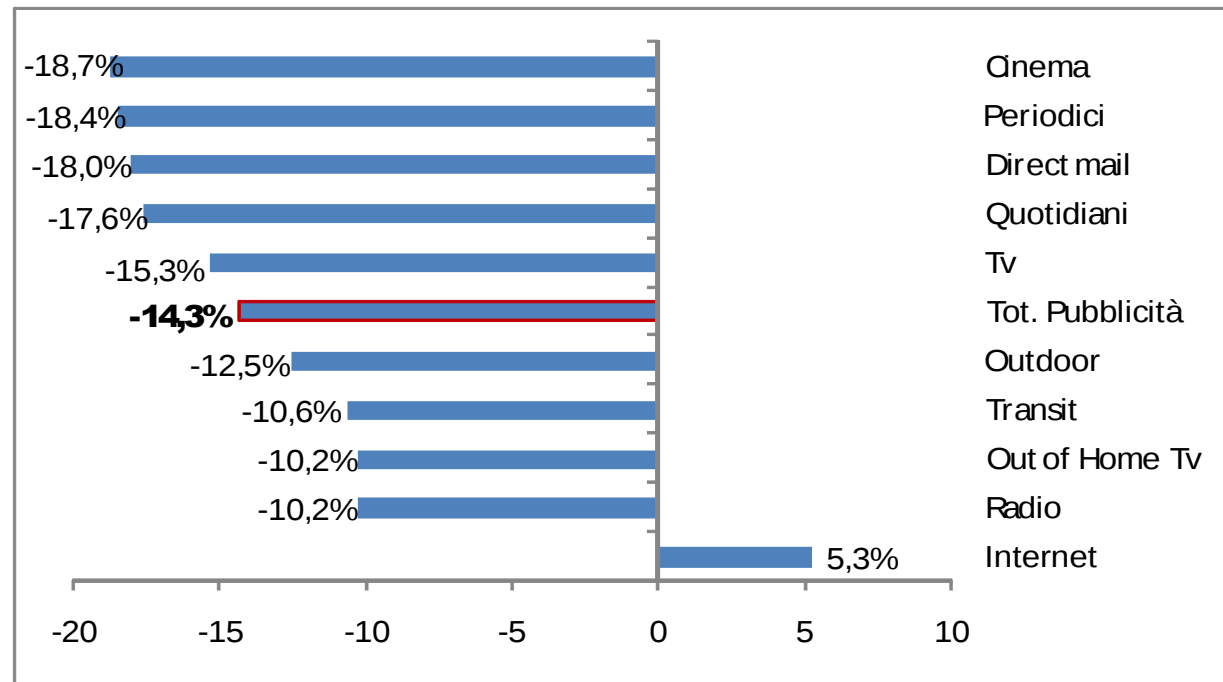




Trend di mercato: le risorse pubblicitarie

- ✓ Il mercato della pubblicità ha chiuso il suo peggiore anno degli ultimi 20 con una performance negativa del -14,3% (dato Nielsen)
- ✓ Per la 1 volta dal 2003 scende sotto la soglia degli 8 MLD € a prezzi correnti.
- ✓ In termini reali (netto dell' inflazione), si torna ai livelli del 1991
- ✓ Si è ormai in presenza di un **cambio strutturale** e non congiunturale nella composizione stessa del mercato
- ✓ Internet, unico settore con segno positivo (non più a doppia cifra)

Investimenti pubblicitari variazioni % 2011-2012

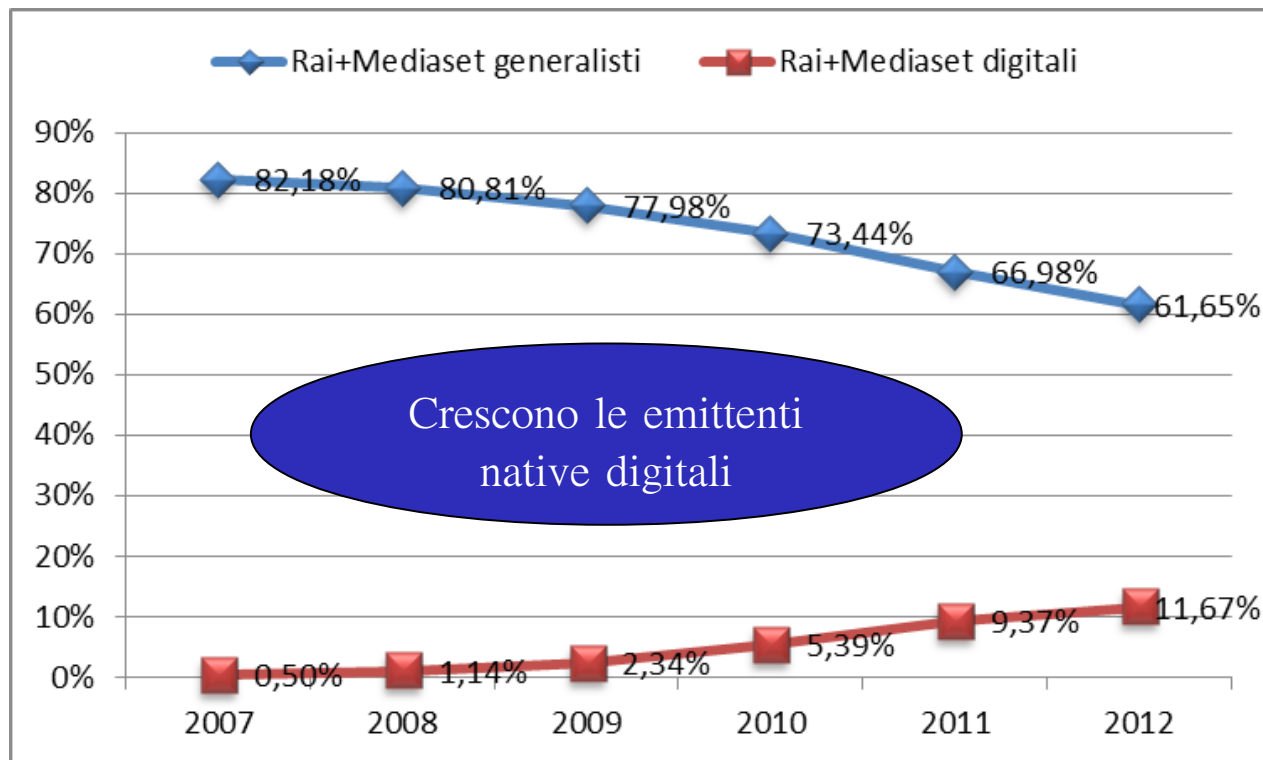


Fonte: elaborazioni Iem - Roselli su Nielsen



- ✓ Ma all' interno della piattaforma terrestre l' ascolto si è frammentato...
- ✓ I canali generalisti hanno perso 20 punti dal 2007 al 2012
- ✓ Gli ascolti dei canali digitali di Rai e Mediaset sono cresciuti senza compensare le perdite accusate dalle reti generaliste.

Audience share 2007-2012



Fonte: elaborazioni Iem - Rosselli su dati Auditel

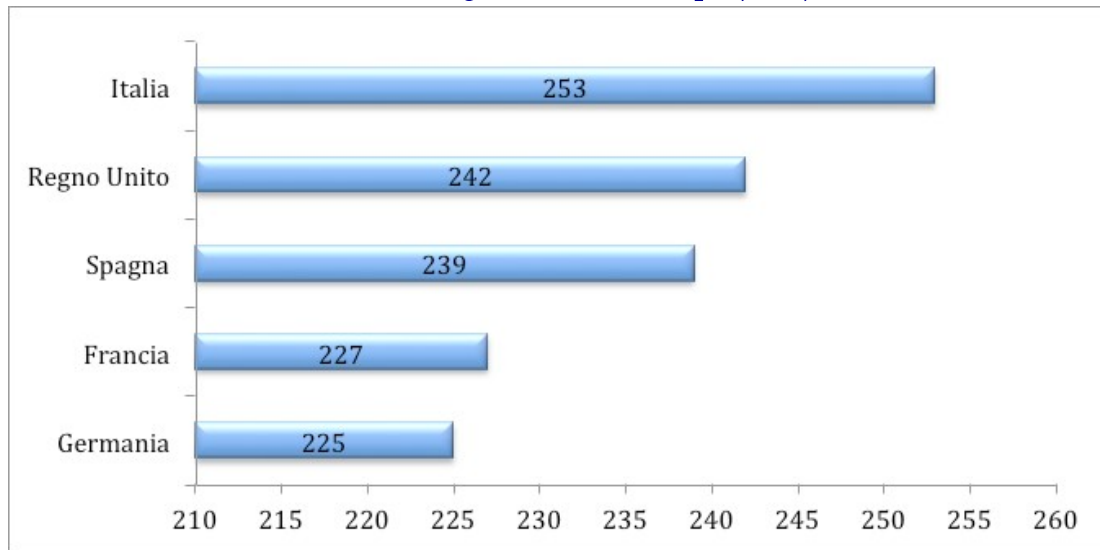


Dinamiche degli ascolti: la crescita dei consumi audiovisivi

- ✓ Complice la crisi economica si assiste ad una crescita progressiva dei consumi televisivi



Minuti di fruizione televisiva giornaliera in Europa (2011)



Fonte: elaborazioni IEM Roselli da Ofcom

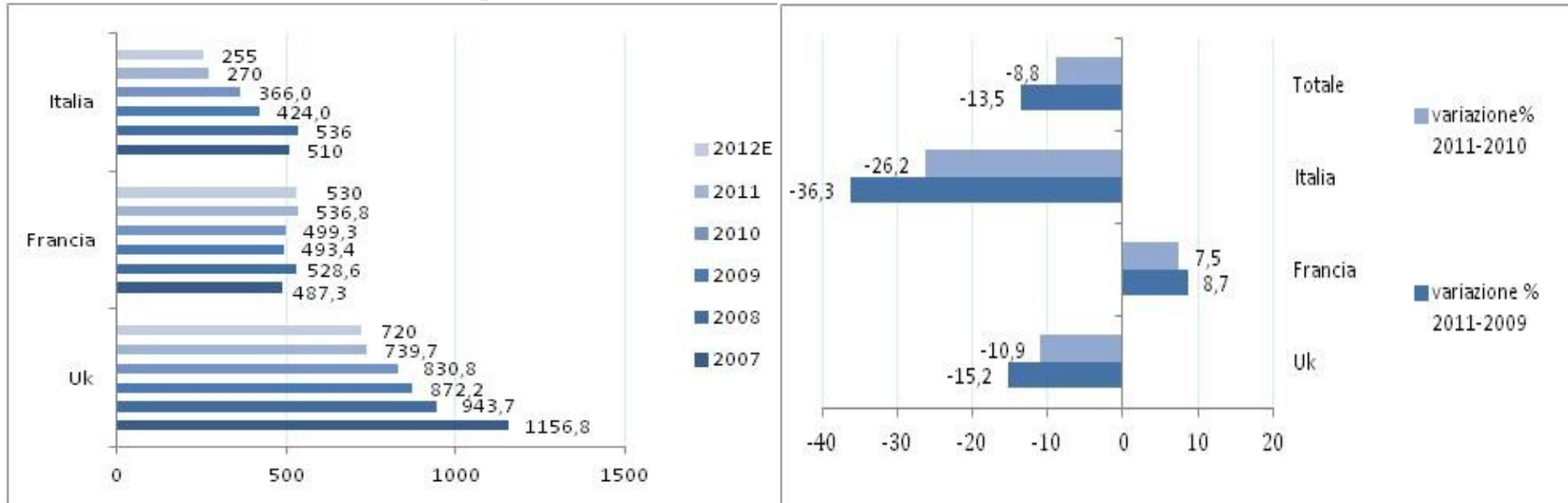
- ✓ L'Italia detiene il record europeo dei minuti di fruizione televisiva rispetto ai principali competitor



Industria italiana in affanno: il confronto con l' estero

- ✓ I dati raccolti relegano il nostro Paese in una **posizione marginale** rispetto ai nostri principali competitor europei.
- ✓ A fronte di un ridimensionamento del volume di affari, le performance risultano differenti da Paese a Paese: dai 720 milioni in UK ai 537 della Francia (mercato più stabile negli anni della crisi).
- ✓ Italia: fanalino di coda (270 M€) e variazioni negative più marcate rispetto alla media.

Spesa broadcaster in fiction 2007-2011 (UK, Francia e Italia)



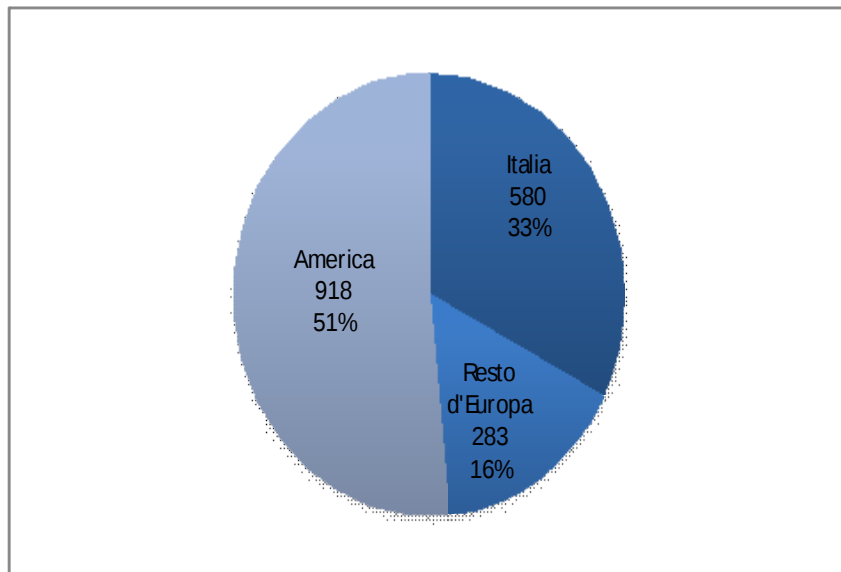
Fonte: elaborazioni IEM Roselli su fonti varie



Industria italiana in affanno: il calo dell' output produttivo

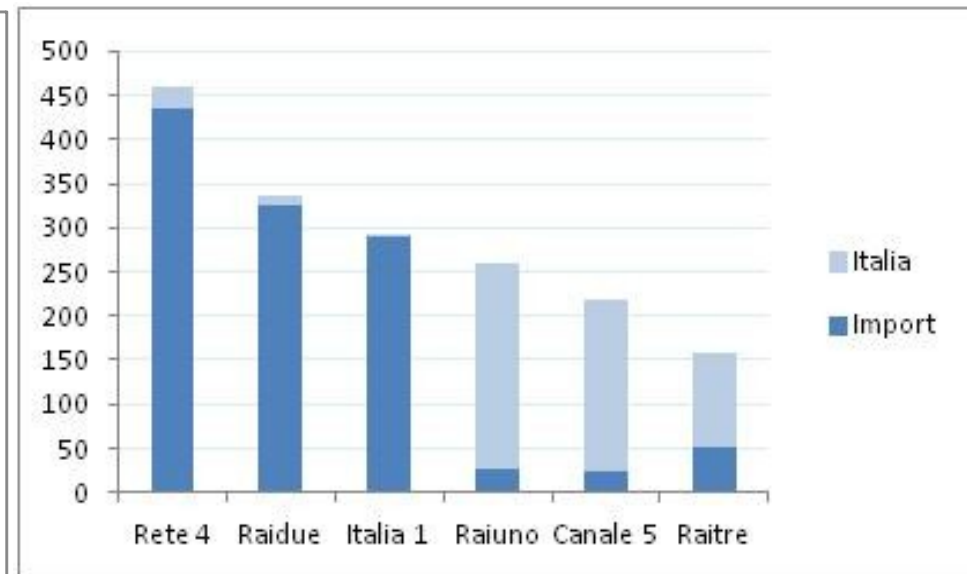
- ✓ I volumi produttivi annui si sono ridotti di un terzo nell' arco di 5 stagioni restringendo ulteriormente gli spazi di concorrenza tra le imprese.
- ✓ Nel periodo settembre 2011 ed agosto 2012 solo il 33% della fiction trasmessa era di origine italiana.
- ✓ Sulle ammiraglie si addensa prodotto domestico pregiato (ascolti sopra la media di rete), sulle reti cadette quello estero di matrice prevalentemente seriale.

Italia: origine della fiction nel prime time (%) sett 2011-ag-2012



Fonte: OFI. Rai e Mediaset

Italia: distribuzione fiction nel prime time sett 2011-ag-2012



Fonte: OFI. Rai e Mediaset