

QUARTO RAPPORTO SULLA TELEVISIONE DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA E IN EUROPA



QUINTA CONFERENZA NAZIONALE SULLA TV DIGITALE TERRESTRE 3-4 MAGGIO 2010 TEATRO DAL VERME, MILANO



SOCI FONDATORI
E ASSOCIATI





DGTVi è l'associazione italiana per lo sviluppo della TV digitale terrestre costituita da Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, DFree, FRT e AERANTI-CORALLO.

DGTVi ha l'obiettivo di promuovere l'avvio e il pieno sviluppo della televisione digitale terrestre in Italia. Scopo dell'Associazione è cooperare, in costante consultazione con il Ministero dello Sviluppo Economico-Comunicazioni, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e ogni altra autorità competente alla transizione dal sistema analogico a quello digitale, nei tempi previsti dalle leggi vigenti. L'associazione agisce curando gli interessi dei broadcaster associati e in sintonia con le indicazioni delle istituzioni e le aspettative degli utenti.

DGTVi pubblica mensilmente la newsletter "DIGITA", distribuita gratuitamente a mezzo e-mail e contenente informazioni, notizie e dati sulla TV digitale terrestre in Italia e in Europa.

Consiglio di amministrazione DGTVi:

Presidente:	Andrea Ambrogetti (Mediaset)
Consiglieri:	Luca Balestrieri (Rai)
	Maurizio Giunco (FRT)
	Bianca Papini (Telecom Italia Media)
	Marco Rossignoli (AERANTI-CORALLO)
Segretario generale:	Egidio Viggiani (DFree)
Ufficio di Presidenza:	Vito Di Marco

Per informazioni: www.DGTVi.it

Il presente lavoro è stato realizzato dall'Associazione DGTVi con il contributo delle seguenti società che hanno curato in particolare:

- e-Media Institute, la parte relativa all'offerta in Italia e in Europa;
- Studio Frasi, la parte relativa agli ascolti in Italia;
- IT Media Consulting, la parte comparata relativa a diffusione e dotazione, ascolti, risorse, alta definizione.

Le due associazioni FRT e AERANTI-CORALLO hanno curato il focus relativo alle TV locali in Italia. DLA Piper l'allegato legislativo.

Si ringraziano per la collaborazione: Michele Casula di e-Res-Makno, Roberta Dal Passo, Andrea Fabiano, Graziano Ferrari, Angelo Pettazzi, Fabio Carera, Stefania Sagona, David Bogi, Tonio Di Stefano, Vito Di Marco, Eva Spina, Paola Raia, Georg Plattner, Sergio Schiavo, Maria Di Ciaccio.

Il coordinamento editoriale è di Elena Cappuccio con la collaborazione di Carlotta Ca' Zorzi.

INDICE

CAPITOLO PRIMO	9
2009: l'Italia verso il digitale	
Il laboratorio Sardegna	12
Resoconto dalle aree all digital	15
Il digitale e le TV locali	26
Le criticità emerse nei passaggi 2009	28
L'ordinamento automatico dei canali	29
Le criticità negli switch off esteri	31
Il sistema che abbiamo costruito	32
La piattaforma aperta	32
<i>I bollini DGTVi a garanzia della qualità</i>	33
Tivù e TivùSat: l'anno del debutto operativo	34
<i>Schede regioni all digital 2009</i>	36
<i>Valle d'Aosta</i>	36
<i>Trentino Alto Adige</i>	37
<i>Piemonte Occidentale</i>	38
<i>Lazio</i>	40
<i>Campania</i>	41
CAPITOLO SECONDO	45
L'offerta della TV digitale terrestre in Italia	
L'offerta gratuita su piattaforma DTT	48
Canali e generi	48
I canali gratuiti diffusi nelle aree all digital	49
Le offerte di televisione a pagamento	49
Editori, <i>packager</i> e servizi di Pay-TV su piattaforma DTT	50
I nuovi servizi sulla piattaforma DTT	52
L'esistente: i servizi interattivi narrowband su DTT	53
Il futuro prossimo: l'integrazione broadcast/broadband	54
Il primato italiano: interoperabilità anche nel mondo broadband	54
Prime applicazioni	55
<i>I servizi Web di catch-up TV dei broadcaster nazionali</i>	57
<i>Mappa canali free e pay su DTT in Italia</i>	58
L'offerta free e pay negli altri paesi europei	60
Francia	61
Regno Unito	62
Spagna	63
L'offerta in alta definizione nei quattro Paesi	64

<i>Mappe canali free e pay su DTT esteri</i>	65
<i>I canali gratuiti della DTT italiana</i>	68
CAPITOLO TERZO	73
I nuovi consumi digitali	
Premesse metodologiche e definizioni	73
L'utilizzo delle piattaforme per il consumo TV	74
Il primato del digitale terrestre	75
Il momento del passaggio	77
Impatto del passaggio sui diversi pubblici	79
Ascolti differenziati	80
Le "Altre del digitale terrestre"	81
Verso la segmentazione per generi e per target	82
Case study. I nuovi canali Rai crescono sulla DTT	84
CAPITOLO QUARTO	89
Il digitale terrestre nei quattro maggiori mercati TV europei	
Diffusione e dotazione	89
Il digitale terrestre è la piattaforma più diffusa	90
Il fenomeno delle sovrapposizioni	92
Dotazione. La crescita dei ricevitori integrati	94
Consumi. L'ascolto DTT sostituisce l'analogico	98
Cresce il consumo multicanale DTT nelle famiglie TV	100
Le risorse DTT	101
Ripartizione delle risorse DTT free e pay	102
I ricavi pubblicitari del multichannel DTT crescono nonostante la crisi	102
CAPITOLO QUINTO	107
Il 2010: l'Italia è digitale	
Il calendario dei passaggi	107
Le aree coinvolte	107
L'Italia a fine 2010 e oltre	109
L'Europa nel 2010	111
<i>Allegato legislativo</i>	114