



media**italia**

Milano, 24 Novembre 2009

Tv Digitale in Italia

Index

- 1** La 1^a ondata:
Tv Satellitare
- 2** La 2^a ondata:
Digitale Terrestre
- 3** DTT - L'ascolto
- 4** Switch Over / Off
- 5** Effetti della
Frammentazione

6 Scenario 2012

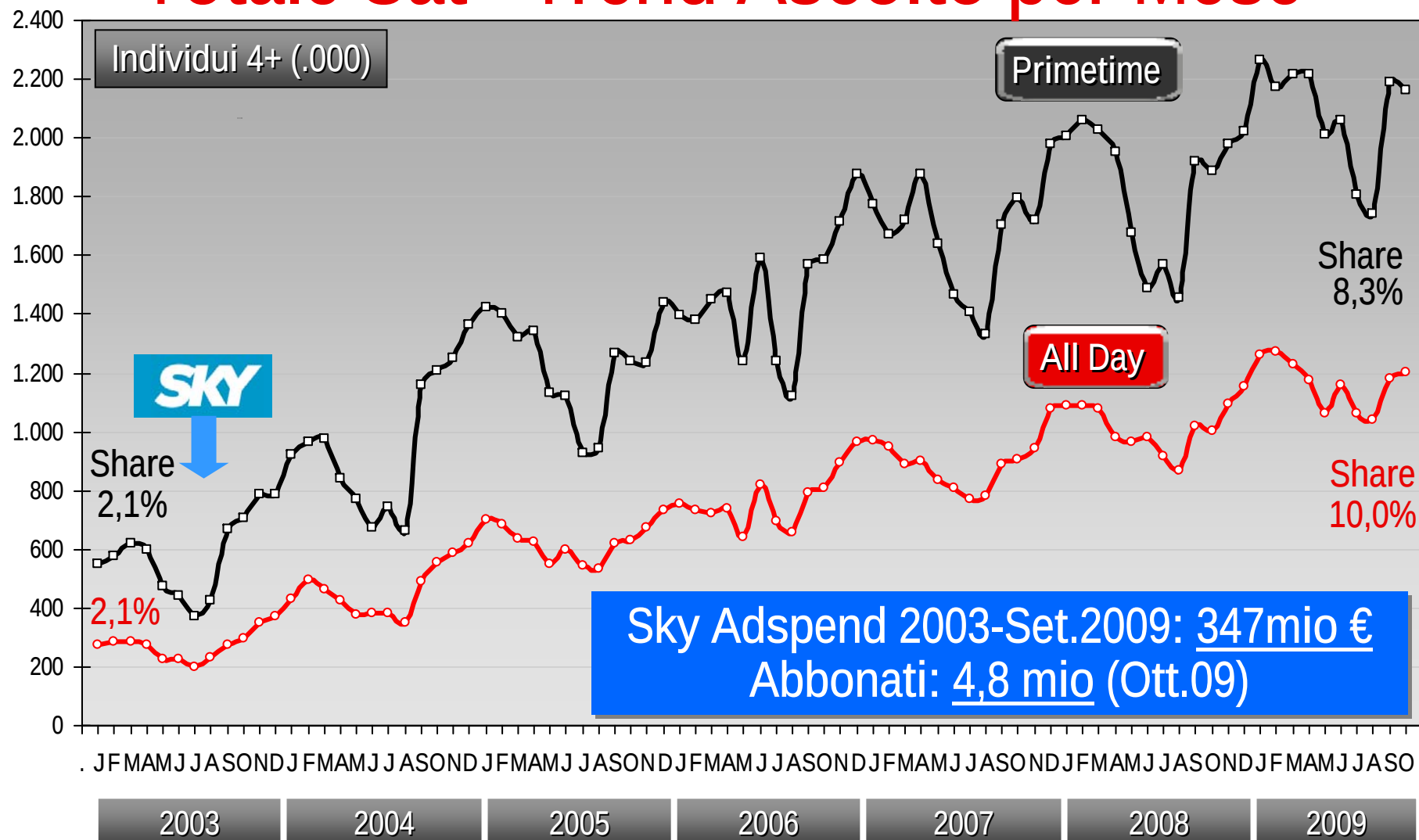


section



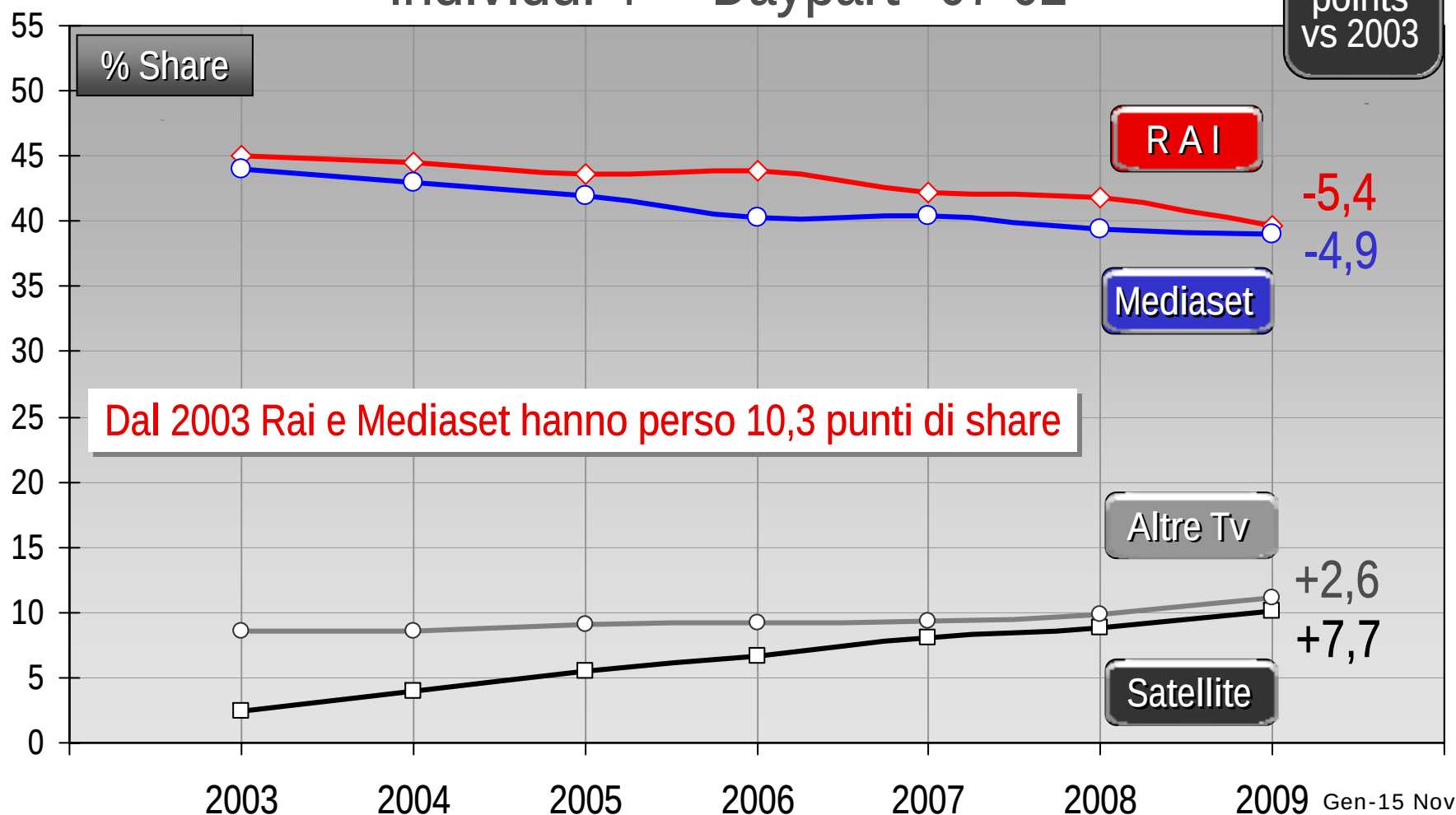
1^a ondata digitale TV SATELLITARE

Totale Sat - Trend Ascolto per Mese



Share Annua per Gruppo

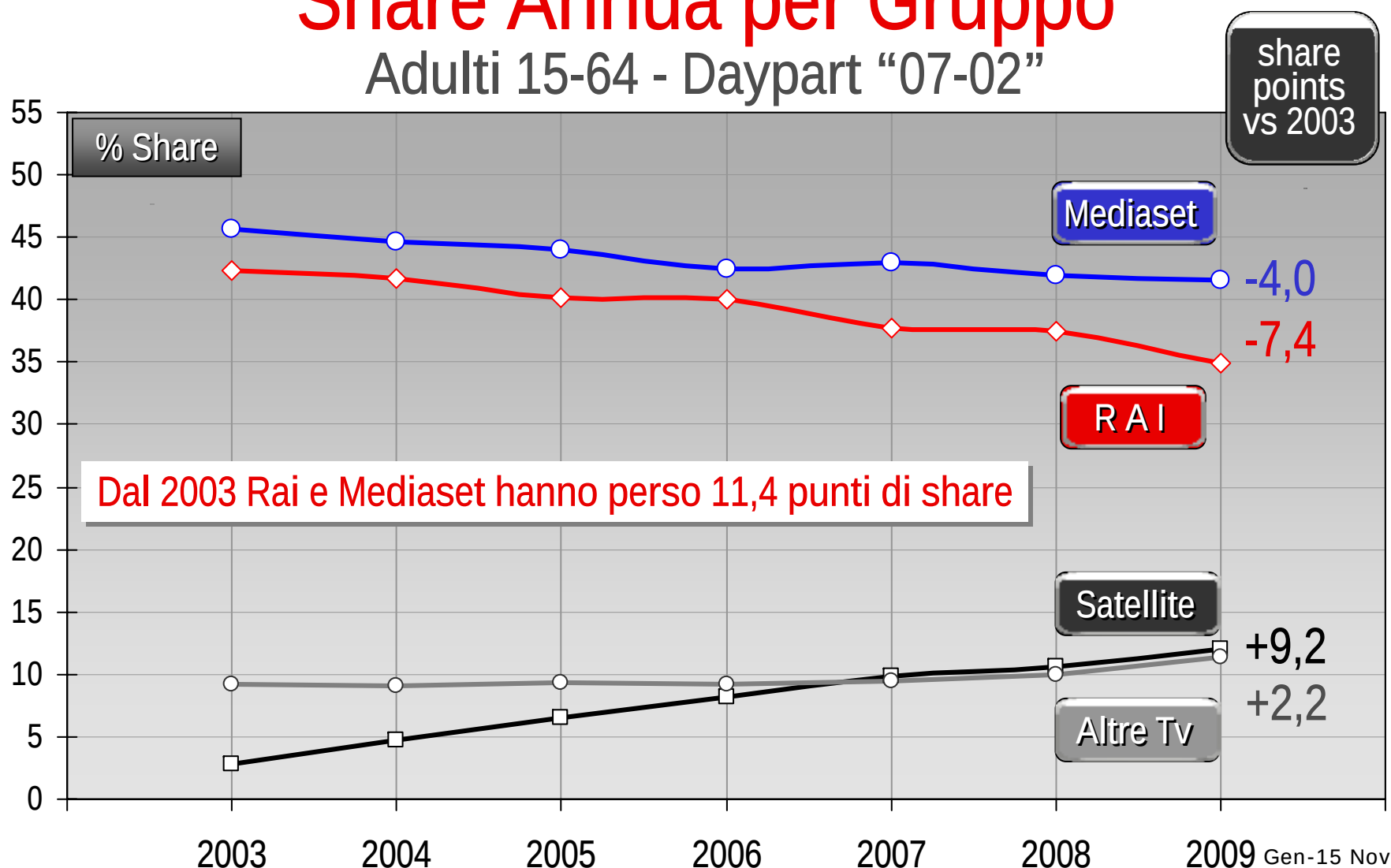
Individui 4+ - Daypart "07-02"



Rai=Rai1+Rai2+Rai3; Mediaset=Canale5+Italia1+Rete4

Share Annua per Gruppo

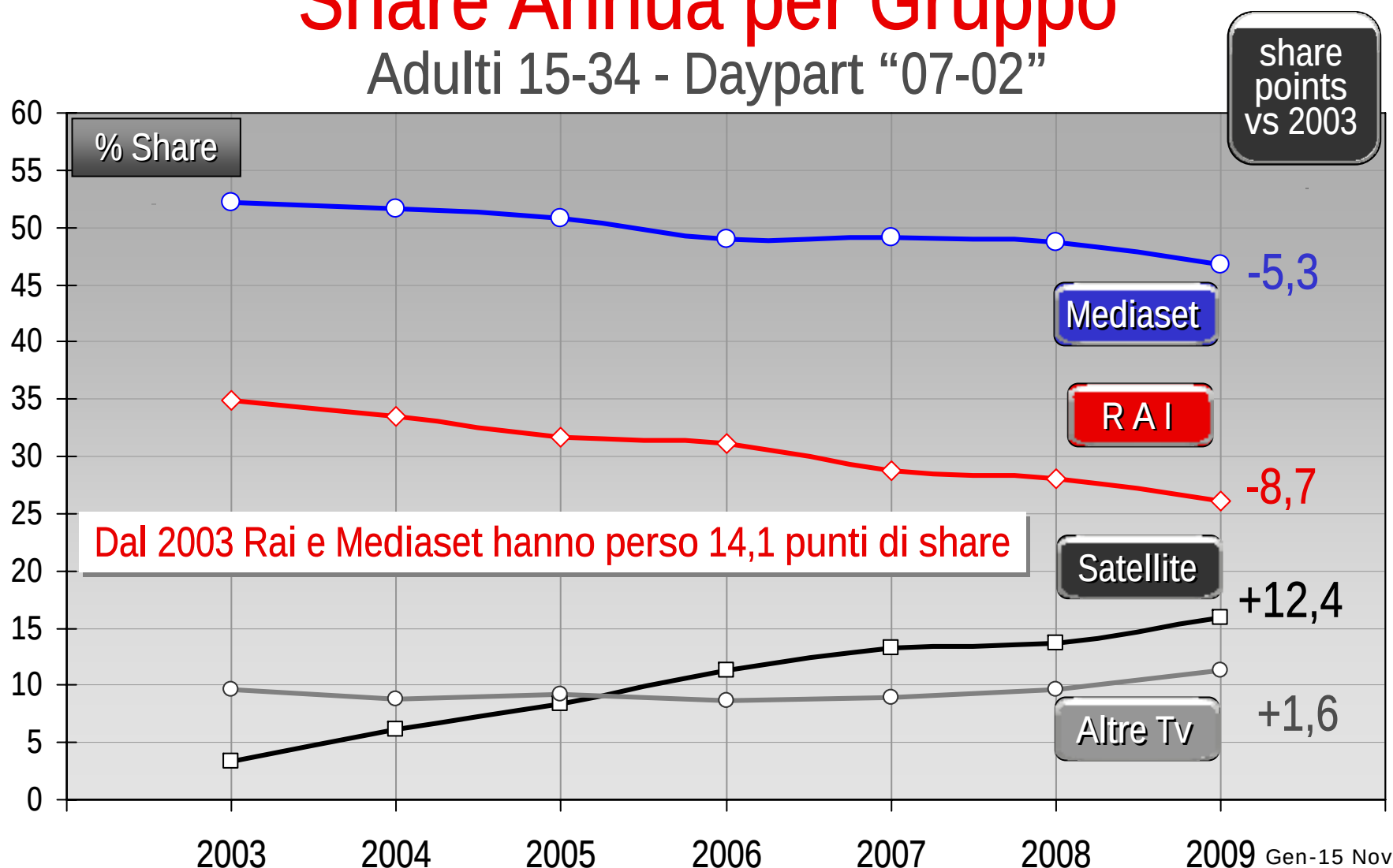
Adulti 15-64 - Daypart "07-02"



Rai=Rai1+Rai2+Rai3; Mediaset=Canale5+Italia1+Rete4

Share Annua per Gruppo

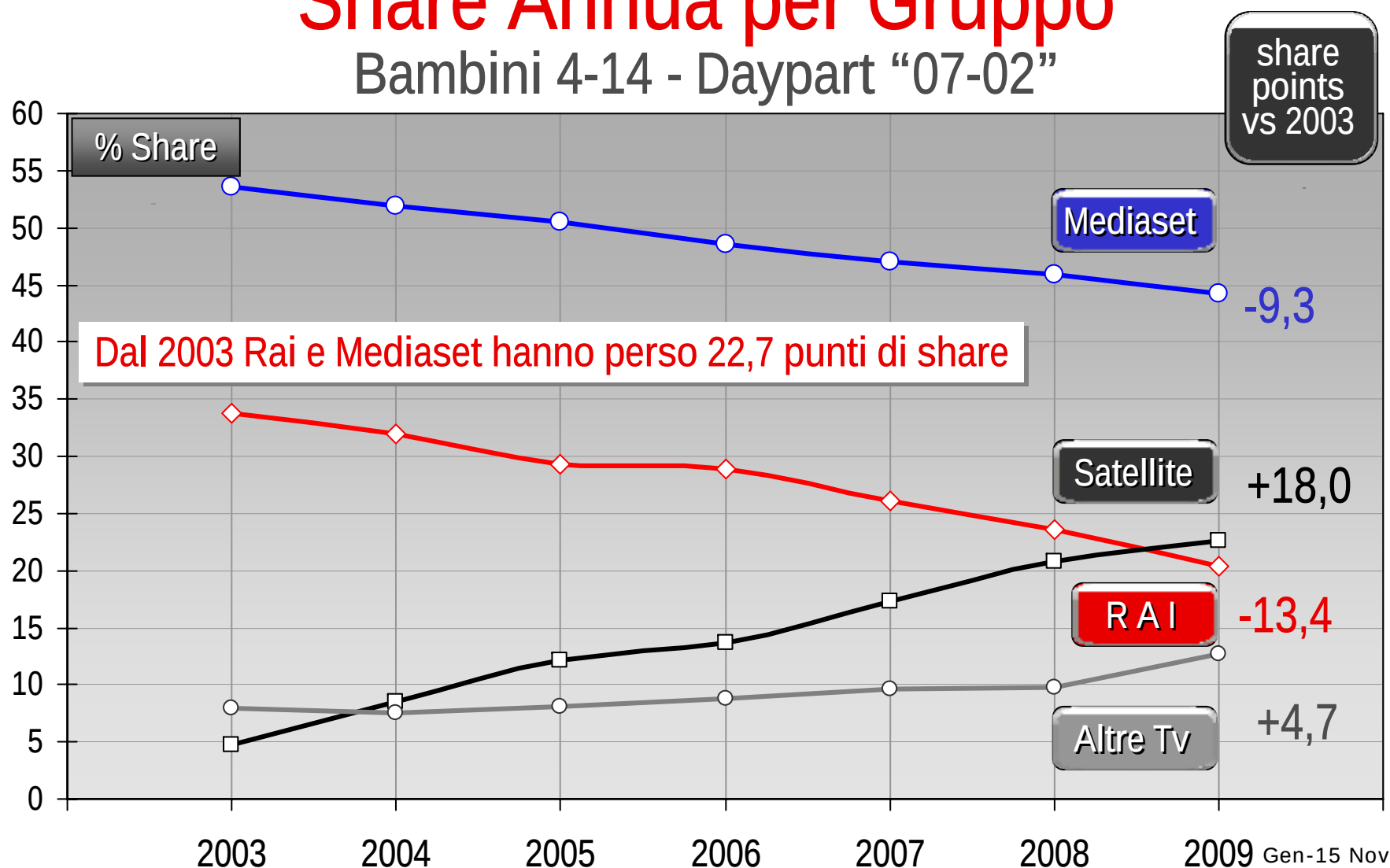
Adulti 15-34 - Daypart "07-02"



Rai=Rai1+Rai2+Rai3; Mediaset=Canale5+Italia1+Rete4

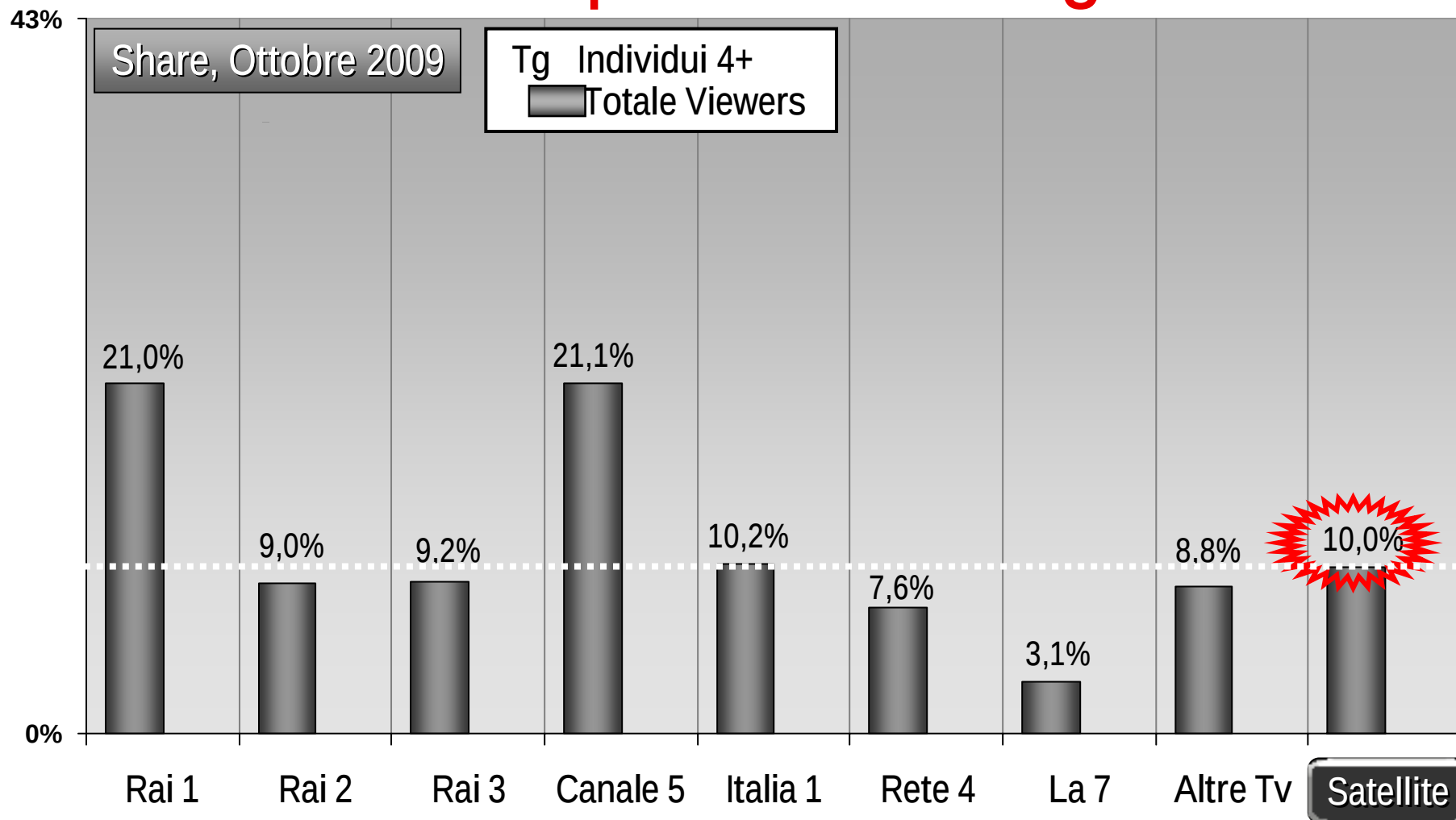
Share Annua per Gruppo

Bambini 4-14 - Daypart "07-02"

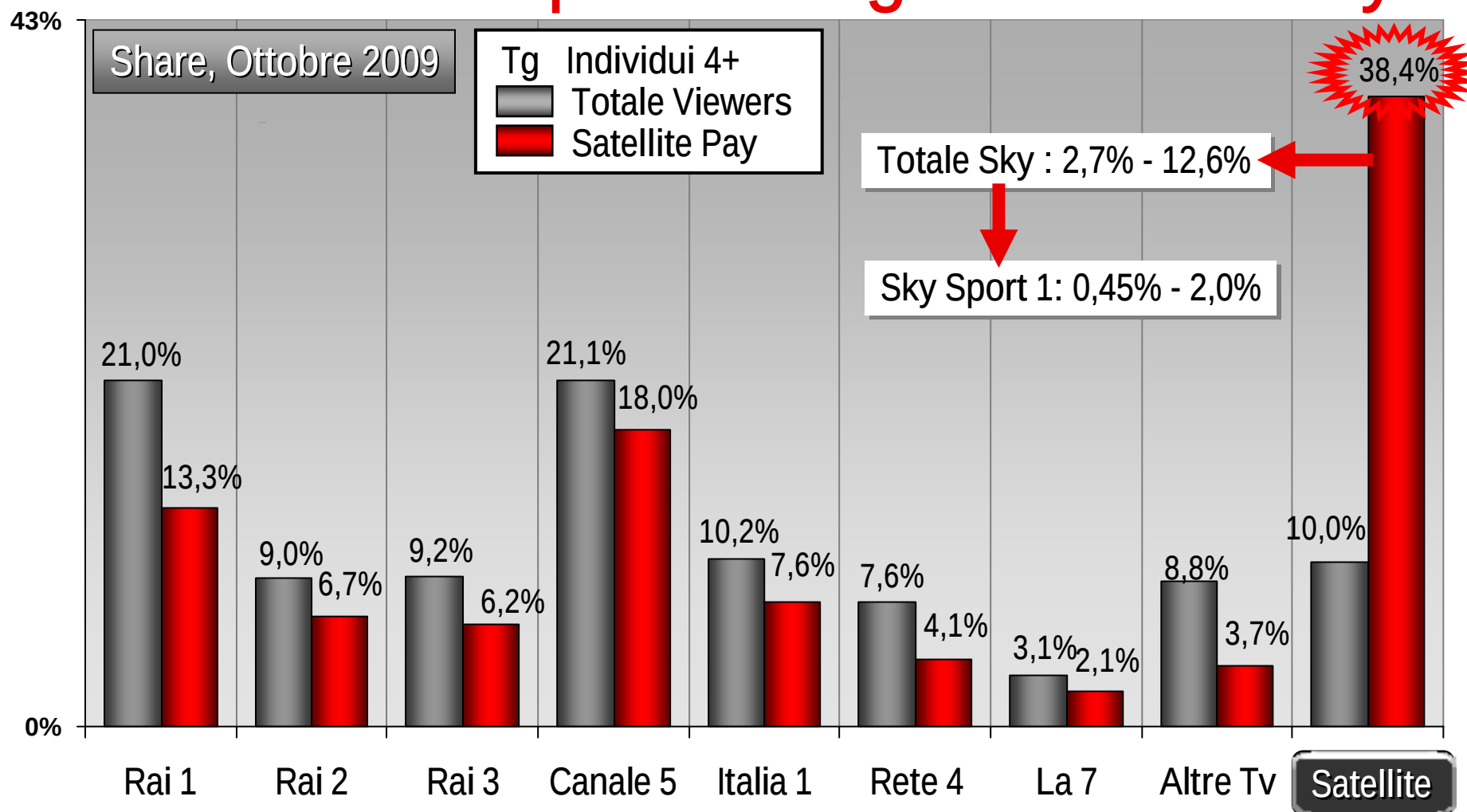


Rai=Rai1+Rai2+Rai3; Mediaset=Canale5+Italia1+Rete4

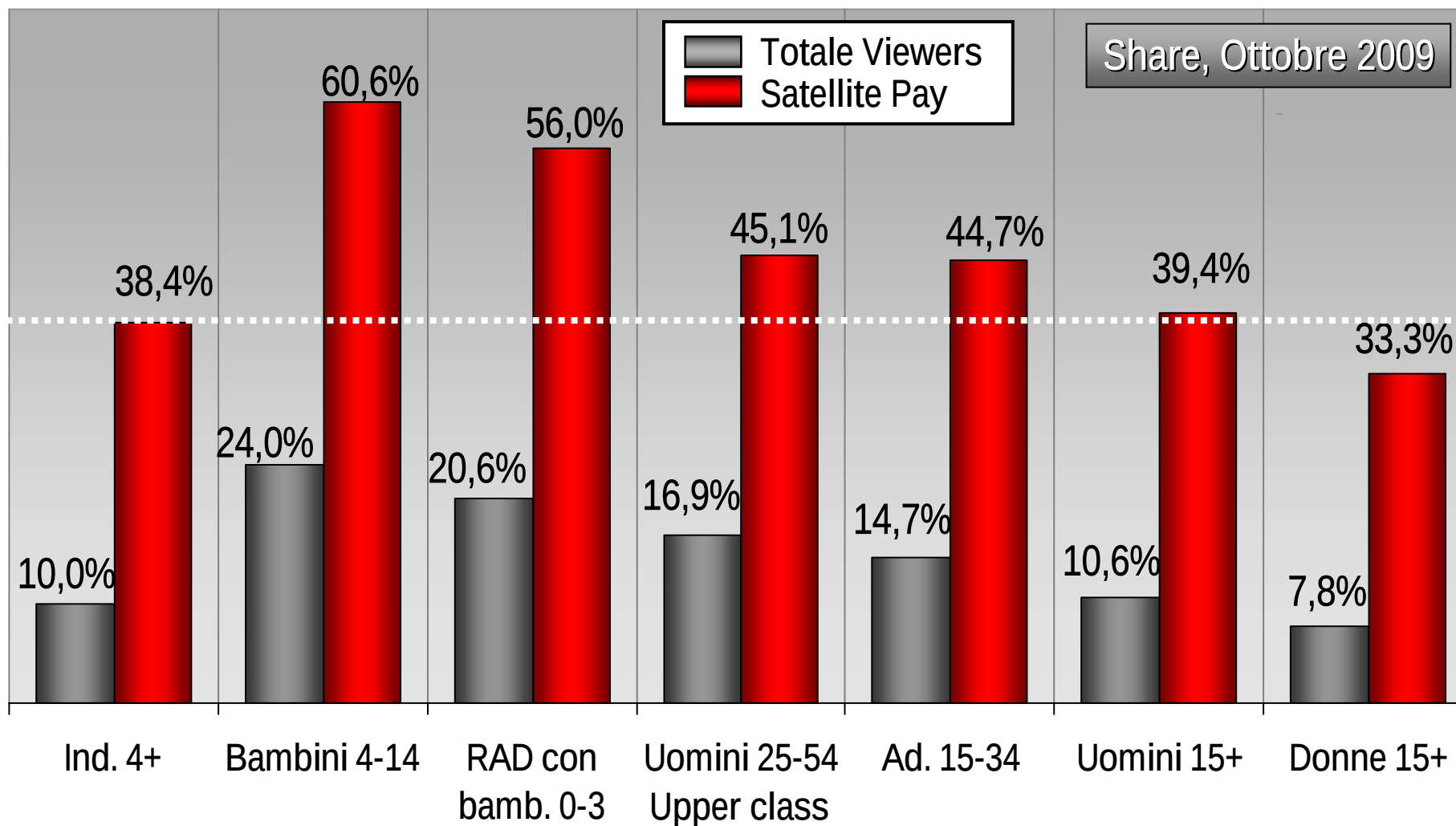
Satellite: al 4° posto tra tutti gli italiani



Satellite: al 1° posto tra gli abbonati Sky



Satellite: share >40% tra alcuni target



Top/Bottom reti per Bacino Ascoltatori

Ottobre 2009 - Target: Individui 4+

Rete	Reach Mensile	Rete	Reach Mensile
Rai Sport piu'	8.473.080	AB Channel	1.009.548
Sky TG24	7.325.820	Live!	970.812
Rai News 24	7.107.010	Hip Hop Tv	969.067
Fox/HD	6.283.661	Match Music	961.195
Sky Sport 1	5.983.656	NatGeo Music	901.903
Comedy Central	5.975.378	Voce	888.603
Sky Cinema 1	5.862.309	ESPN America	659.833
Fox Life	5.831.003	Rock Tv	582.601
Sky Uno	5.794.299	Odeon 24	464.536
Rai Gulp	5.733.121	Onda Latina	135.810

Reach Mensile=Ascoltatori per almeno 1 minuto nel mese

Esclusi canali Sky Calcio e active

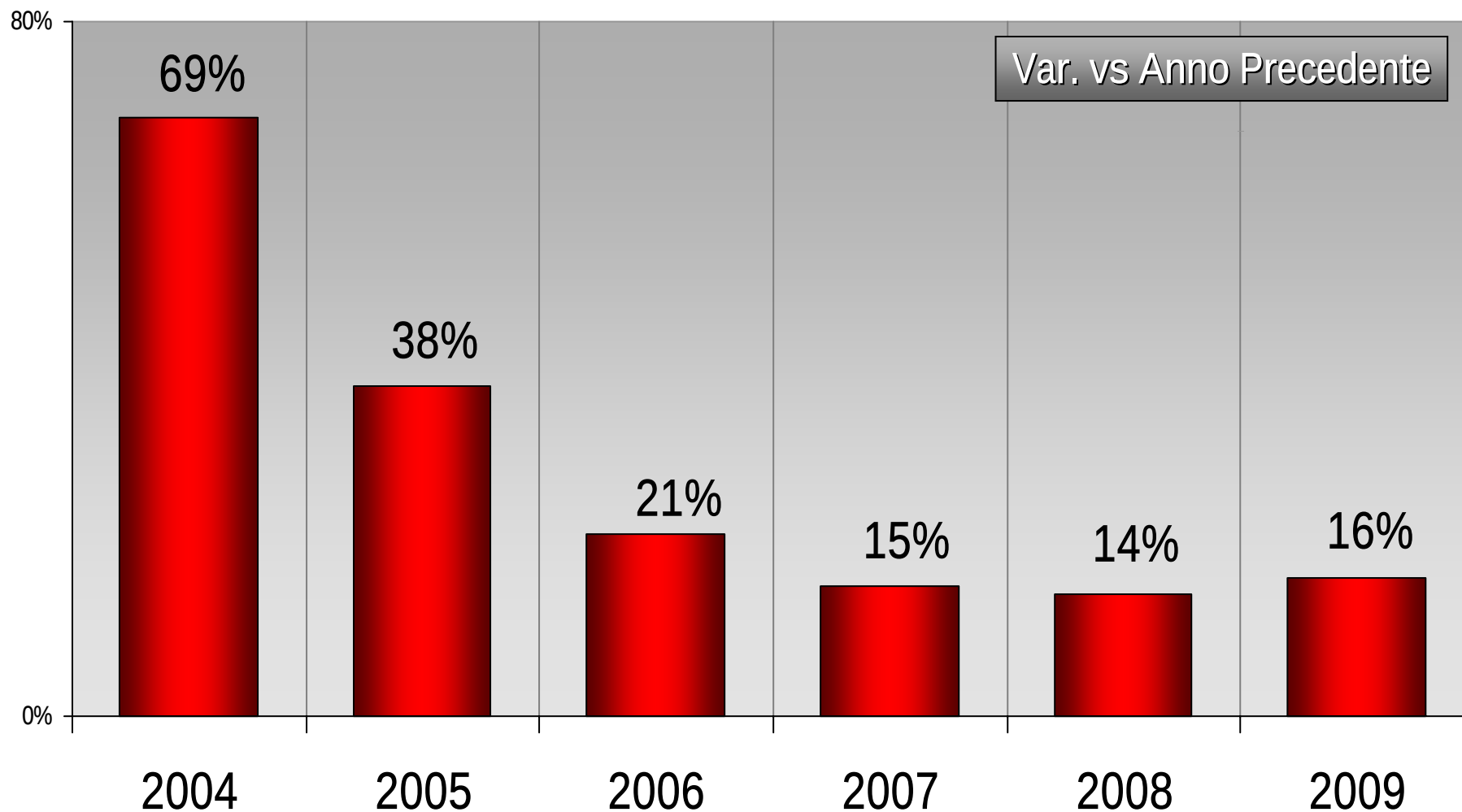
Fonte: Auditel (Ascolto nel minuto medio – All Day 24h) – ospiti inclusi

Top Tv Sat - Variazione Ascolto

Gen-15 Nov. 2009 vs 2008 - Fascia "07-02" - Tg: Individui 4+

Rank	Rete	2008	2009	Var%
1	Sky Sport 1	47.814	46.124	-4%
2	Disney Channel	29.629	40.335	36%
3	Fox Crime/HD	48.631	39.759	-18%
4	Fox/HD	29.620	29.333	-1%
5	Sky Cinema 1	31.356	28.207	-10%
6	Sky TG24	22.839	26.499	16%
7	Fox Life	26.244	25.281	-4%
8	Rai Gulp	16.814	24.511	46%
9	Playhouse Disney	31.293	24.038	-23%
10	Sky TG24	14.014	23.110	65%
TOTALE SKY		318.109	348.627	10%
TOTALE FOX		181.024	196.252	8%
TOT RAI		88.867	104.009	17%
TOTALE DISNEY		76.318	101.684	33%
Totale Tv SAT		1.003.379	1.170.681	17%

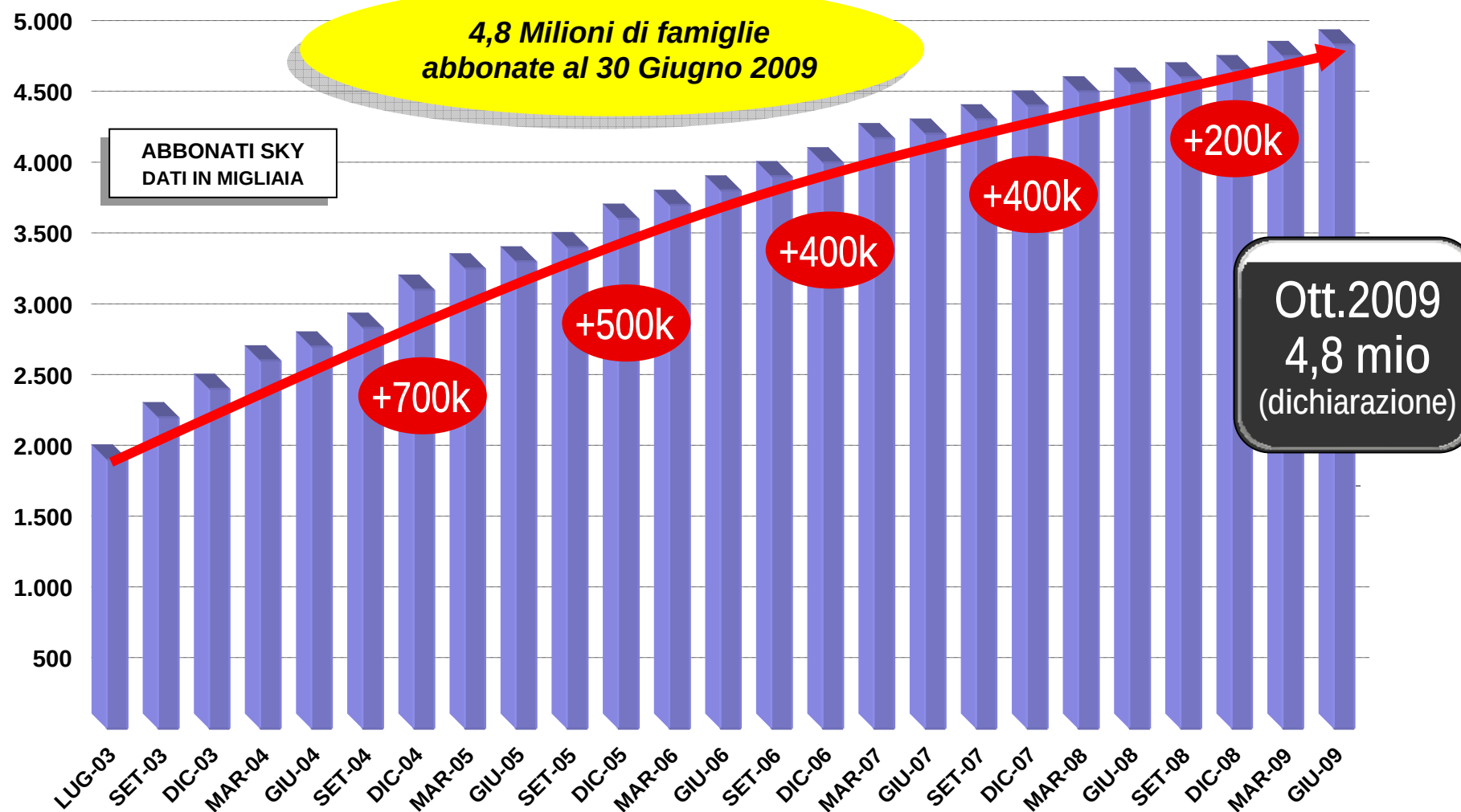
Totale Sat: tassi di crescita ... in calo



Periodo omogeneo: Gennaio-metà Novembre

Trend Abbonati Sky

Obj 2009: 5,1mio (+400k)



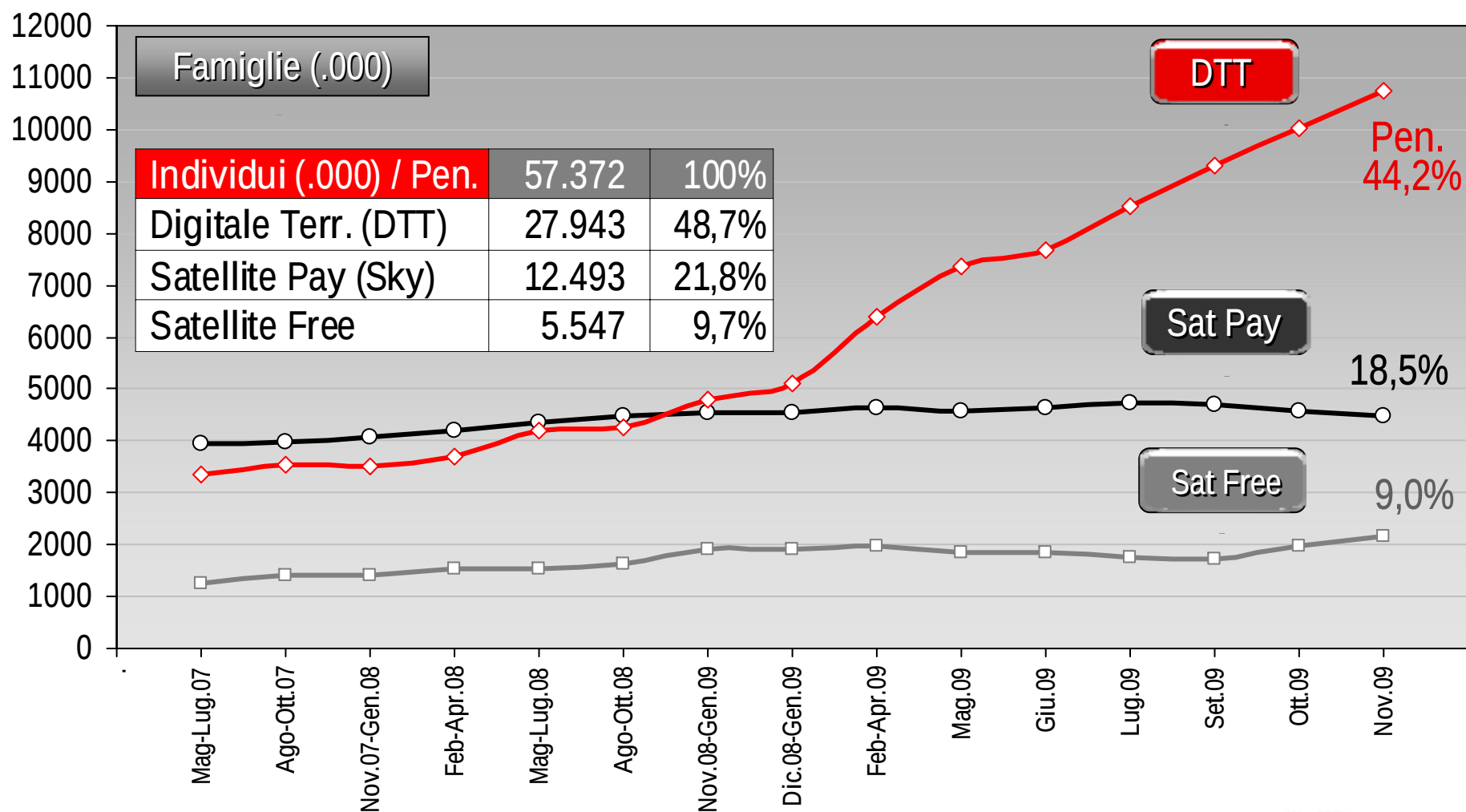
section



2^a ondata digitale

DIGITALE TERRESTRE

Trend Famiglie per Tecnologia Ricezione



I due principali driver di crescita del DTT



- Aprile 2009

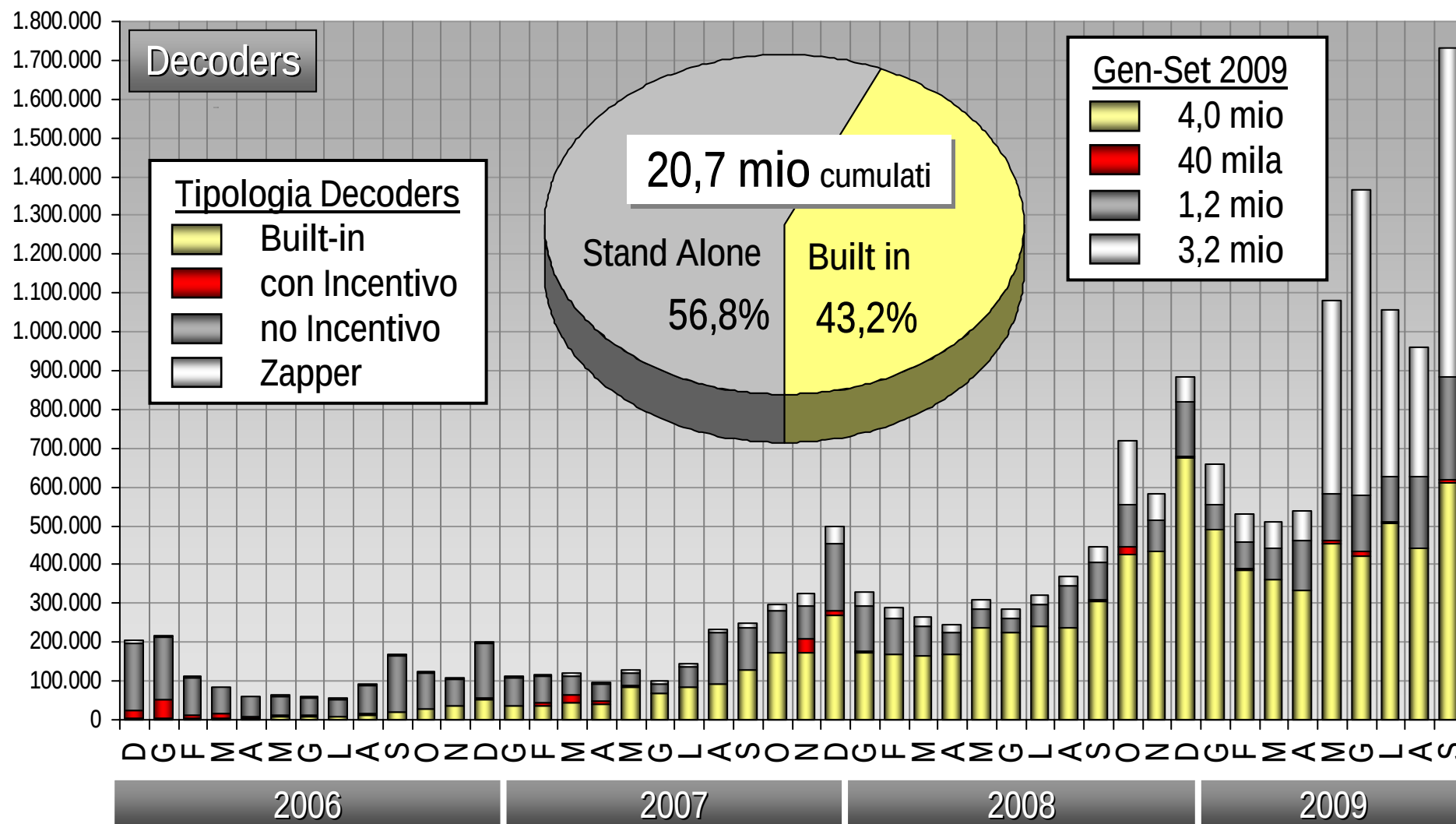
Tutti i nuovi Tv-sets immessi sul mercato, per legge devono poter ricevere i canali DTT



- Settembre 2008

Avvio ufficiale del programma di switch-off per area territoriale

Sell-out Decoders DTT





Switch-Over e Switch-Off

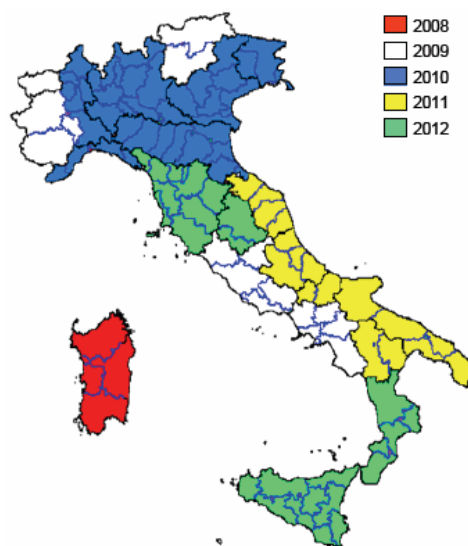
Il programma del 2009

Regione	Famiglie	Individui 4+	Switch-over	Switch-off
Valle d'Aosta	58.586	121.163		14-23/09
Piemonte Occ.	1.273.267	2.756.061	20/05	24/09-09/10
Trentino	216.286	492.099	15/02	15-27/10
Alto Adige	196.982	472.246		28/10-11/11
Lazio	2.233.362	5.348.675	16/06	16-30/11
Campania	2.051.665	5.562.193	14/10	1-16/12
Totale	6.030.148	14.752.437		
% su Italia	24,8%	25,7%		

16 Novembre: città di Roma e provincia
 17-18 Novembre: città di Latina e zona Pontina
 19-21 Novembre: città di Frosinone e provincia
 23-24 Novembre: città di Rieti e provincia
 25-30 Novembre: provincia di Latina e isole pontiane.



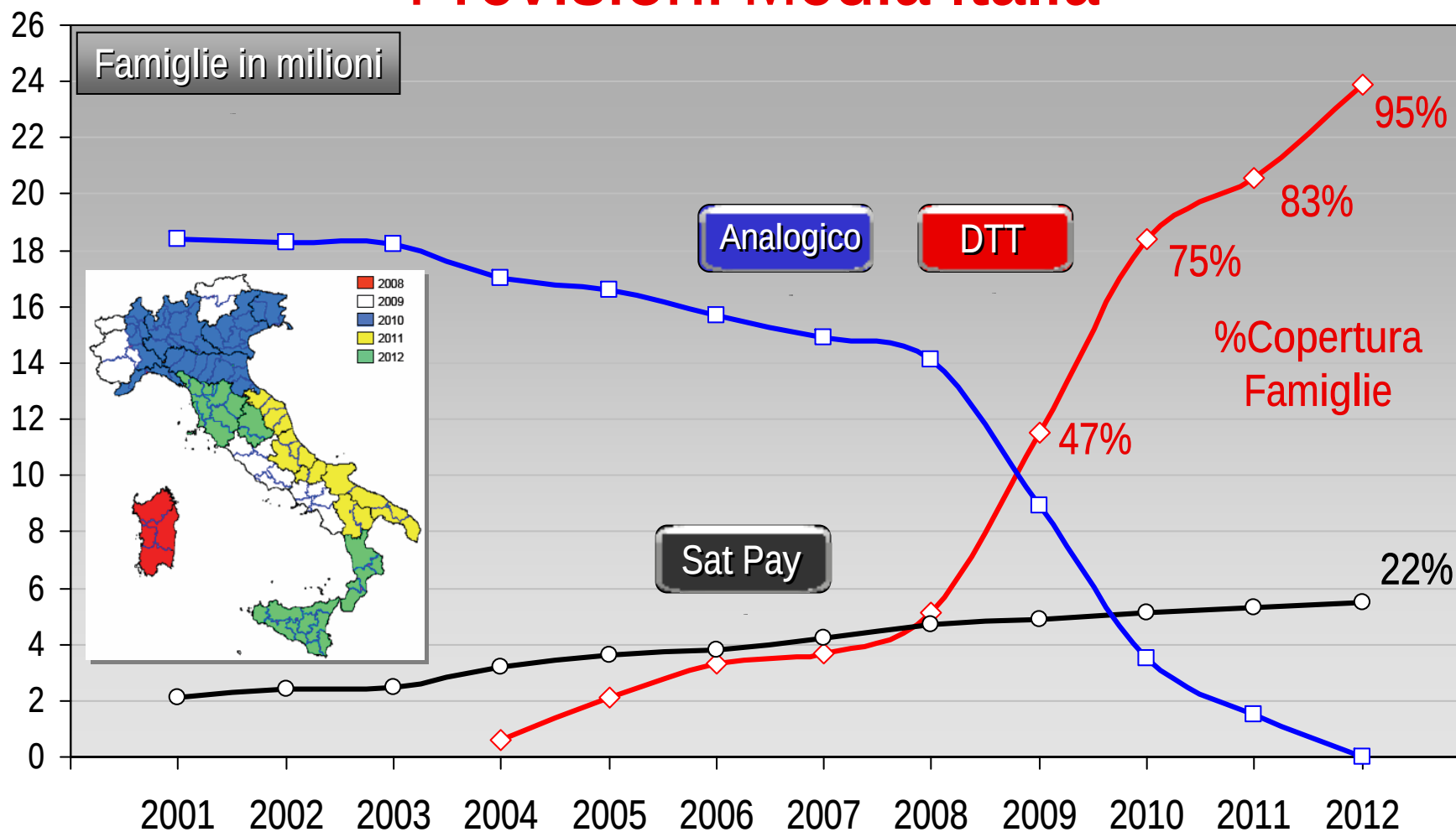
Calendario Switch-Off per Regione



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* (include 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

Una possibile evoluzione Previsioni Media Italia



section

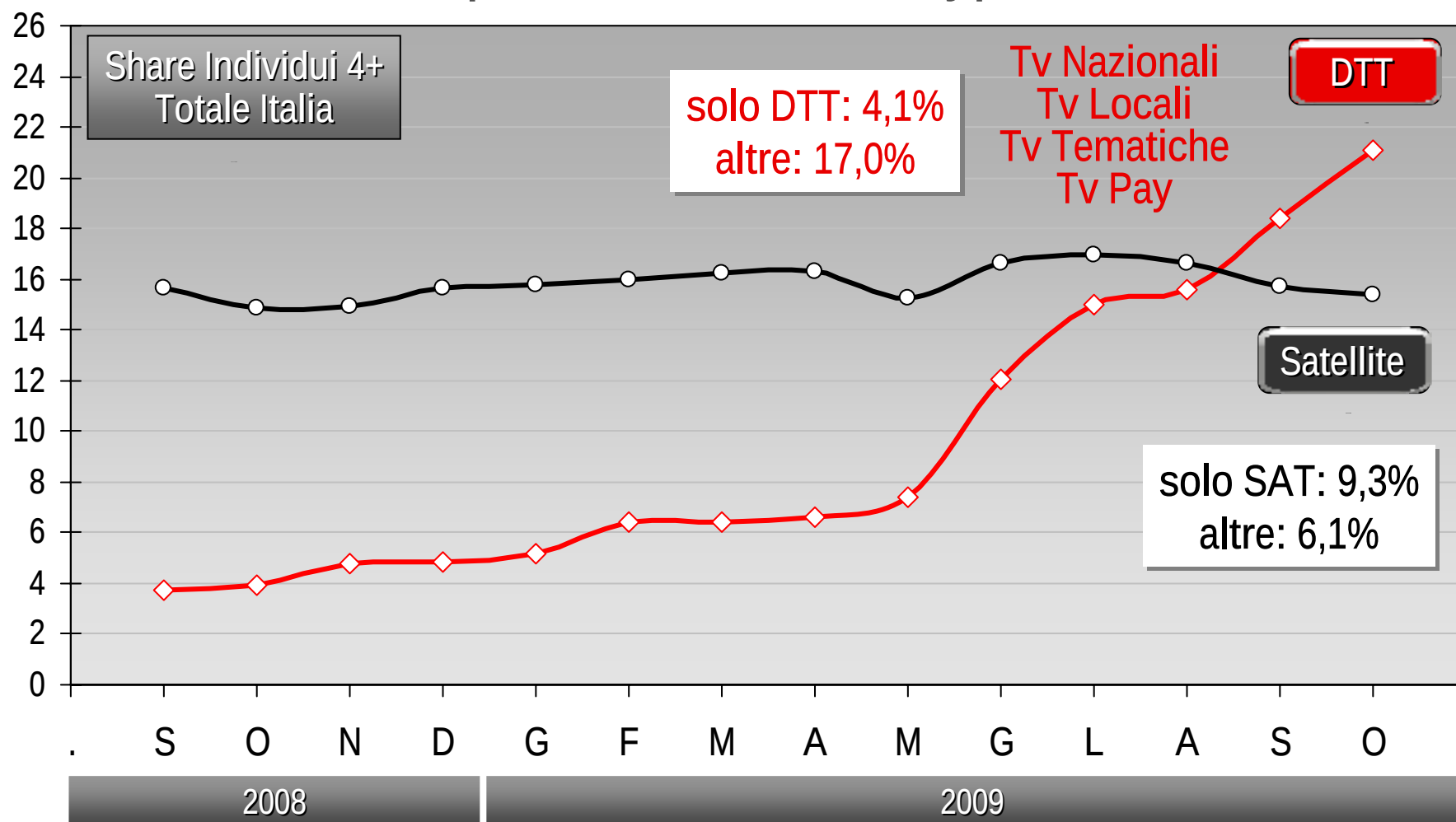


DIGITALE TERRESTRE

Dati di Ascolto

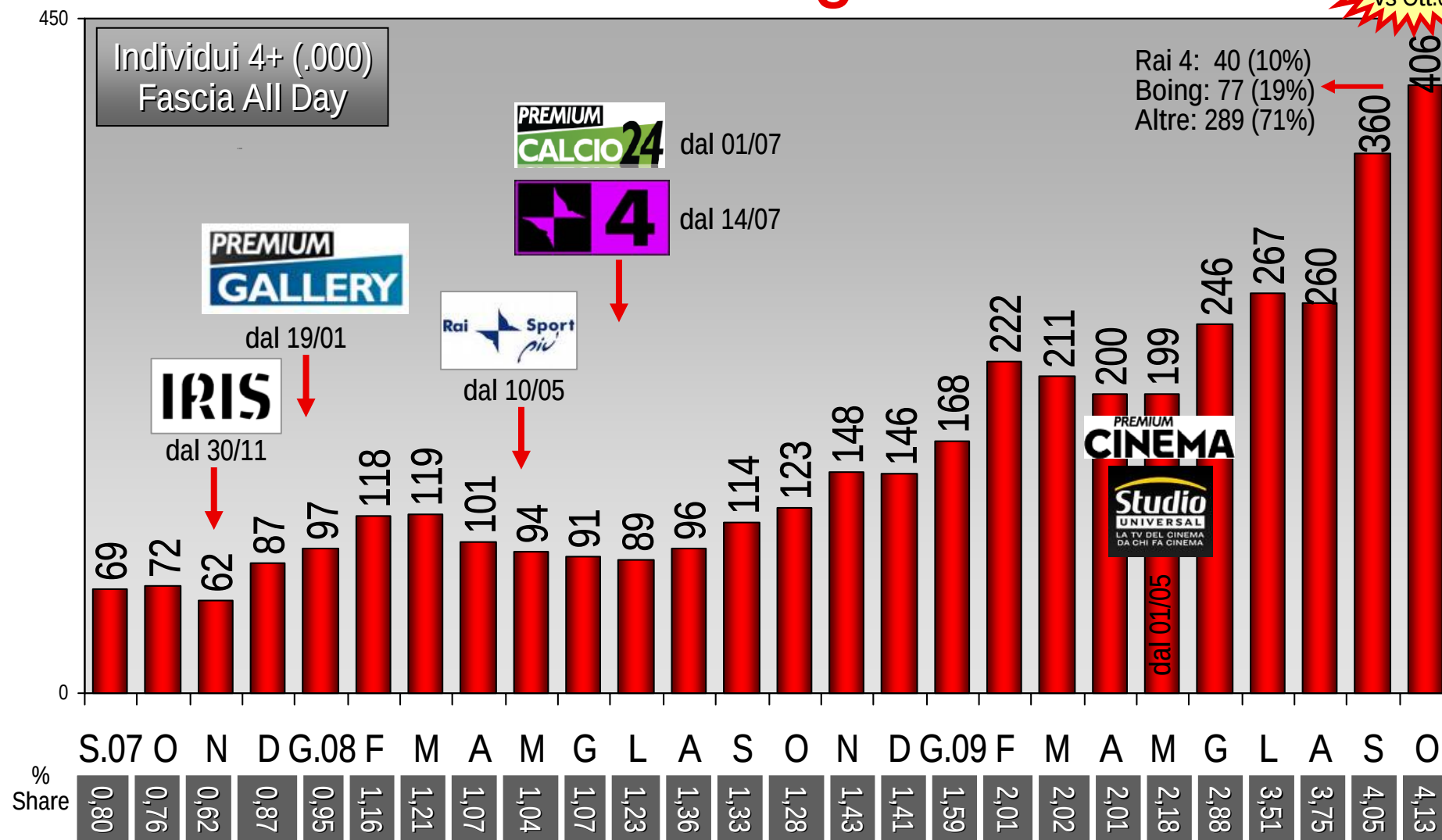
Switch-Over/Off: Effetti sull'Ascolto Tv

Ascolto per Piattaforma - Daypart "24h"



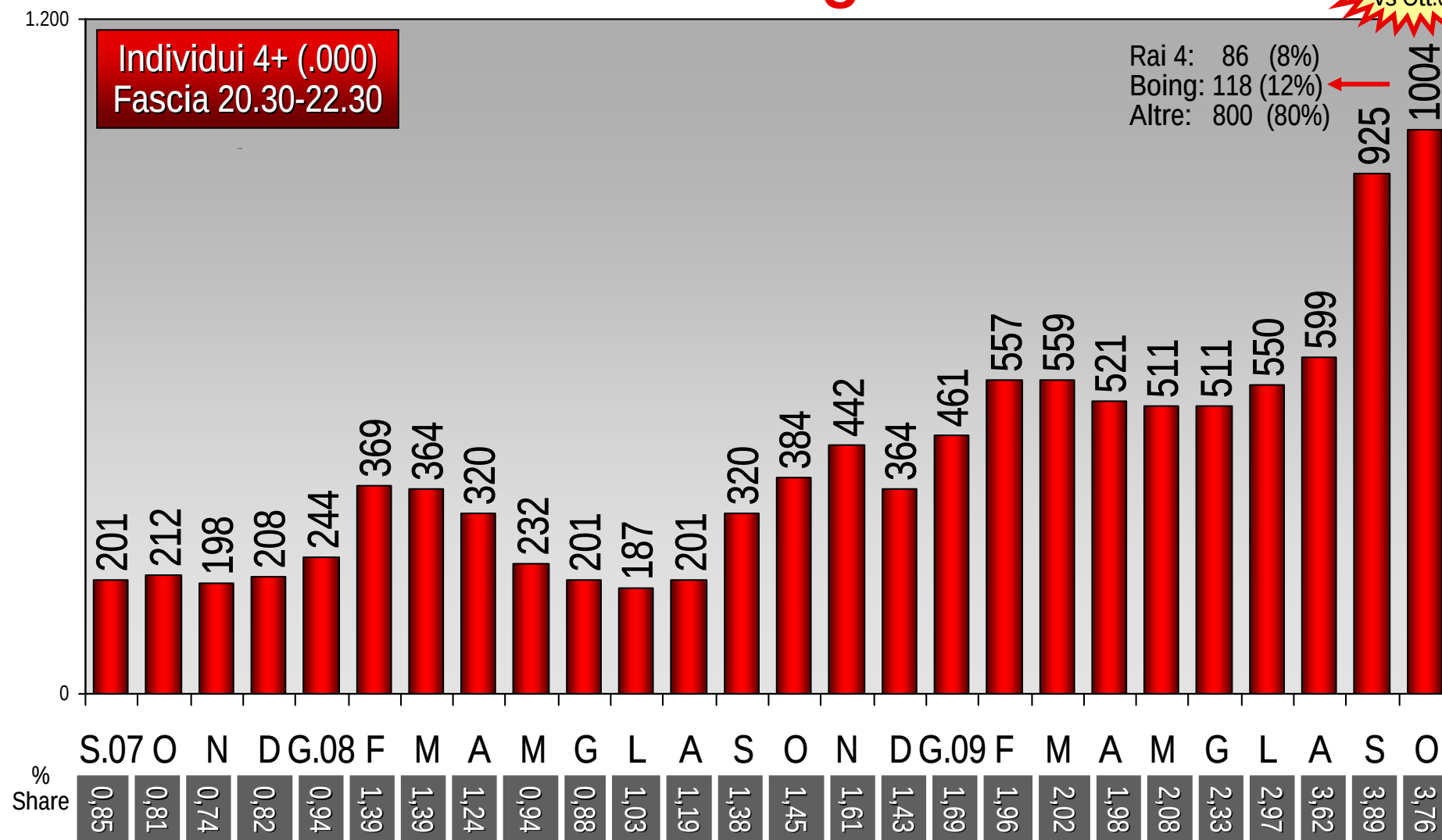
Trend Ascolto DTT nel giorno medio (*)

+229%
vs Ott.08



(*) Non include l'ascolto di Rai, Mediaset, La7 e di altre reti DTT presenti anche sul sat (Rai Gulp, Rai Sport più, Disney Channel).

Trend Ascolto DTT nel giorno medio (*) +162% vs Ott.08



(*) Non include l'ascolto di Rai, Mediaset, La7 e di altre reti DTT presenti anche sul sat (Rai Gulp, Rai Sport più, Disney Channel).

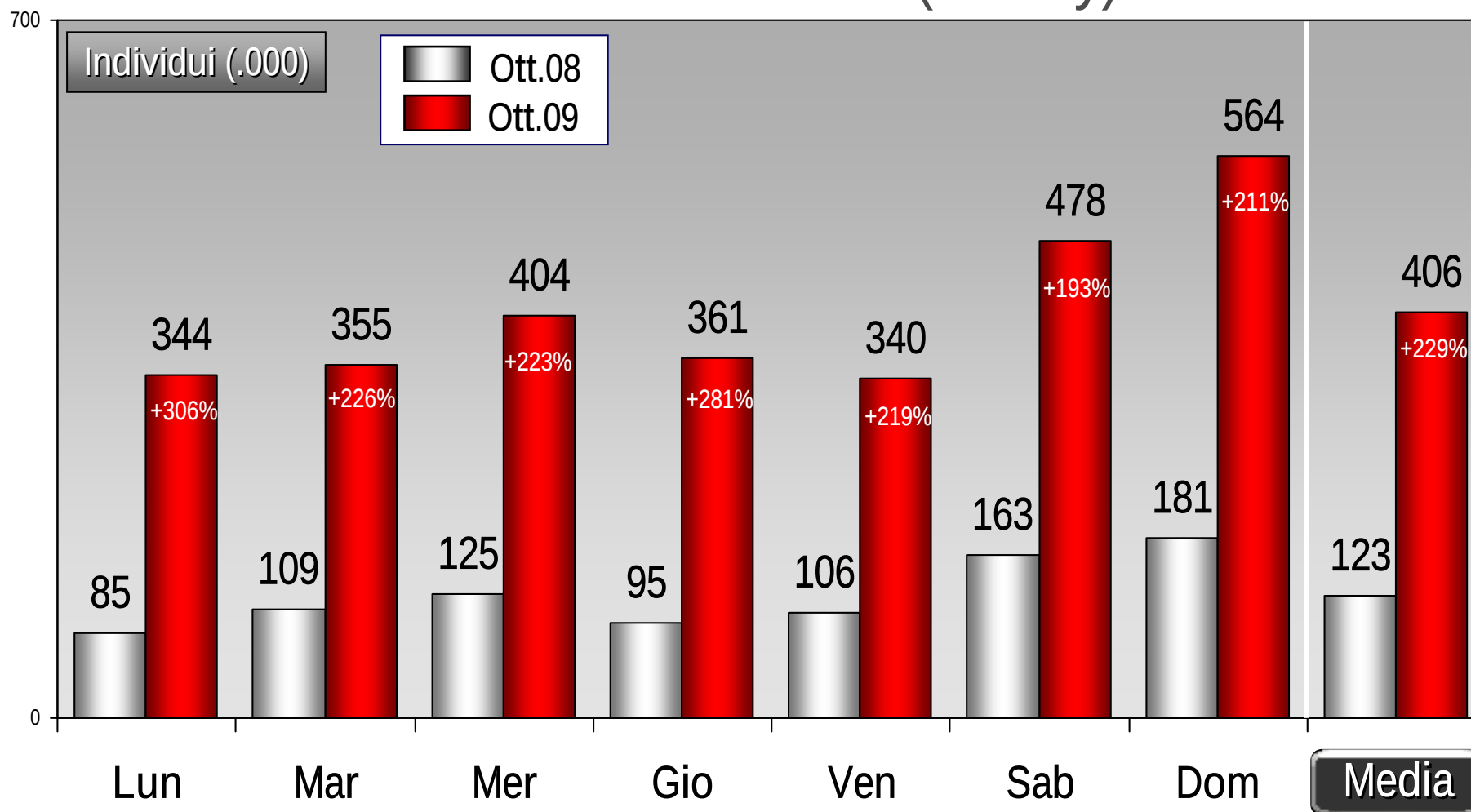
DTT: Crescita Ascolto per Segmento (*)

Target Group	24h		
	Ott.08	Ott.09	09 vs 08
Ind. 4+	123.380	406.407	229%
Adulti	100.759	345.937	243%
M 15+	54.366	175.984	224%
F 15+	46.393	169.953	266%
RA	45.168	163.591	262%
4-7	9.914	21.041	112%
8-14	12.708	39.430	210%
15-24	10.009	34.273	242%
25-34	21.920	70.330	221%
35-44	22.089	77.461	251%
45-54	21.643	64.398	198%
55-64	13.444	53.736	300%
65+	11.653	45.738	292%

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

Ascolto DTT per Giorno (*)

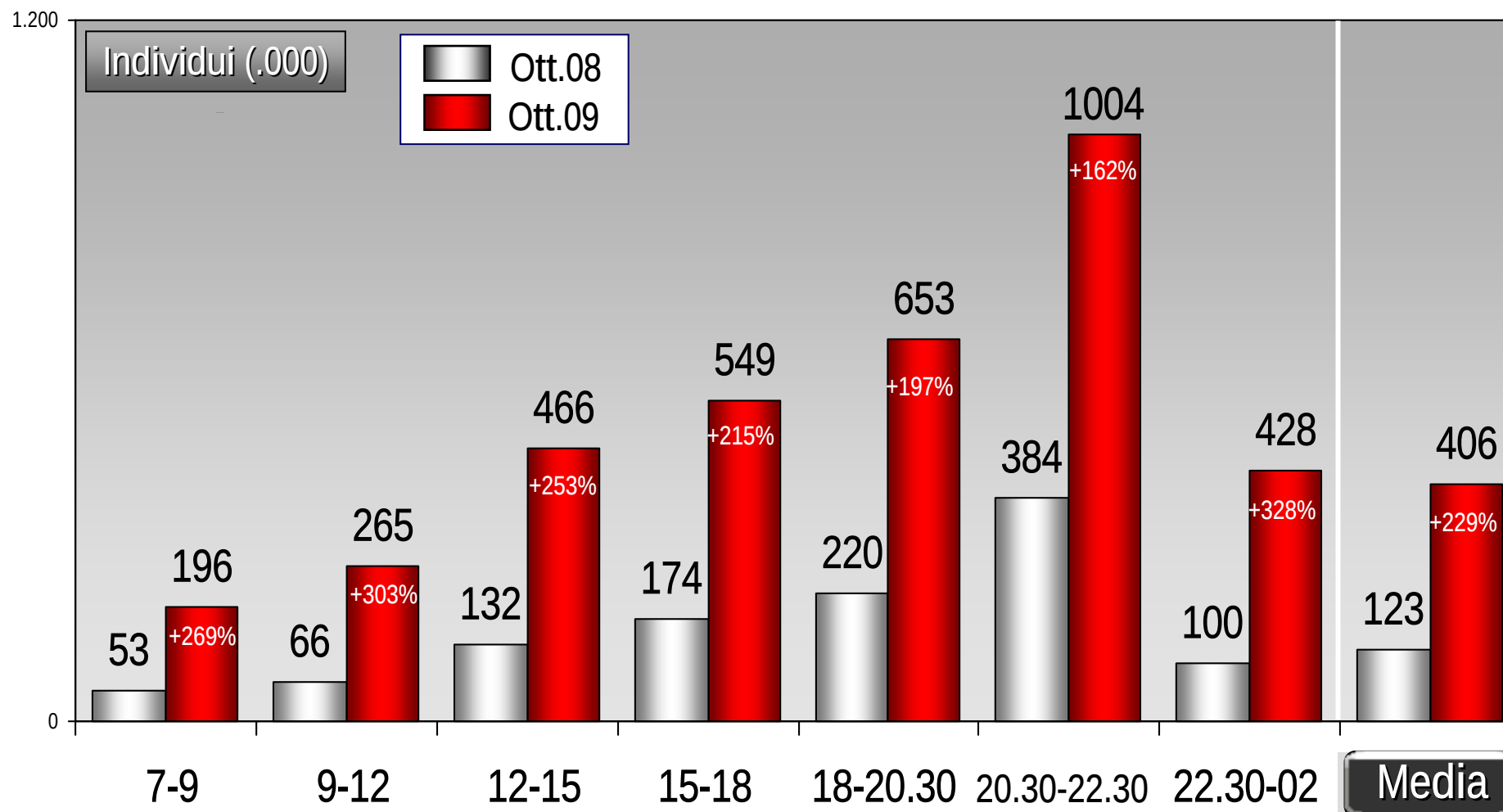
Ottobre 2009 vs 2008 (All Day)



(*) Non include l'ascolto di Rai, Mediaset, La7 e di altre reti DTT presenti anche sul sat (Rai Gulp, Rai Sport più, Disney Channel).

Ascolto DTT per Daypart (*)

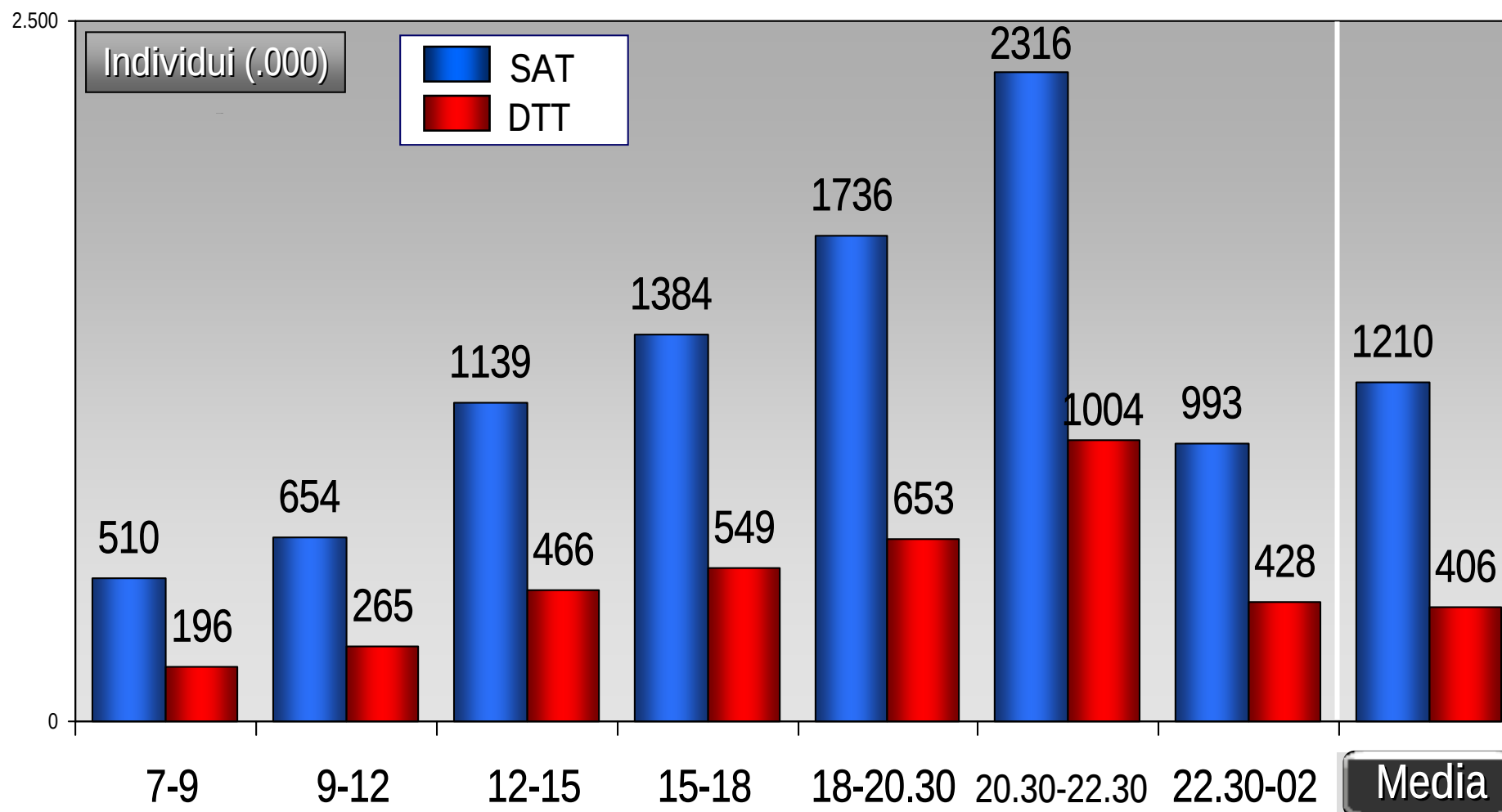
Ottobre 2009 vs 2008



(*) Non include l'ascolto di Rai, Mediaset, La7 e di altre reti DTT presenti anche sul sat (Rai Gulp, Rai Sport più, Disney Channel).

Ascolto DTT(*) vs SAT per Daypart

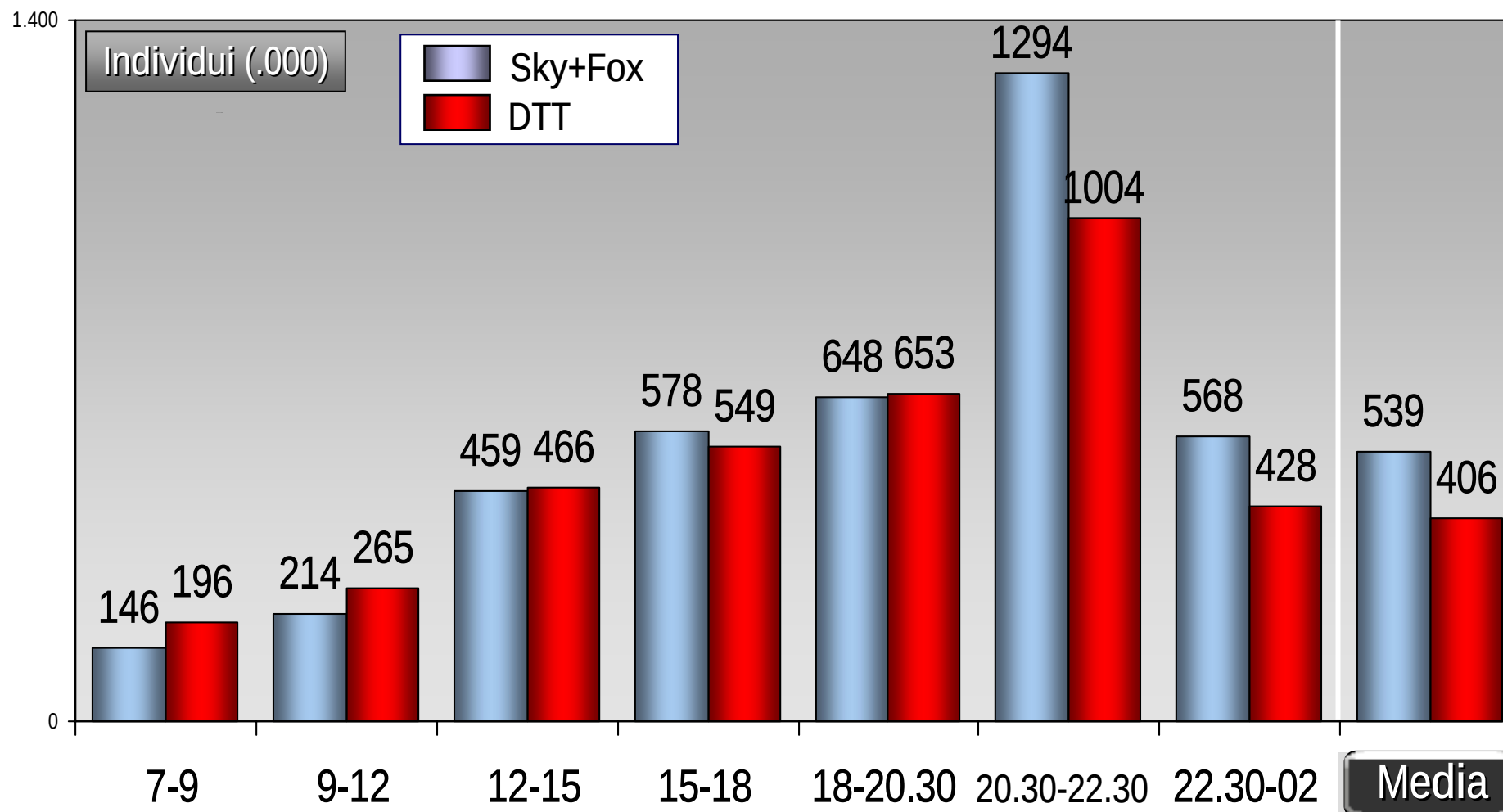
Ottobre 2009



(*) Non include l'ascolto di Rai, Mediaset, La7 e di altre reti DTT presenti anche sul sat (Rai Gulp, Rai Sport più, Disney Channel).

Ascolto DTT(*) vs Sky+Fox per Daypart

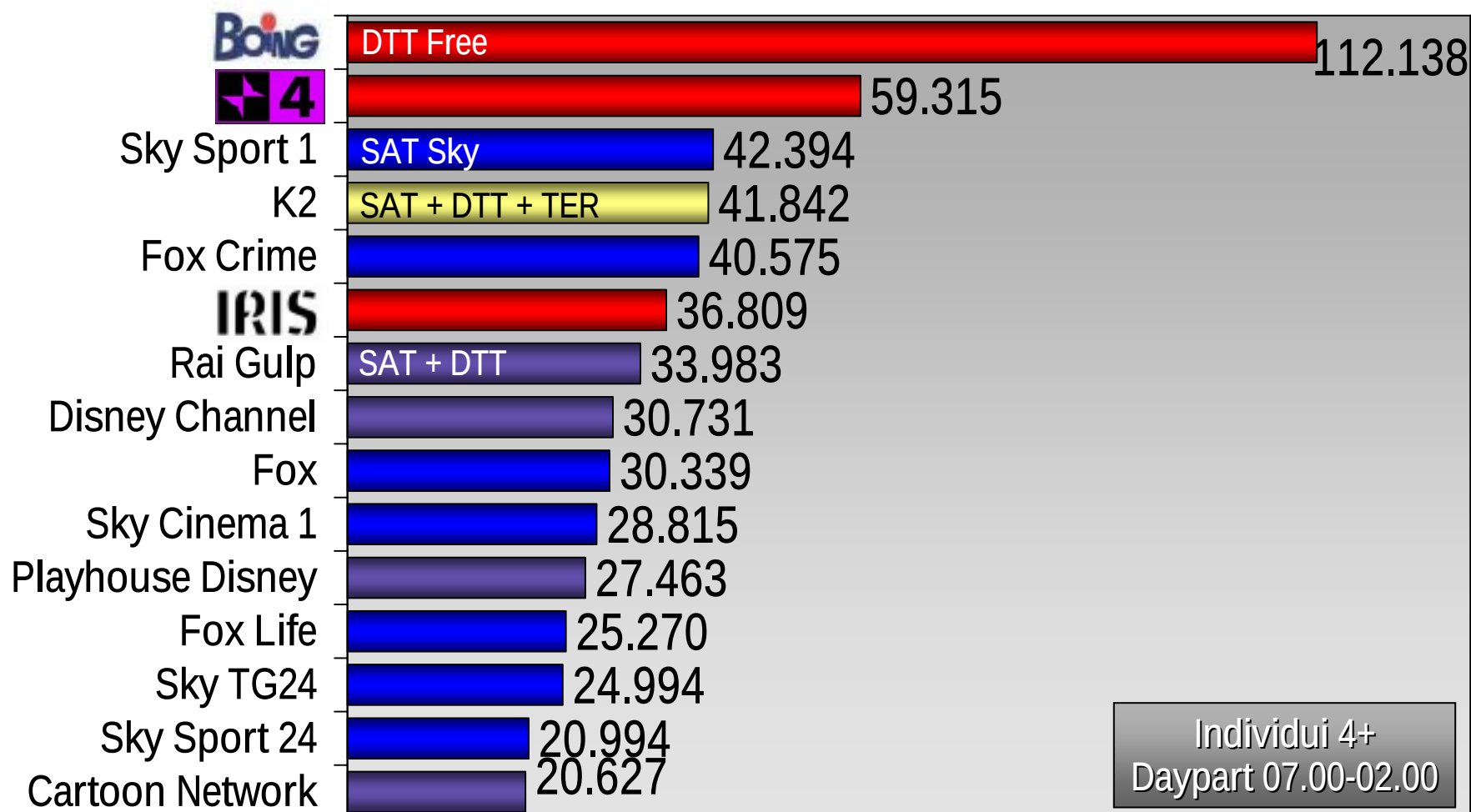
Ottobre 2009



(*) Non include l'ascolto di Rai, Mediaset, La7 e di altre reti DTT presenti anche sul sat (Rai Gulp, Rai Sport più, Disney Channel).

Top-15 Tv Digitali in Italia

8-22 Novembre 2009



Top-20 Tv in Sardegna

8-22 Novembre 2009

Individui 4+		Sardegna			Italia	
Rank	Rete	AMM	Share	Var.Ass.	AMM	Share
1	Canale 5	81.634	21,36%	0,39%	2.693.784	20,97%
2	Rai Uno	77.649	20,32%	-1,29%	2.776.303	21,61%
3	Rai Due	43.198	11,30%	1,56%	1.250.606	9,74%
4	Rai Tre	33.624	8,80%	-0,17%	1.152.729	8,97%
5	Italia 1	25.844	6,76%	-2,94%	1.246.367	9,70%
6	Rete 4	19.945	5,22%	-2,28%	963.042	7,50%
7	La7	7.060	1,85%	-1,31%	406.401	3,16%
8	Videolina	5.626	1,47%	1,43%	5.661	0,04%
9	Rai 4	4.875	1,28%	0,82%	59.315	0,46%
10	RaiSat Yoyo	4.135	1,08%	0,98%	12.920	0,10%
11	Boing	3.307	0,87%	0,00%	112.138	0,87%
12	K2	3.241	0,85%	0,52%	41.842	0,33%
13	Rai Gulp	3.202	0,84%	0,58%	33.983	0,26%
14	RaiSat Cinema	2.431	0,64%	0,52%	15.331	0,12%
15	Sky TG24	2.101	0,55%	0,36%	24.994	0,19%
16	Disney Channel	2.009	0,53%	0,29%	30.731	0,24%
17	Sky Sport 1	1.798	0,47%	0,14%	42.394	0,33%
18	Iris	1.682	0,44%	0,15%	36.809	0,29%
19	RaiSat Premium	1.498	0,39%	0,32%	9.262	0,07%
20	Sky Cinema Fam	1.237	0,32%	0,16%	20.603	0,16%

Top-20 Tv in Piemonte

8-22 Novembre 2009

Individui 4+		Piemonte			Italia	
Rank	Rete	AMM	Share	Var.Ass.	AMM	Share
1	Canale 5	207.366	21,51%	0,54%	2.693.784	20,97%
2	Rai Uno	160.333	16,63%	-4,98%	2.776.303	21,61%
3	Rai Tre	103.951	10,78%	1,81%	1.152.729	8,97%
4	Rai Due	99.060	10,27%	0,53%	1.250.606	9,74%
5	Italia 1	90.965	9,44%	-0,26%	1.246.367	9,70%
6	Rete 4	73.216	7,59%	0,09%	963.042	7,50%
7	La7	33.134	3,44%	0,28%	406.401	3,16%
8	Rai 4	8.301	0,86%	0,40%	59.315	0,46%
9	Boing	8.145	0,84%	-0,03%	112.138	0,87%
10	RaiSat Cinema	6.423	0,67%	0,55%	15.331	0,12%
11	Iris	5.535	0,57%	0,28%	36.809	0,29%
12	7 Gold	5.474	0,57%	0,16%	53.092	0,41%
13	Rai Gulp	4.693	0,49%	0,23%	33.983	0,26%
14	RaiSat Premium	4.254	0,44%	0,37%	9.262	0,07%
15	Rai Sport piu'	3.962	0,41%	0,27%	18.477	0,14%
16	RaiSat Yoyo	3.808	0,39%	0,29%	12.920	0,10%
17	RaiSat Extra	3.467	0,36%	0,30%	7.269	0,06%
18	Telecupole (PIEM)	3.391	0,35%	0,32%	3.895	0,03%
19	Fox Crime/HD	2.591	0,27%	-0,05%	40.575	0,32%
20	Fox/HD	2.397	0,25%	0,01%	30.339	0,24%

Top-20 Tv in Trentino Alto Adige

8-22 Novembre 2009

Individui 4+		Trentino Alto Adige			Italia	
Rank	Rete	AMM	Share	Var.Ass.	AMM	Share
1	Canale 5	19.204	13,97%	-7,00%	2.693.784	20,97%
2	Rai Uno	18.607	13,53%	-8,08%	2.776.303	21,61%
3	Rai Tre	16.752	12,18%	3,21%	1.152.729	8,97%
4	Italia 1	11.138	8,10%	-1,60%	1.246.367	9,70%
5	Rai Due	9.071	6,60%	-3,14%	1.250.606	9,74%
6	Rete 4	8.503	6,18%	-1,32%	963.042	7,50%
7	Rai 4	3.942	2,87%	2,41%	59.315	0,46%
8	Boing	2.986	2,17%	1,30%	112.138	0,87%
9	La7	2.923	2,13%	-1,03%	406.401	3,16%
10	RaiSat Yoyo	2.591	1,88%	1,78%	12.920	0,10%
11	RaiSat Cinema	2.406	1,75%	1,63%	15.331	0,12%
12	Rai Sport piu'	1.329	0,97%	0,83%	18.477	0,14%
13	Rai Gulp	1.295	0,94%	0,68%	33.983	0,26%
14	Disney Channel	1.219	0,89%	0,65%	30.731	0,24%
15	RaiSat Extra	1.123	0,82%	0,76%	7.269	0,06%
16	RaiSat Premium	1.122	0,82%	0,75%	9.262	0,07%
17	Iris	904	0,66%	0,37%	36.809	0,29%
18	Lady Channel	835	0,61%	0,53%	10.796	0,08%
19	Rai Storia	746	0,54%	0,46%	10.575	0,08%
20	Rai News 24	696	0,51%	0,40%	13.775	0,11%

Top-20 Tv in Lazio

8-22 Novembre 2009

Individui 4+		Lazio			Italia	
Rank	Rete	AMM	Share	Var.Ass.	AMM	Share
1	Rai Uno	239.851	22,43%	0,82%	2.776.303	21,61%
2	Canale 5	209.638	19,60%	-1,37%	2.693.784	20,97%
3	Rai Tre	101.643	9,50%	0,53%	1.152.729	8,97%
4	Rai Due	97.065	9,08%	-0,66%	1.250.606	9,74%
5	Italia 1	79.681	7,45%	-2,25%	1.246.367	9,70%
6	Rete 4	51.042	4,77%	-2,73%	963.042	7,50%
7	La7	35.851	3,35%	0,19%	406.401	3,16%
8	Boing	14.292	1,34%	0,47%	112.138	0,87%
9	Rai 4	11.480	1,07%	0,61%	59.315	0,46%
10	Iris	6.585	0,62%	0,33%	36.809	0,29%
11	Fox Life	5.355	0,50%	0,30%	25.270	0,20%
12	Sky Sport 1	4.650	0,43%	0,10%	42.394	0,33%
13	Rai News 24	4.468	0,42%	0,31%	13.775	0,11%
14	Fox Crime/HD	4.408	0,41%	0,09%	40.575	0,32%
15	K2	4.340	0,41%	0,08%	41.842	0,33%
16	Sky TG24	4.237	0,40%	0,21%	24.994	0,19%
17	RaiSat Cinema	3.474	0,32%	0,20%	15.331	0,12%
18	Fox Crime +1	3.186	0,30%	0,14%	20.537	0,16%
19	Fox Retro	3.181	0,30%	0,22%	10.666	0,08%
20	Rai Gulp	3.029	0,28%	0,02%	33.983	0,26%

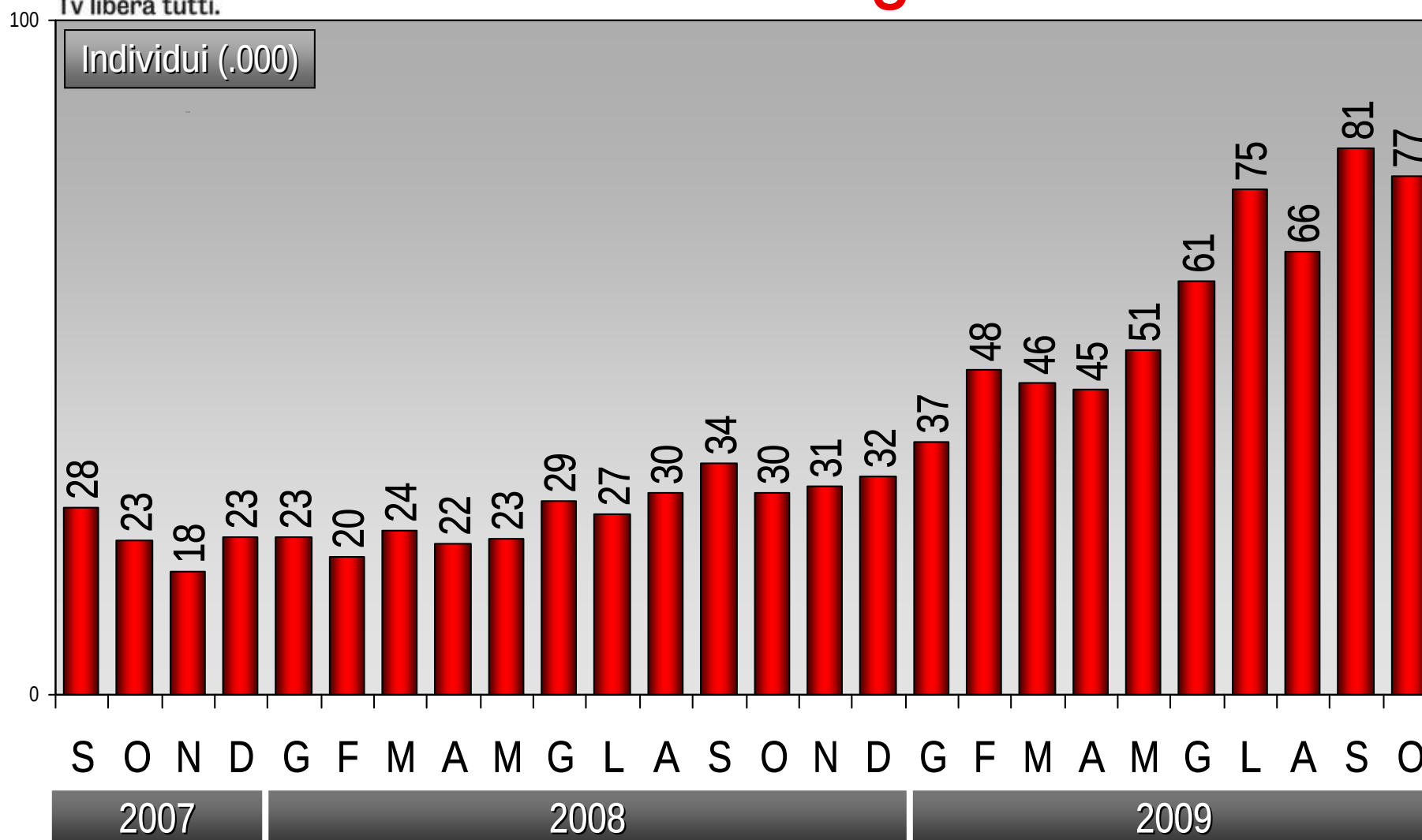
Top-20 Tv in Campania

8-22 Novembre 2009

Individui 4+		Campania			Italia	
Rank	Rete	AMM	Share	Var.Ass.	AMM	Share
1	Rai Uno	304.186	25,77%	4,16%	2.776.303	21,61%
2	Canale 5	270.903	22,95%	1,98%	2.693.784	20,97%
3	Italia 1	106.190	9,00%	-0,70%	1.246.367	9,70%
4	Rai Tre	78.554	6,66%	-2,31%	1.152.729	8,97%
5	Rai Due	73.470	6,23%	-3,51%	1.250.606	9,74%
6	Rete 4	65.625	5,56%	-1,94%	963.042	7,50%
7	Boing	30.283	2,57%	1,70%	112.138	0,87%
8	La7	21.531	1,82%	-1,34%	406.401	3,16%
9	Telecapri	12.248	1,04%	0,91%	17.009	0,13%
10	Napoli Canale 21	9.371	0,79%	0,72%	9.481	0,07%
11	K2	8.448	0,72%	0,39%	41.842	0,33%
12	Teleoggi - Canale	7.274	0,62%	0,56%	7.274	0,06%
13	Rai 4	7.116	0,60%	0,14%	59.315	0,46%
14	Iris	4.738	0,40%	0,11%	36.809	0,29%
15	Playhouse Disne	4.343	0,37%	0,16%	27.463	0,21%
16	Cartoon Network	2.395	0,20%	0,04%	20.627	0,16%
17	Discovery Real T	2.095	0,18%	0,05%	16.782	0,13%
18	Sky Sport 1	1.961	0,17%	-0,16%	42.394	0,33%
19	Gambero Rosso	1.861	0,16%	0,13%	4.481	0,03%
20	Disney Channel	1.816	0,15%	0,03%	15.640	0,12%



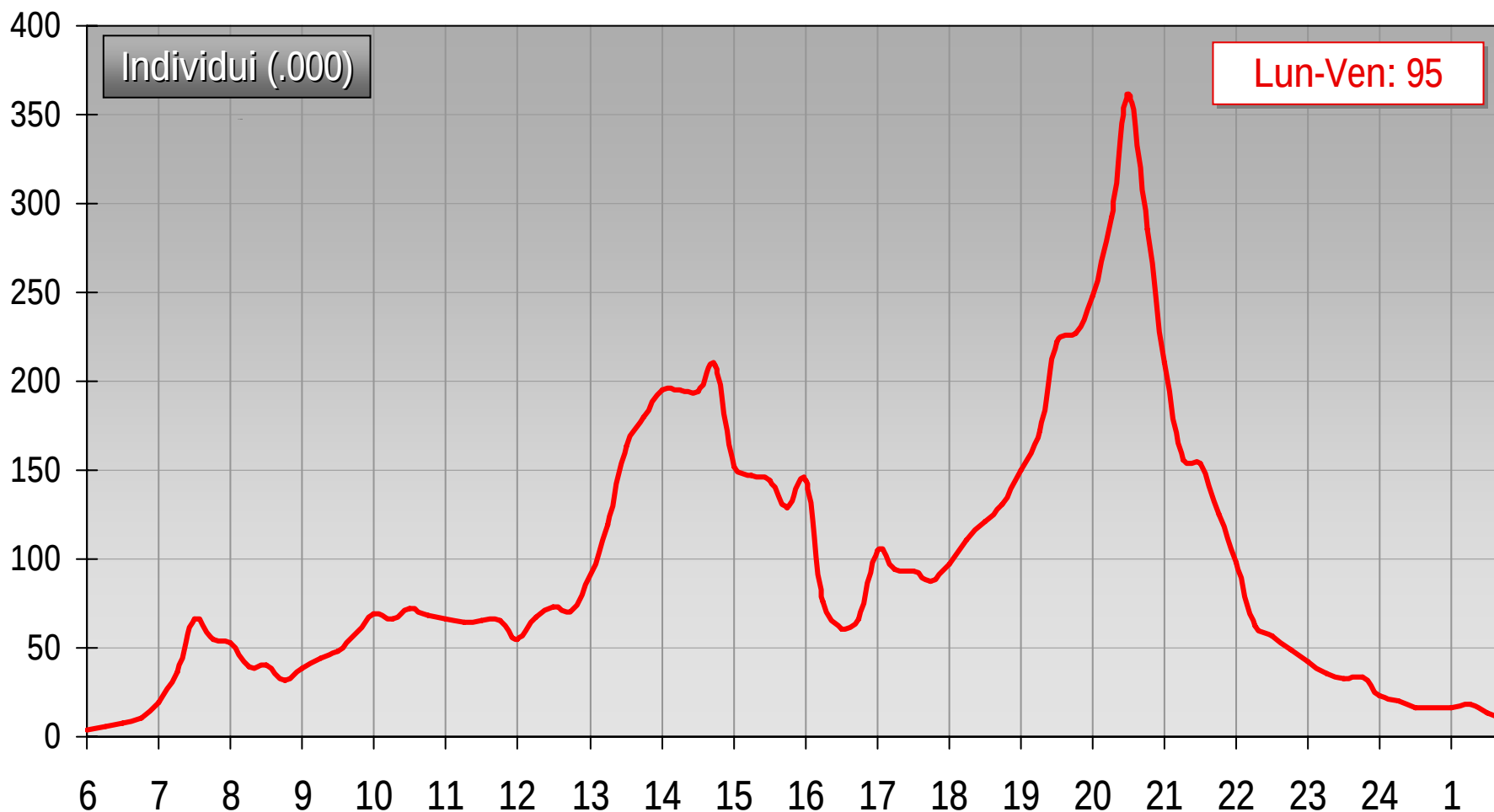
Trend Ascolto nel giorno medio





Curva Ascolto per Giorno

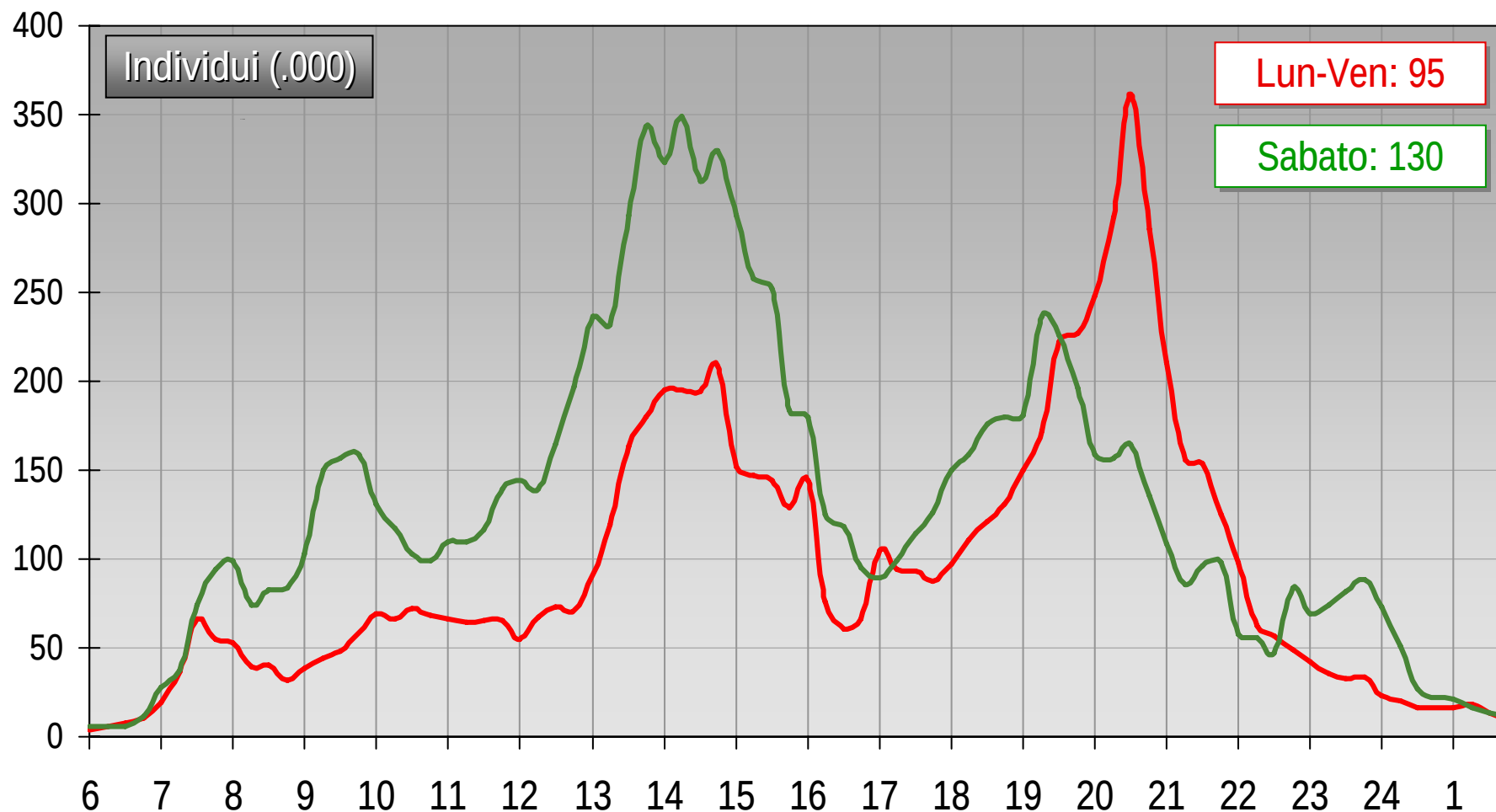
8-22 Novembre 2009





Curva Ascolto per Giorno

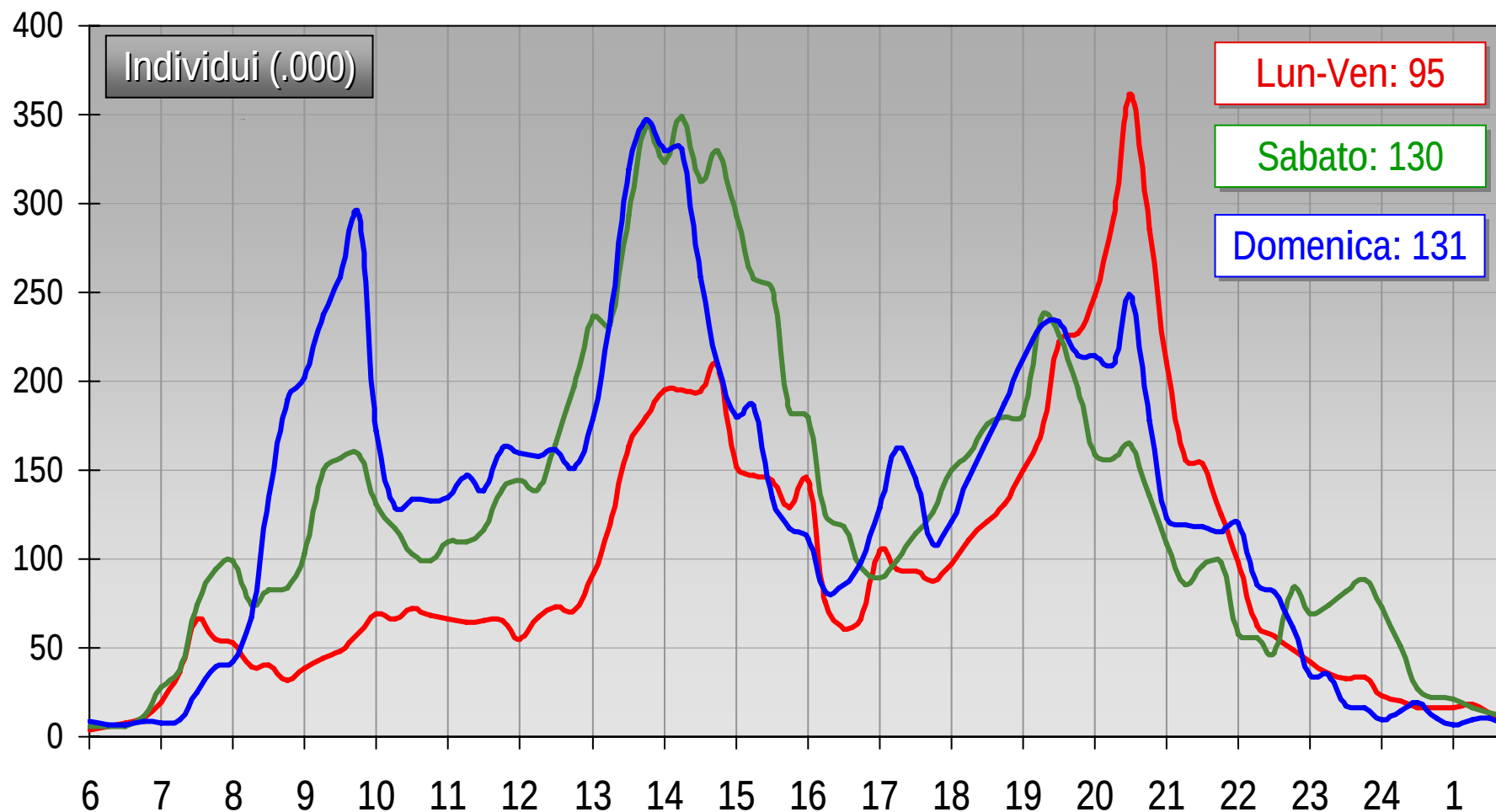
8-22 Novembre 2009





Curva Ascolto per Giorno

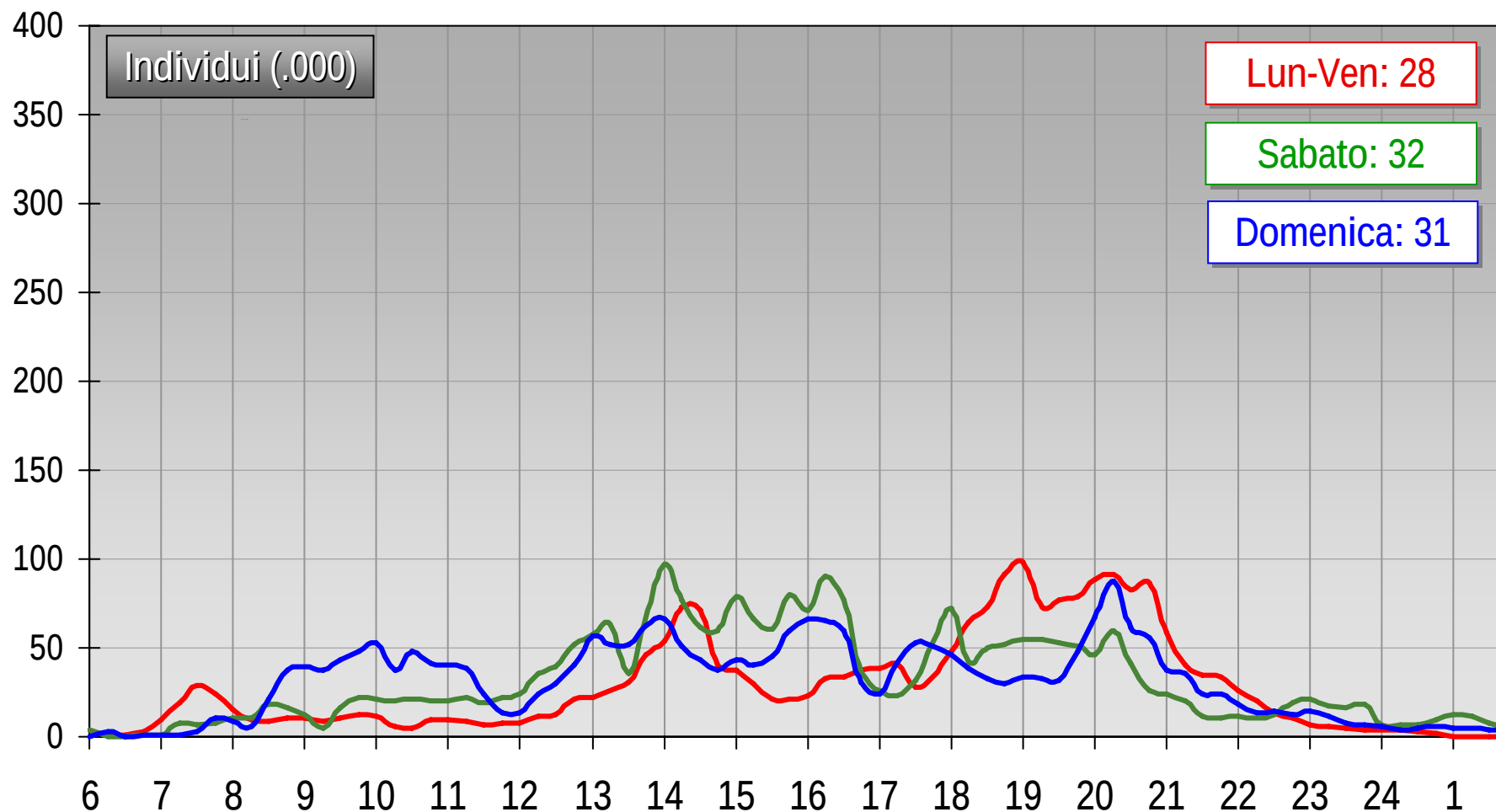
8-22 Novembre 2009





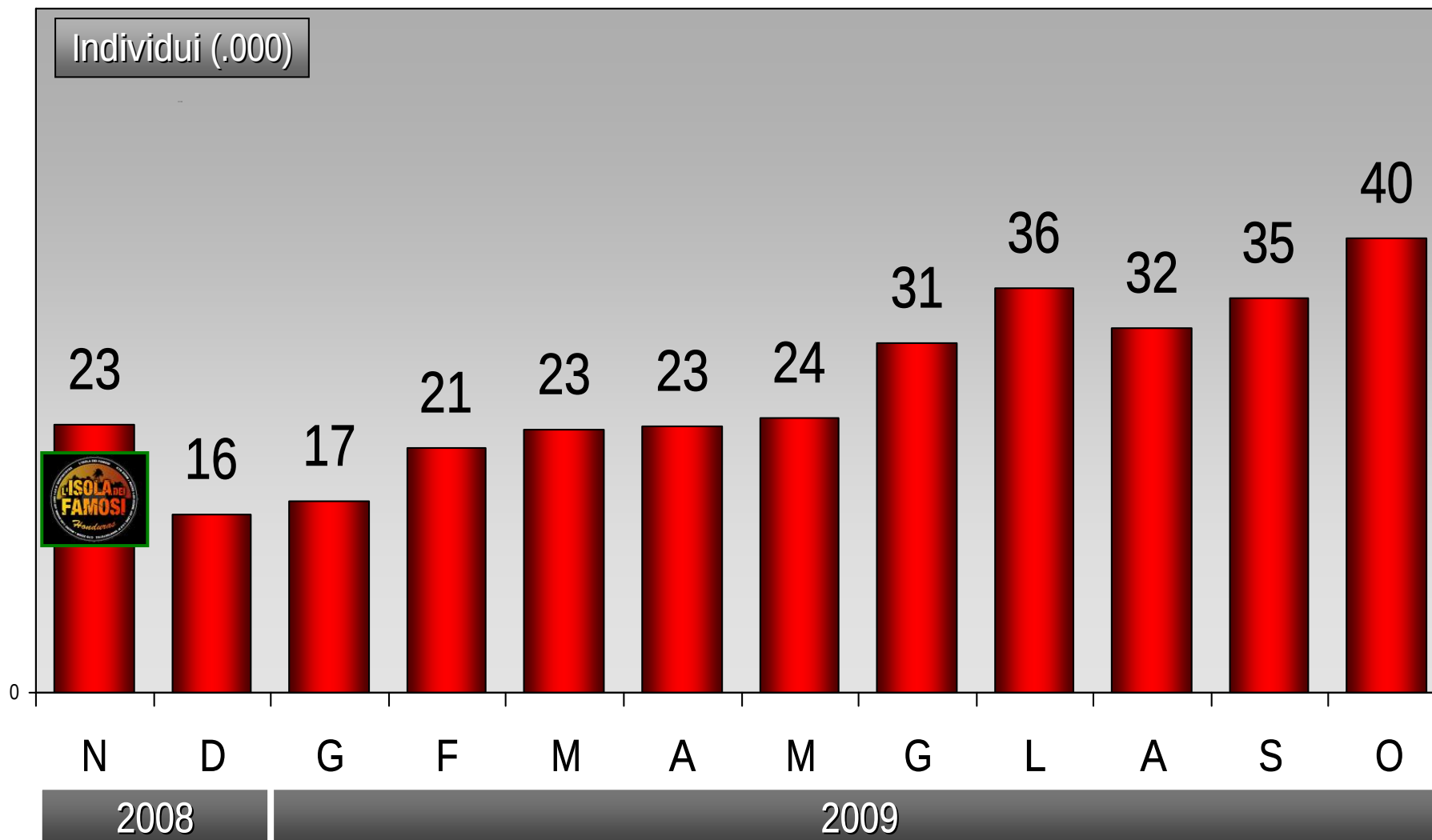
Curva Ascolto per Giorno

8-22 Novembre 2009





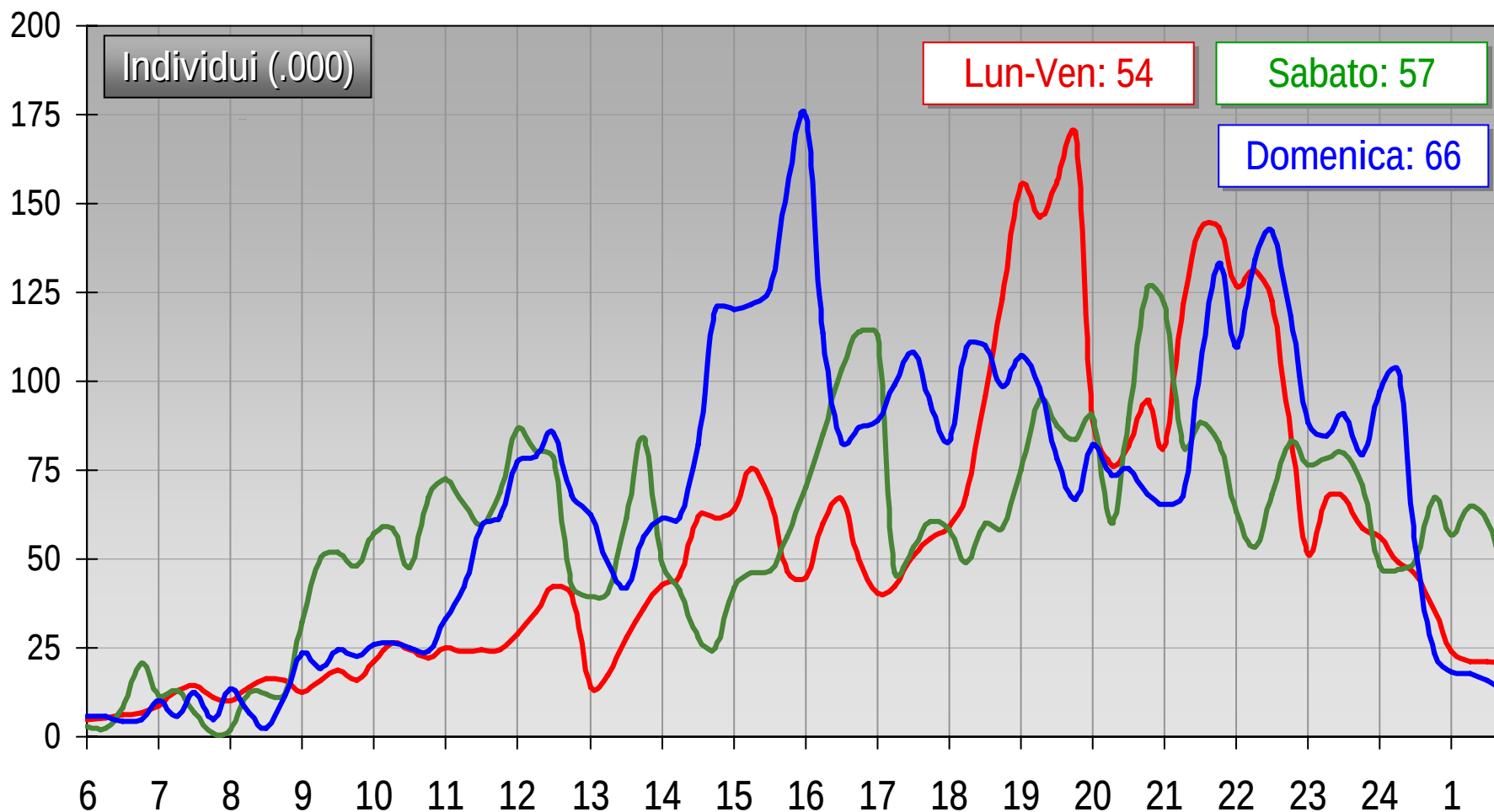
Trend Ascolto nel giorno medio





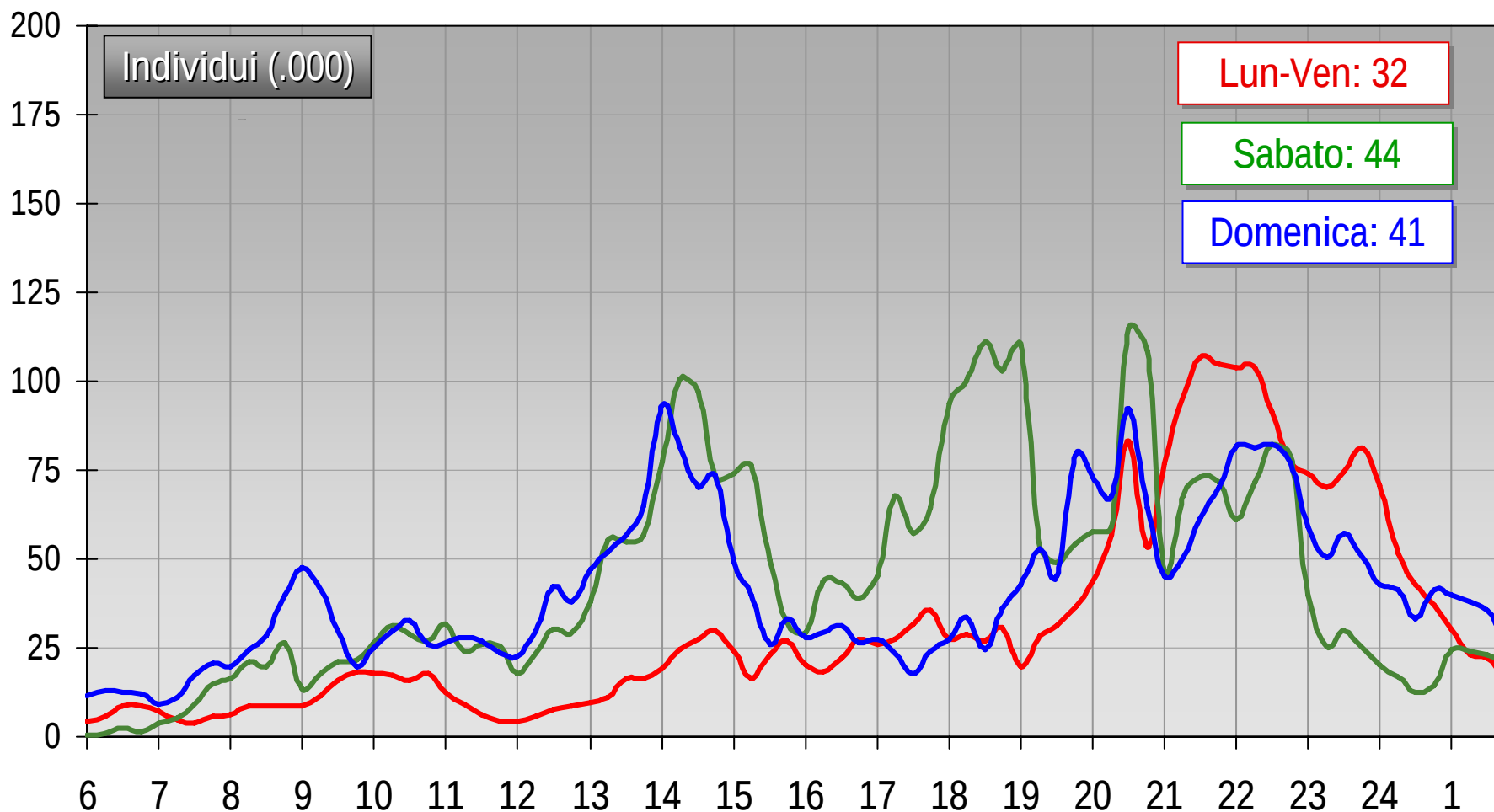
Curva Ascolto per Giorno

8-22 Novembre 2009



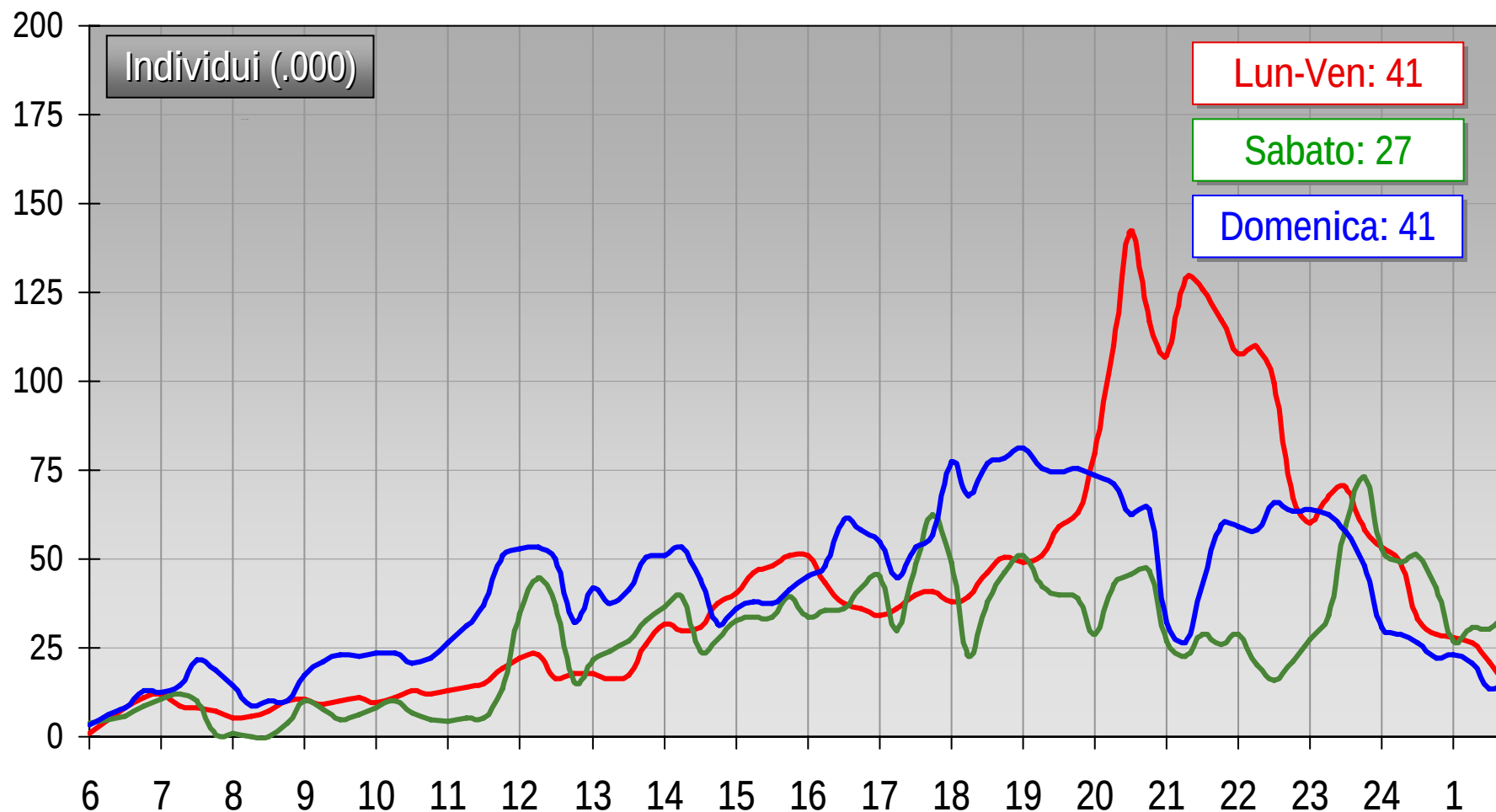
IRIS Curva Ascolto per Giorno

8-22 Novembre 2009



FOXCRIME Curva Ascolto per Giorno

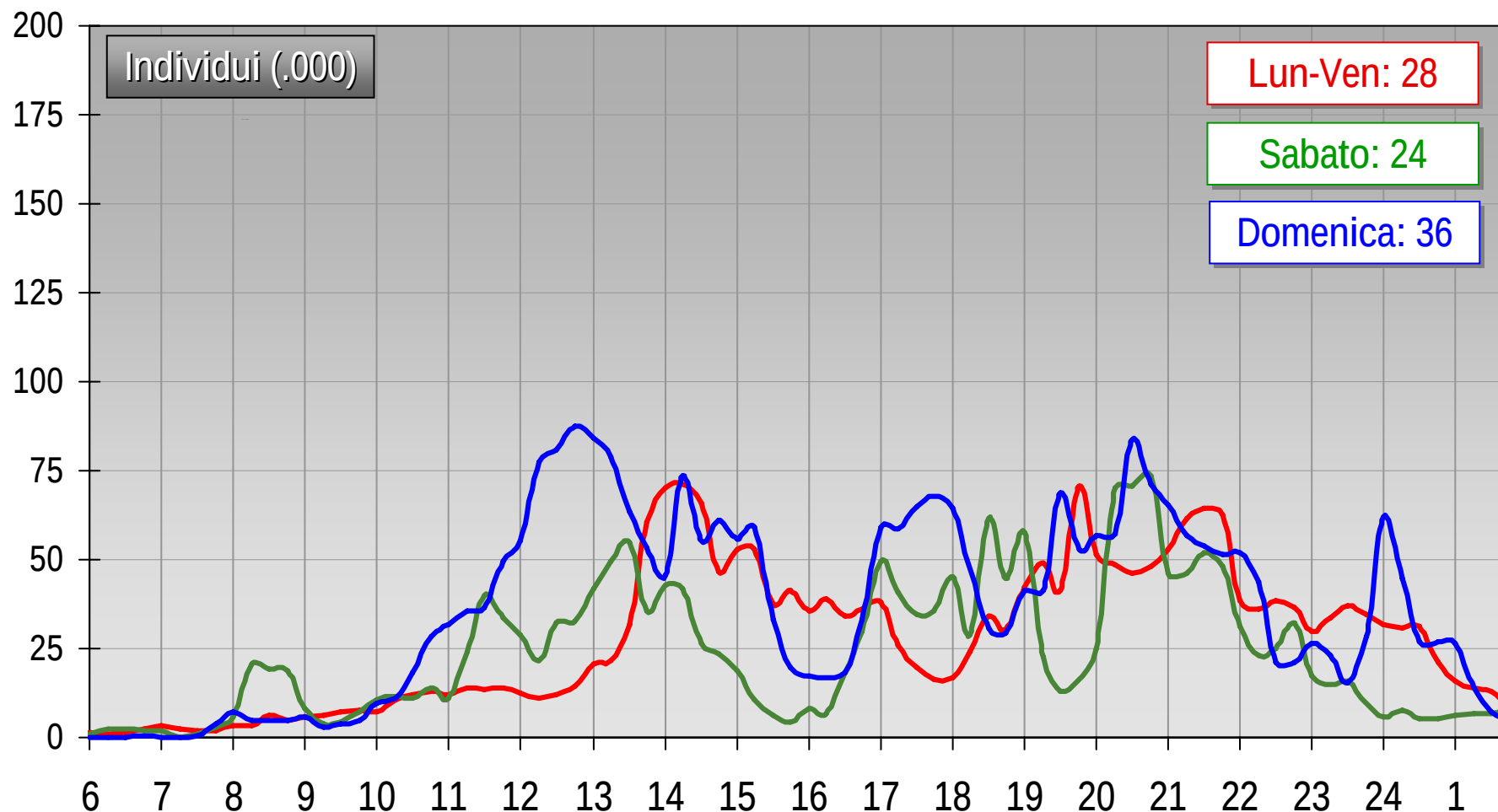
8-22 Novembre 2009





Curva Ascolto per Giorno

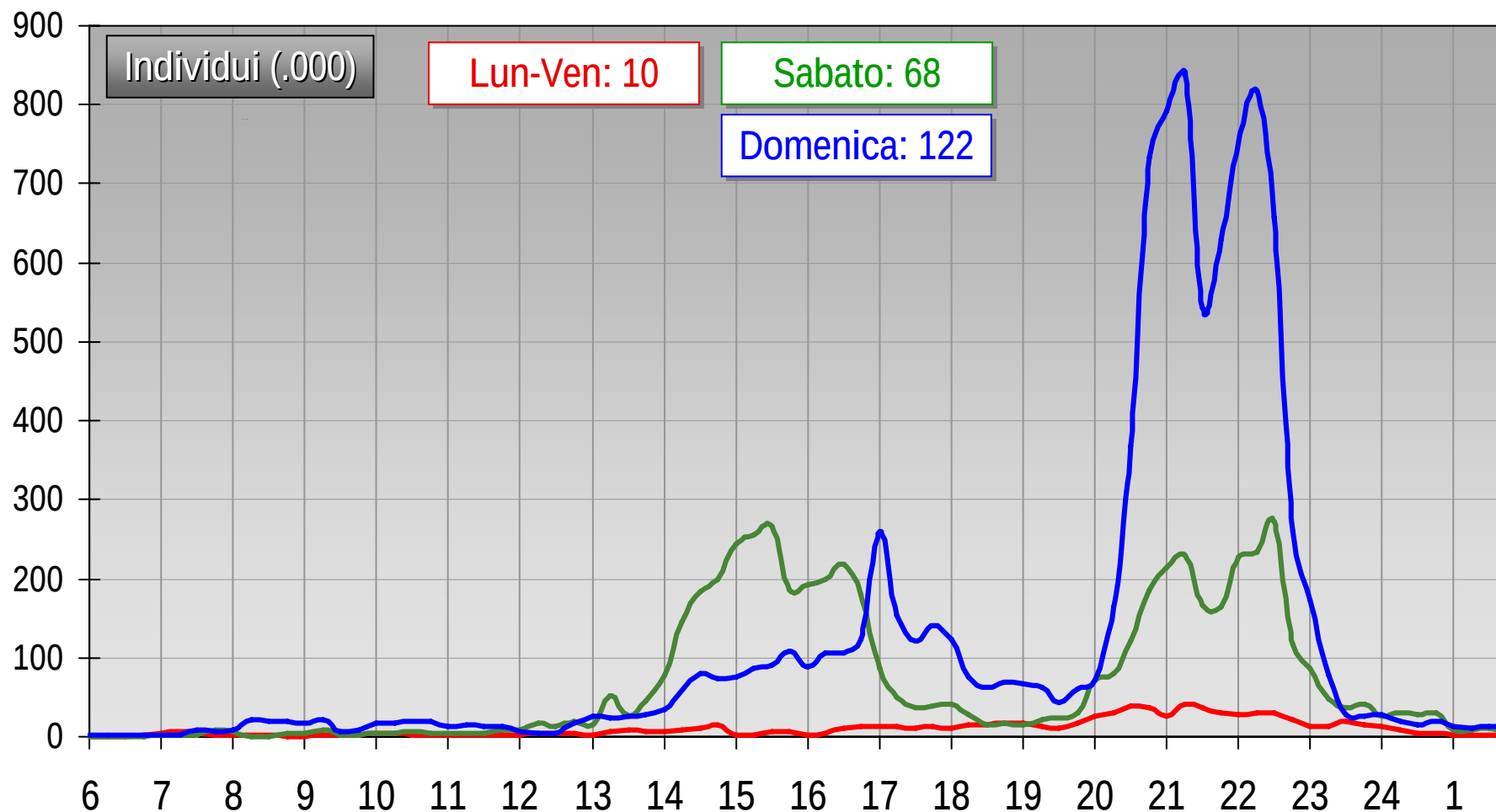
8-22 Novembre 2009





Curva Ascolto per Giorno

8-22 Novembre 2009



section



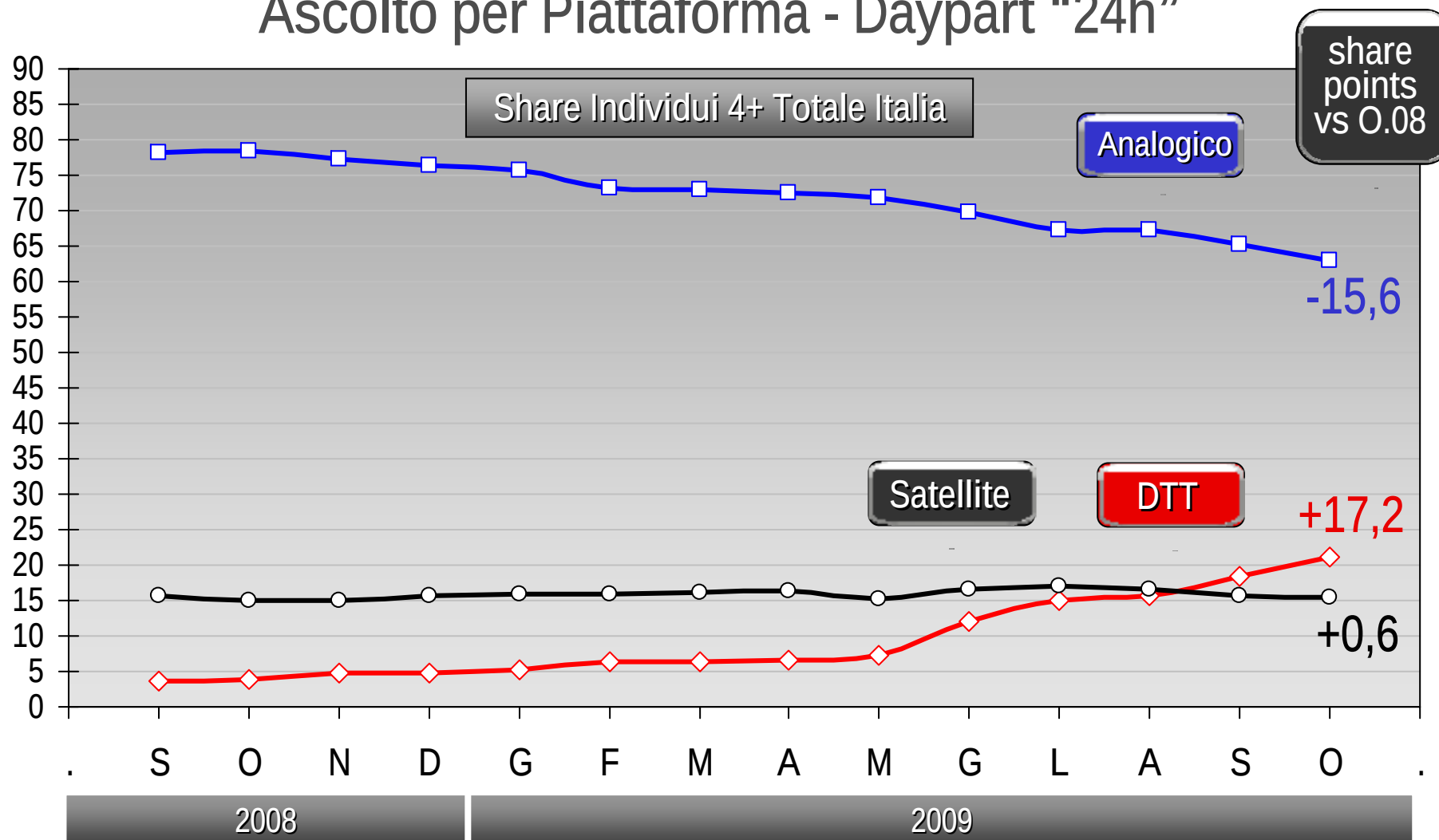
Switch-Over e Switch-Off

Effetti sull'Ascolto

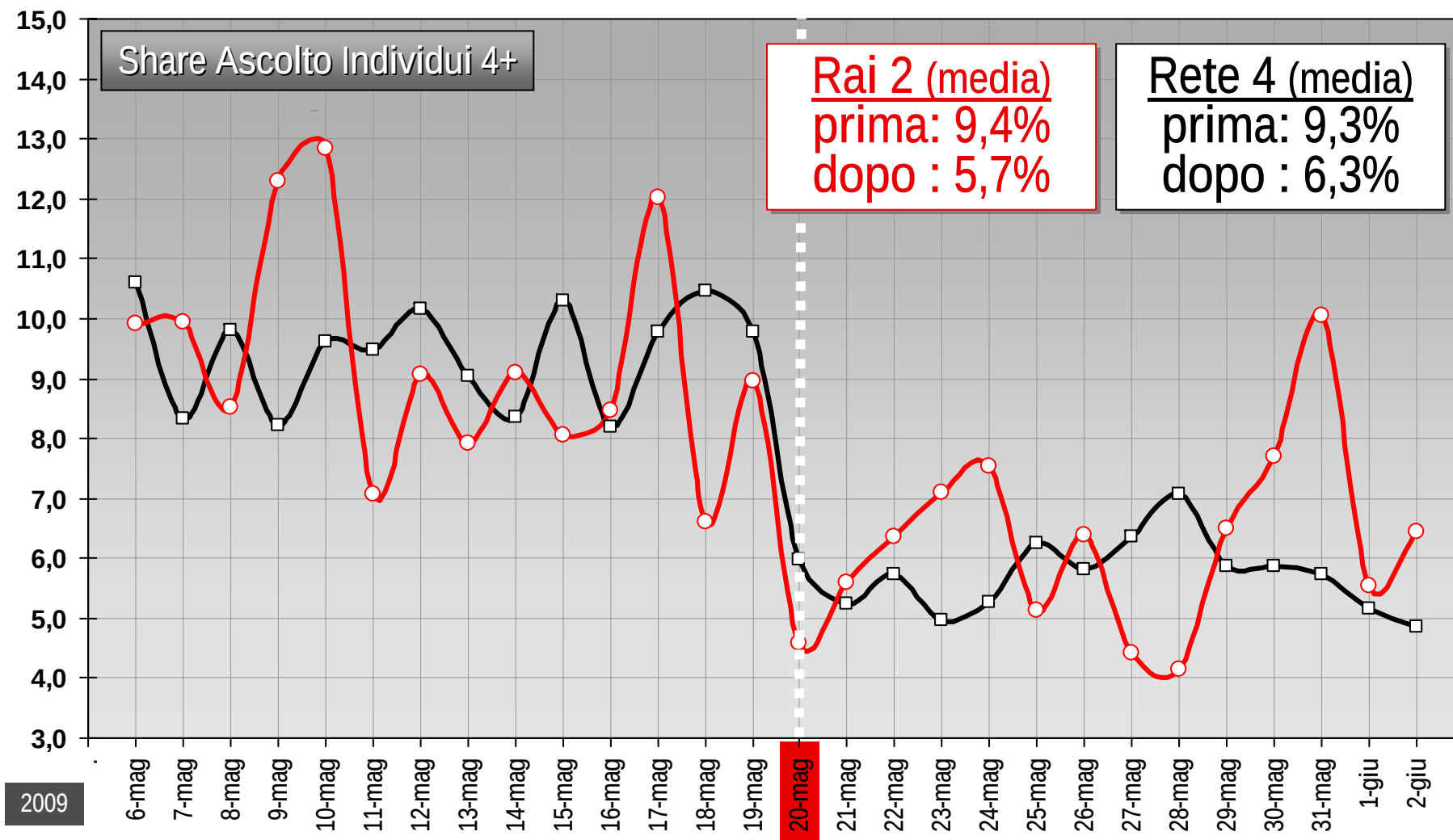


Switch-Over/Off: Effetti sull'Ascolto Tv

Ascolto per Piattaforma - Daypart "24h"

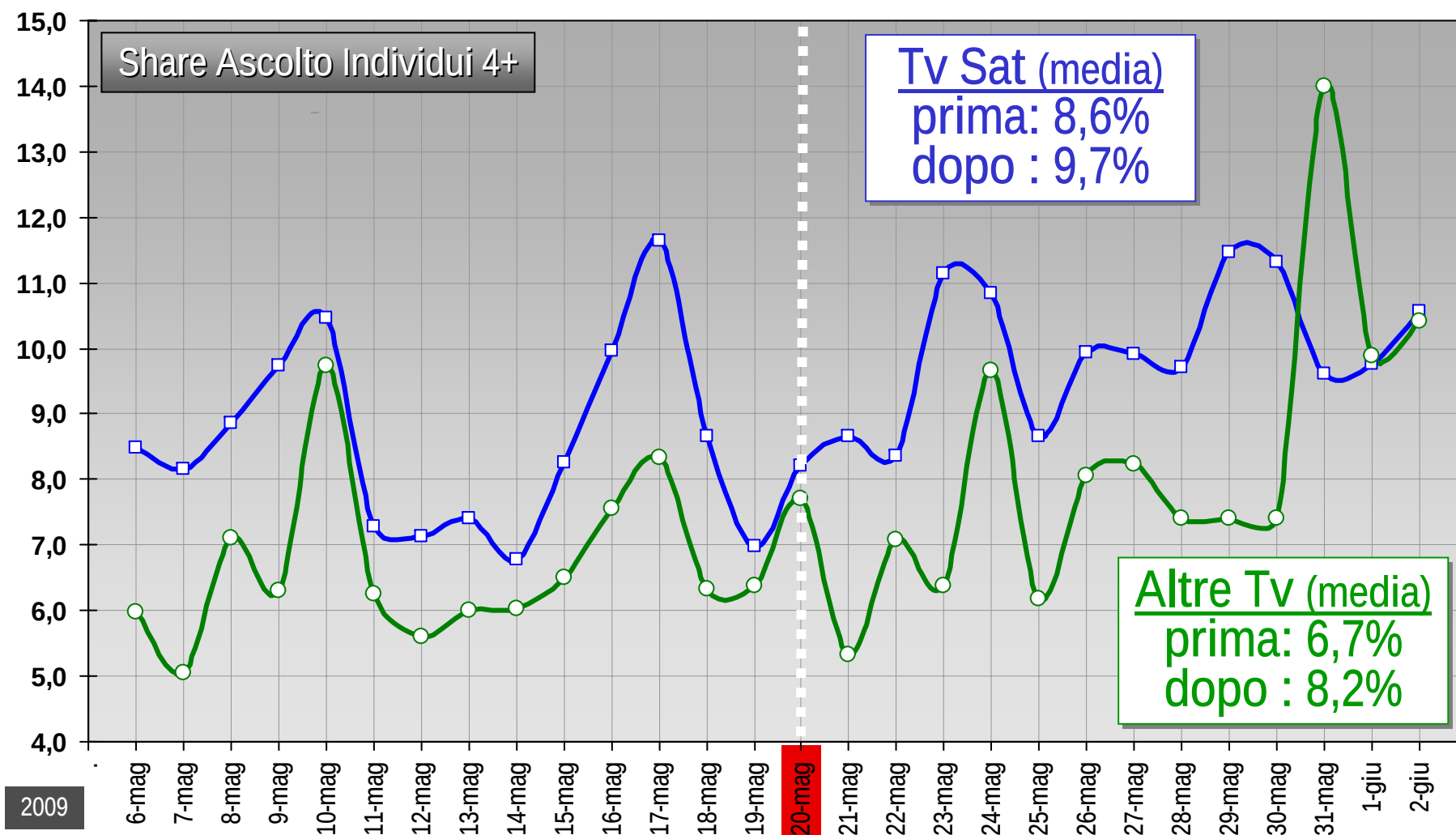


Switch-Over in Piemonte

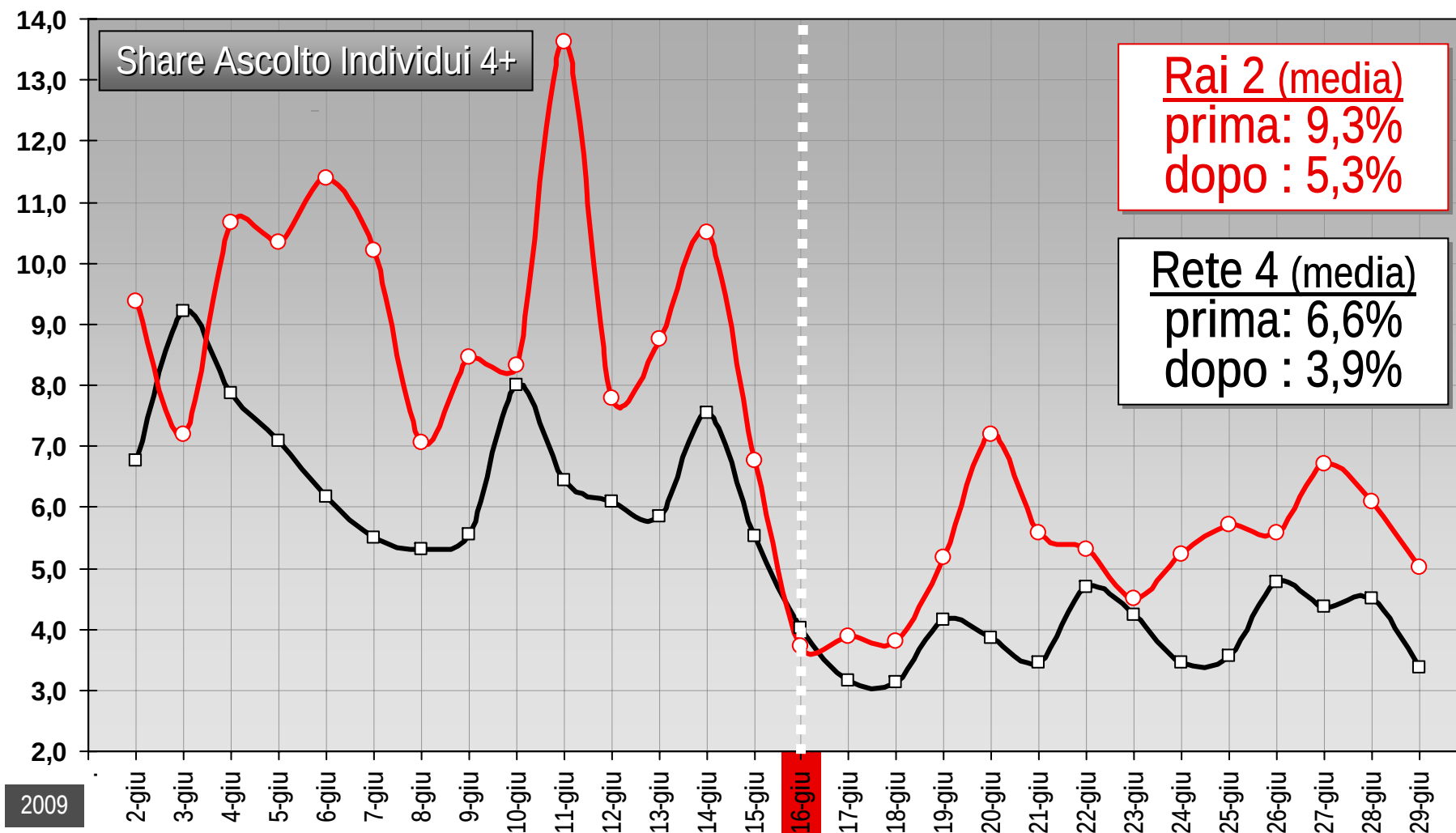


Spegnimento segnale analogico

Switch-Over in Piemonte

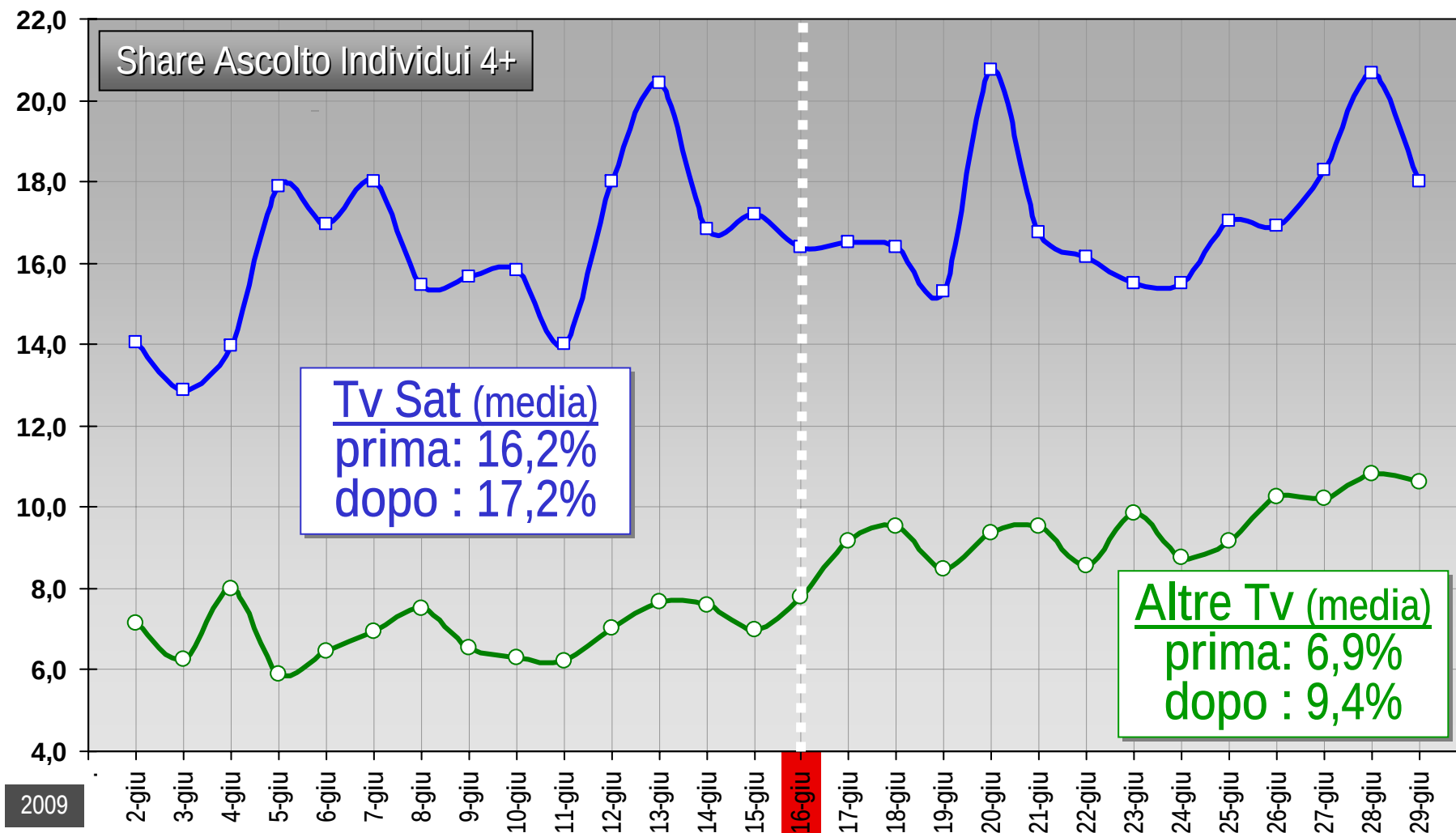


Switch-Over in Lazio



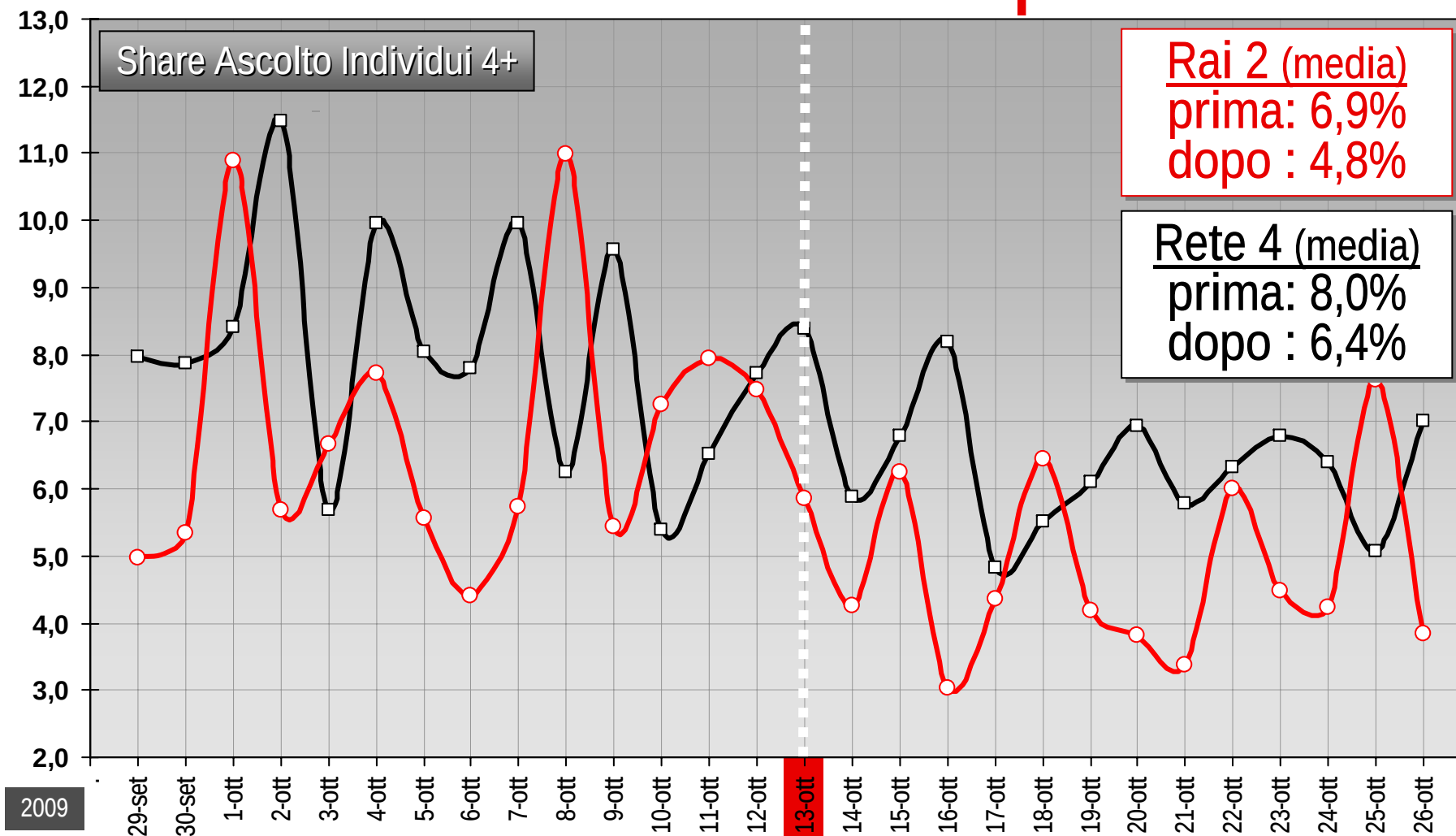
Spegnimento segnale analogico

Switch-Over in Lazio



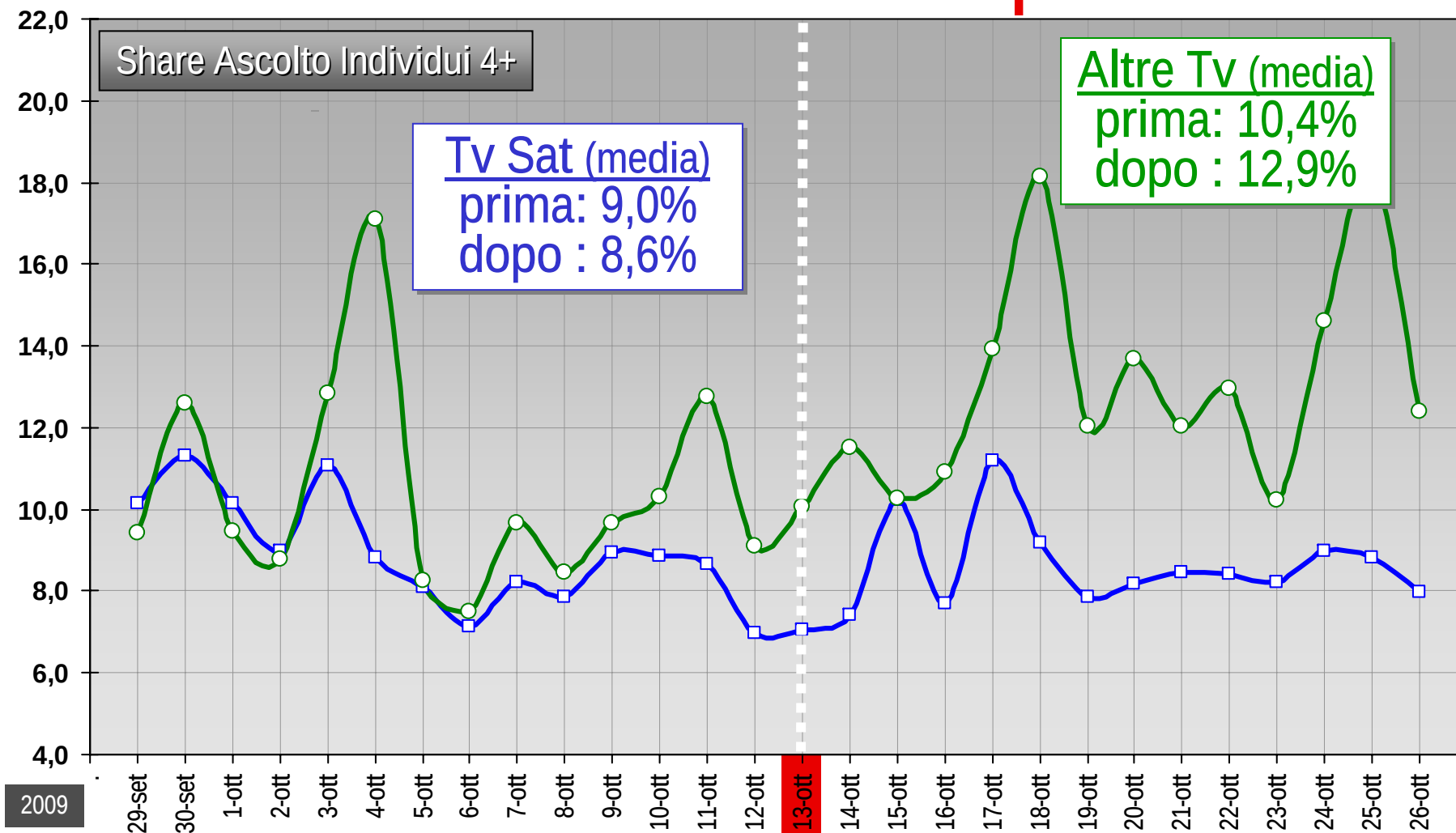
Spegnimento segnale analogico

Switch-Over in Campania



Spegnimento segnale analogico

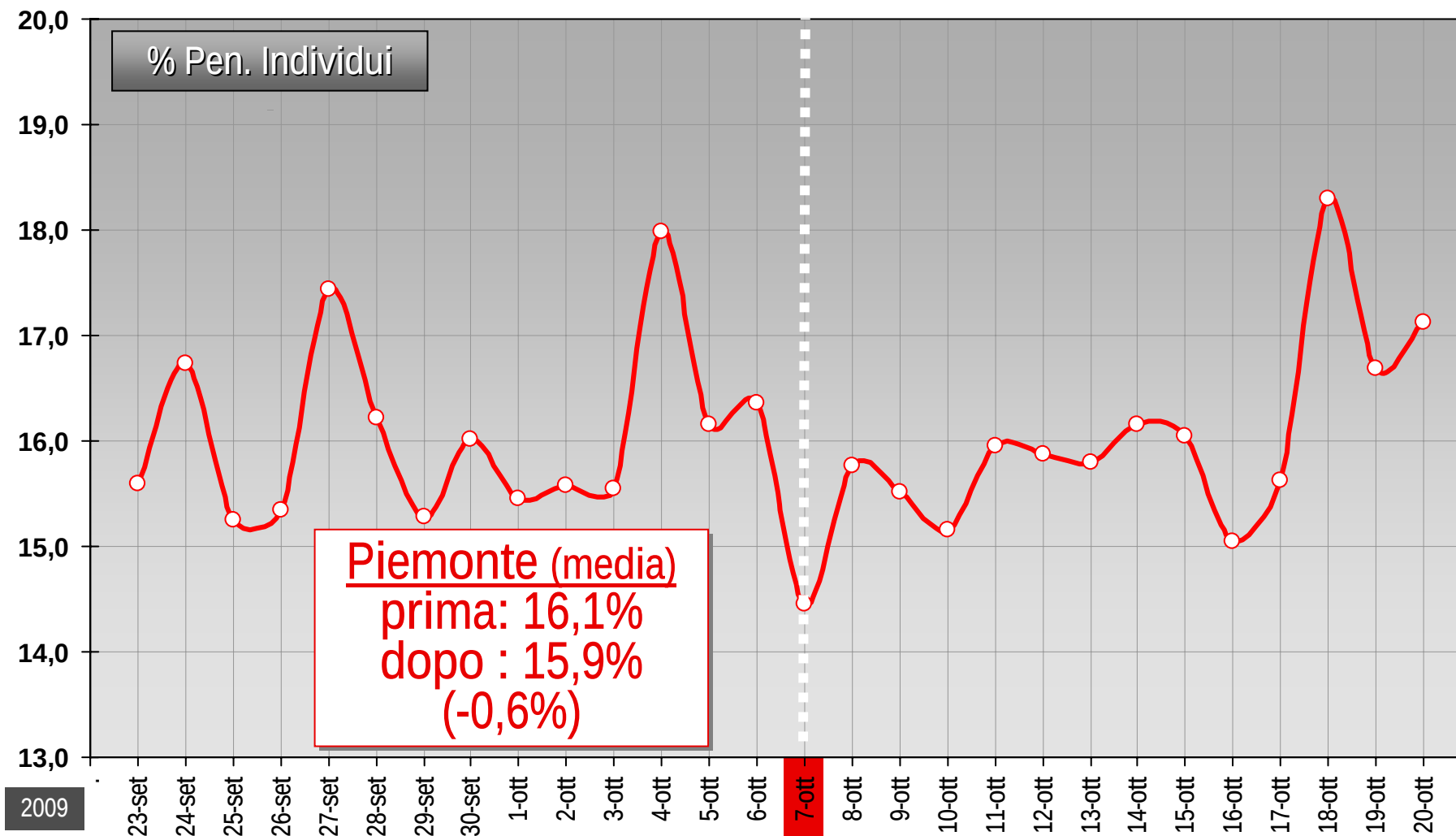
Switch-Over in Campania



Spegnimento segnale analogico

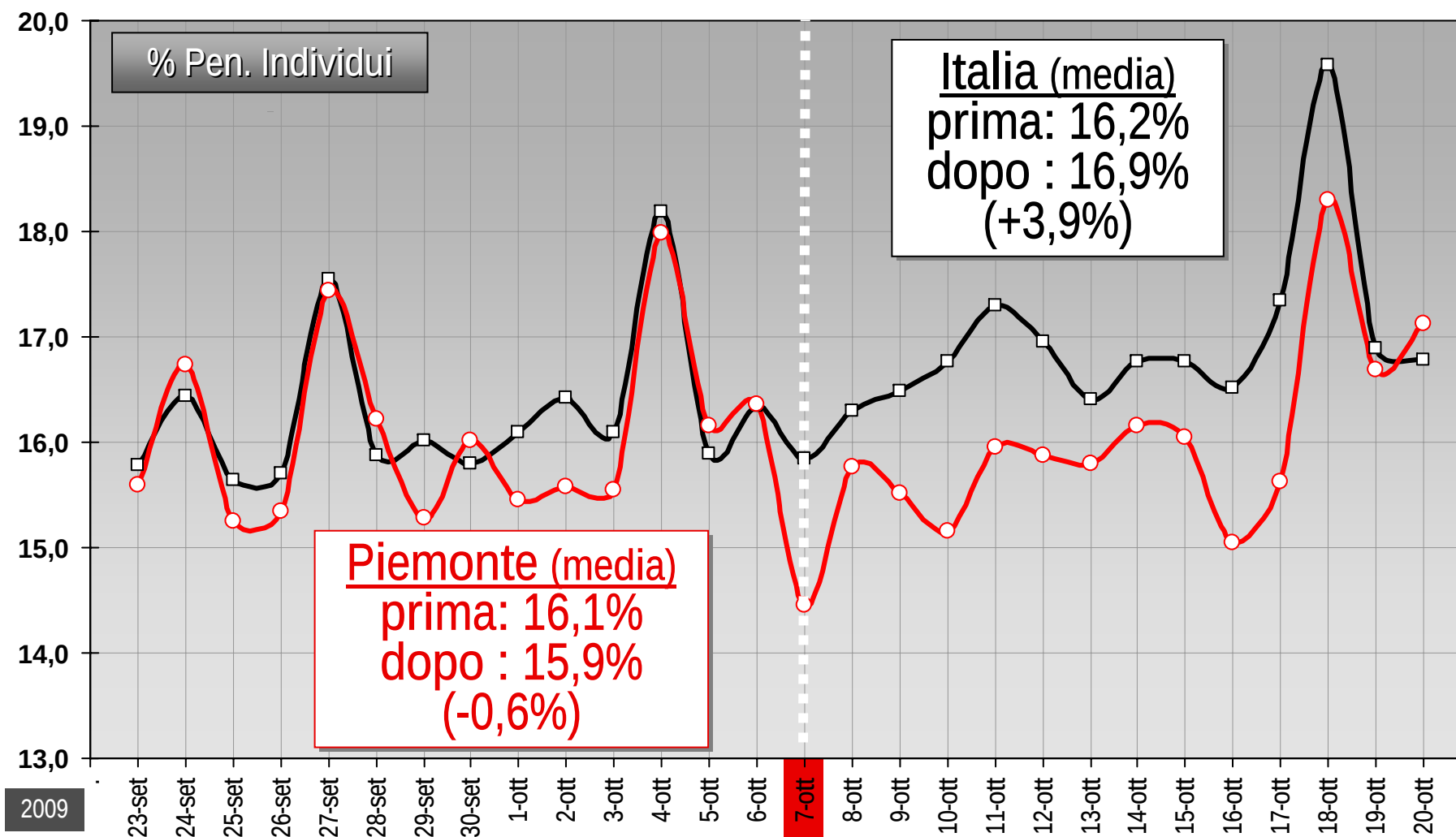


Switch-Off in Piemonte - Totale Tv



Spegnimento segnale analogico

Switch-Off in Piemonte - Totale Tv



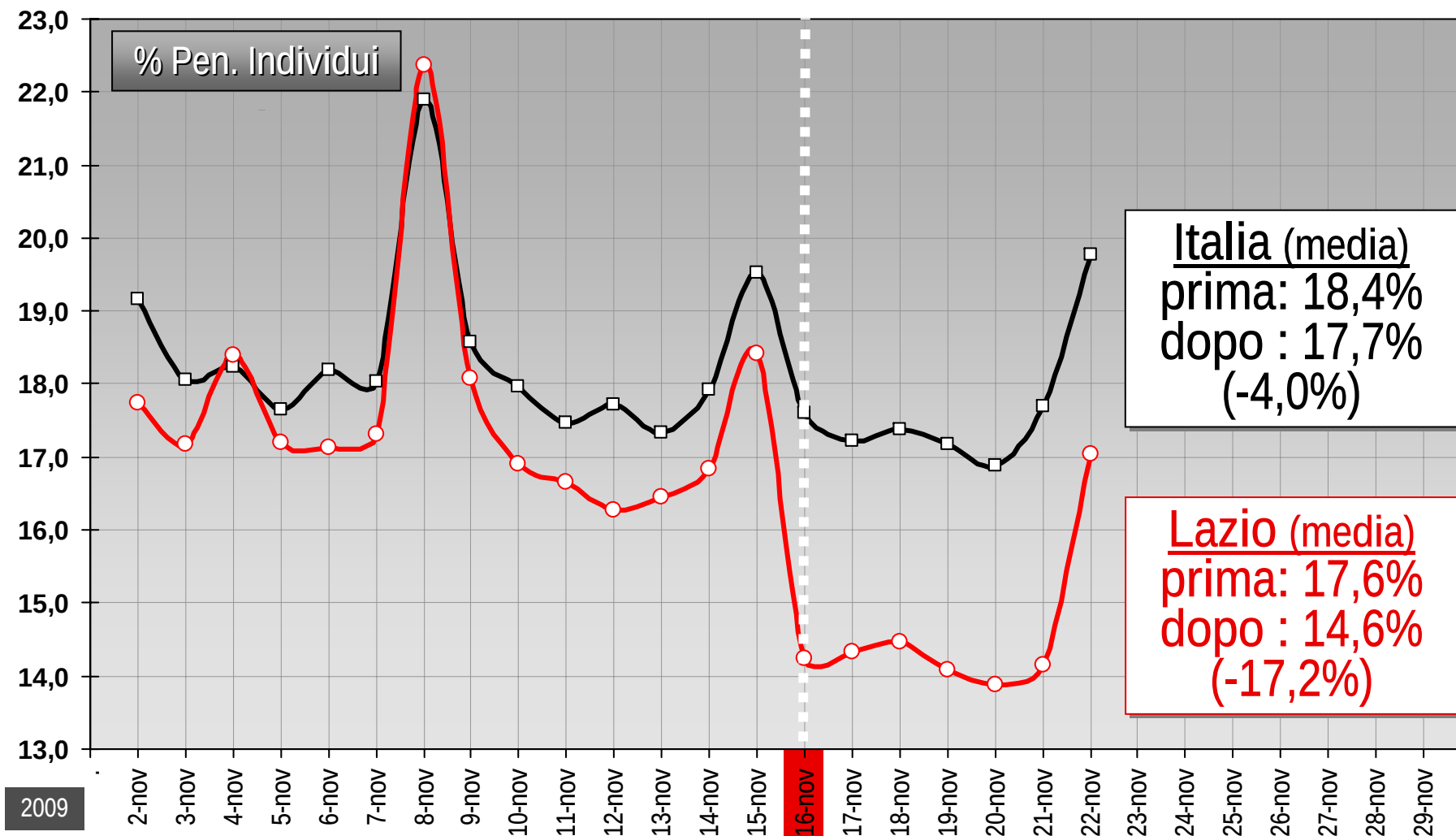
Spegnimento segnale analogico

Effetto Switch-Off in Piemonte (*)

Individui 4+	PIEMONTE			TOTALE ITALIA		
Emittenti	<u>Omologo</u> 7/10-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 7/10-22/11/2009	Var. Assoluta	<u>Omologo</u> 7/10-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 7/10-22/11/2009	Var. Assoluta
Rai Uno	18,0%	17,0%	-1,0	21,8%	21,3%	-0,6
Rai Due	12,4%	10,0%	-2,4	11,2%	9,3%	-1,9
Rai Tre	11,2%	10,4%	-0,8	9,2%	9,0%	-0,2
→ Totale RAI	41,5%	37,4%	-4,1	42,2%	39,6%	-2,6
Canale 5	23,5%	21,9%	-1,6	21,2%	21,0%	-0,2
Italia 1	11,1%	9,4%	-1,7	10,7%	10,0%	-0,7
Rete 4	8,8%	7,1%	-1,7	8,1%	7,5%	-0,5
→ Totale Mediaset	43,4%	38,4%	-5,0	40,0%	38,6%	-1,4
La7	3,6%	3,3%	-0,2	3,1%	3,1%	0,0
→ Altre Terrestri	5,1%	11,5%	6,5	6,4%	10,0%	3,6
→ Tot. Satellite	6,5%	9,4%	2,9	8,4%	9,1%	0,7
Totale TV	960.299	904.257	Var. %	12.183.391	12.496.597	Var. %
Totale TV (%Pen.)	22,9%	21,3%	-6,9%	21,4%	21,8%	1,7%
Universo	4.203.524	4.248.816		56.904.890	57.371.624	

(*) Lo switch-off riguarda la province di Torino e Cuneo e parte dell'astigiano

Switch-Off in Lazio - Totale Tv



Spegnimento segnale analogico

Effetto Switch-Off in Lazio

Individui 4+	LAZIO			TOTALE ITALIA		
Emittenti	<u>Omologo</u> 16-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 16-22/11/2009	Var. Assoluta	<u>Omologo</u> 16-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 16-22/11/2009	Var. Assoluta
Rai Uno	22,5%	20,7%	-1,8	21,6%	21,5%	-0,1
Rai Due	11,7%	9,3%	-2,4	11,0%	9,8%	-1,2
Rai Tre	9,9%	8,7%	-1,2	9,4%	8,7%	-0,8
→ Totale RAI	44,1%	38,7%	-5,4	42,1%	40,0%	-2,1
Canale 5	19,4%	19,7%	0,3	21,2%	21,2%	0,1
Italia 1	8,4%	7,1%	-1,4	10,7%	9,3%	-1,3
Rete 4	6,1%	5,2%	-0,9	8,5%	7,9%	-0,6
→ Totale Mediaset	34,0%	31,9%	-2,0	40,4%	38,5%	-1,9
La7	3,2%	2,5%	-0,7	3,0%	3,1%	0,1
→ Altre Terrestri	5,8%	11,6%	5,8	6,3%	8,7%	2,4
→ Tot. Satellite	12,8%	15,2%	2,4	8,3%	9,7%	1,4
Totale TV	1.027.704	958.153	Var. %	12.656.778	12.507.304	Var. %
Totale TV (%Pen.)	19,5%	17,9%	-8,0%	22,2%	21,8%	-2,0%
Universo	5.282.035	5.348.675		56.904.890	57.371.624	

(*) Lo switch-off riguarda tutte le province tranne Viterbo

Effetto Switch-Off in Lazio

Segmenti	LAZIO			TOTALE ITALIA		
	Settimana prec 9-15/11/2009	Switch-Off 16-22/11/2009	Var.%	Settimana prec 9-15/11/2009	Switch-Off 16-22/11/2009	Var.%
4/7	13,8	10,5	-24,1%	13,7	13,5	-1,7%
8/14	12,8	10,9	-15,1%	14,6	13,9	-5,2%
15/19	10,1	11,8	16,5%	12,5	11,6	-7,1%
20/24	9,9	10,1	2,3%	11,3	11,4	1,0%
25/34	15,0	12,0	-19,9%	14,6	14,1	-3,4%
35/44	18,2	14,0	-23,1%	18,7	17,9	-4,1%
45/54	21,5	19,5	-9,1%	23,5	22,7	-3,5%
55/64	26,6	22,2	-16,7%	28,0	27,4	-2,0%
65+	31,1	27,2	-12,4%	32,8	32,7	-0,5%
Nessuno	13,2	10,7	-18,7%	14,3	13,7	-4,0%
Elementari	29,5	23,2	-21,3%	31,9	31,4	-1,4%
Medie Inferiori	22,9	20,3	-11,6%	22,6	21,9	-3,0%
Medie Superiori	18,2	16,3	-10,5%	18,3	18,0	-1,9%
Laurea	16,5	12,8	-22,5%	15,3	14,6	-4,3%
Totale TV	21,0	17,9	-14,7%	22,3	21,8	-2,2%

(*) Lo switch-off riguarda tutte le province tranne Viterbo

Effetto Switch-Off in Trentino Alto Adige

Individui 4+	TRENTINO ALTO ADIGE			TOTALE ITALIA		
Emittenti	<u>Omologo</u> 11-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 11-22/11/2009	Var. Assoluta	<u>Omologo</u> 11-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 11-22/11/2009	Var. Assoluta
Rai Uno	15,6%	14,4%	-1,2	21,6%	21,6%	0,0
Rai Due	10,3%	6,4%	-3,9	10,7%	9,8%	-0,9
Rai Tre	14,3%	12,2%	-2,1	9,3%	9,0%	-0,3
→ Totale RAI	40,2%	33,0%	-7,2	41,5%	40,3%	-1,2
Canale 5	19,4%	14,1%	-5,3	21,4%	21,2%	-0,2
Italia 1	10,8%	7,9%	-2,9	11,0%	9,5%	-1,5
Rete 4	7,8%	5,7%	-2,0	8,4%	7,5%	-0,8
→ Totale Mediaset	37,9%	27,7%	-10,2	40,8%	38,3%	-2,6
La7	5,1%	2,1%	-3,1	3,1%	3,2%	0,1
→ Altre Terrestri	10,5%	18,0%	7,5	6,3%	8,5%	2,2
→ Tot. Satellite	6,2%	19,3%	13,0	8,2%	9,7%	1,5
Totale TV	172.522	136.925	Var. %	12.526.480	12.604.098	Var. %
Totale TV (%Pen.)	18,1%	14,2%	-21,6%	22,0%	22,0%	-0,2%
Universo	952.132	964.345		56.904.890	57.371.624	

Effetto Switch-Off in Sardegna

Individui 4+	SARDEGNA			TOTALE ITALIA		
Emittenti	<u>Omologo</u> 1-22/11/2007	<u>Switch-Off</u> 1-22/11/2009	Var. Assoluta	<u>Omologo</u> 1-22/11/2007	<u>Switch-Off</u> 1-22/11/2009	Var. Assoluta
Rai Uno	22,4%	19,9%	-2,4	22,7%	21,5%	-1,2
Rai Due	9,4%	11,0%	1,6	11,6%	9,6%	-2,0
Rai Tre	9,6%	8,7%	-0,9	8,8%	8,9%	0,1
Totale RAI	41,3%	39,6%	-1,7	43,1%	40,0%	-3,1
Canale 5	25,4%	21,3%	-4,1	21,0%	20,8%	-0,1
Italia 1	11,6%	6,8%	-4,8	10,8%	9,8%	-1,0
Rete 4	7,6%	5,4%	-2,2	9,0%	7,5%	-1,5
Totale Mediaset	44,6%	33,5%	-11,1	40,8%	38,1%	-2,6
La7	2,2%	1,9%	-0,3	2,8%	3,1%	0,3
Altre Terrestri	5,7%	10,0%	4,3	5,8%	8,8%	2,9
Tot. Satellite	6,2%	15,1%	8,9	7,5%	10,0%	2,5
Totale TV	393.013	373.335	Var. %	12.446.633	12.895.897	Var. %
Totale TV (%Pen.)	24,5%	23,2%	-5,6%	22,0%	22,5%	2,1%
Universo	1.602.697	1.612.587		56.904.890	57.371.624	

Effetto Switch-Off in Sardegna

Individui 4+	SARDEGNA			TOTALE ITALIA		
Emittenti	<u>Omologo</u> 1-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 1-22/11/2009	Var. Assoluta	<u>Omologo</u> 1-22/11/2008	<u>Switch-Off</u> 1-22/11/2009	Var. Assoluta
Rai Uno	19,1%	19,9%	0,8	21,8%	21,5%	-0,3
Rai Due	11,0%	11,0%	0,0	11,2%	9,6%	-1,6
Rai Tre	8,6%	8,7%	0,1	9,1%	8,9%	-0,1
Totale RAI	38,7%	39,6%	0,9	42,1%	40,0%	-2,1
Canale 5	22,1%	21,3%	-0,8	21,1%	20,8%	-0,3
Italia 1	8,7%	6,8%	-1,9	10,7%	9,8%	-0,9
Rete 4	5,7%	5,4%	-0,3	8,1%	7,5%	-0,6
Totale Mediaset	36,4%	33,5%	-3,0	39,9%	38,1%	-1,8
La7	2,2%	1,9%	-0,3	3,0%	3,1%	0,1
Altre Terrestri	11,4%	10,0%	-1,4	6,4%	8,8%	2,3
Tot. Satellite	11,3%	15,1%	3,8	8,5%	10,0%	1,5
Totale TV	376.532	373.335	Var. %	12.591.802	12.895.897	Var. %
Totale TV (%Pen.)	23,4%	23,2%	-1,2%	22,1%	22,5%	1,6%
Universo	1.606.385	1.612.587		56.904.890	57.371.624	

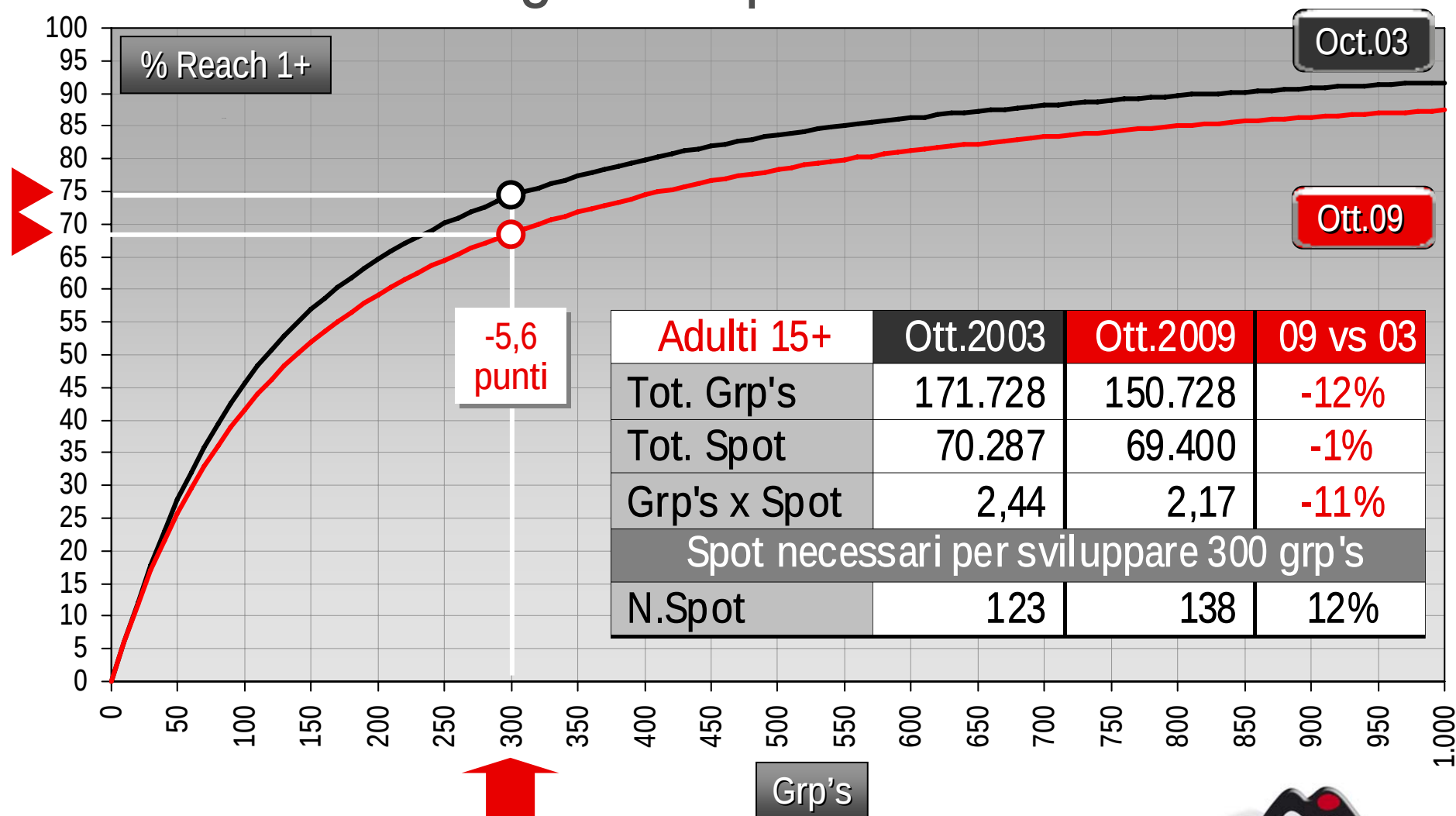
section



Frammentazione Ascolto Effetti sulle Pianificazioni

Reach e Grp's Campagne Tv Generaliste

Target Group: Adulti 15+



section



Uno scenario al 2012

Scenario Tv 2012

- Il totale ascolto Tv sarà inferiore di alcuni punti percentuali rispetto ad oggi, al netto di influenze meteo e di altre forme ascolto (ad es. TSV).
- La maggior parte delle emittenti saranno multiplatforma.
- Le Altre Tv cresceranno ancora: dall'odierno **21%** al **25-29%**
- Rai e Mediaset perderanno ulteriori punti di share sulle loro reti storiche, scendendo dal **79%** al **75-71%** a fine 2012, ma recupereranno in parte grazie alle loro nuove reti.
- Le reti generaliste saranno ancora necessarie per garantire una ampia e rapida copertura dei target.
- L'ulteriore frammentazione dell'ascolto, renderà sempre più necessaria una corretta pianificazione delle Altre Tv per non perdere pressione e copertura sui propri target di comunicazione.
- La sfida per i planner sarà di minimizzare la crescita dei costi per grp.

Grazie
per l'attenzione



media**italia**