Modelli di sviluppo delle tv locali: *tendenze e prospettive*

Bruno Zambardino - Monica Sardelli

FONDAZIONE ROSSELLI
Istituto di Economia dei Media

RadioTV FORUM di Aeranti-Corallo 2013
ROMA 28-29 MAGGIO

RadioTV Forum 2013

Roma, 28 maggio 2013

L'Istituto di Economia dei Media - IEM

- ✓ Monitoraggio permanente sull'industria della comunicazione in Italia con approfondimenti ad hoc (OTT)
- ✓ **Osservatorio sui media locali:** supporto ai Co.Re.Com al fine di sviluppare policy efficaci in materia di media e comunicazione locale.
- ✓ Ultimi anni: ricerche sul campo realizzate nel **Lazio, Lombardia, Sardegna, Abruzzo, Sicilia.**
- ✓ Tra il 2011 e il 2013 condotte ricerche anche **in Umbria, Puglia ed Emilia Romagna.**
- ✓ Attualmente in corso di svolgimento uno studio per il **Corecom Veneto**

FONDAZIONE ROSSELLI

Agenda

Trend di mercato

I nuovi player

Uno sguardo all'estero

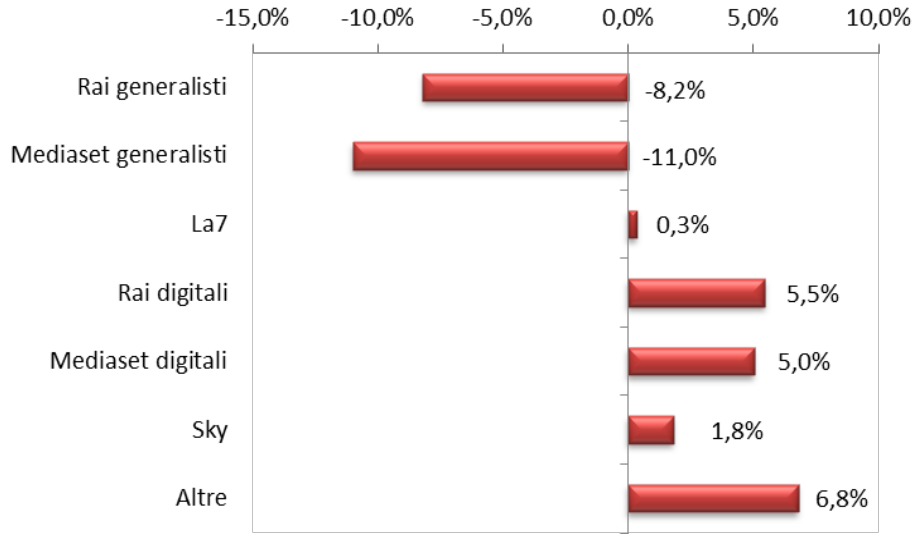
I nodi da sciogliere

FONDAZIONE ROSSELLI

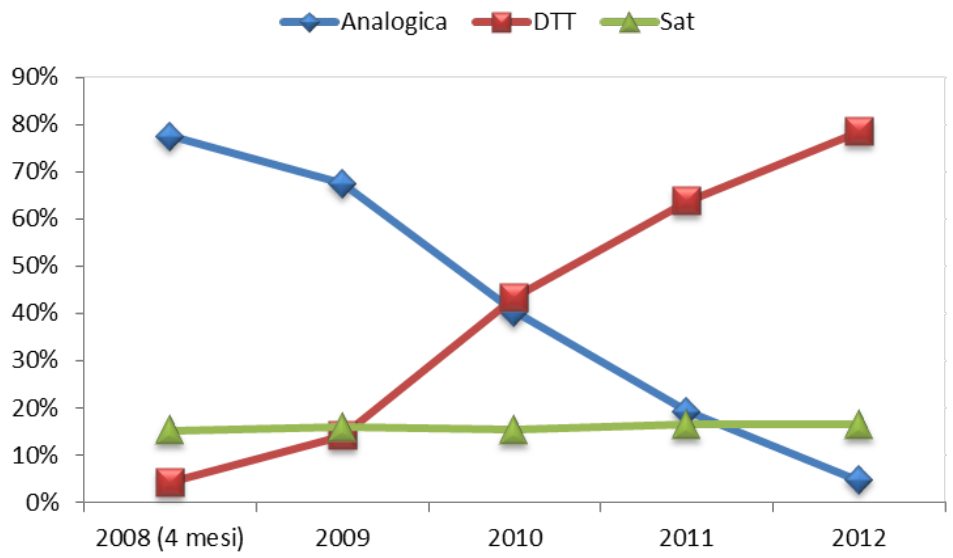
Cambiano gli ascolti…

- ✓ Le preferenze del pubblico si spostano sui **nuovi canali digitali** che guadagnano audience a scapito dei generalisti (vedi buone performance Discovery e K2)
- ✓ Il Paese è **migrato al digitale terrestre** mentre la piattaforma satellitare ha continuato il suo percorso stabilizzando i suoi ascolti (in calo negli ultimi mesi)
- ✓ La **rete** è la piattaforma dove convergono i contenuti dei broadcaster come dimostrano gli accordi **Rai-YT e Mediaset-Italia On line**

Variazioni % di share - 2012 vs 2008



Ascolti per piattaforma 2008-2012

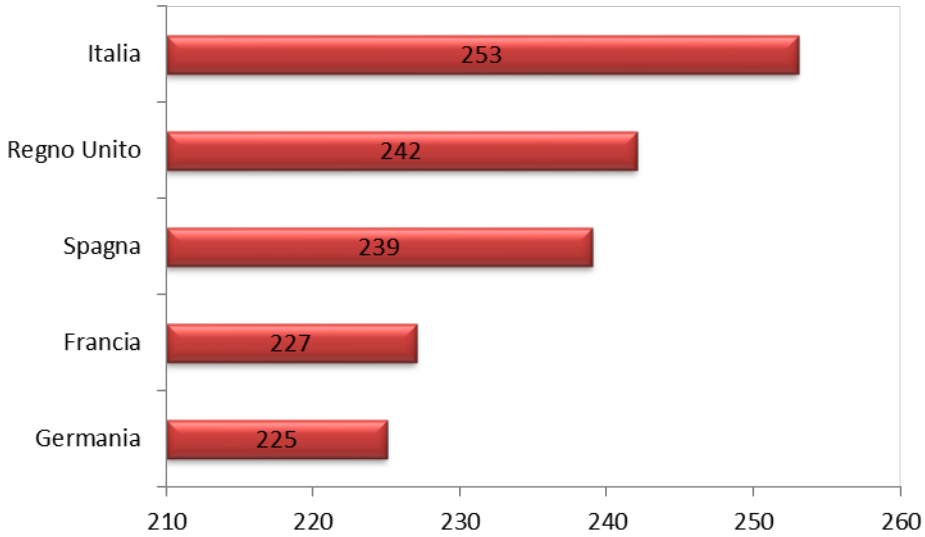


Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Auditel

…crescono e cambiano i consumi audiovisivi

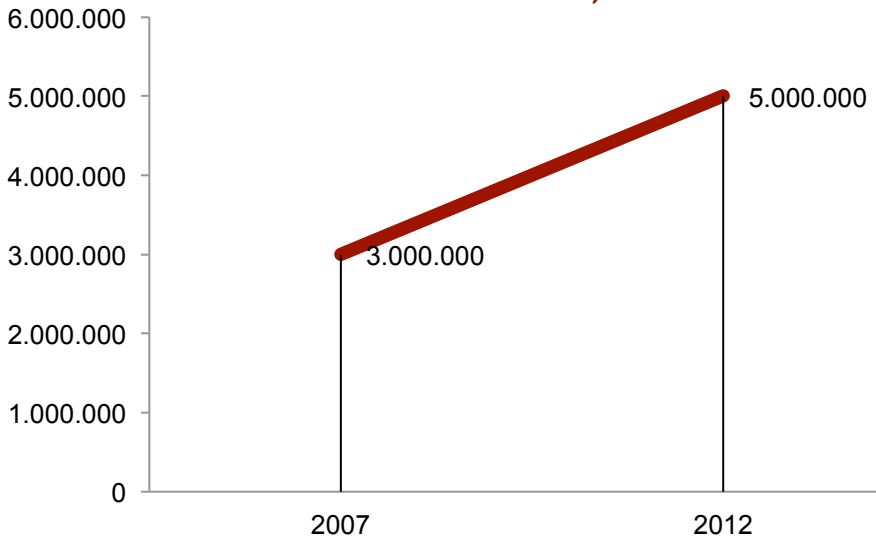
- ✓ Complice la crisi economica si assiste ad una crescita progressiva dei consumi televisivi multipiattaforma
- ✓ L'Italia detiene il record europeo dei minuti di fruizione televisiva tradizionale

Minuti di fruizione televisiva giornaliera in Europa (2011)



Fonte: elaborazioni IEM Rosselli su Ofcom

USA: nuclei abitativi Zero TV, 2013



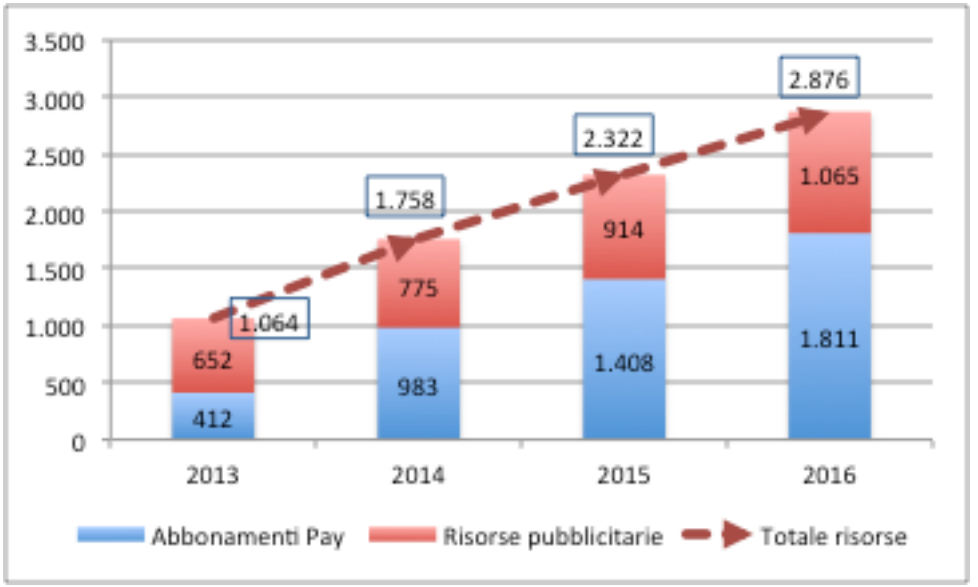
Fonte: elaborazioni IEM Rosselli su Nielsen

- ✓ USA: fenomeno del cord-cutting
- ✓ Si tratta ancora del 5% delle famiglie soprattutto under 35
- ✓ "Zero Tv" non significa "No Video"
- ✓ Fruizione non lineare in mobilità

avanza il consumo di video on line anche in Europa

- ✓ Occorre fare i conti con il **nuovo habitat multicanale e multipiattaforma** alla ricerca di modelli di business coerenti con il nuovo scenario competitivo
- ✓ Il mercato dei **video online** è in **forte espansione** in Europa (ritardo italiano anche per la bassa penetrazione della banda larga): poco più di 1mld nel 2013
- ✓ L'online sta diventando una piattaforma di distribuzione **affidabile**, **diffusa** (si allunga la durata media dei contenuti offerti) e **multischermo**
- ✓ L'ingresso di **Google, Netflix, Amazon ed Apple** impone nuove regole nelle relazioni tra vecchi e nuovi player
- ✓ Nuovi **spazi di creatività** e reperimento risorse (fenomeno web series, crowdfunding)

Stime di crescita del mercato video on line in Europa

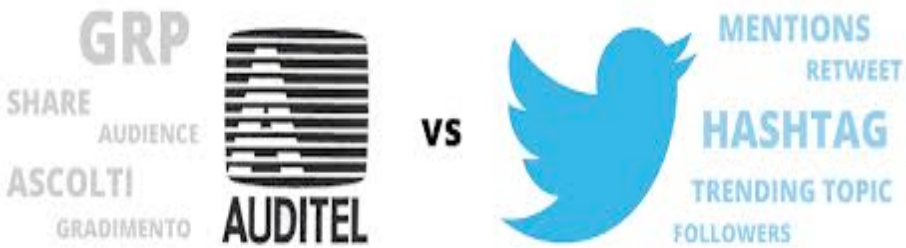


Fonte: elaborazioni da It-Media Consulting

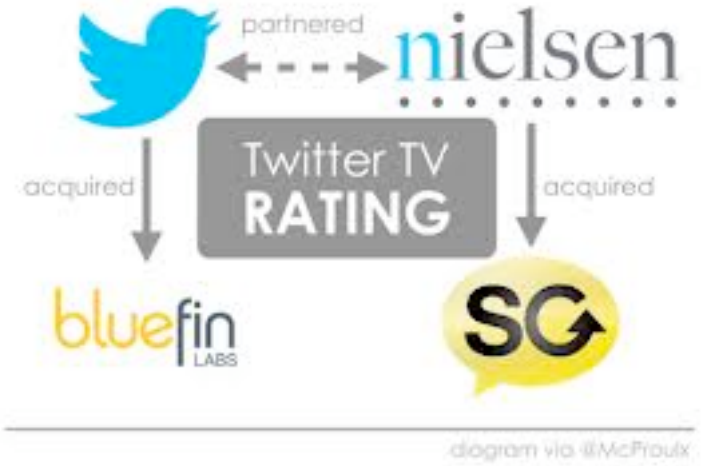
… e si sviluppano nuovi sistemi di misurazione…

I **nuovi sistemi di misurazione degli ascolti** tengono conto delle rinnovate abitudini dell'audience online. Forte interesse da parte dei canali Tv e dei loro clienti pubblicitari

Progetto **Extended Screen**: Auditel e Nielsen hanno messo a punto (fase pilota) un software-meter per misurare l'audience su più schermi (pc, tablet, smartphone), e in un periodo temporale allargato all'intera giornata



Recente **partnership tra Nielsen e Twitter:** consentirà di affiancare l'audience tradizionale a l numero di persone che hanno «citato» un programma.

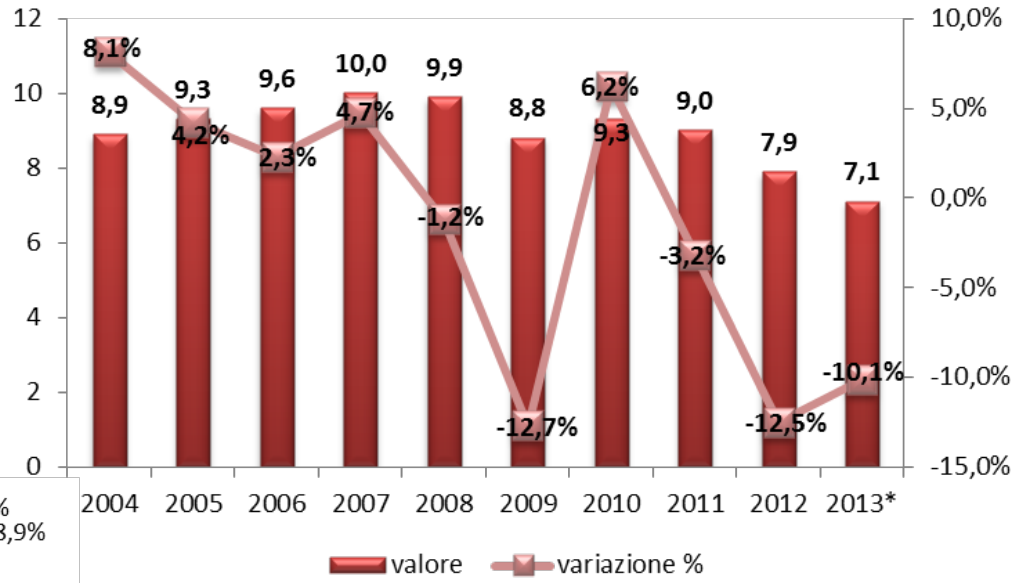


...intanto la pubblicità online non è più marginale

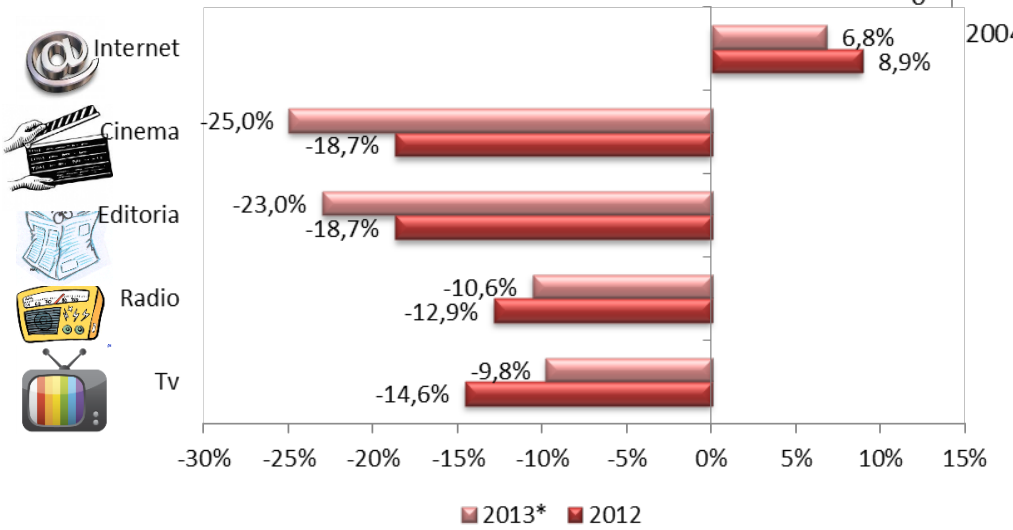
Investimenti pubblicitari in calo anche nel 2013

La Tv (-14,6%) continua ad assorbire più del 50% delle risorse

Pubblicità in Italia, mld € e variazione %



Andamento pubblicità per mezzo, % sull'anno precedente, 2012 e 2013

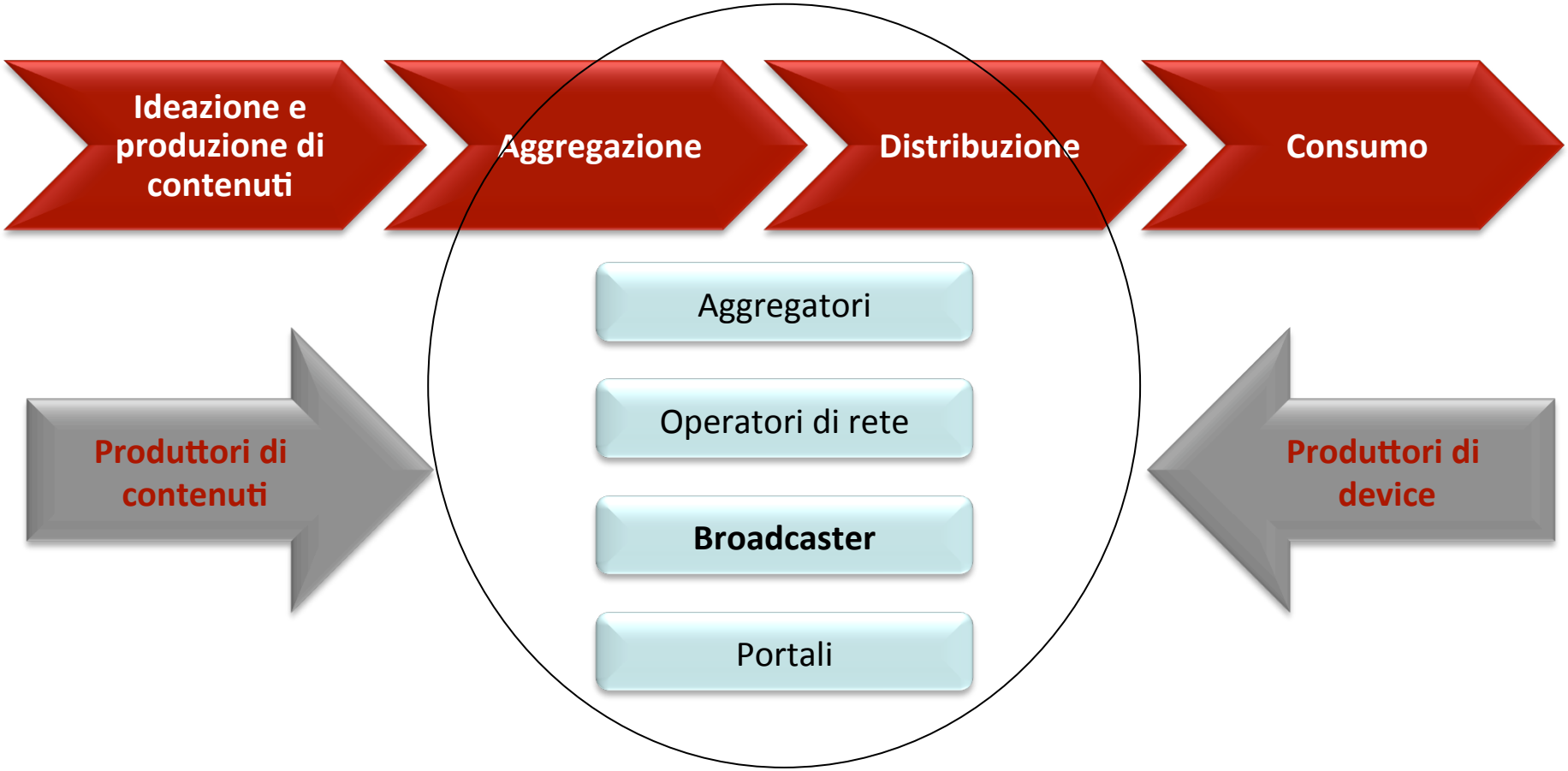


Pur valendo poco più di 664 mln di euro, ovvero il 9% della torta pubblicitaria (a fine 2012), Internet è l'unico mezzo che mantiene una crescita positiva, anche se si ridurrà nel 2013

Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Nielsen *stime

cambia la filiera, si aggiungono nuovi player…

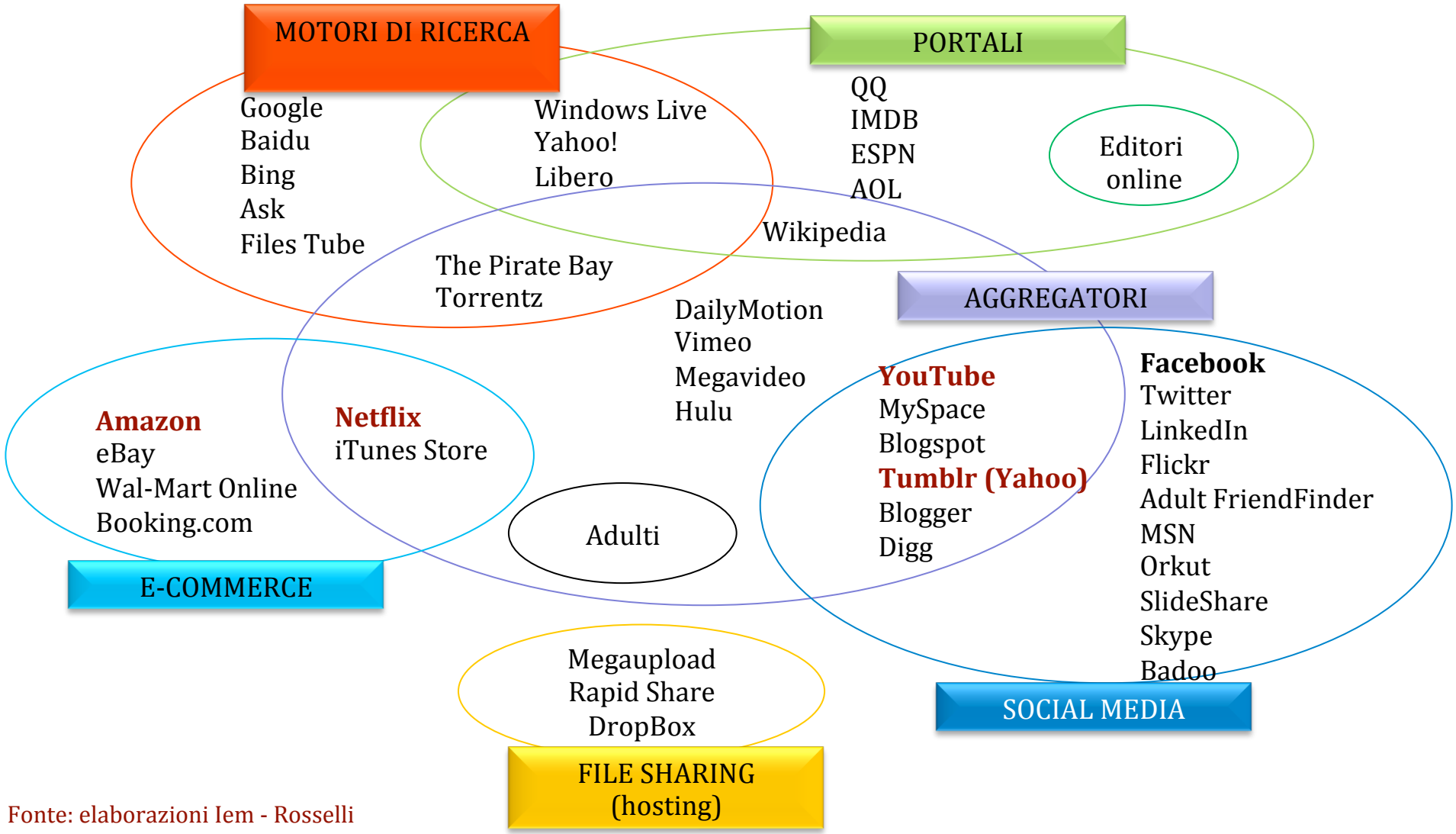
La rete moltiplica gli attori, attivi in una o più delle quattro fasi, dalla produzione di contenuti al consumo attraverso vari device fissi e mobili (tablet e smartphone).



Fonte: elaborazioni Iem - Rosselli

...creando il nuovo ecosistema

L'ibridazione tra *broadband* e *broadcast* nella connected TV è ormai un dato di fatto di cui debbono tener conto anche i media locali .



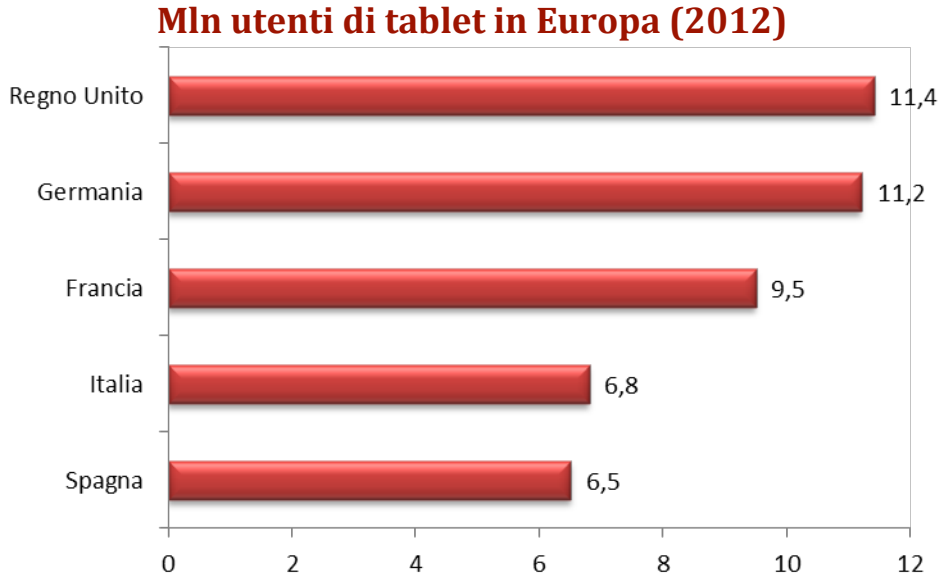
Fonte: elaborazioni Iem - Rosselli

Esplodono social network e fruizione in mobilità

L'esplosione dei social media genera enormi potenzialità di coinvolgimento dell'utenza e di interazione con platee giovanili sempre più ampie ed esigenti

✓ 2013: **Twitter** lancio applicazione **Vine** per postare contenuti audiovisivi in loop di massimo 6 secondi l'uno (micro-video)

✓ La **fruizione in mobilità e multischermo** (tv e in contemporanea tablet o smartphone) è un'attività sempre più diffusa grazie alla maggiore penetrazione della banda larga



Fonte: It-Media Consulting

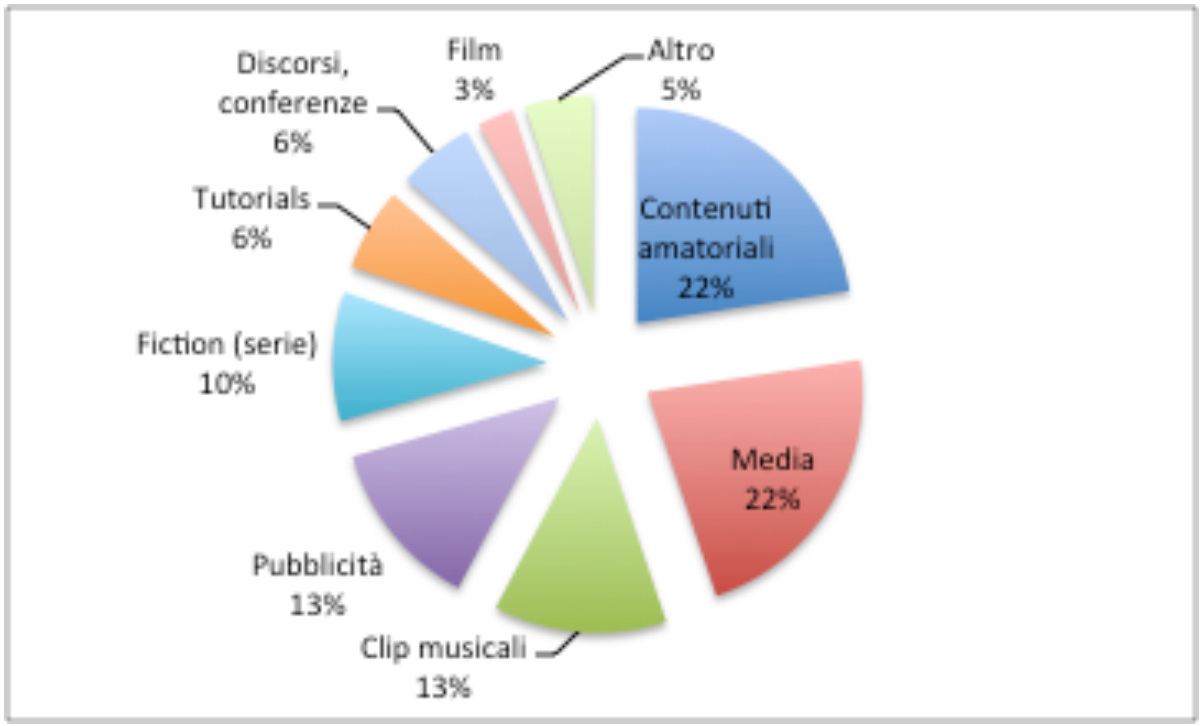
FONDAZIONE ROSSELLI

La metamorfosi di YouTube: da aggregatore a produttore

- ✓ Sull'aggregatore video di Google (1 mld di utenti, 6 miliardi di ore di streaming al mese) **solo il 22 % dei contenuti è di natura amatoriale**.
- ✓ Dal 2012 investiti 200 M€ in produzione di contenuti originali e canali premium professionali (Machinima, WIGS; Geek&Sundry, BlackBox Tv).

- ✓ Categoria 18/34 anni consumi analoghi a quello di un network tv
- ✓ Maggio 2013: lancio pilota di canali pay
- ✓ 10 canali in arrivo anche in Italia ?

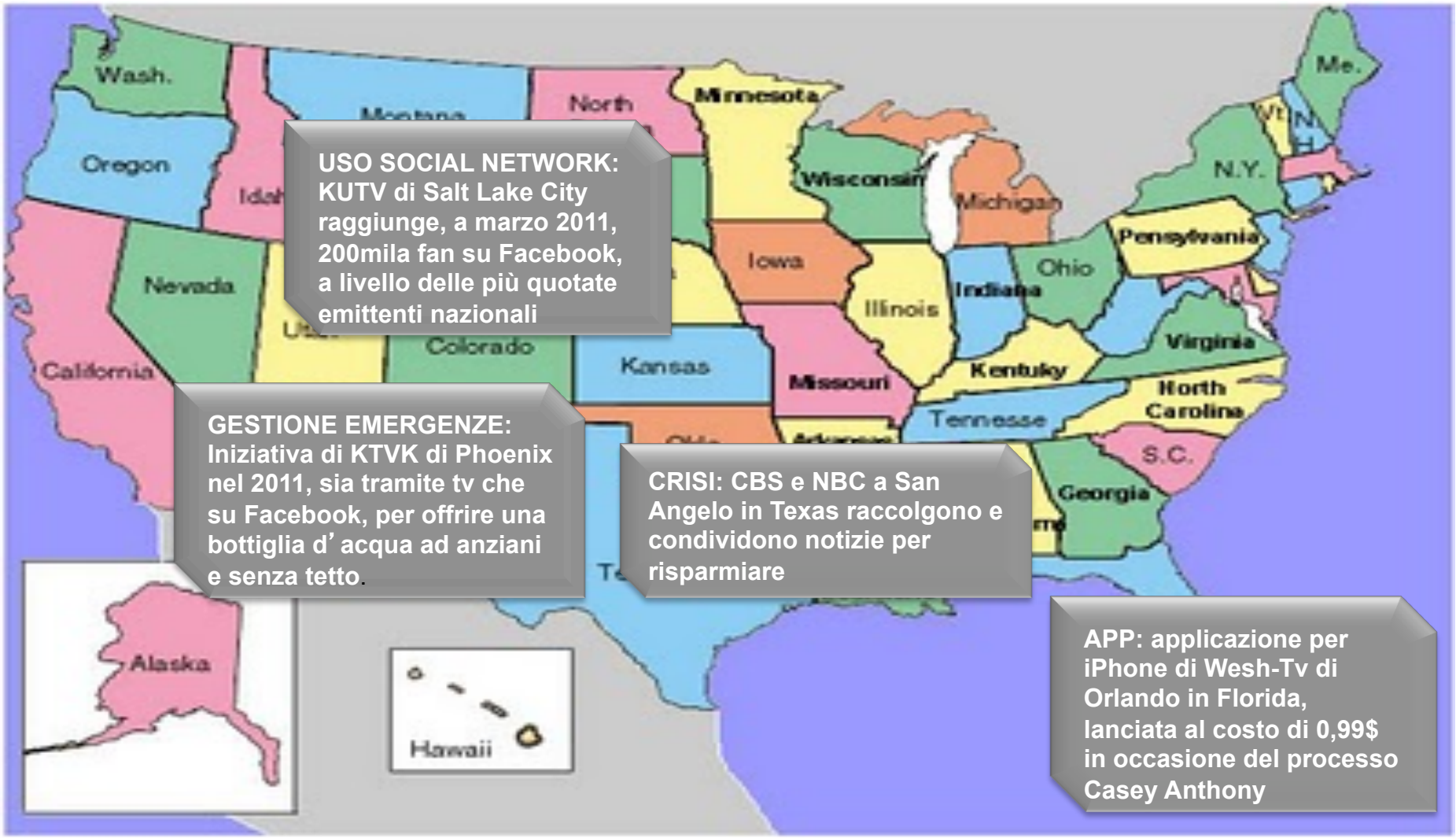
Ripartizione contenuti disponibili su Youtube per genere, 2013



Fonte: elaborazioni IEM Rosselli su dati Hadopi.

FONDAZIONE ROSSELLI

Ruolo dei network locali: l'esperienza USA ci viene in aiuto

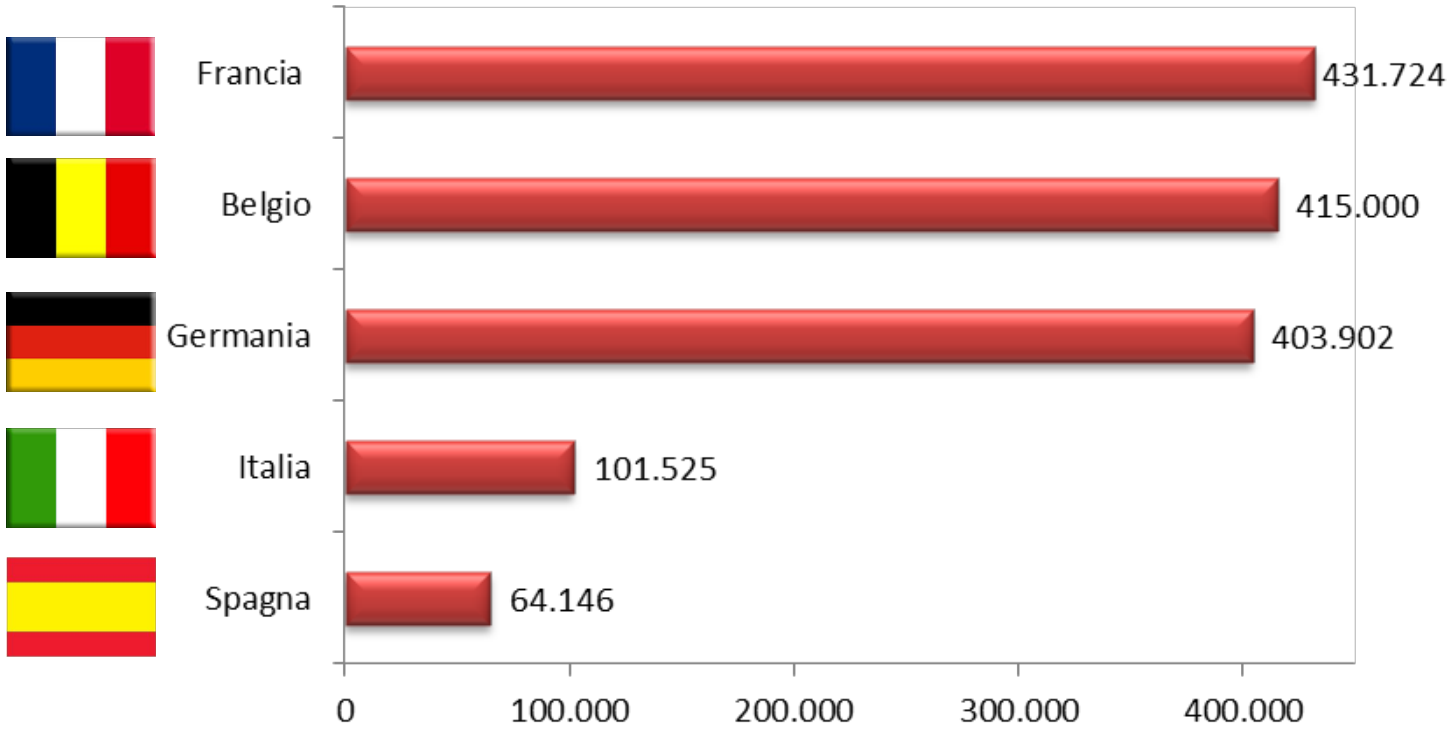


Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su varie

Network locali: uno sguardo all'Europa

Italia e Spagna si distinguono per un numero di emittenti piuttosto alto rispetto alla popolazione.

Abitanti medi per numero di emittenti locali



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati CSA, 2010-2011

FONDAZIONE ROSSELLI

Francia: offerta tv aumentata

In Francia, si sperimentano con successo anche a livello locale applicazioni sul video che consentono una maggiore interazione e partecipazione con l'utenza

FONDAZIONE ROSSELLI

Francia: TLSP (Tv locali di Servizio Pubblico)

- ✓ 56 tv locali in 30 dipartimenti
- ✓ coprono un bacino di 7 milioni di spettatori
- ✓ 450 dipendenti stabili
- ✓ volume di affari di 20 M€

- ✓ Convenzione con il CSA (Consiglio Superiore dell'Audiovisivo)
- ✓ Contratti di serivizo con gli enti locali
- ✓ Accordi con le associazioni degli utenti
- ✓ Regole pubblicitarie comuni,
- ✓ Regimi di trasparenza sui finanziamenti pubblici

Francia: TLSP REC-VOD

- ✓ Piattaforma vod lanciata nel 2009-2010
- ✓ Possibilità di acquistare documentari, cortometraggi, intrattenimento, fiction
- ✓ Centrale unica di vendita con listini diversificati

FONDAZIONE ROSSELLI

Non solo news per le tv locali: la leva dell'audiovisivo

Il consorzio francese ha attivato un mercato dei diritti dinamico e competitivo

(500 titoli)

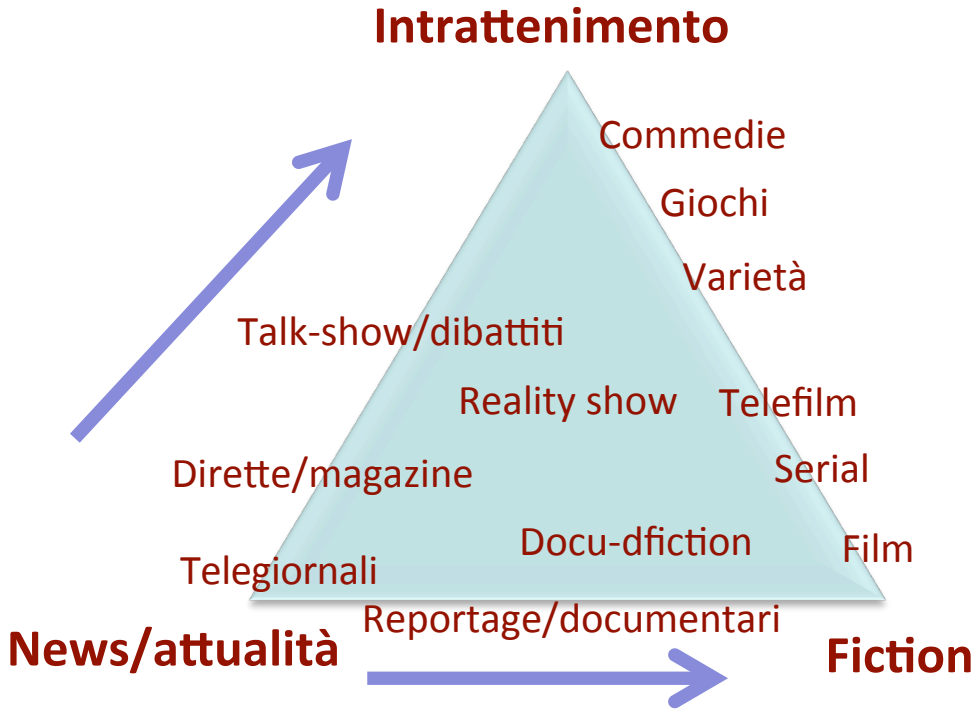
E in Italia ?

- ✓ syndication: buoni risultati di ascolto con programmi di approfondimento ed operazioni di acquisizione di diritti sportivi
- ✓ grazie al sostegno della Regione Toscana e della locale Film Commission una emittente locale ha sperimentato in prima serata una **collana di documentari** distribuiti con successo in Italia e all'estero.

FONDAZIONE ROSSELLI

La programmazione: make or buy ?

- ✓ La programmazione delle emittenti locali italiane è incentrata su programmazione da studio e news (più economica di altri generi).
- ✓ Ma c'è spazio per **produzioni e programmazioni di altro genere** (media e lunga serialità a basso costo, factual, infanzia, doc e opere prime) a patto che abbiano un **radicamento sul territorio** e che **valorizzino ed identifichino i palinsesti**



FONDAZIONE ROSSELLI

Geolocalizzazione social

- ✓ All'estero si moltiplicano le coll**aborazioni tra tv e social network** basate sulla geolocalizzazione e la targetizzazione territoriale dell'audience
- ✓ **Endemol** ha siglato un accordo con **Foursquare** per produrre nuovi formati di intrattenimento fruibili in tramite device mobili
- ✓ Strumento di **marketing locale-digitale** per attrarre clienti sui punti vendita fisici sfruttando interazione (check in) e componenti ludiche

- ✓ **Nbc** ha lanciato uno **show twitter-integrated** in onda su tutte le emittenti locali. Coinvolti 20 tra i più influenti tweeters per ogni zona territoriale

THE 20

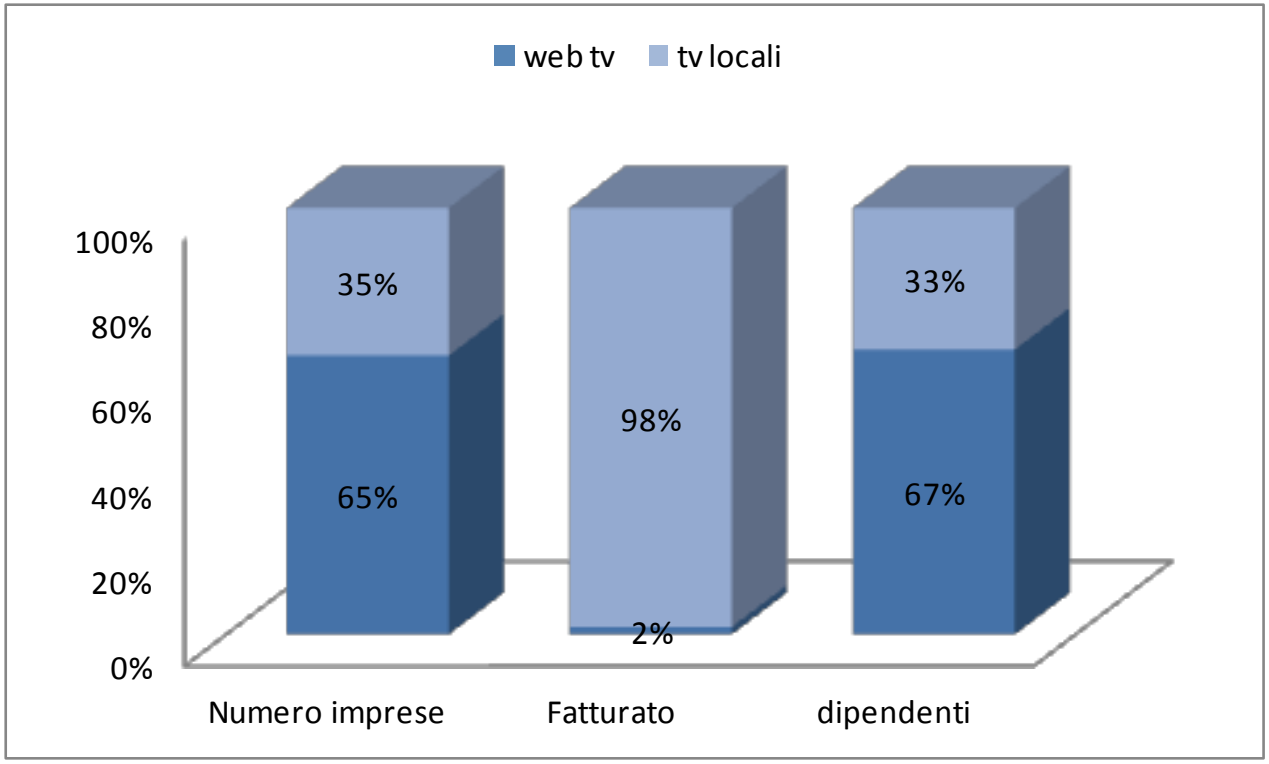
- ✓ **Rai Local:** progetto sperimentale in Abruzzo. Creata una app per dispositivi mobili per promuovere il turismo locale

Tv locali vs. Web Tv

Fenomeno web tv: in forte crescita numerica (quasi 600 nel 2012) ma con uno scarso peso in termini di fatturato e condizioni occupazionali non stabili

Le tv locali dovrebbero stringere alleanze con le nuove testate native digitali

Quota imprese, fatturato e dipendenti, web tv e tv locali in Italia



Fonte: elaborazioni Iem - Rosselli su dati AltraTv, Frt

FONDAZIONE ROSSELLI

Driver di sviluppo e criticità

TECNOLOGIA

2015: standard T2

Cessione banda 700

Nodi LTE/LCN

Cabina di regia stato-regioni per nuovi piani di investimento ?

Agenzia digitale al palo…

REGOLE

Riforma contributi ex legge 448/98

Incentivi multicanalità

Consultazione Agcom pubblicità on line

Un nuovo ruolo per i Corecom ?

MERCATO

Crisi strutturale del mercato pubblicitario

Nuovi modelli di business

Nuove competenze manageriali

Verso una razionalizzazione dell' emittenza locale?

CONTENUTI DI QUALITA' – INNOVAZIONE - FORMAZIONE

FONDAZIONE ROSSELLI
IEM

Radio Tv Forum 2013

Grazie per l'attenzione

FONDAZIONE ROSSELLI
Istituto di Economia dei Media

bruno.zambardino@fondazionerosselli.it

RadioTV FORUM di Aeranti-Corallo 2013 ROMA 28-29 MAGGIO

Sede legale:
Corso Giulio Cesare 4 bis/B 10152 Torino tel. +39 011 2079083

Sede operativa Istituto di Economia dei Media:
Palazzo Corsini, Via della Lungara 10, 00165 Roma tel. +39 06 6869502
segreteria@fondazionerosselli.it www.fondazionerosselli.it