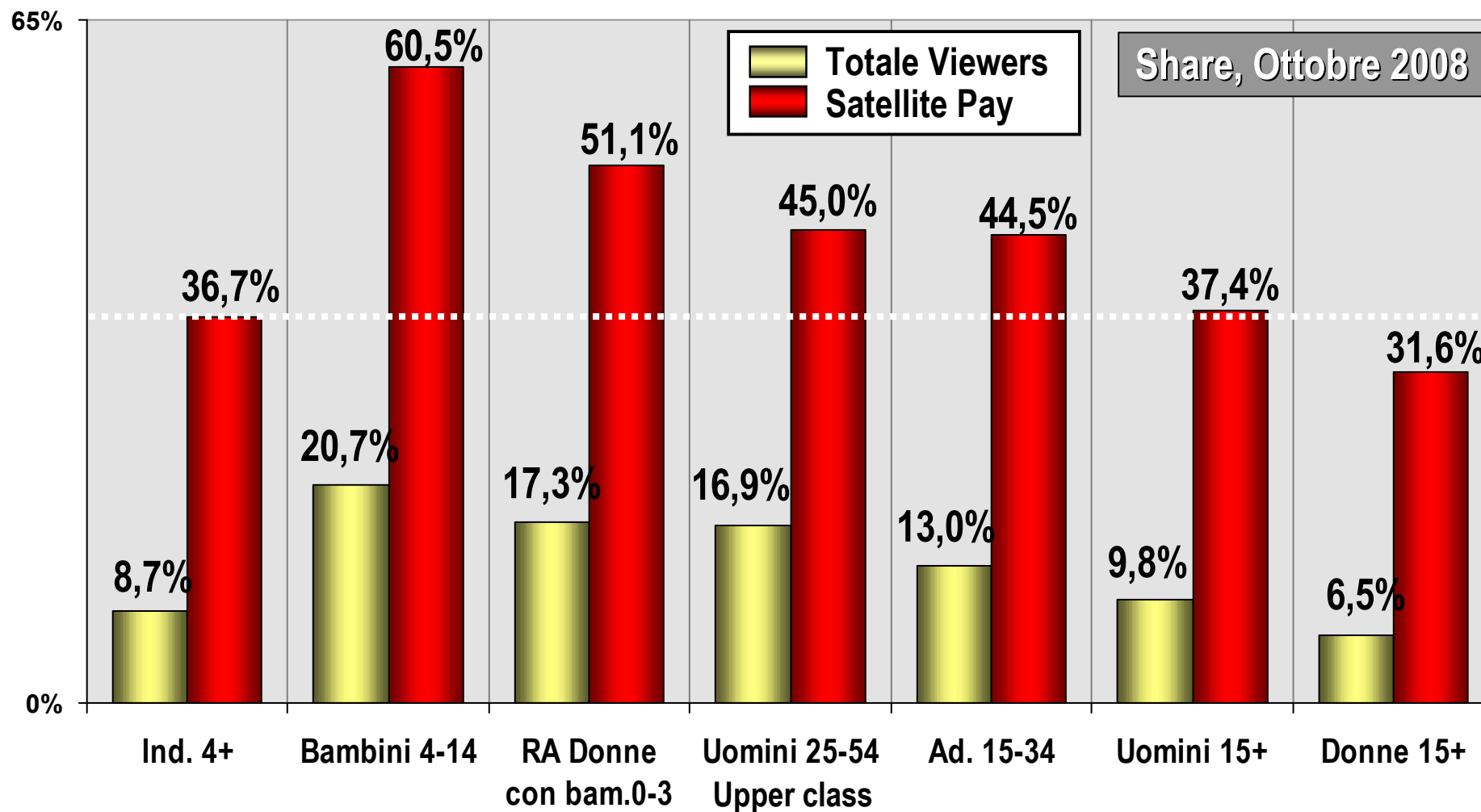
Satellite - Share per Segmento

Tv Satellitari	2003	2008	share points vs 2003
Individui 4+	2%	9%	7%
4-14	5%	21%	16%
15-24	3%	13%	10%
25-34	4%	14%	11%
35-44	4%	13%	9%
45-54	2%	10%	8%
55-64	2%	6%	5%
65+	1%	3%	2%
Elementare	1%	3%	2%
Media	2%	9%	6%
Media Sup.	3%	12%	9%
Laurea	3%	14%	11%

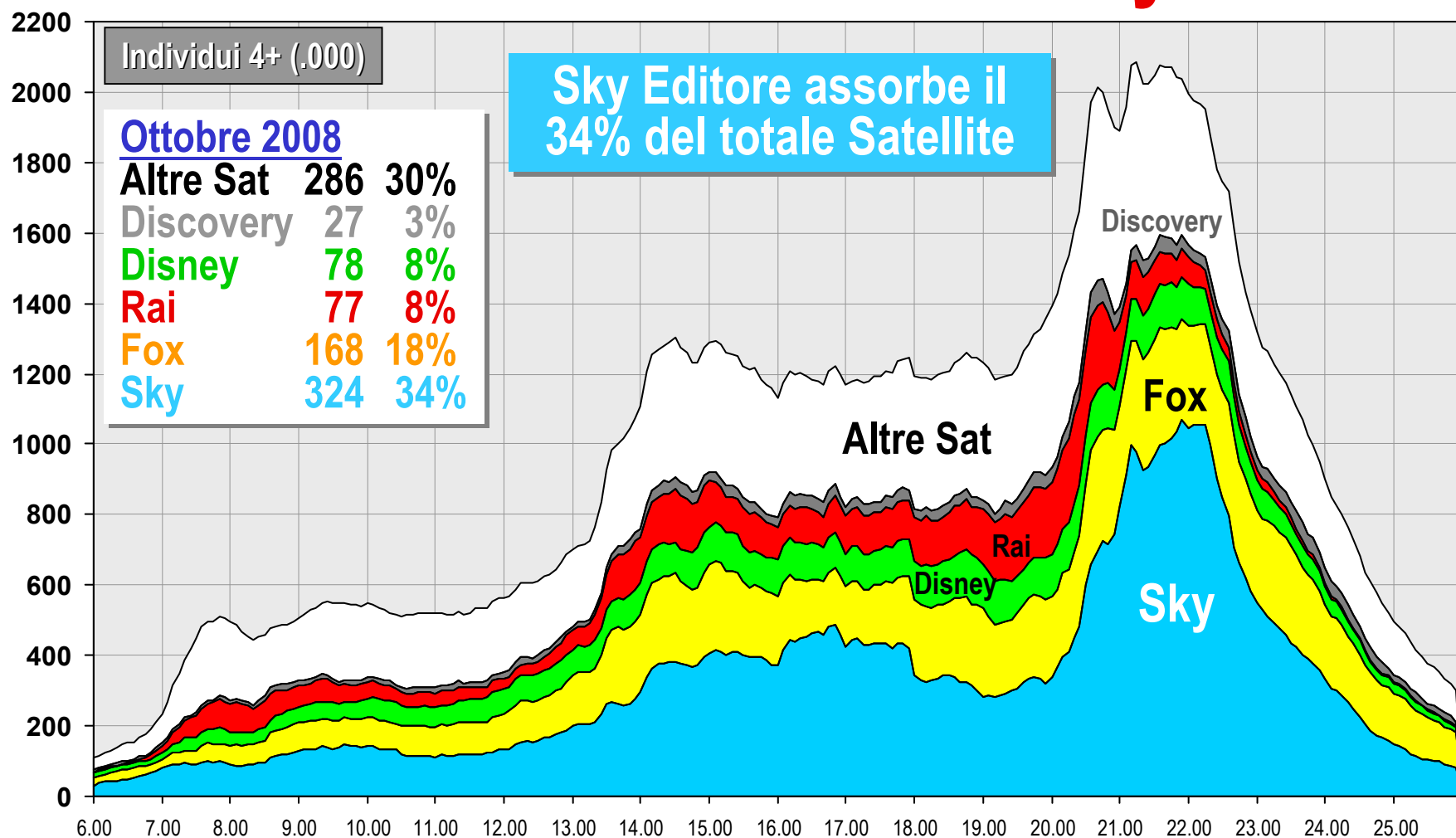
Satellite: al 1° posto tra gli abbonati Sky



Satellite: share >40% tra alcuni Target



Satellite: non solo Sky

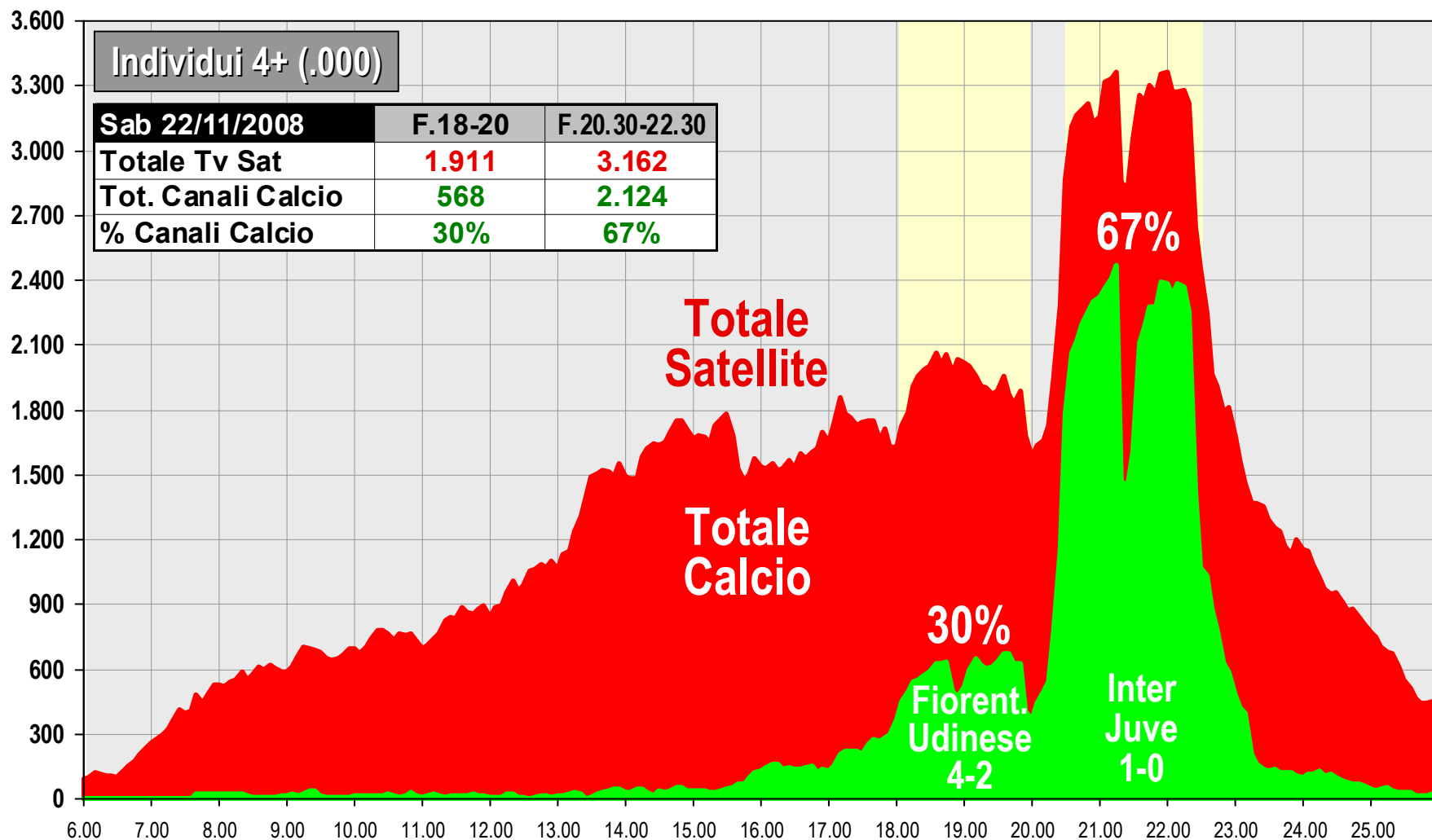


Top Tv Sat - Variazione Ascolto

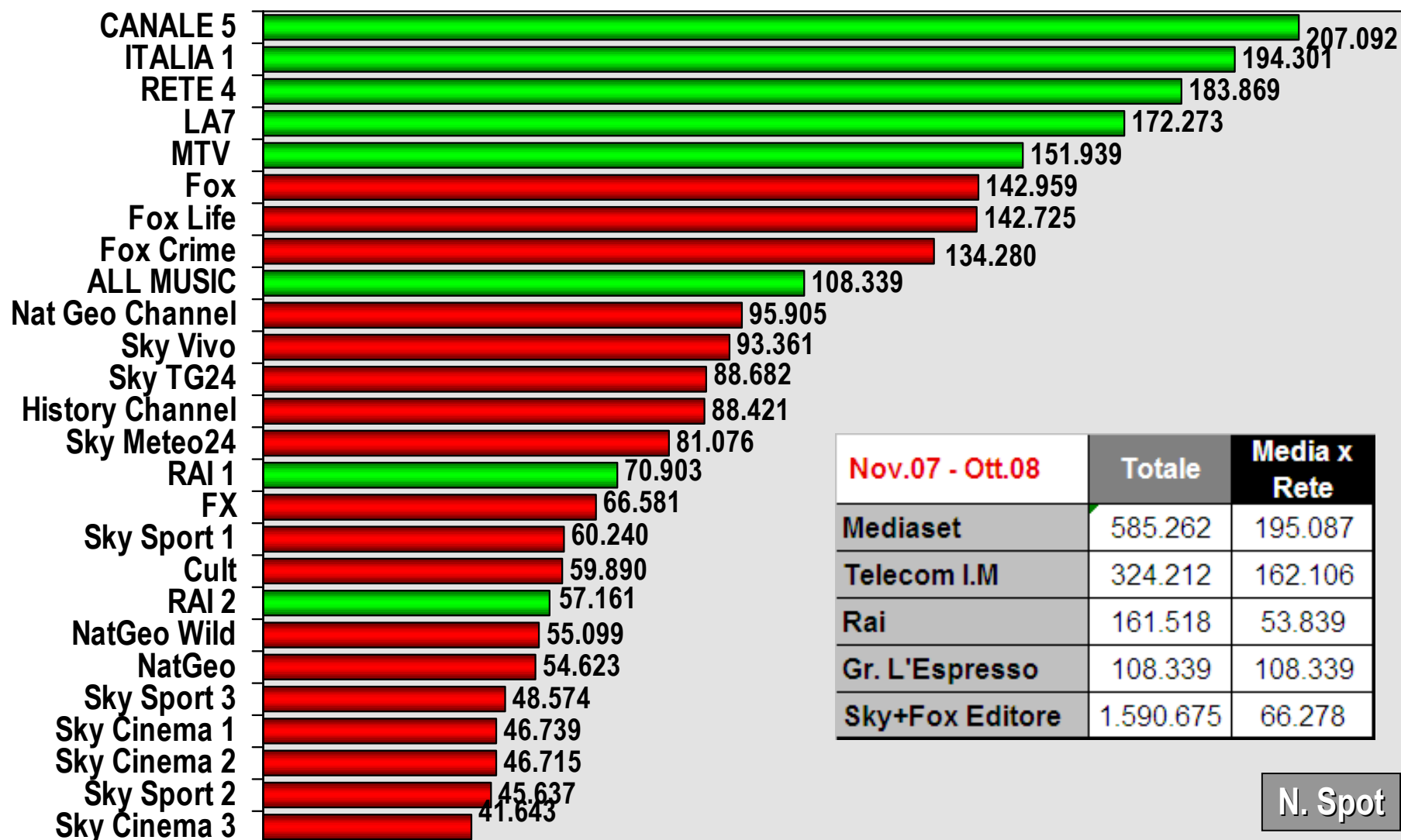
Ottobre 2008 vs 2007 - Fascia "07-02" - Tg: Individui

Rank	Rete	2007	2008	Var %
1	Fox Crime	51.132	51.789	1%
2	Sky Sport 1	54.245	45.193	-17%
3	Sky Vivo	35.248	40.075	14%
4	Disney Channel	32.678	35.221	8%
5	Sky Cinema 1	32.382	31.590	-2%
6	Fox	33.161	29.297	-12%
7	Playhouse Disney	24.080	27.026	12%
8	Fox Life	28.352	23.093	-19%
9	Sky TG24	10.207	22.604	121%
10	Sky Cinema 3	21.183	20.530	-3%
Totale SKY		319.911	325.382	2%
Totale FOX		168.633	175.539	4%
Totale DISNEY		72.876	81.906	12%
Totale SAT		905.458	966.480	7%

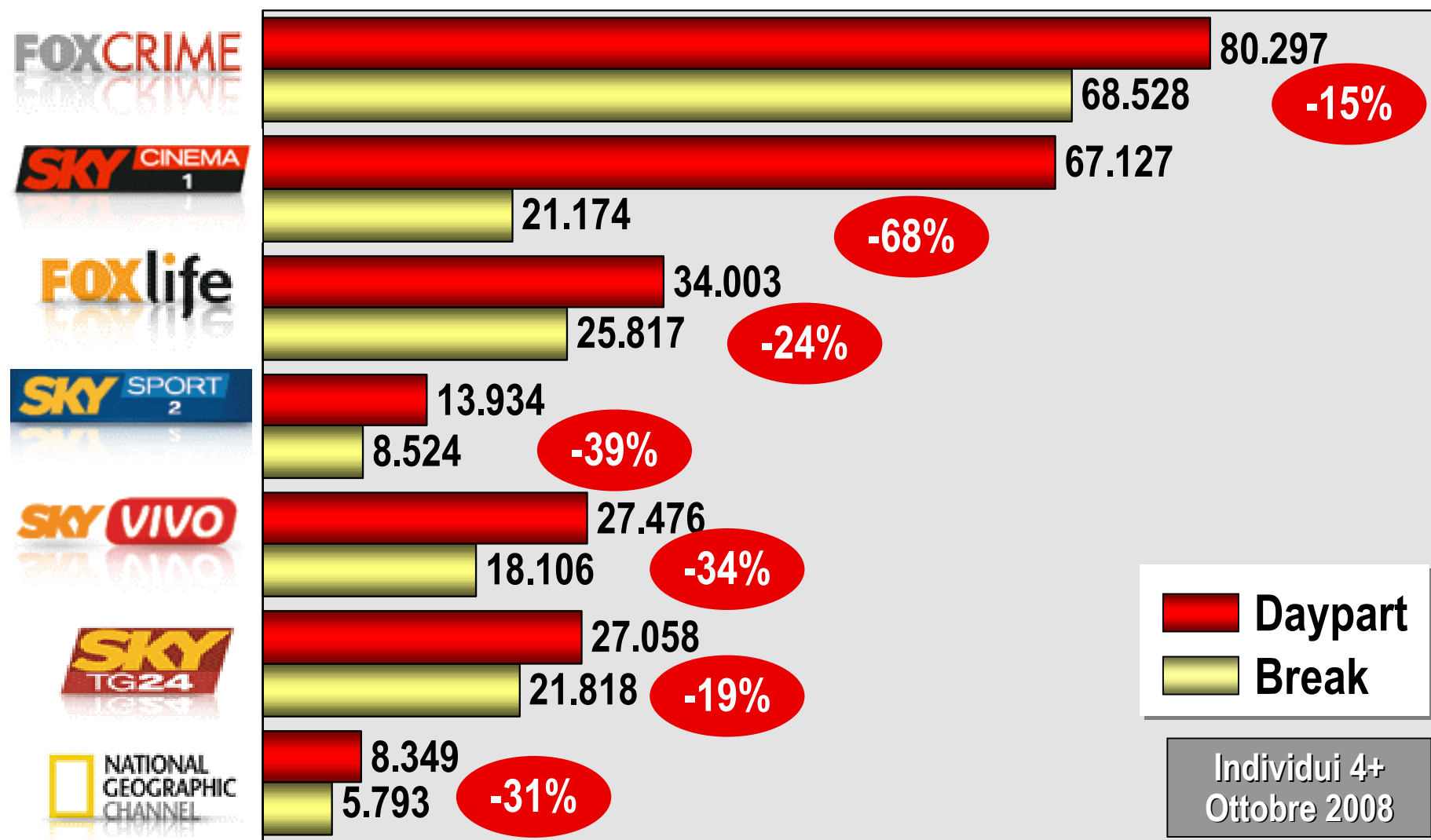
Satellite: non solo Calcio



Affollamento Sat e Terrestre



Satellite: calo ascolto durante i break



Famiglie DTT vs Satellite Pay Maggior tasso di crescita e ... sorpasso

%Penetrazione	Nov.07-Gen.08	Nov.08-Gen.09	Δ %
Famiglie (.000)	23.600	23.907	1,3%
Satellite Free	6,0	8,0	33,7%
Satellite Pay (Sky)	17,2	19,1	10,6%
Digitale Terrestre (DTT)	14,9	20,1	34,8%
Individui 4+ (.000)	56.551	56.905	0,6%
Satellite Free	6,6	8,3	26,8%
Satellite Pay (Sky)	21,0	22,4	6,7%
Digitale Terrestre (DTT)	18,1	23,3	28,8%

Totale Famiglie solo analogiche: 58,9%

Totale Famiglie con almeno un device digitale: 41,1%

Il DTT crescerà ancor più velocemente nel 2009-12

DTT e Sat Pay

Universi a Confronto

% Composizione	DTT	Pay Sat	Diff.
Segmento	13.236.093	12.770.759	Assoluta
Uomini	45%	45%	-0,3%
Donne	42%	41%	-0,6%
Età 4-7	5%	5%	0,3%
Età 8-14	8%	9%	0,6%
Età 15-19	6%	7%	0,6%
Età 20-24	7%	7%	-0,2%
Età 25-34	16%	16%	-0,2%
Età 35-44	19%	20%	1,4%
Età 45-54	15%	16%	0,6%
Età 55-64	13%	11%	-1,7%
Età 65+	12%	11%	-1,4%
City Size <100mila	71%	76%	5,0%
City Size >100mila	29%	24%	-5,0%
Adulti con bimbi 0-3	8%	8%	0,7%
Adulti con ragazzi 4-14	23%	24%	1,2%

% Composizione	DTT	Pay Sat	Diff.
Segmento	13.236.093	12.770.759	Assoluta
CSE BB	3%	2%	-1,1%
CSE MB	29%	22%	-6,5%
CSE BA	6%	5%	-0,1%
CSE AB	4%	4%	-0,3%
CSE MA	39%	40%	1,1%
CSE AA	20%	27%	6,9%
Scol. Elementare	12%	10%	-2,4%
Scol. Media Inferiore	31%	29%	-2,1%
Scol. Media Superiore	36%	37%	1,3%
Scol. Universitaria	8%	11%	2,3%
Monocomponenti	4%	3%	-0,7%
Bicomponenti	16%	14%	-1,9%
3 componenti	27%	27%	0,4%
4 componenti	34%	37%	2,6%
5+ componenti	19%	19%	-0,5%

I due principali driver di crescita del DTT

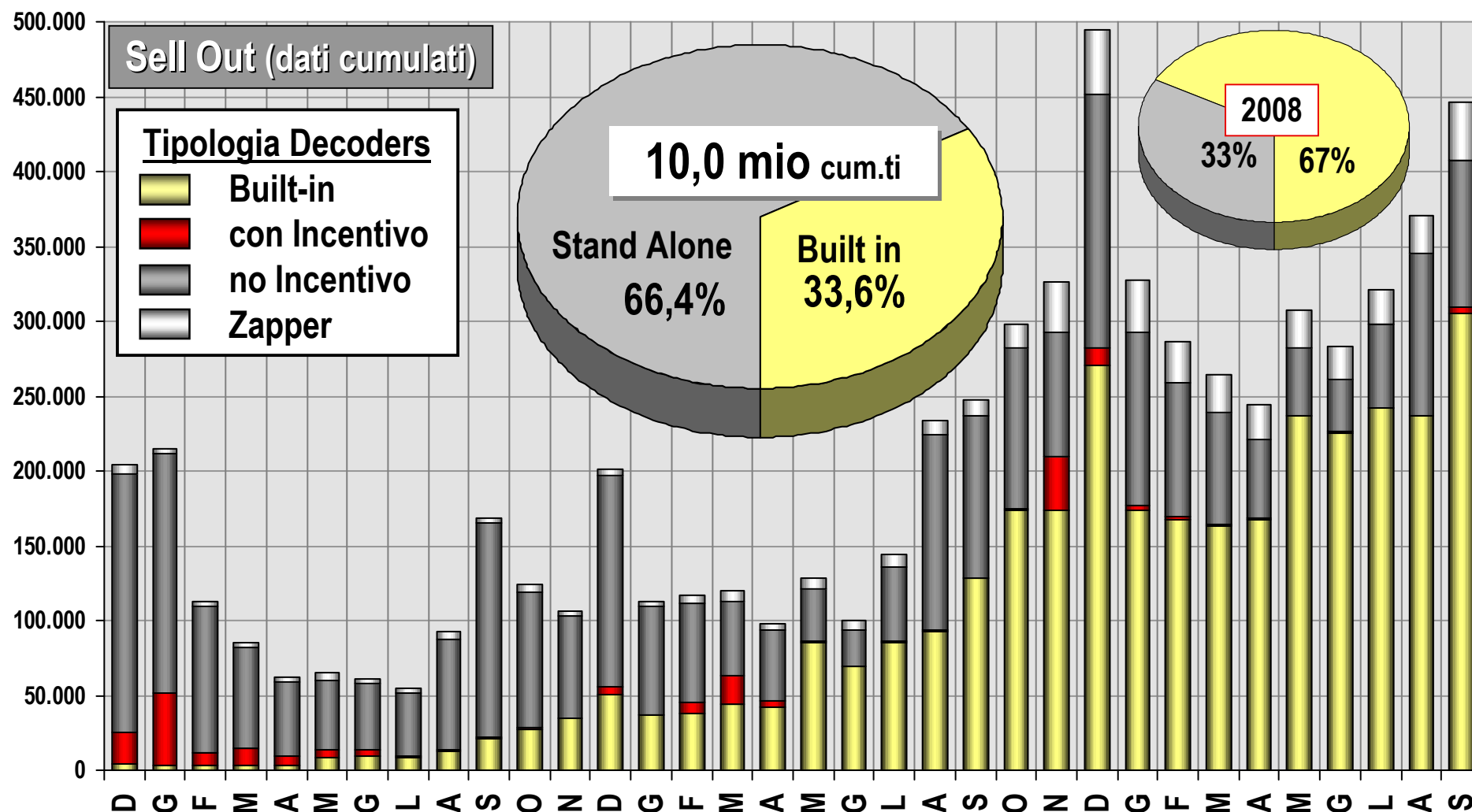


- Tutti i nuovi Tv-sets immessi sul mercato dovranno poter ricevere i canali DTT, a seguito delle regole poste dal Governo



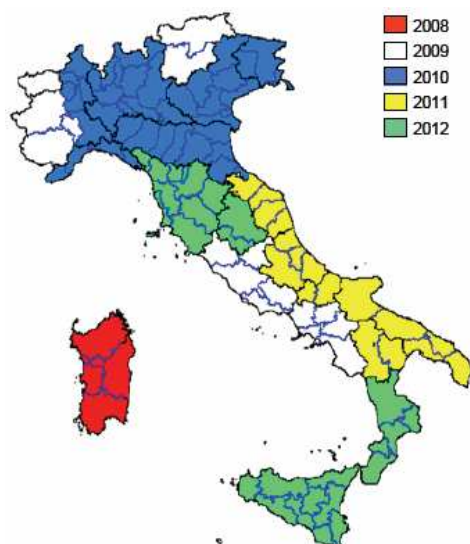
- Avvio ufficiale del programma di switch-off per area territoriale

Crescita Built-in vs Stand-alone decoders





Calendario Switch-Off per Regione



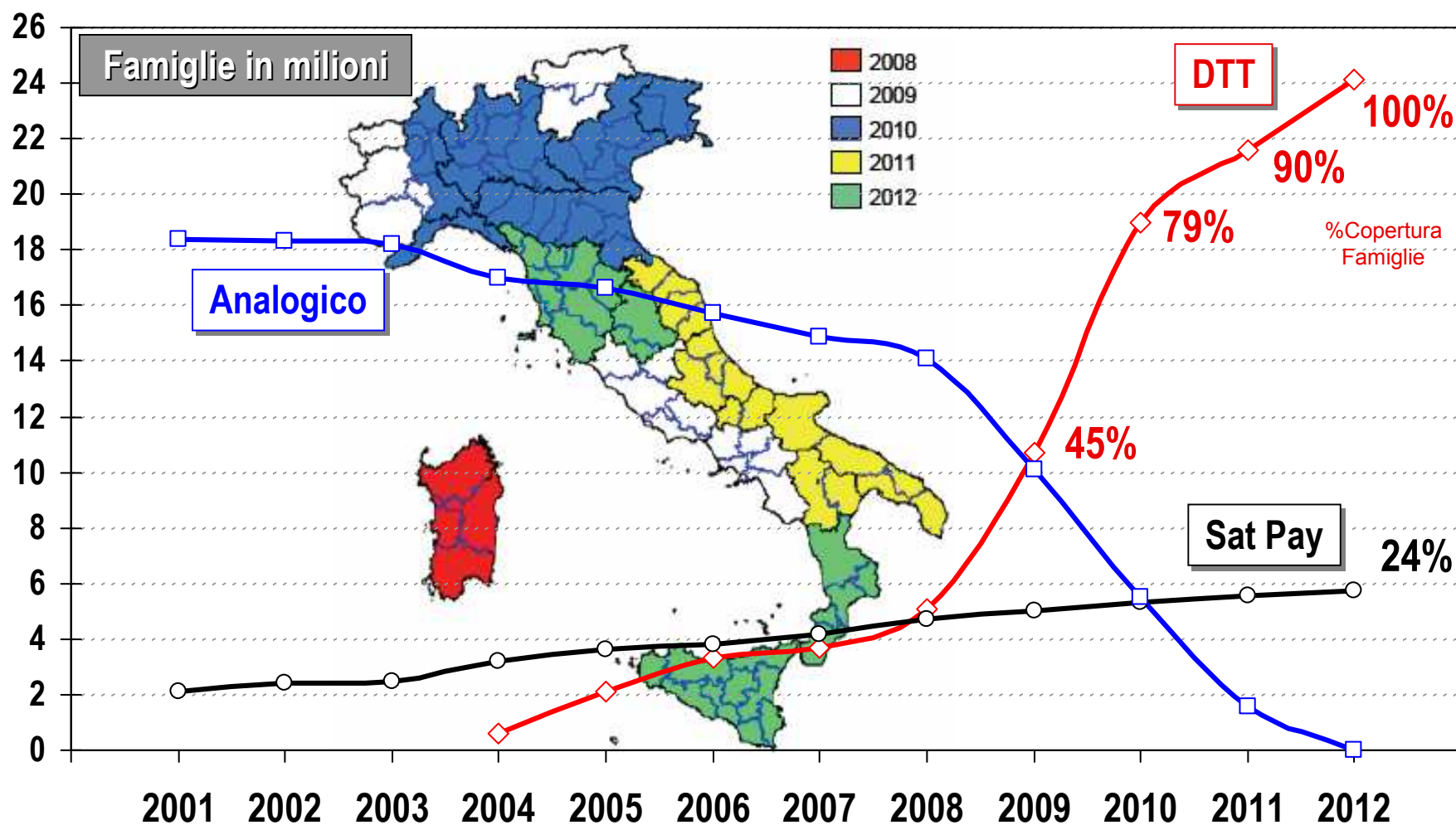
2008	2° Sem.	Area 16	Sardegna
2009	1° Sem.	Area 2	Valle d'Aosta
	2° Sem.	Area 1	Piemonte occidentale
		Area 4	Trentino e Alto Adige (inclusa la provincia di Belluno)
		Area 12	Lazio
		Area 13	Campania
2010	1° Sem.	Area 3	Piemonte Orientale e Lombardia (inclusa la provincia di Piacenza)
	2° Sem.	Area 5	Emilia Romagna*
		Area 6	Veneto* (incluse le province di Mantova e Pordenone)
		Area 7	Friuli Venezia Giulia
		Area 8	Liguria
2011	1° Sem.	Area 10	Marche*
		Area 11	Abruzzo e Molise* (inclusa la provincia di Foggia)
		Area 14	Basilicata, Puglia (incluse le province di Cosenza e Crotone)
2012	1° Sem.	Area 9	Toscana e Umbria (incluse le province di La Spezia e Viterbo)
	2° Sem.	Area 15	Sicilia e Calabria

Fonte: Decreto del 10 Set. 2008

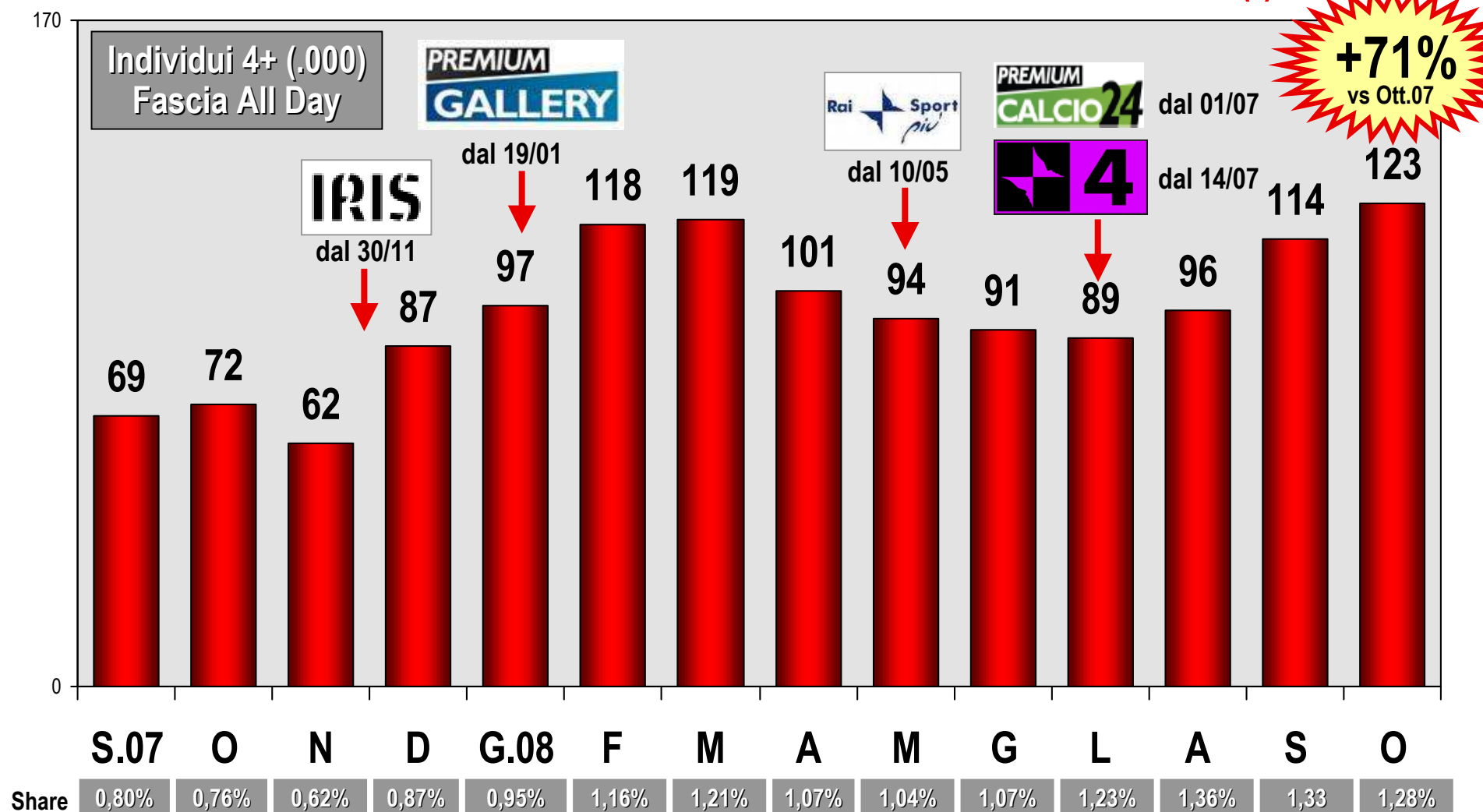
%
Famiglie
con DTT

28% alla fine del 2009
69% alla fine del 2010
81% alla fine del 2011

Una possibile evoluzione



DTT: Crescita Offerta e Ascolto (*)



(*) Non incluso l'ascolto di Rai, Mediaset, La7, Disney, RaiSportPiù attraverso il DTT

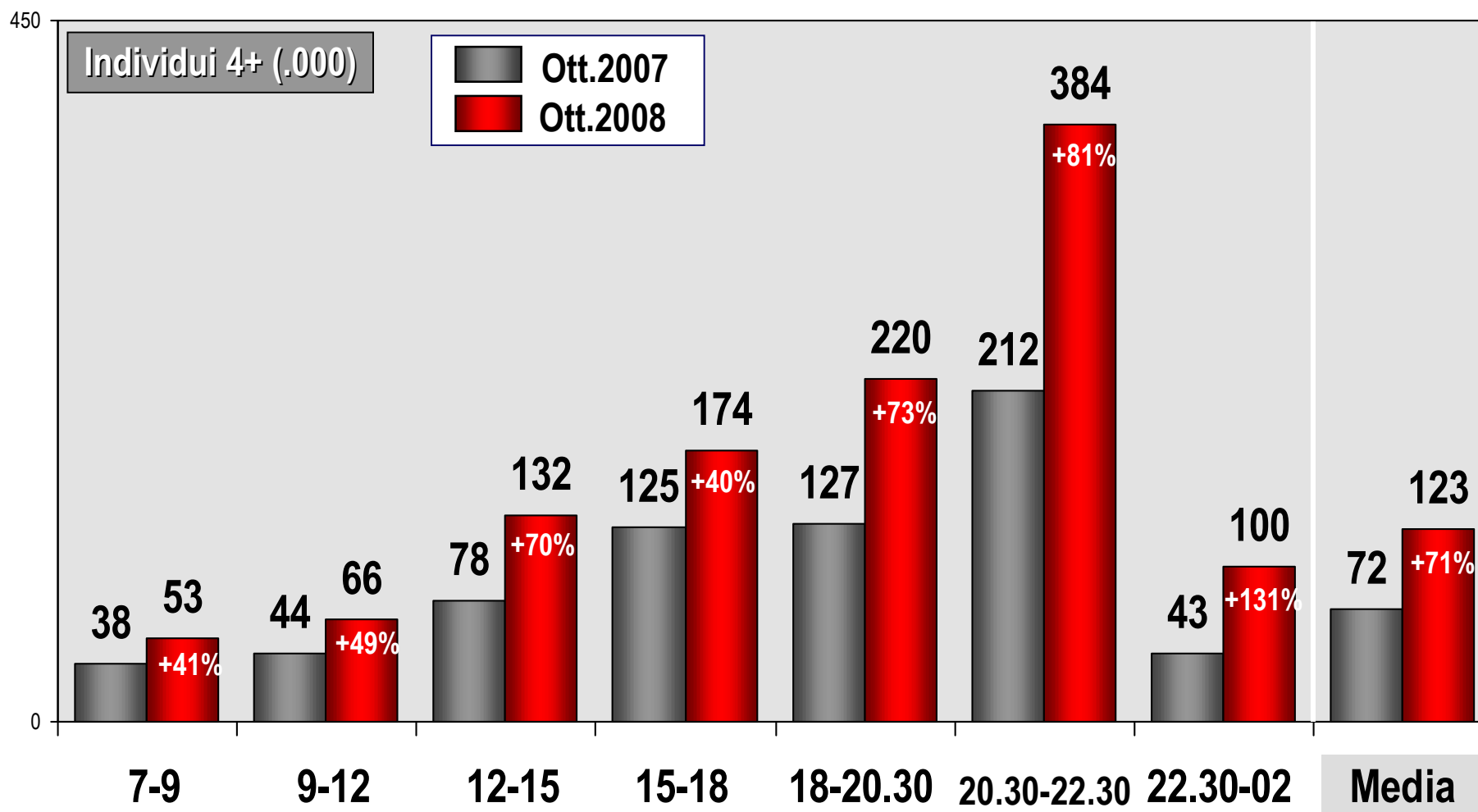
DTT: Crescita Ascolto per Segmento (*)

Target Group	24h		
	Ott.07	Ott.08	08 vs 07
Ind. 4+	72.074	123.382	71%
Adulti	51.120	100.759	97%
M 15+	31.268	54.366	74%
F 15+	19.852	46.393	134%
RA	20.712	45.168	118%
4-7	9.514	9.914	4%
8-14	11.440	12.708	11%
15-24	4.584	10.009	118%
25-34	8.349	21.920	163%
35-44	14.692	22.089	50%
45-54	8.941	21.643	142%
55-64	6.927	13.444	94%
65+	7.626	11.653	53%

(*) Non incluso l'ascolto di Rai, Mediaset, La7, Disney, RaiSportPiù attraverso il DTT

DTT: Crescita Ascolto per Daypart (*)

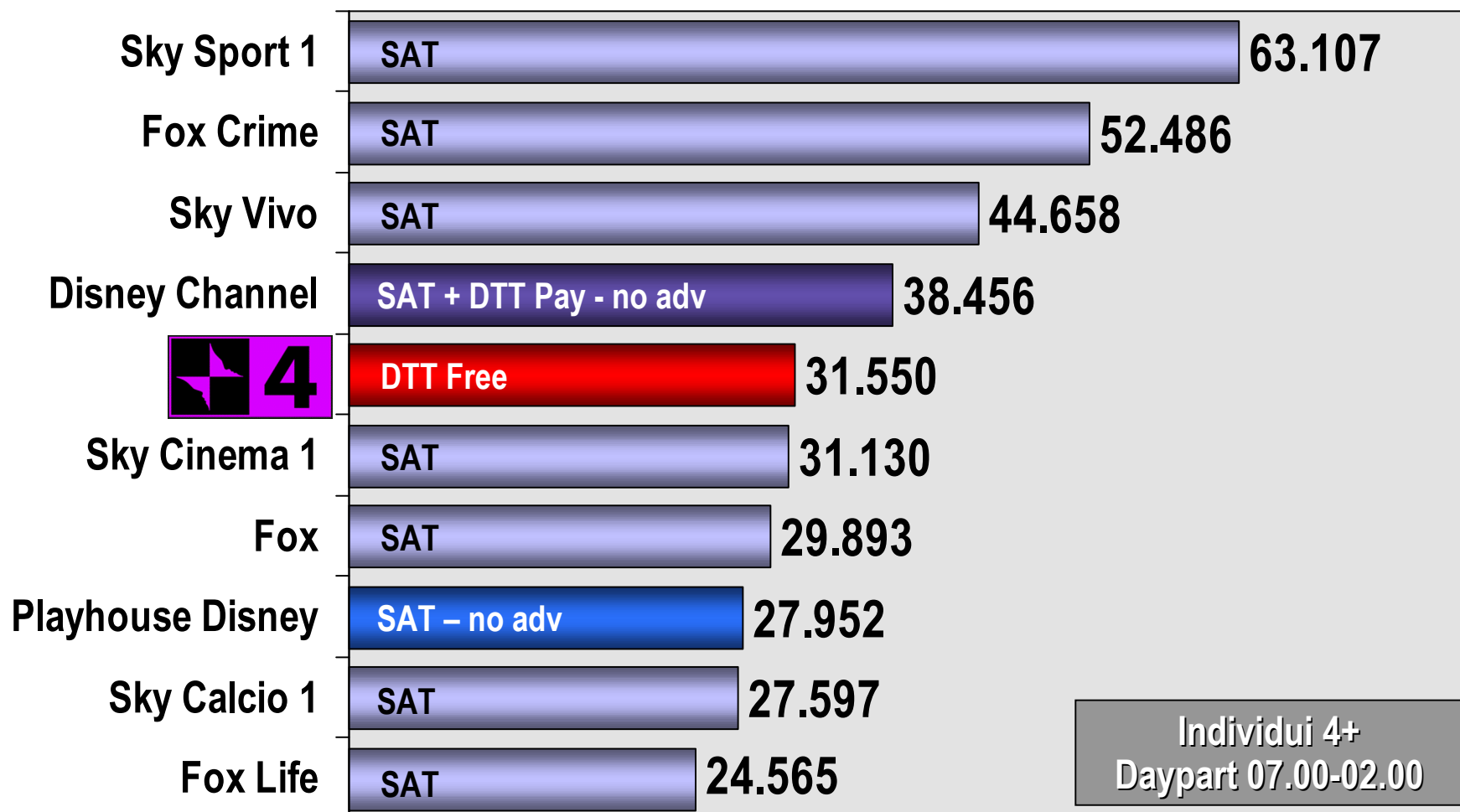
Ottobre 2008 vs 2007



(*) Non incluso l'ascolto di Rai, Mediaset, La7, Disney, RaiSportPiù attraverso il DTT

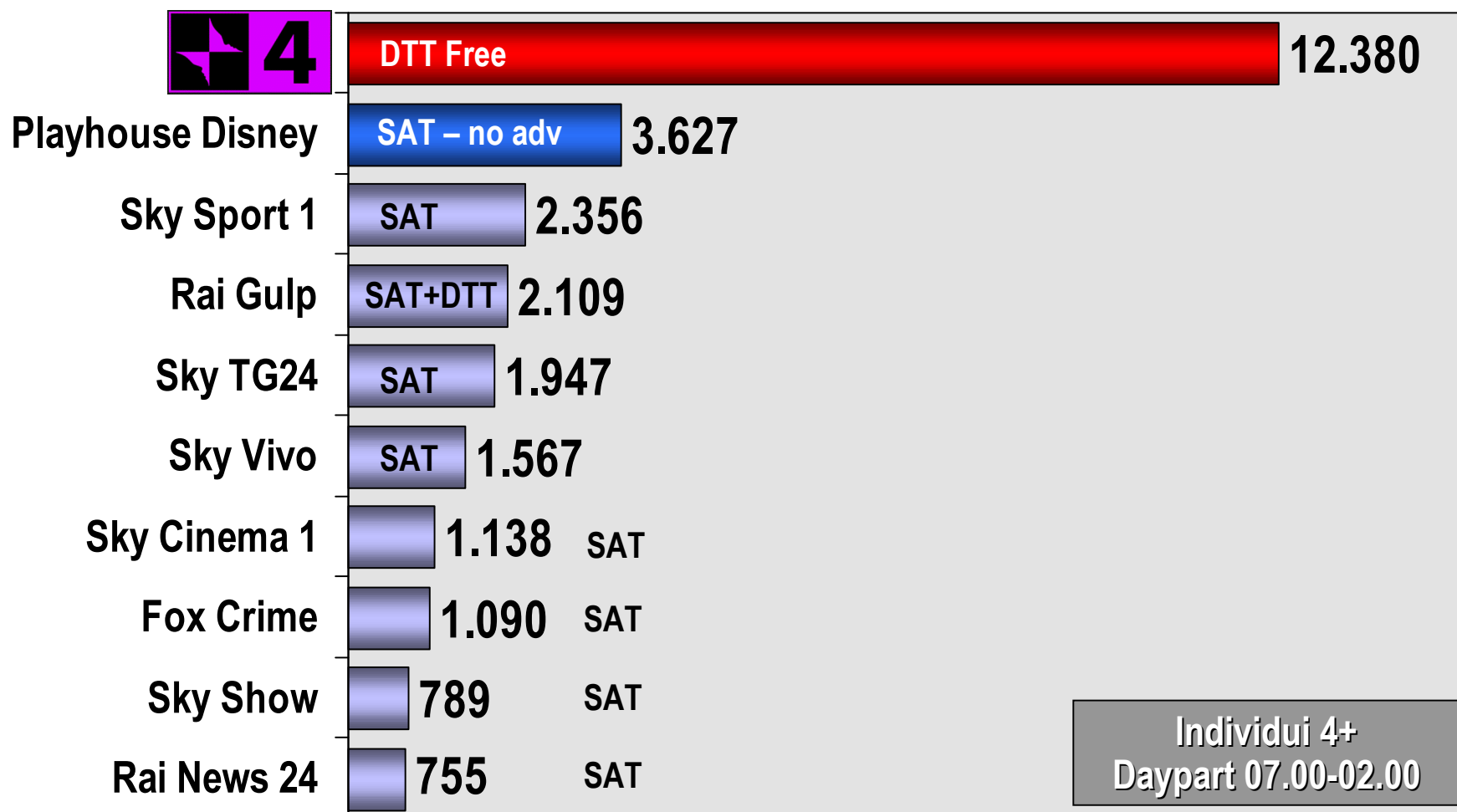
Top-10 Tv Sat/DTT in Italia

media 02-22 Novembre 2008

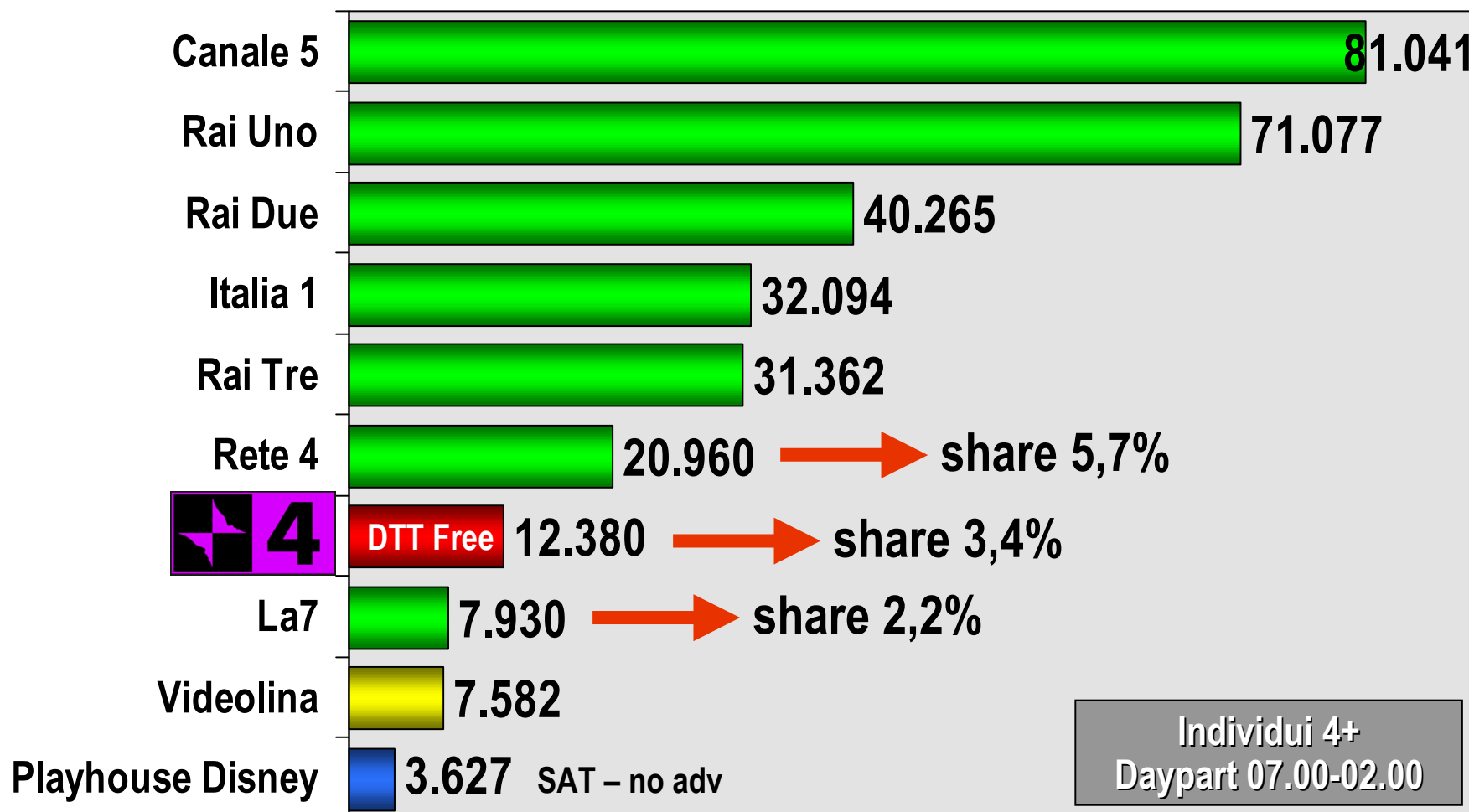


SARDEGNA - Top 10 Tv Sat/DTT

media 02-22 Novembre 2008



SARDEGNA - Top 10 Tv media 02-22 Novembre 2008



Sardegna vs Italia

Share a Confronto – Nov. 2008 vs 2007

Target Individui 4+	Totale Italia			Sardegna		
	2007	2008	Variaz.	2007	2008	Variaz.
Rai	43,2%	42,3%	-0,92	41,5%	38,9%	-2,68
Mediaset	40,9%	39,9%	-0,91	44,4%	36,5%	-7,91
La7	2,8%	3,0%	0,22	2,3%	2,2%	-0,06
Tv Satellitari	7,4%	8,4%	0,97	6,4%	11,2%	4,72
Altre Terrestri	5,8%	6,4%	0,64	5,4%	11,3%	5,93
Totale	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	
Totale (%Pen.)	22,07	22,1	0,14%	24,44	23,4	-4,26%

Sat e Altre Tv guadagnano 10,6 punti di share

Periodi: 02-22/11/2008; 04-24/11/2007

Fonte: Auditel (Ascolto nel minuto medio) – ospiti inclusi



mediaitalia