

21 ottobre 2009 12:21

ITALIA: Televisione. Il sorpasso: dal 2012 i ricavi da pay tv supereranno quelli da pubblicità'

La struttura dei ricavi del mercato televisivo italiano è drasticamente cambiata negli ultimi anni e tale cambiamento si intensificherà entro il 2012. Il dato di maggior rilievo è il sorpasso dei ricavi da Pay-TV che al 2012 potrebbero raggiungere il 41% del totale mercato a fronte di un 40% di ricavi derivante da inserzioni commerciali.

Lo prevede lo [studio di e-Media Institute denominato 'Verso il 2012. Dal mercato tv al mercato integrato degli audiovisivi di rete'](#).

Con circa 3,8 miliardi di euro, il pagamento diretto contribuirà al 41% dei ricavi del sistema tv. Il canone, considerando l'assenza di manovre di recupero di evasione e morosità, si attesterà al 19 per cento.

Il sorpasso dei ricavi derivanti dal pagamento diretto su quelli derivanti da inserzioni commerciali è un fenomeno fisiologico di tutti i mercati televisivi avanzati. Sui mercati francese e britannico tale sorpasso si è determinato già da alcuni anni. In Italia il ritardo del decollo della Pay-TV lo ha invece posticipato.

Lo sviluppo del sistema televisivo italiano, che procede verso un contesto All Digital, si caratterizza per cinque grandi tendenze: in primo luogo lo sviluppo della competizione nella TV gratuita che da qui al 2012 vedrà la comparsa di nuovi canali e nuovi attori, molti dei quali entreranno sul mercato con offerte mini-generaliste. In secondo luogo, sul mercato Pay parte la conquista di nuovi pubblici finora lontani dalle offerte a pagamento. Inoltre, si intensifica la competizione sul versante delle offerte "tecnologiche": servizi aggiuntivi e advanced come l'Alta Definizione, il PVR e la TV 3D. Sul versante dell'intersezione broadcast-broadband si prospettano nuove soluzioni e, infine, sempre sul versante del broadband content, gli operatori TV dovranno trovare il modo di proteggere maggiormente il proprio contenuto dagli ambienti extra-editoriali.