

Scenario TV Bambini

Settembre 2007



Starcom™

La Tv del passato e quella del futuro



- **ANALOGICA** (Penetrazione: 99%) la televisione così come è stata sinora. Quella dotata di un ricevitore predisposto a ricevere segnali in forma analogica attraverso l'antenna.



- **DIGITALE TERRESTRE** (Penetrazione: 22%) Nel 2012 l'attuale televisione analogica dovrà essere convertita, attraverso uno "switch-over", nel digitale terrestre, ricevuto, sempre con l'antenna di casa, per mezzo di uno speciale "decoder". Migliore qualità audio/video, più canali disponibili, interattività i principali servizi offerti. Offerta Free e Pay (Mediaset Premium e LA7 Card). Più di 5 milioni i decoder venduti.

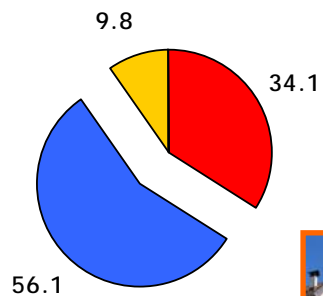


- **DIGITALE SATELLITARE** (Penetrazione: 30%): si basa su un sistema composto da un satellite (che riceve e ritrasmette i programmi destinati agli utenti) e da una parabola con cui gli utenti stessi si collegano al sistema. Offerta Free e Pay (SKY). 1/3 della popolazione italiana possiede una parabola, 4.2 milioni gli abbonamenti venduti dalla piattaforma SKY.



Cambiano le abitudini dei bambini

Possessori Solo Analogico Terrestre



RAI

MEDIASET

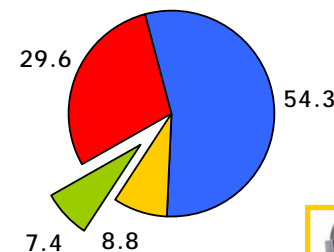
ALT TERR

TV SAT

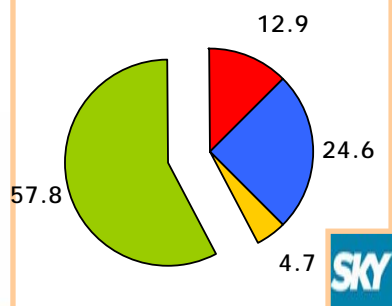
% SHARE BAMBINI 04-14

- I bambini senza parabola prediligono le reti MEDIASET
- Chi ha la parabola ma non SKY spende il 7% del suo tempo sul satellite
- I bambini abbonati SKY passano più della metà della loro giornata televisiva sui canali sat
- Coloro che hanno il DTT presentano uno share del 19% sulle altre tv terrestri

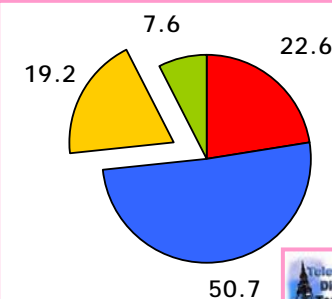
Possessori Free tv Sat



Abbonati SKY



Possessori Digitale Terr.



Fonte: Auditel Periodo: 01-30/09/2007

Fascia 02.00 - 02.00



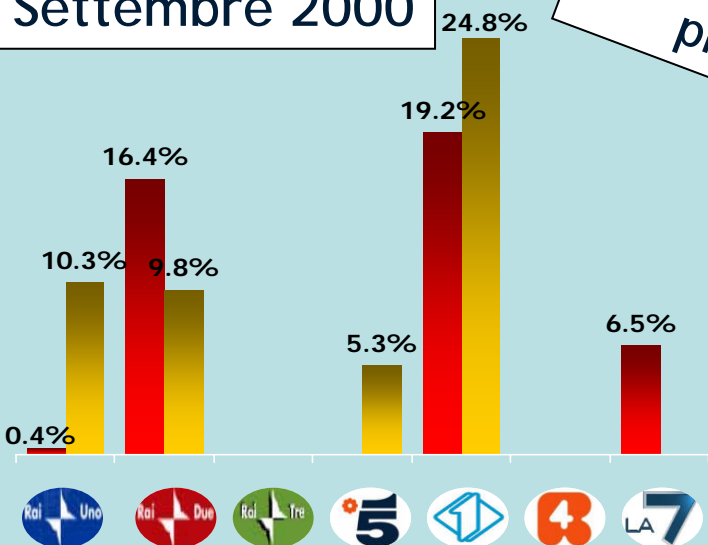
L'Offerta Terrestre



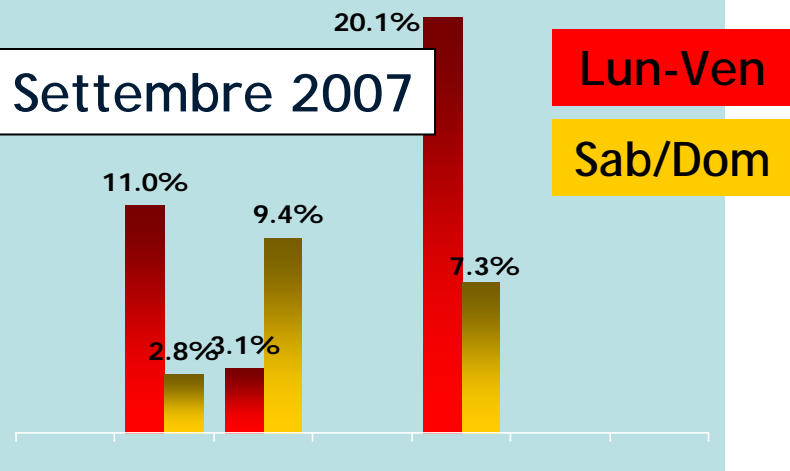
Starcom™

Sempre meno programmi specifici per le generaliste

Settembre 2000



Settembre 2007

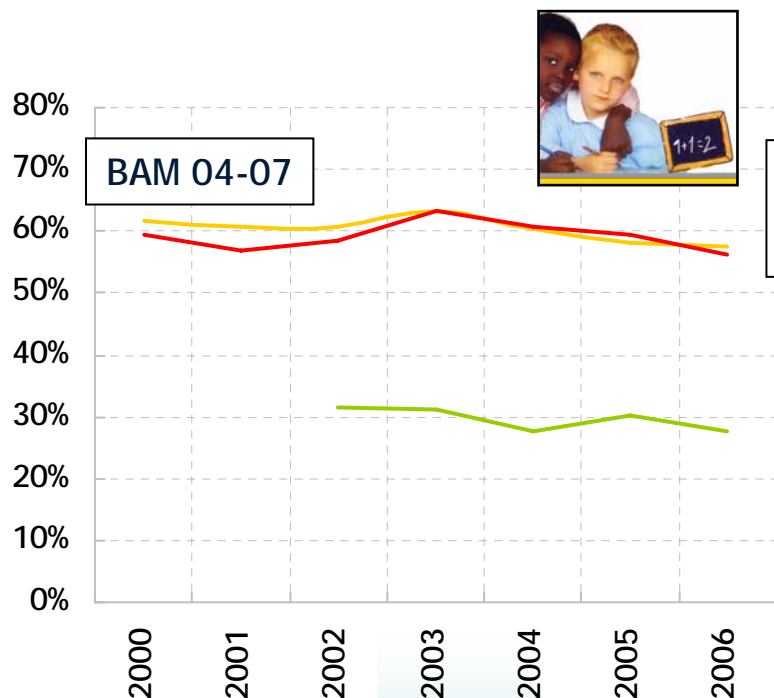


% minuti medi/giorno dedicati a programmi per bambini



- Rispetto al 2000 RAI1, CAN5 e LA7 (ex TMC) hanno cancellato dai loro palinsesti gli appuntamenti per i bambini.
- ITA1 nel we e RAI2 nell'intera settimana ne hanno ridotto la quota giornaliera. Ultimo esempio su RAI2 la cancellazione dell'appuntamento serale pre TG2 sostituito dalla Sitcom "7 Vite"
- La novità è RAI3 con un cospicuo 9% giornaliero di programmazione dedicata ai più piccoli nel weekend

Calano i contatti netti giornalieri sulle generaliste

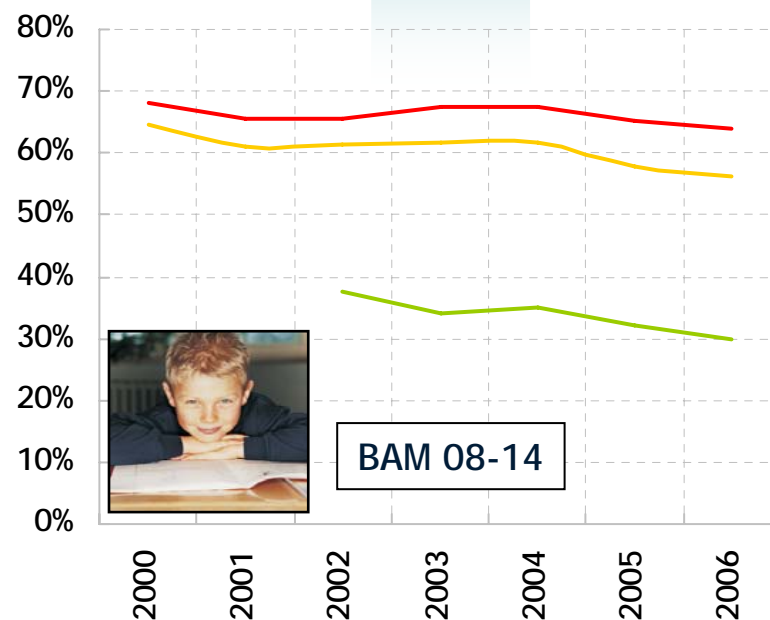
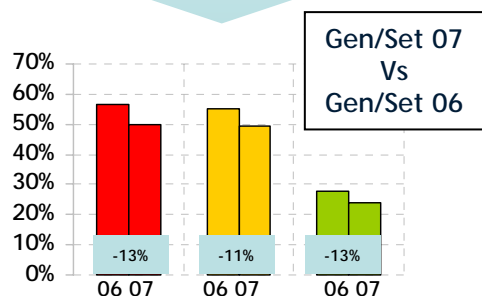
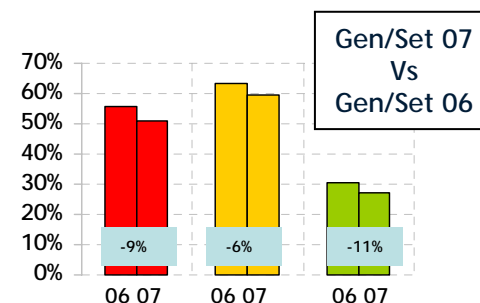


% REACH GIORNO MEDIO

RAI

MEDIA SET

ALTRE TV TERR



Calano i minuti/giorno medio di visione

BAM 04-07

CONSUMO GIORNO

	2003*	2007*	
	19'42"	13'46"	↓
	24'40"	14'14"	↓
	11'13"	07'59"	↓
	26'36"	21'44"	↓
	41'08"	25'41"	↓
	05'24"	04'00"	↓
	01'06"	01'28"	↓
 Alt. Tv Terr	10'44"	10'35"	↓

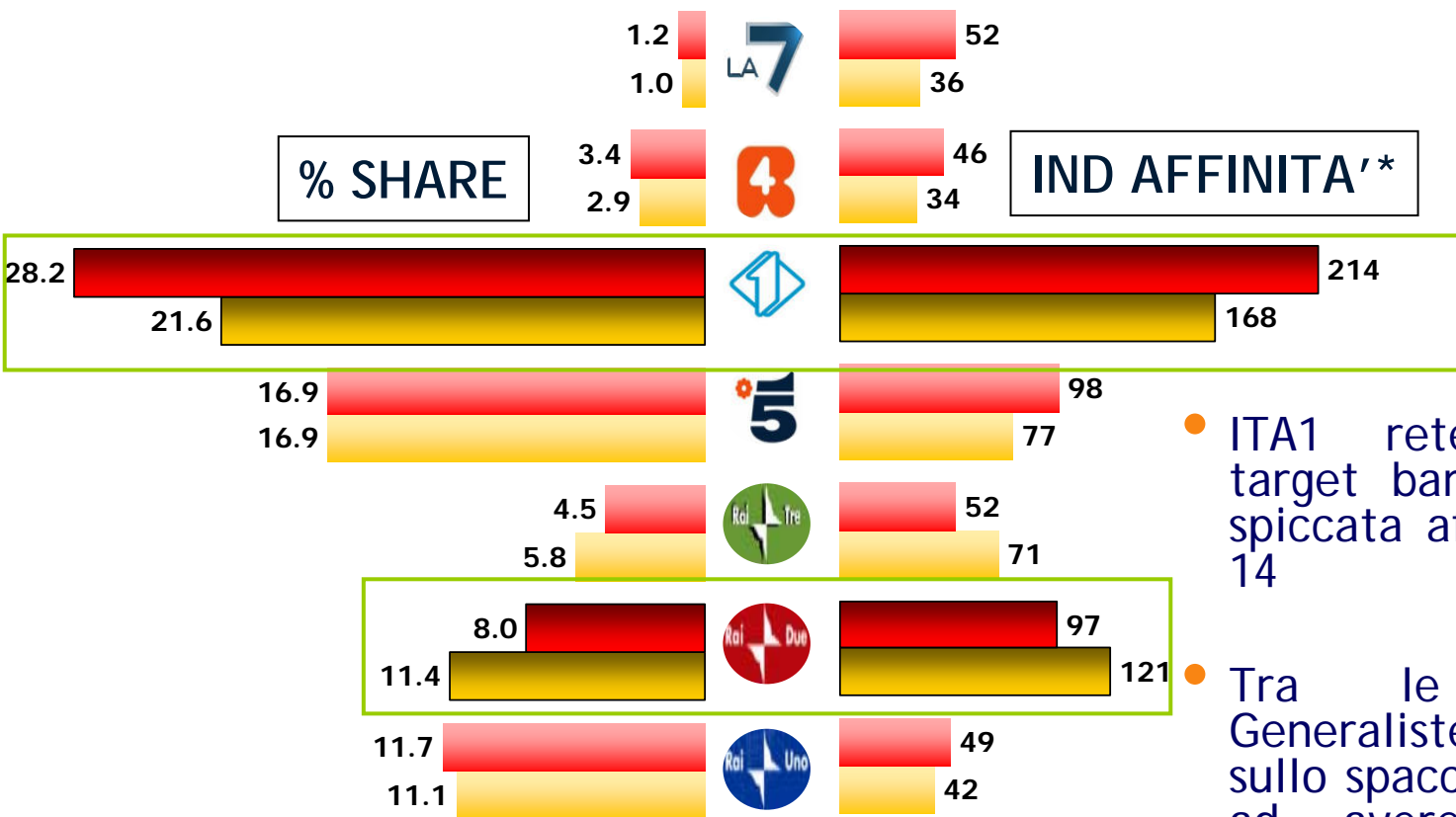
BAM 08-14

CONSUMO GIORNO

	2003*	2007*	
	21'09"	17'12"	↓
	18'57"	11'07"	↓
	08'34"	07'14"	↓
	32'05"	25'39"	↓
	47'16"	38'03"	↓
	06'22"	05'16"	↓
	01'23"	01'46"	↑
 Alt. Tv Terr	11'08"	10'29"	↓



ITA1 la più affine



- ITA1 rete leader sul target bambini, con una spiccata affinità sugli 08-14
- Tra le altre Tv Generaliste è la sola RAI2, sullo spaccato 04-07 anni, ad avere una buona concentrazione d'ascolto.



Starcom™



Fonte: Auditel - Fascia: 02.00 - 02.00

Periodo: 01-30/09/2007

* Base Totale Ascolto

ITA1: Un "taglio" su misura per gli 08-14 enni



BAM 08-14

BAM 04-07

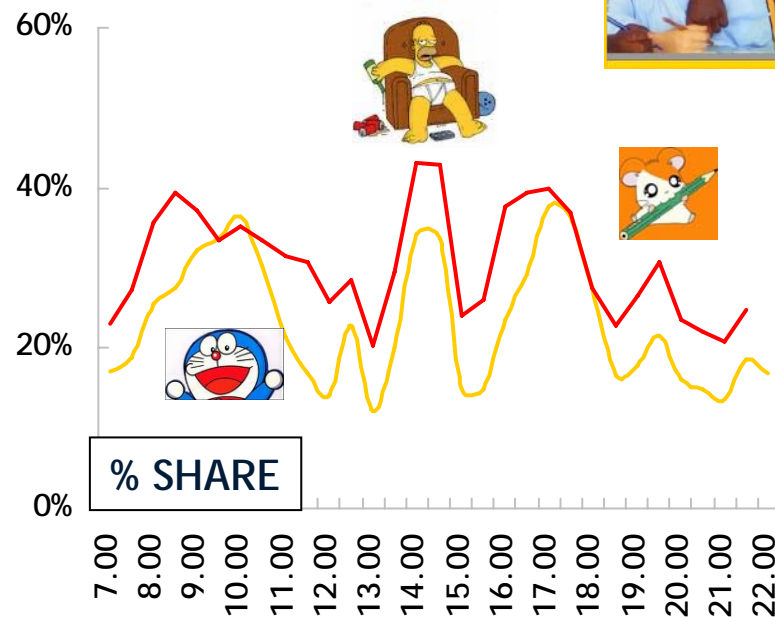


% SHARE

IND AFFINITA'*



- Punte di oltre il 40% di share sugli 08-14 nella fascia meridiana
- Tra le 17 e le 18 con una programmazione più dedicata (Hamtaro, Pokemon, etc..) la share dei più piccoli eguaglia quella degli 08-14 enni.



Fonte: Auditel - Fascia: 02.00 - 02.00

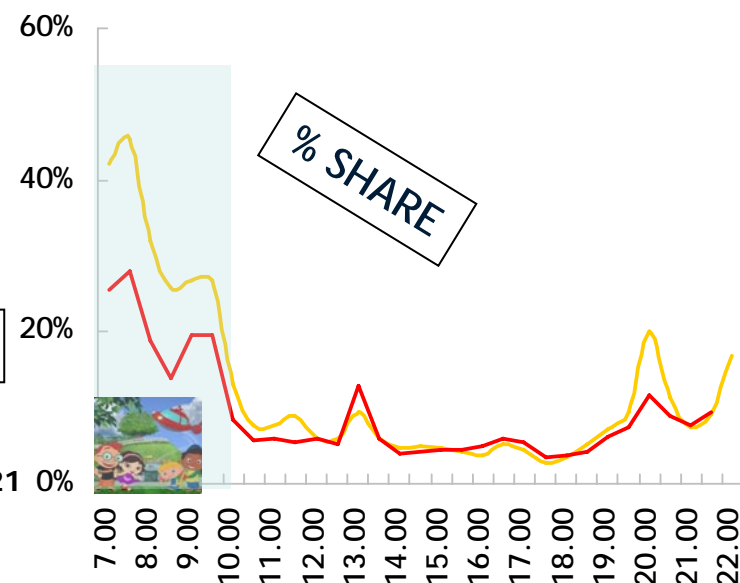
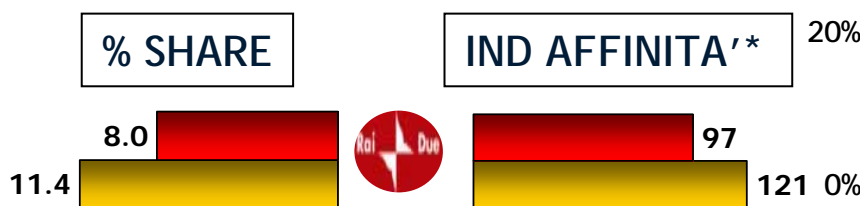
Periodo: 01-30/09/2007

* Base Totale Ascolto



Starcom™

RAI2 preferita dai 04-07 anni



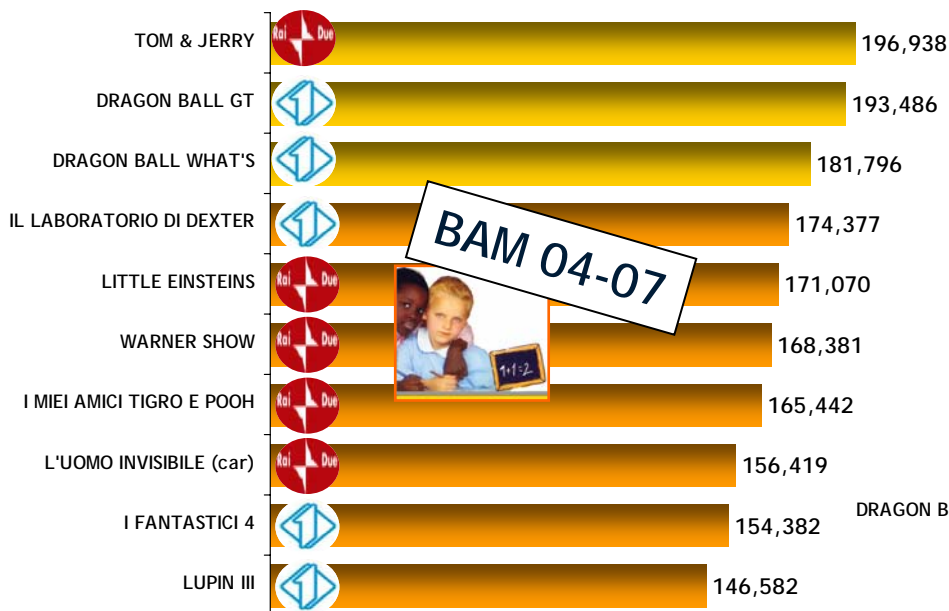
Inversa la tendenza di RAI2 che, rispetto ad ITA1, nella fascia mattutina, in cui programma a target bambini, presenta una marcata affinità sui 04-07 anni.

Fonte: Auditel - Fascia: 02.00 - 02.00 Periodo: 01-30/09/2007

* Base Totale Ascolto

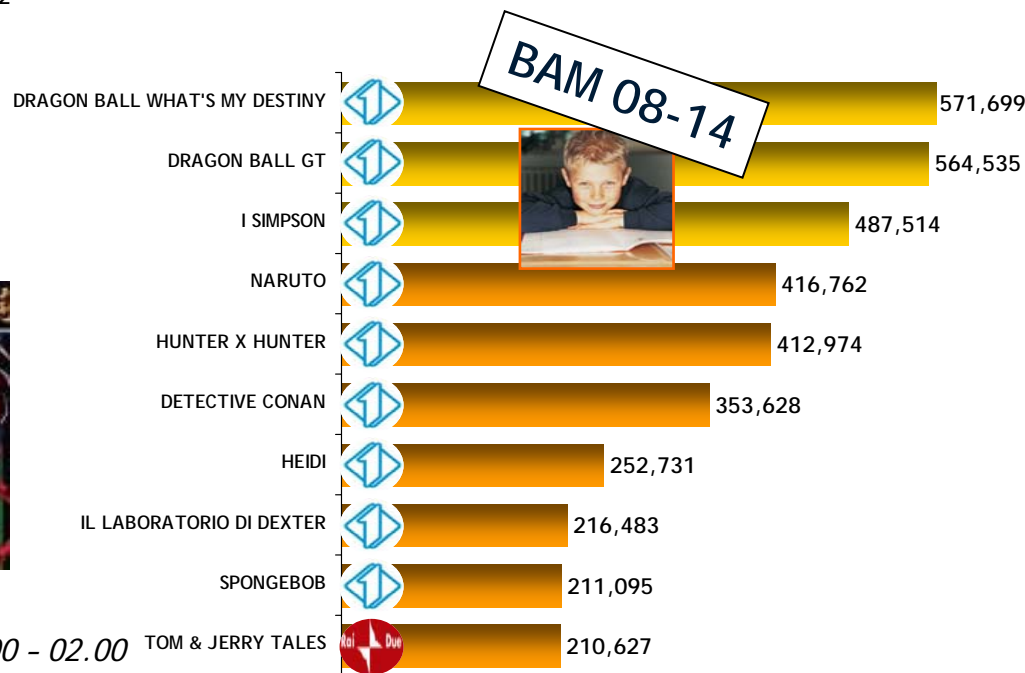


Tom & Jerry e Dragon Ball i cartoni più seguiti



BAM 04-07

Domina ITA1 sugli 08-14 enni. Il taglio dei propri cartoni porta RAI2 a conquistare gradimento sui più piccoli.



BAM 08-14



Fonte: Auditel - Fascia: 02.00 - 02.00

Periodo: 01-30/09/2007



Le “altre tv terrestri” non subiscono contrazioni

BAM 04-07						BAM 08-14						
2003	2004	2005	2006	2006*	2007*	2003	2004	2005	2006	2006*	2007*	
87.0%	83.3%	79.7%	77.3%	77.0%	71.7%	88.9%	85.5%	81.1%	79.2%	79.5%	75.6%	Tv Gen
7.0%	5.9%	8.1%	9.1%	9.4%	9.1%	7.1%	7.1%	6.7%	7.2%	7.3%	8.0%	Alt. Tv Terr

% SHARE



Starcom™

Fonte: Auditel Fascia: 02.00 - 02.00

* Gen/Sett

Le sorprese tra le “altre tv terrestri”

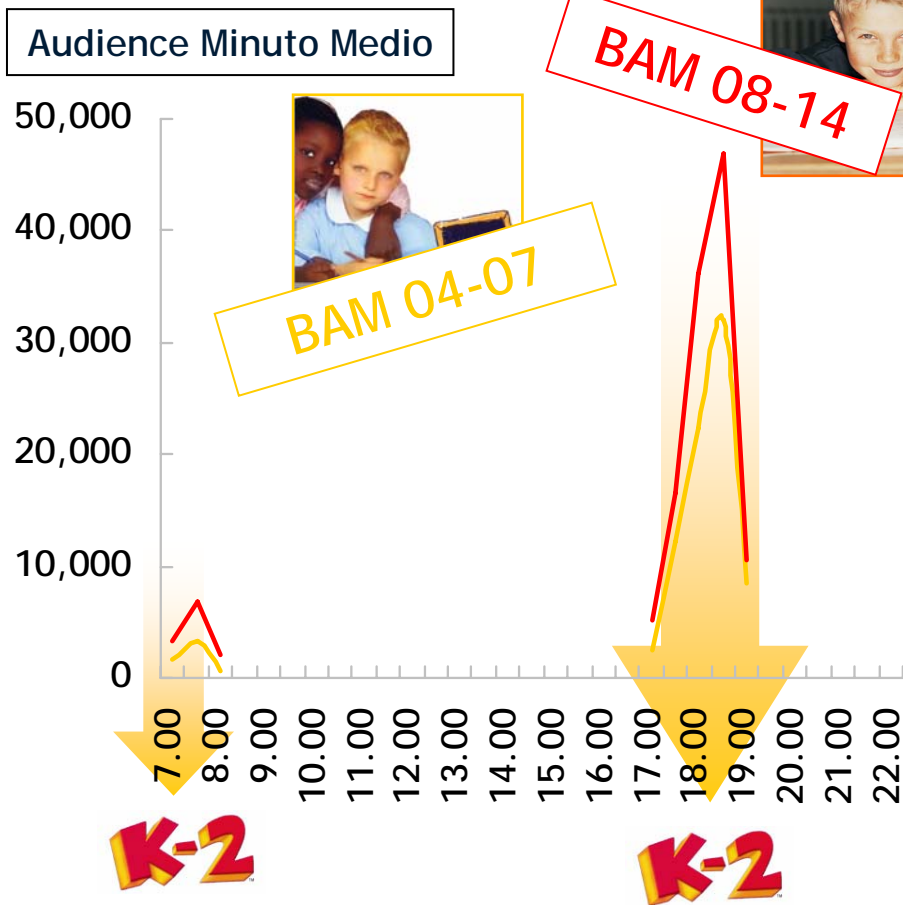


Boing™
Tv libera tutti.



Starcom™

Circuito K2



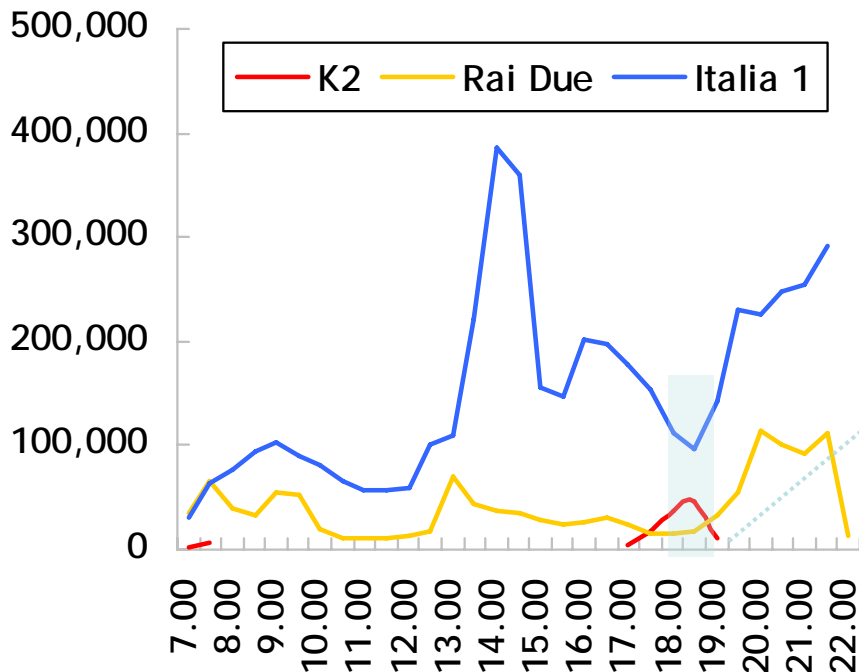
- Contenitore di programmi prodotto da JETIX Europe che trasmette su di un circuito di 17 emittenti locali "top"
- Tutti i giorni dalle 06.45 alle 08.00 e dalle 17.00 alle 19.00
- Alte audience nelle sue fasce di programmazione
- Un segnale che copre quasi l'80% del territorio

Fonte: Auditel - Periodo: 01-30/09/2007



K2: pomeriggio vincente

Audience Minuto Medio



K-2

K-2



BAM 08-14



Starcom™

Share Fascia
18.30-19.00

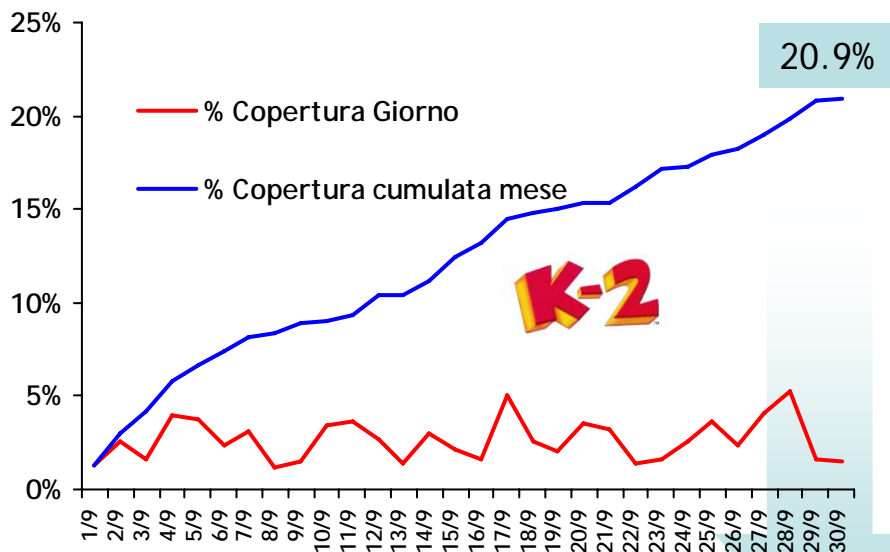
Rai2	4.2%
ITA1	22.8%
K2	11.1%

- Sui bambini 08-14, nella fascia pomeridiana 17.00-19.00, K2 supera abbondantemente RAI2 ed erode contatti ad ITA1. Raggiunto l'11% di share tra le 18.30 e le 19.00
- Più debole la performance mattutina del gruppo, schiacciato dalla forte concorrenza editoriale delle due emittenti nazionali

Fonte: Auditel - Fascia: 02.00 - 02.00

Periodo: 01-30/09/2007

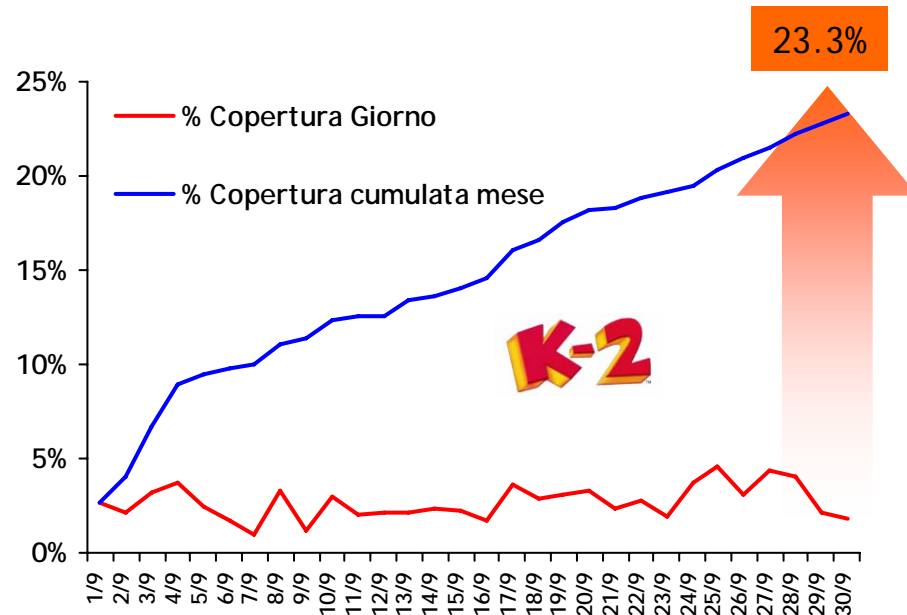
Fascia 17-19 K2: alto bacino potenziale



- Per la fascia di trasmissione di K2 (17-19), raggiunta, sui bambini 08-14, una copertura cumulata mensile del 23%



BAM 08-14



- Per la fascia di trasmissione di K2 (17-19), raggiunta, sui bambini 04-07, una copertura cumulata mensile del 21%



BAM 04-07



BOING: Prima Tv Tematica Free

Boing™

Tv libera tutti.



Starcom™

Prodotto da Mediaset e
Turner Broadcasting

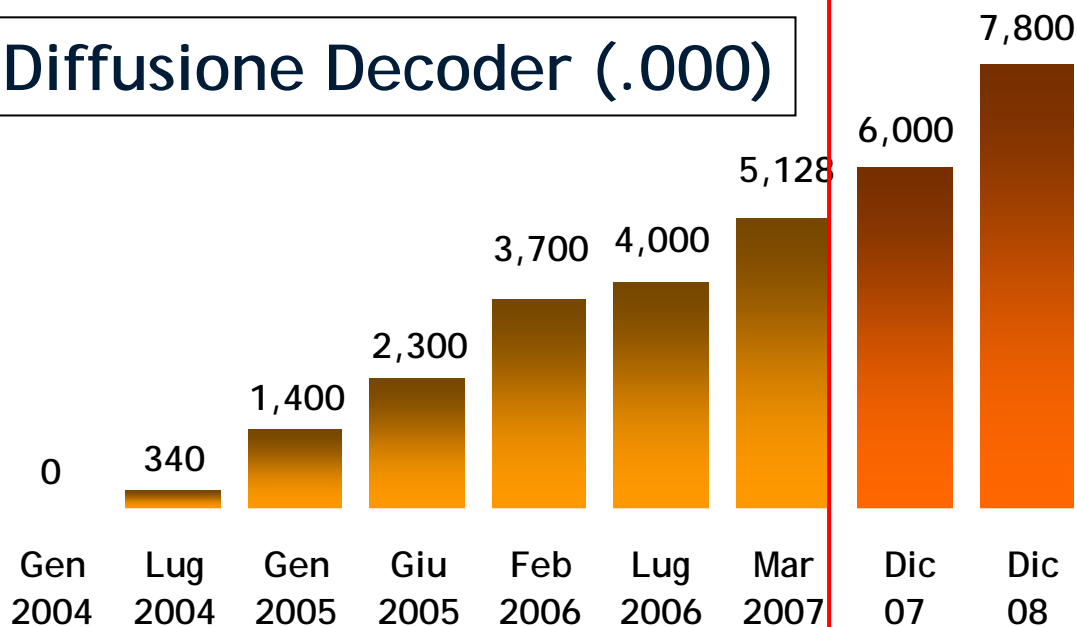
In chiaro solo per i
possessori del Digitale
Terrestre (10.2 mio)

Rilevata da
Auditel
Settembre 2007

15.000 a.m.m. sui
bambini 04-14 nel
totale giorno, per uno
share del 2.4%

Il Digitale Terrestre

Diffusione Decoder (.000)



- Oltre 5 milioni i decoder venduti
- 2.9 milioni di famiglie con carta MEDIASET PREMIUM, 800 mila per LA7 CARD
- Il segnale raggiunge quasi l'80% della popolazione



Previsione IT MEDIA CONSULTING



Starcom™

Fonti: GfK - DGTVi Marzo 2007

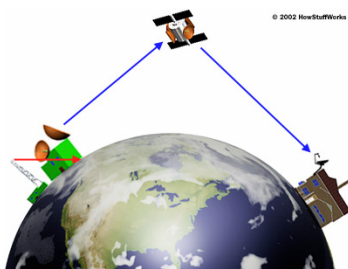


L'Offerta Satellitare



Starcom™

Forte attrazione dell'offerta "satellitare"



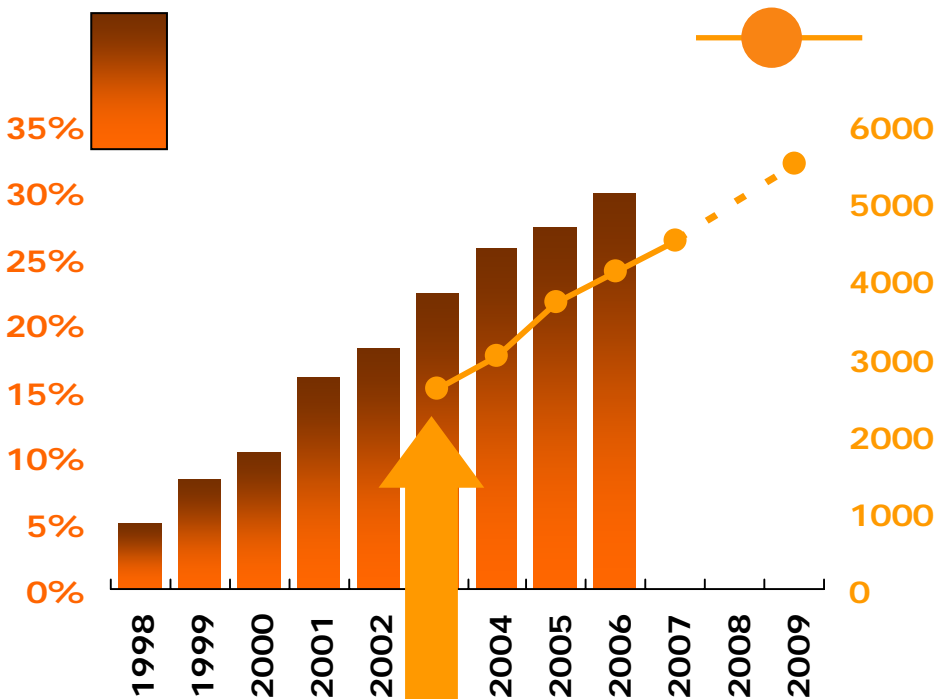
— 1 italiano su 3 oramai possiede una parabola

— Decisivo il contributo dato da SKY (agosto 2003) alla crescita della piattaforma SAT.

- 4.500.000 gli abbonamenti fissati ad obiettivo dalla Pay Tv a chiusura del 2007
- La proliferazione dei canali, l'ampliamento dei contenuti e i nuovi servizi offerti dovrebbero portare gli abbonamenti, nel prossimo triennio, alla ragguardevole cifra di 5.5 milioni.

% Possessori parabola

Abbonamenti SKY (.000)



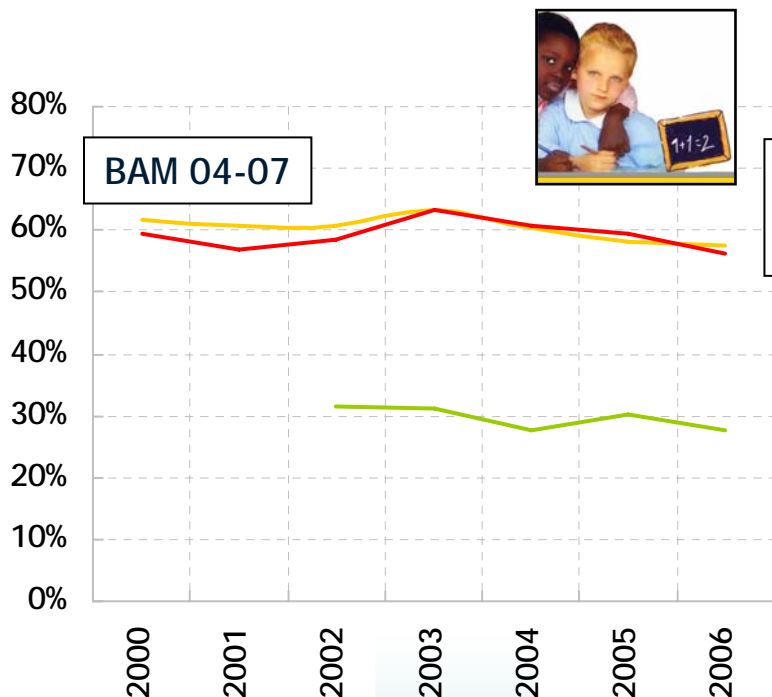
mySKY
La tv che cambia tutto



Starcom™

Fonte: Eurisko Sinottica /
Concessionaria

Le generaliste, ricordiamo, perdono contatti...

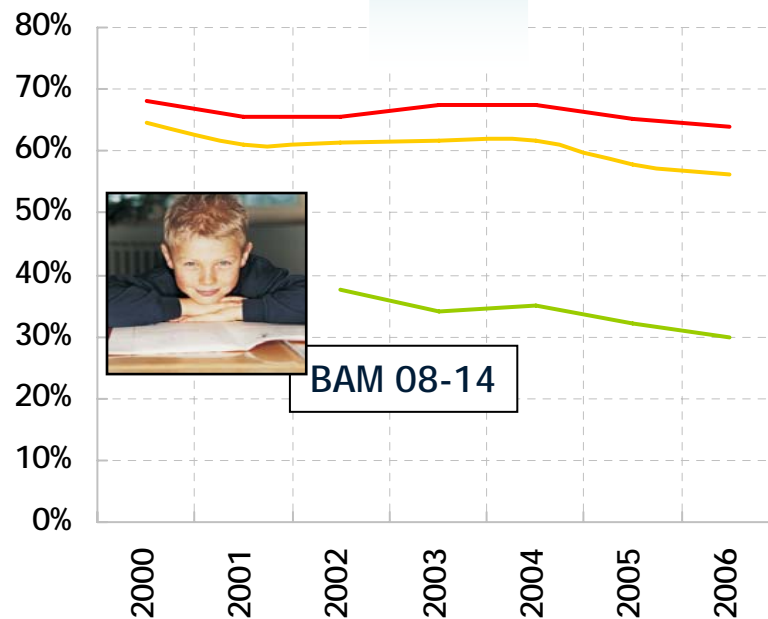
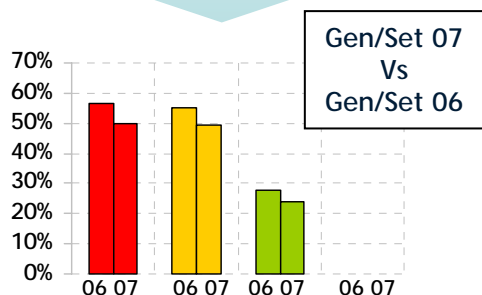
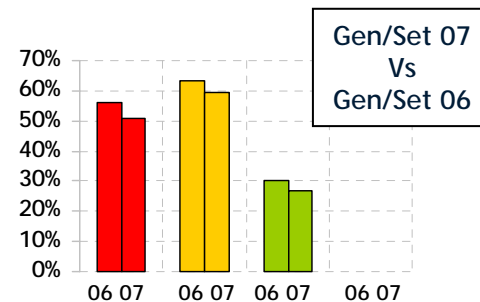


**% REACH
GIORNO MEDIO**

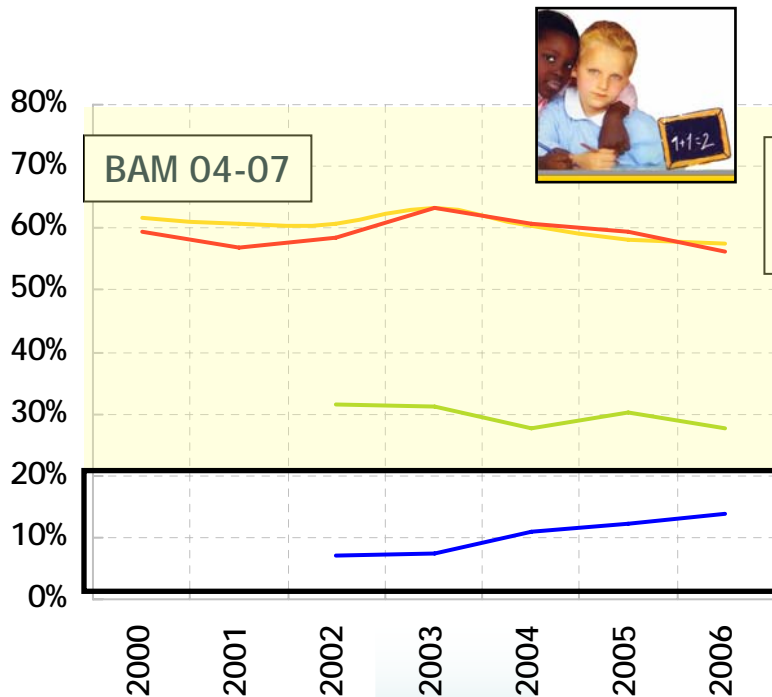
RAI

**MEDIA
SET**

**ALTRE
TV
TERR**



...le satellitari invece decollano



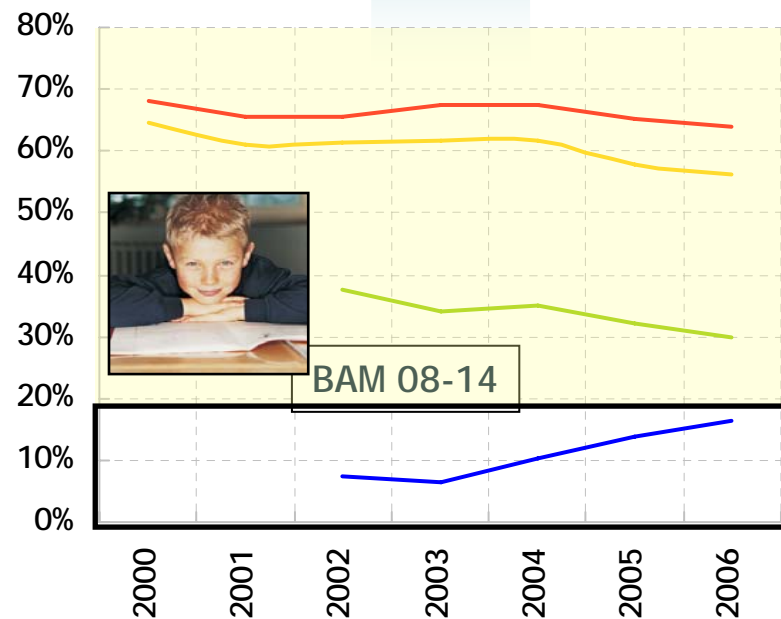
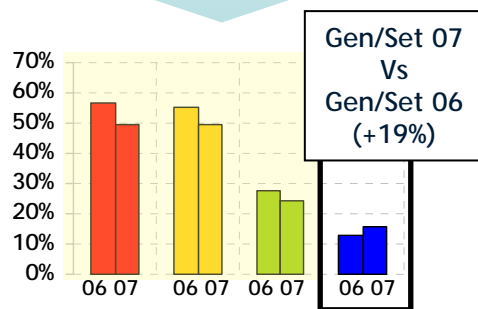
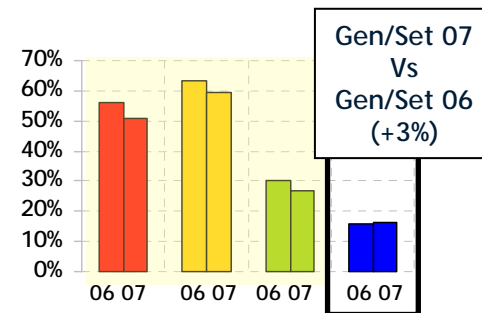
**% REACH
GIORNO MEDIO**

RAI

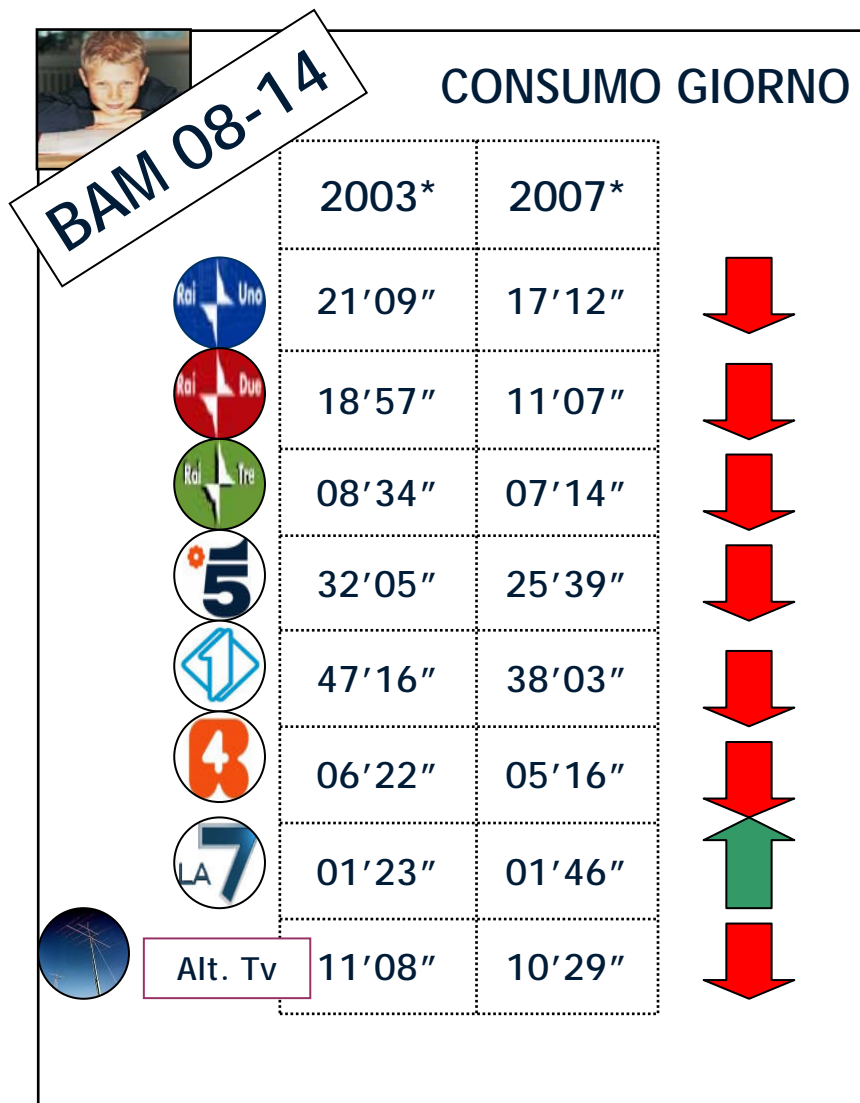
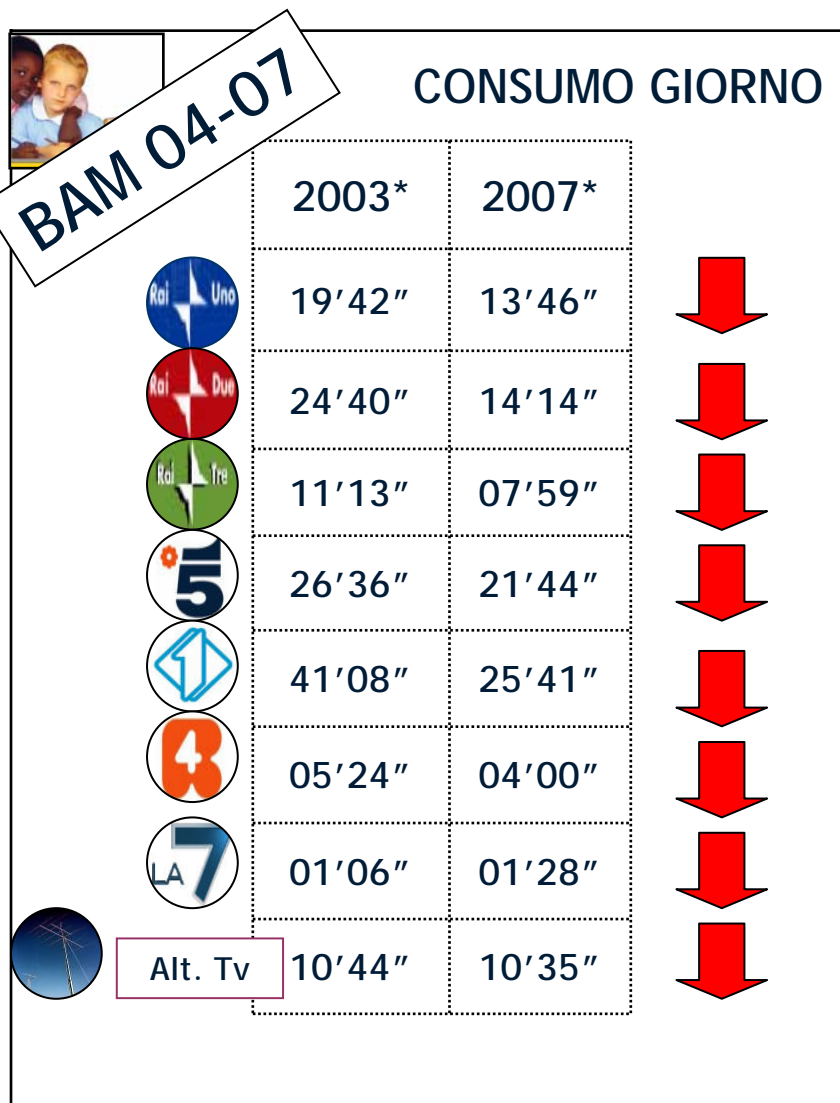
MEDIA
SET

ALTRE
TV
TERR











TV SAT













Le generaliste registrano un calo dei minuti medi di visione...



...le satellitari ottengono alti consumi

		CONSUMO GIORNO		
		2003*	2007*	
		19'42"	13'46"	↓
		24'40"	14'14"	↓
		11'13"	07'59"	↓
		26'36"	21'44"	↓
		41'08"	25'41"	↓
		05'24"	04'00"	↓
		01'06"	01'28"	↓
	Alt. Tv	10'44"	10'35"	↓
	Tv Sat	09'13"	23'44"	↑

		CONSUMO GIORNO		
		2003*	2007*	
		21'09"	17'12"	↓
		18'57"	11'07"	↓
		08'34"	07'14"	↓
		32'05"	25'39"	↓
		47'16"	38'03"	↓
		06'22"	05'16"	↓
		01'23"	01'46"	↑
	Alt. Tv	11'08"	10'29"	↓
	Tv Sat	06'12"	23'09"	↑

Dirompente l'avanzata delle Tv sat

RAI MEDIASET LA7 ALT TERR TV SAT

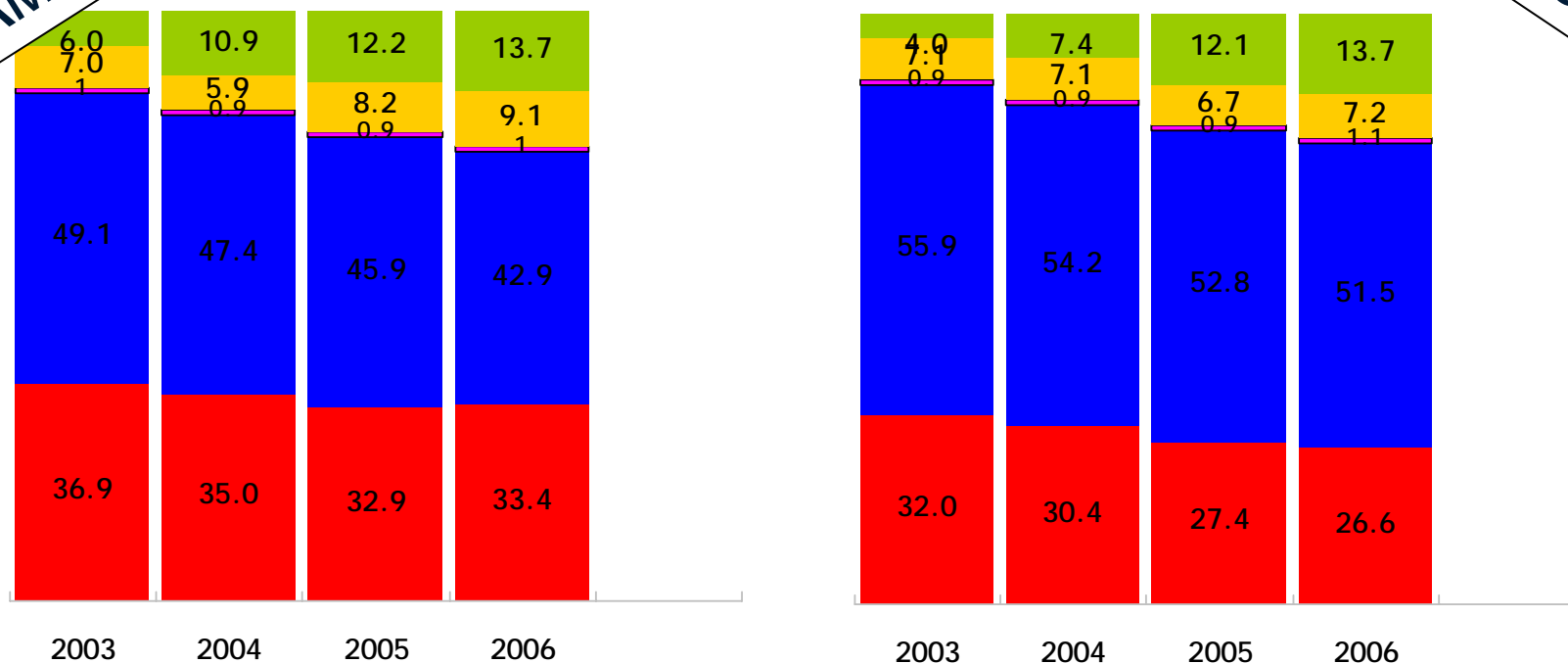
% SHARE



BAM 04-07



BAM 08-14



Starcom™

Fonte: Auditel Fascia: 02.00 - 02.00

01-30/09/2007

Dirompente l'avanzata delle Tv sat

RAI MEDIASET LA7 ALT TERR TV SAT

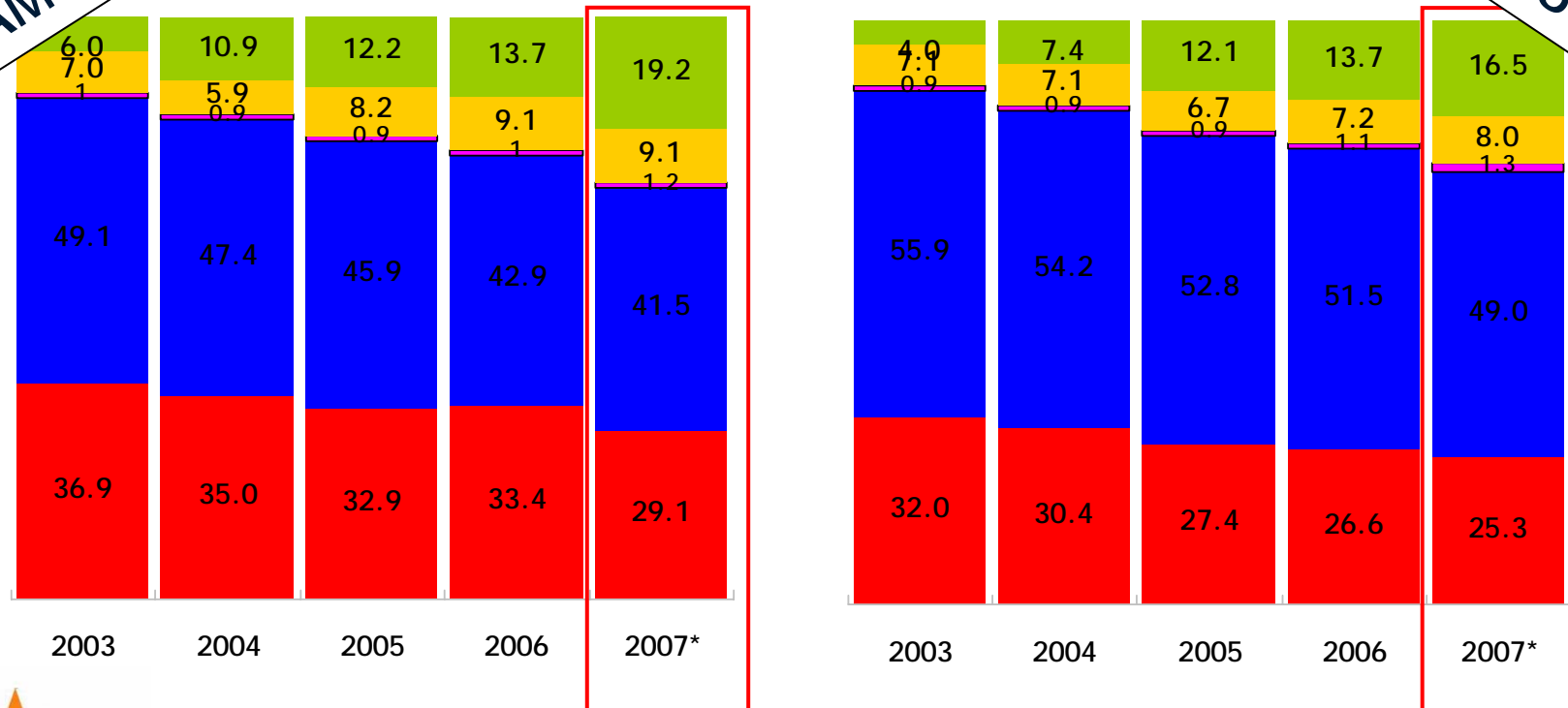
% SHARE



BAM 04-07



BAM 08-14



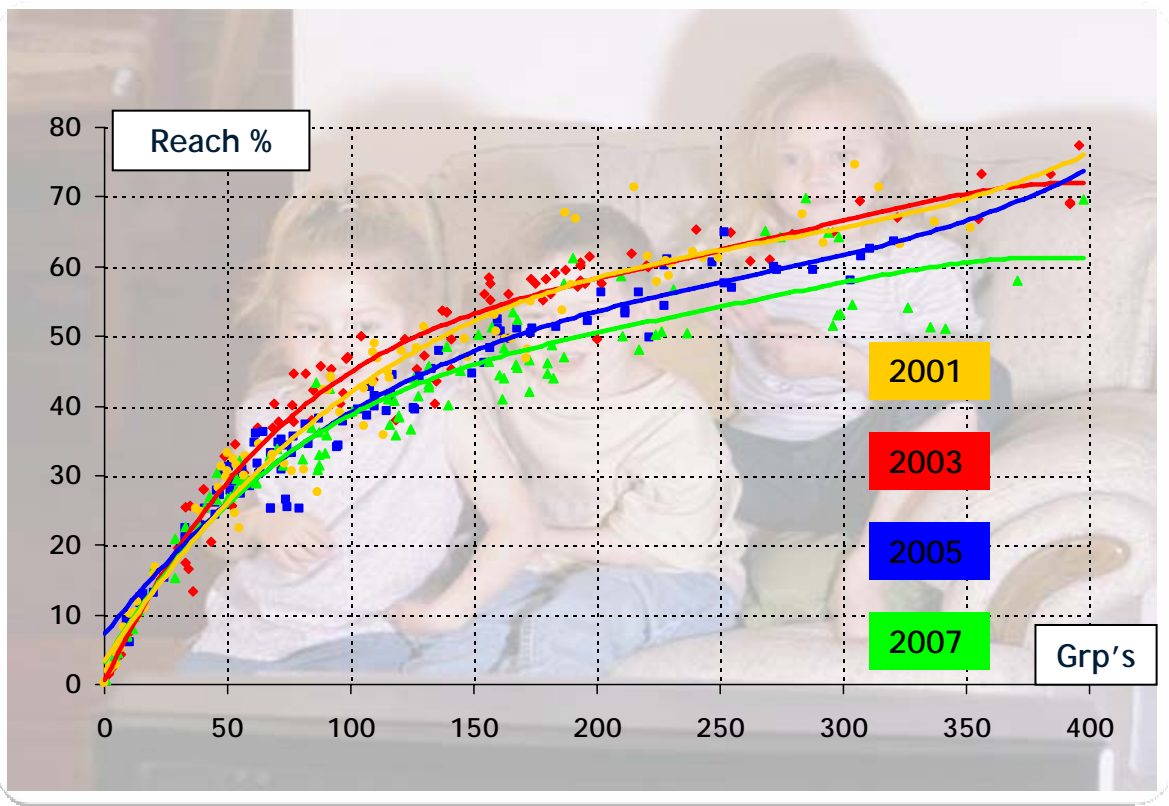
Starcom™

Fonte: Auditel Fascia: 02.00 - 02.00

* Gen/Sett

Gen/Sett

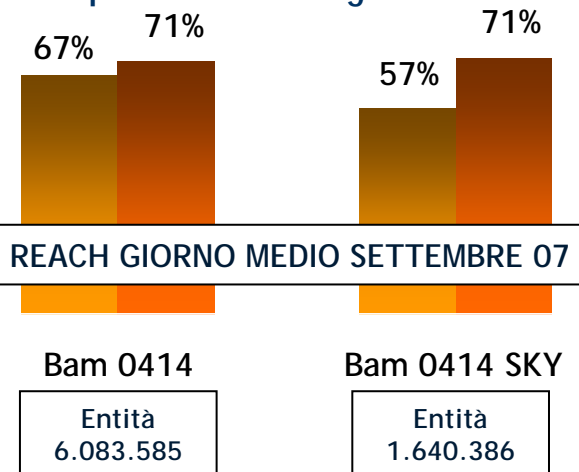
Campagne Bambini Mese di Maggio



- Rispetto al passato quando era minimo l'impatto delle Tv Sat sull'offerta bambini, sono oggi necessari, sulle tv generaliste, più grp's per raggiungere determinati livelli di Reach%

- Possibilità di recupero del differenziale di Reach% sulle piattaforme digitali

- 14 punti di reach esclusiva per i bambini con abbonamento SKY rispetto alle 7 tv generaliste



RAI/MSET/LA7

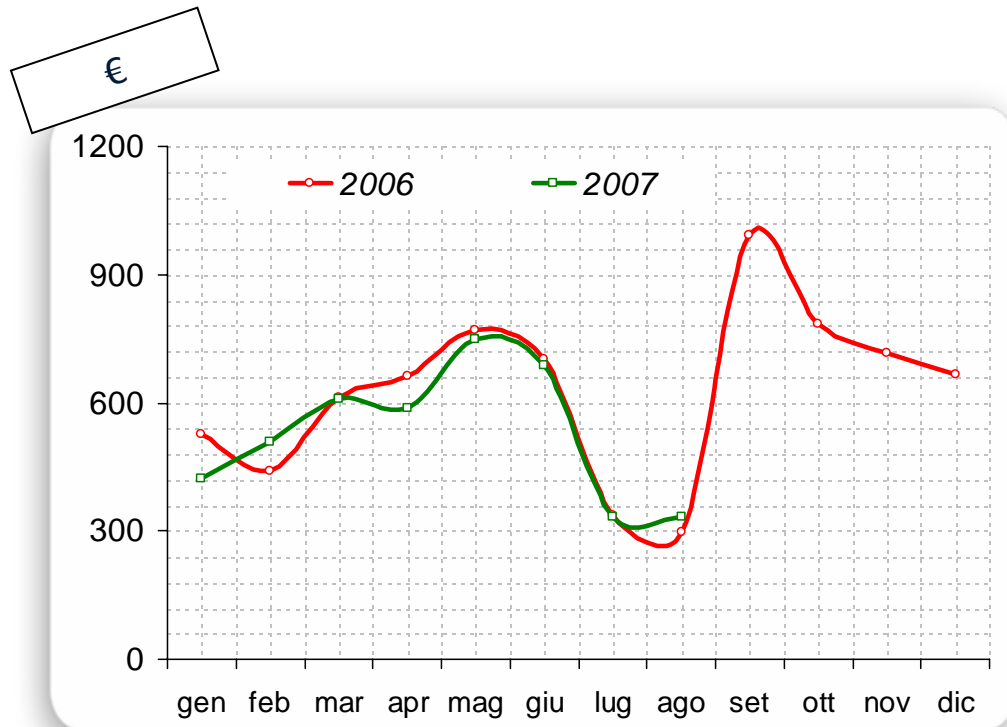
RAI/MSET/LA7 + SAT

Fonte: Auditel/MTVS Fascia: 07.00 - 02.00



Starcom™

Trend Cpg campagne bambini Mediaset



- Selezionate le sole campagne a target bambini trasmesse dalle reti Mediaset
- La maggiore domanda di spazi nel “back to school” a settembre e nel periodo prenatalizio portano il costo*grp ad essere più alto rispetto alla media del 1° semestre



"Sat Tv": dal 01/04 i primi dati Auditel

18-APR-2007

Quotidiano Roma

Direttore: Antonio Padellaro

ASCOLTI Ora vengono rilevate anche le reti sul satellite: le vedono 13 milioni di persone al giorno
L'Auditel dà i numeri: i canali satellitari crescono

**Rivoluzione
Auditel**
A Sky il 9,5% di audience
Il record spetta al calcio
ma volano i canali satellitari
PR-2007

CORRIERE DELLA SERA
Direttore: Paolo Mieli
Lettori Audipress

Quotidiano Roma

Il satellite debutta nell'Auditel
tra i "nano-share" vince il calcio
Prima giornata di rilevazioni per i 130 canali Sky, che totalizza

la Repubblica
Direttore: Ezio Mauro

Quotidiano Milano

24 ORE
Direttore: Ferruccio de Bortoli

Lettori Audipress 1242000

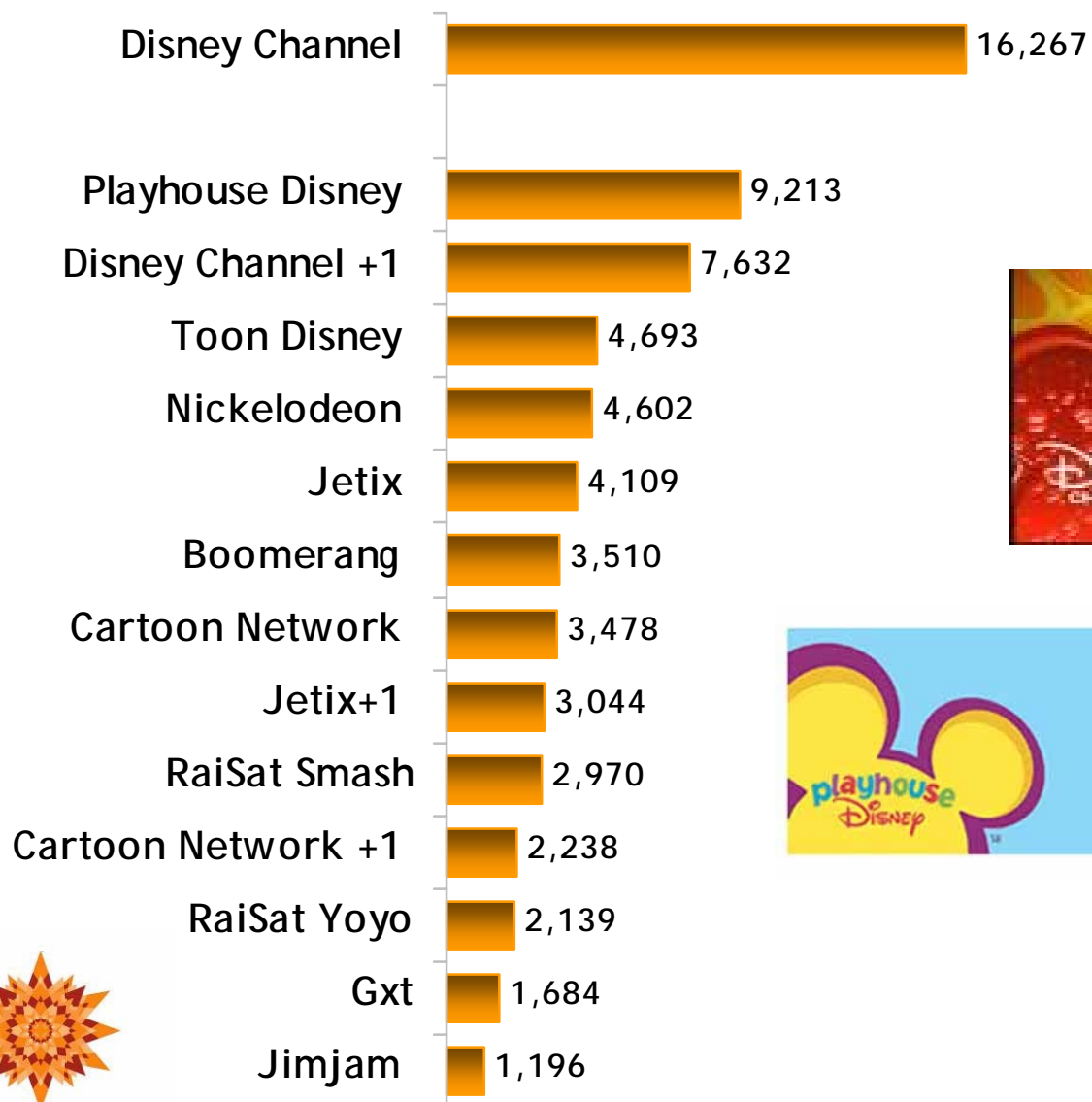
SKY
Media. I dati Auditel: la domenica premia Sky, Fox e Rai
Satellite, un milione di spettatori al giorno

Televisione. Al via le rilevazioni di audience sul satellite **Pag. 22**

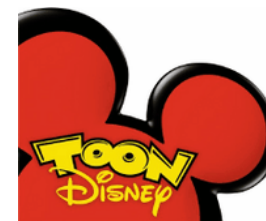


Starcom™

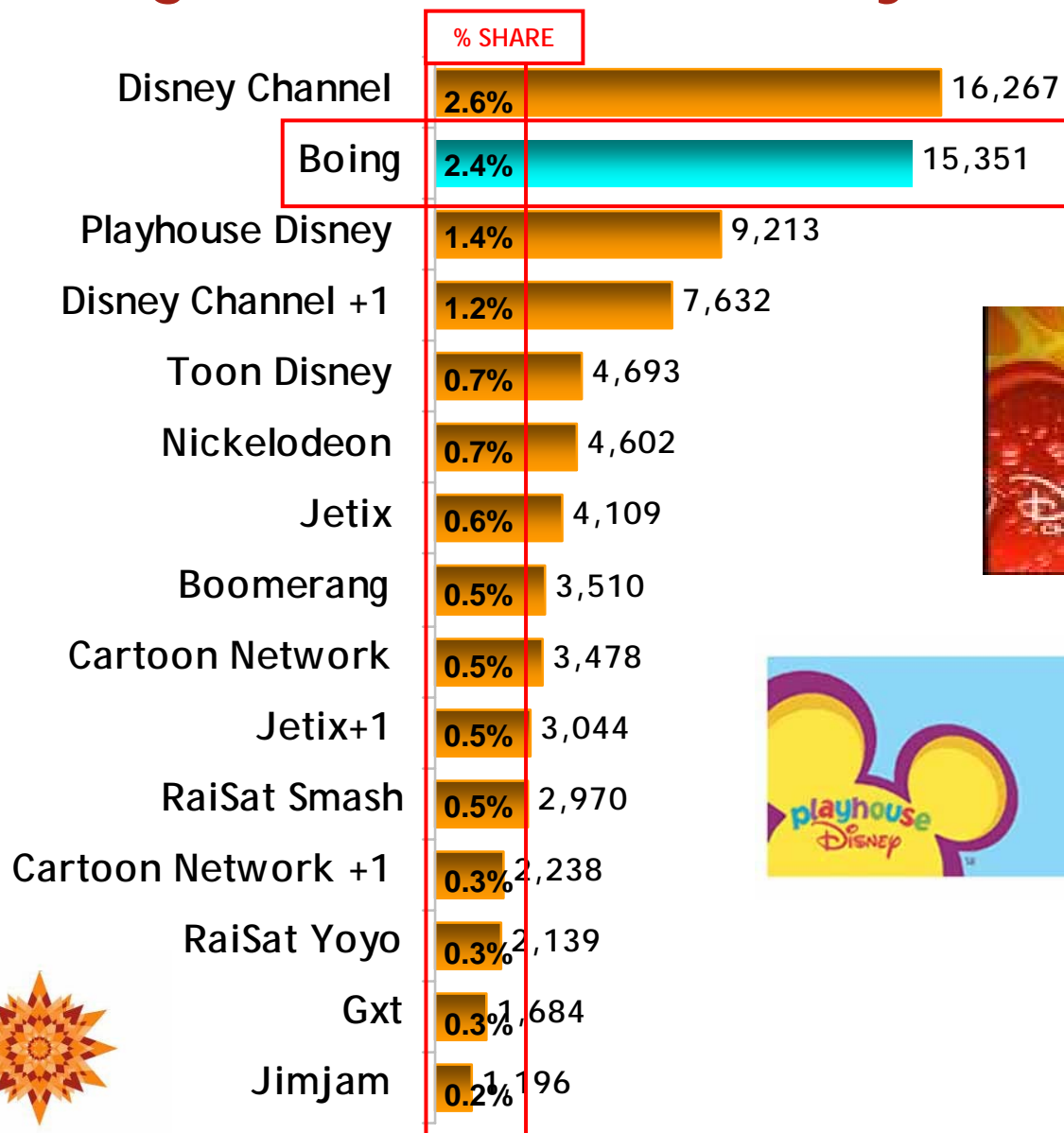
Predominio dei canali Disney



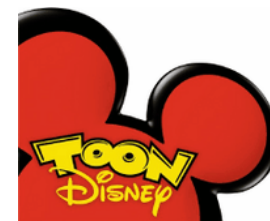
Audience
BAMBINI 04-14



Boing sui livelli di Disney Channel



**Audience
BAMBINI 04-14**

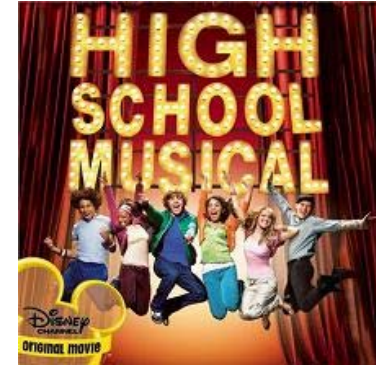
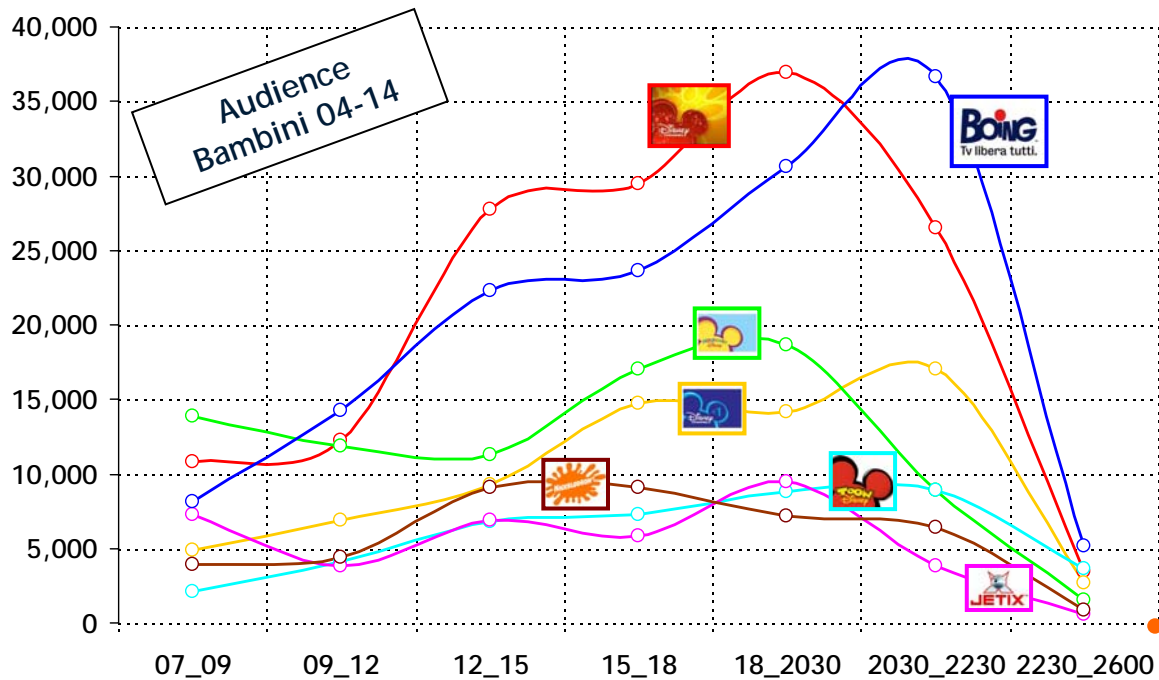


Starcom™

Fonte: Auditel Fascia: 02.00 - 02.00

01-30/09/2007

Le curve d'ascolto dei canali più seguiti



Playhouse Disney il più visto la mattina



- Disney Channel predomina nel pomeriggio
- Boing Tv bene in Prime Time



Starcom™

Fonte: Auditel Fascia: 07.00 - 02.00

01-30/09/2007

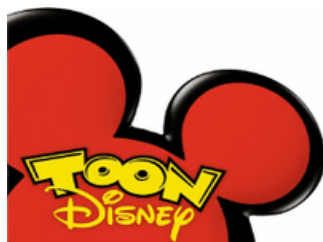
Una panoramica dei principali canali



Disney Channel è un canale televisivo tematico per ragazzi e famiglie. Come la controparte Americana, Disney Channel Italia non trasmette mai pubblicità.



Playhouse Disney è un canale televisivo tematico per bambini al di sotto dei sei anni. In onda in Italia dal 01/05/2005, trasmette programmi adatti ai più piccoli.



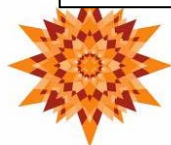
Toon Disney è un canale televisivo tematico per ragazzi di ogni età, approvato in Italia il 24/12/2004 che trasmette ininterrottamente 24 ore su 24 cartoni animati alternati, nel fine settimana, a pellicole d'animazione. Da Ottobre 2006 Toon Disney è inoltre l'unico canale della famiglia Disney che trasmette, durante le sue pause, da un cartone all'altro, pubblicità commerciali.



Nickelodeon prodotto da MTV ITALIA per il 51 % di proprietà di Telecom Italia Media e per il restante 49 % di proprietà di MTV Network Europe (gruppo Viacom). Nickelodeon trasmette una programmazione dedicata ai bambini costituita da cartoni animati.



Jetix canale realizzato da Jetix Europe che trasmette principalmente cartoni animati per ragazzi. In America Jetix è proprietà non della Jetix Europe ma dalla Disney. Da notare che comunque Jetix Europe è una società di proprietà al 74% della Disney.



Una panoramica dei principali canali



Boomerang è un canale televisivo che trasmette tutti i cartoni che hanno fatto la storia nel mondo dell'animazione. Nato il 31/07/2003, il canale si può definire uno "spin-off" di Cartoon Network.



Cartoon Network è un canale creato da Turner Broadcasting. In Italia appare nel 1996 all'interno della piattaforma digitale satellitare di Telepiù.



RaiSat Smash è un canale, appartenente al gruppo RAI in onda dal Novembre 2006. Questo canale è pensato per essere sempre più vicino ai gusti e alle aspirazioni dei ragazzi e teenagers.



RaiSat YOYO è un canale, appartenente al gruppo RAI in onda dal Novembre 2006. Trasmette programmi per bambini da 0 a 6 anni prodotti sia dalla RAI che da produzioni esterne. RaiSat YOYO manda in onda per tutto il giorno cartoni animati, fiction, favole e produzioni originali.



JimJam trasmette tutti i giorni dalle 7:30 alle 21:30 uno spazio dedicato ai bambini piccoli fino ai 6 anni di età. La programmazione di JimJam incoraggia lo sviluppo e la crescita attraverso gioco, musica, danza e l'apprendimento della lingua inglese.



Conclusioni

- In difficoltà le Tv Generaliste sul target bambini. Complice una riduzione nell'offerta specifica sul target (scomparsa nel giro degli ultimi 7 anni la programmazione ad hoc su RAI1, CAN5 e LA7 e contrattasi quella di RAI2 e ITA1), perdono consistenti quote di reach% tanto sui 4-7 quanto sugli 08-14 anni.
- I tagli editoriali spingono RAI2 ad essere più affine ai 4-7 anni e ITA1 agli 08-14
- Le "Altre Tv Terrestri" grazie ai successi del circuito areale K2 e del canale BOING sul digitale terrestre non subiscono contrazioni di share come avviene sulle sette generaliste.
- Imponente l'avanzata delle Tv Satellitari. Sempre più esclusivo il loro consumo che le rende necessarie per compensare il marcato calo di reach delle tv tradizionali. I bambini abbonati a SKY passano più della metà della loro giornata televisiva sui canali satellitari.

