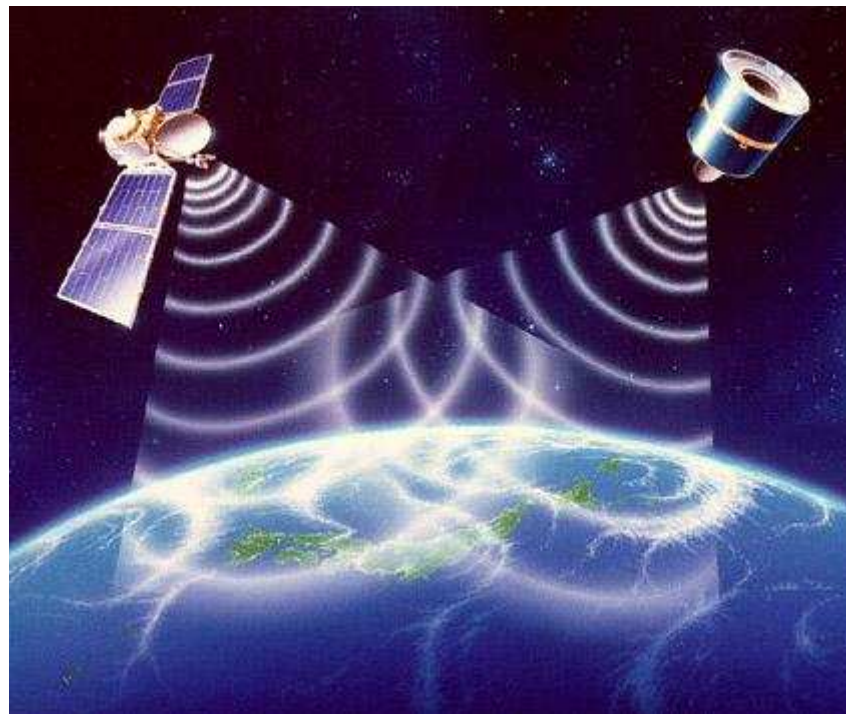


Teoria e Tecnica del Linguaggio Radio Televisivo A.A. 2009/2010

Prof. Giancarlo Trapanese



LA TV VIA SAT

COME IL SATELLITE E' SBARCATO
NEL SALOTTO DI CASA NOSTRA

A cura di
dott. Renato Pierantozzi

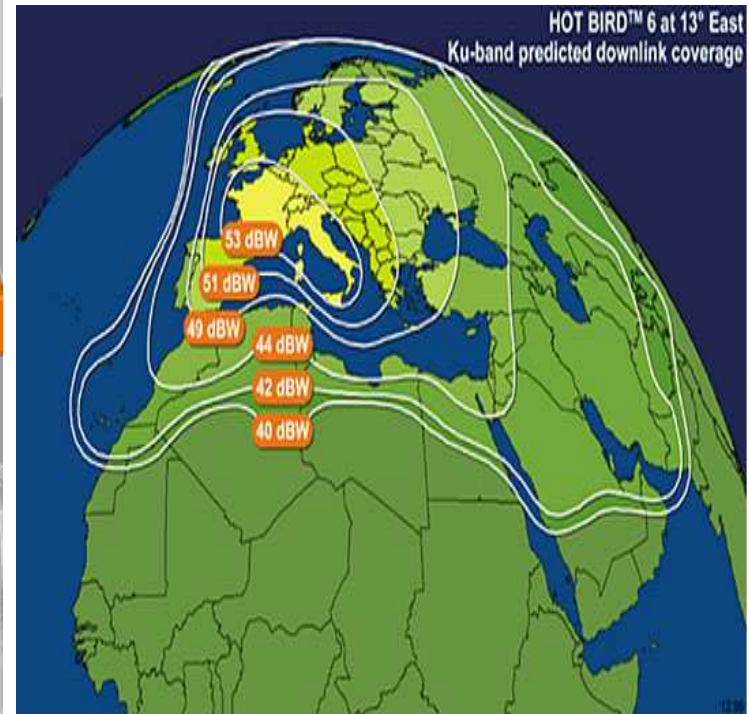
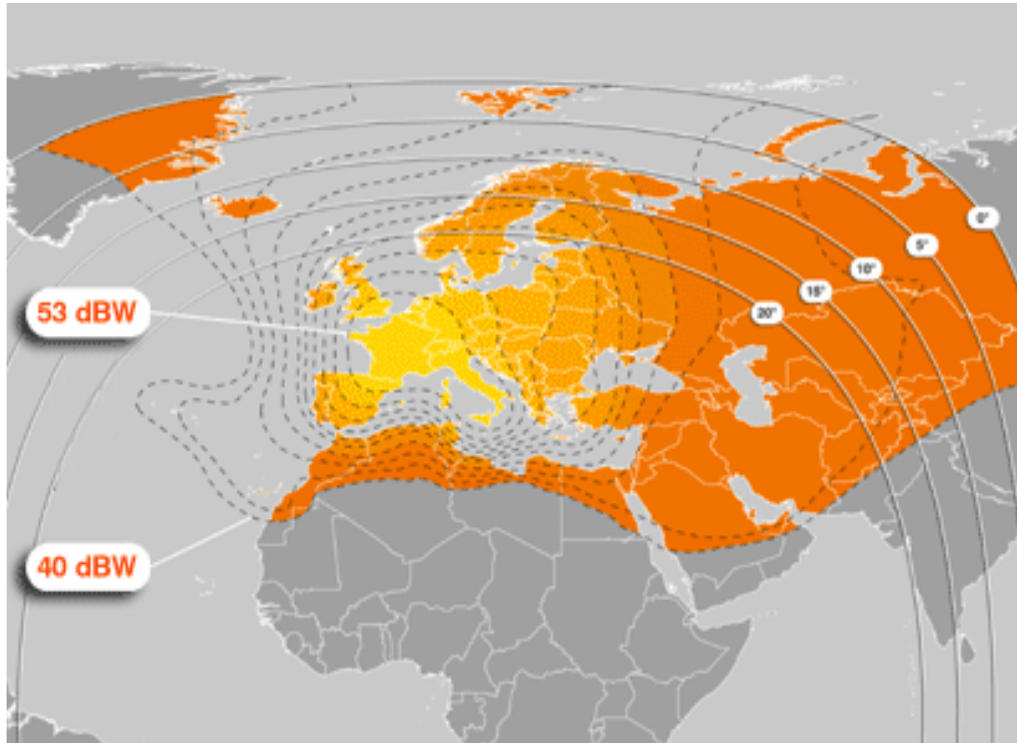
INDEX

- IL DIGITALE SATELLITARE:
tecnologia, storia
- MONDO SKY E NON SOLO
- LA GUERRA DELL'OFFERTA: SKY E
LE ALTRE PAY
- LA GUERRA DEI CONTI
- LA GUERRA DELL'AUDITEL
- LA GUERRA DEGLI ABBONATI
- LA GUERRA DEL VALORE
AGGIUNTO: CALCIO E
TECNOLOGIA
- CONCLUSIONI



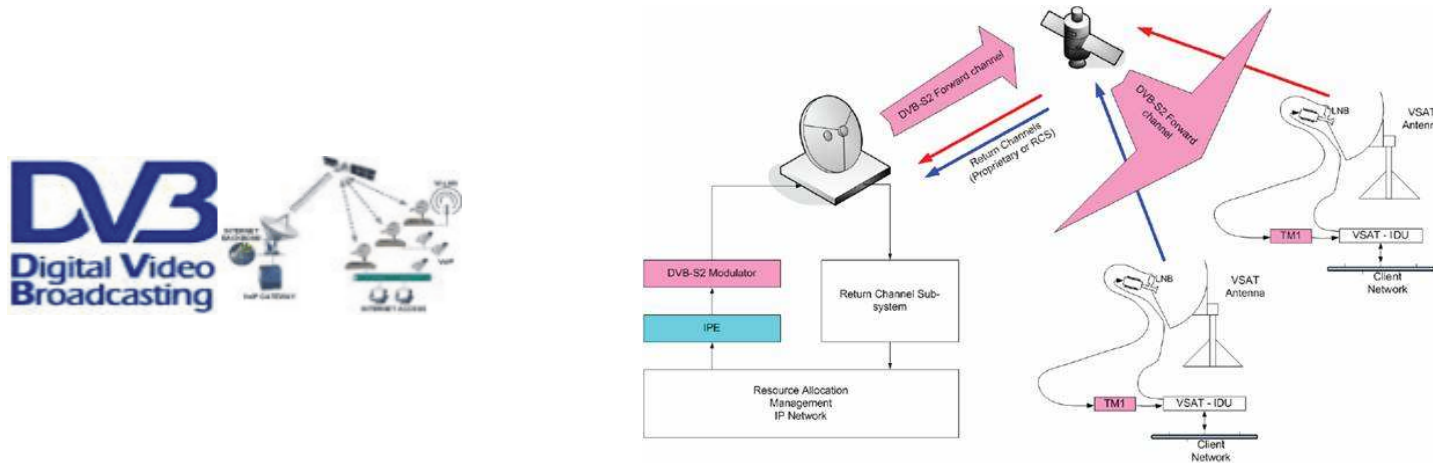


DALLO SPAZIO...



- I Satelliti geostazionari irradiano i segnali, ricevuti dalle emittenti televisive, che giungono fino a noi sotto forma di onde radio.
- Le tv italiane utilizzano i satelliti HOT BIRD 6, HOT BIRD 8 e HOT BIRD 9 (EUTELSAT) con posizione orbitale 13°E

...IL SEGNALE ARRIVA...



- LO STANDARD DI TRASMISSIONE utilizzato dalle televisioni satellitari italiane è il DVB-S (DIGITAL VIDEO BROADCASTING – SATELLITE) . Il sistema prevede la trasmissione di un flusso audio/video digitale della famiglia MPEG-2, utilizzando un sistema di modulazione QPSK con codifica concatenata.
- La codifica di sicurezza usata da SKY ITALIA è l'NDS

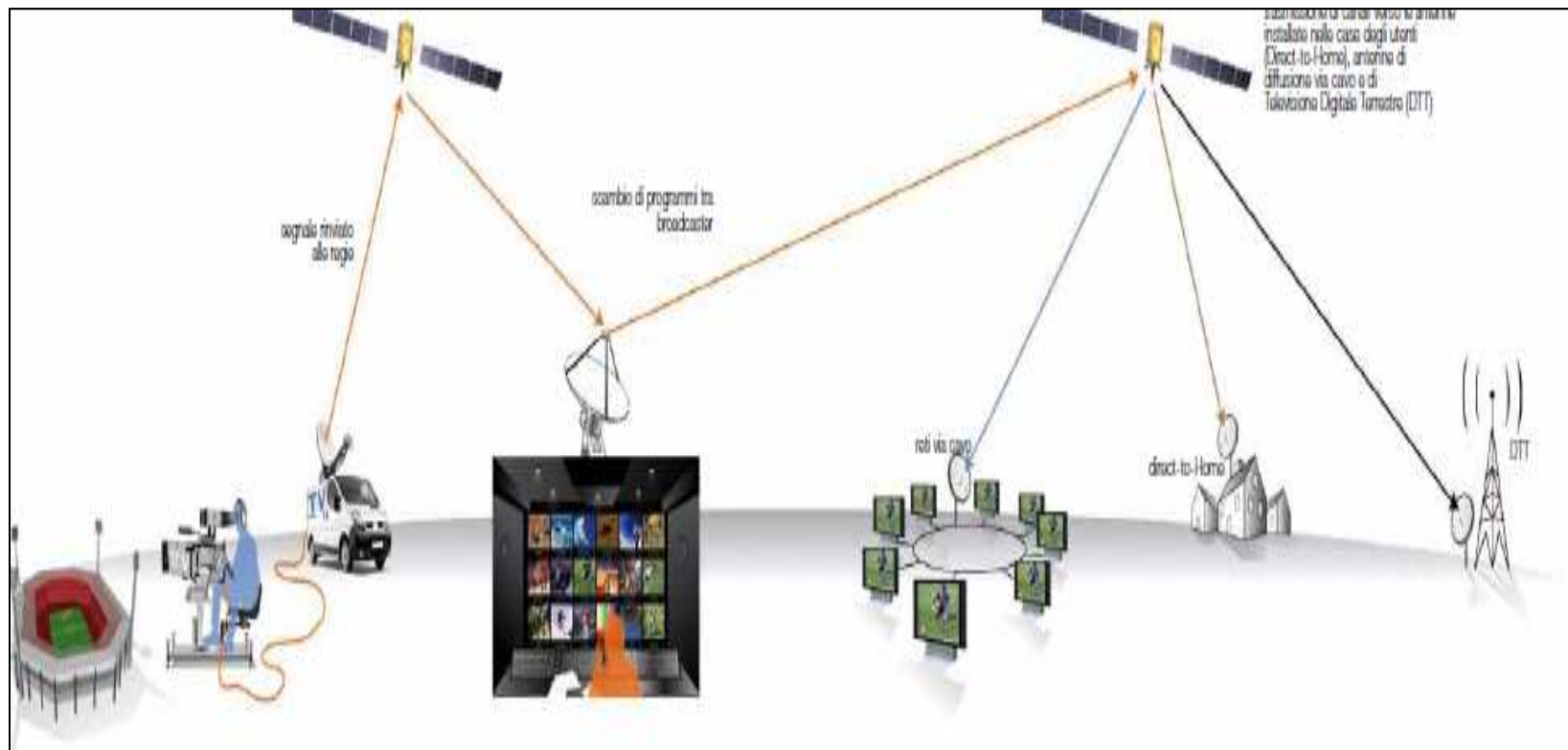
.....FINO A CASA



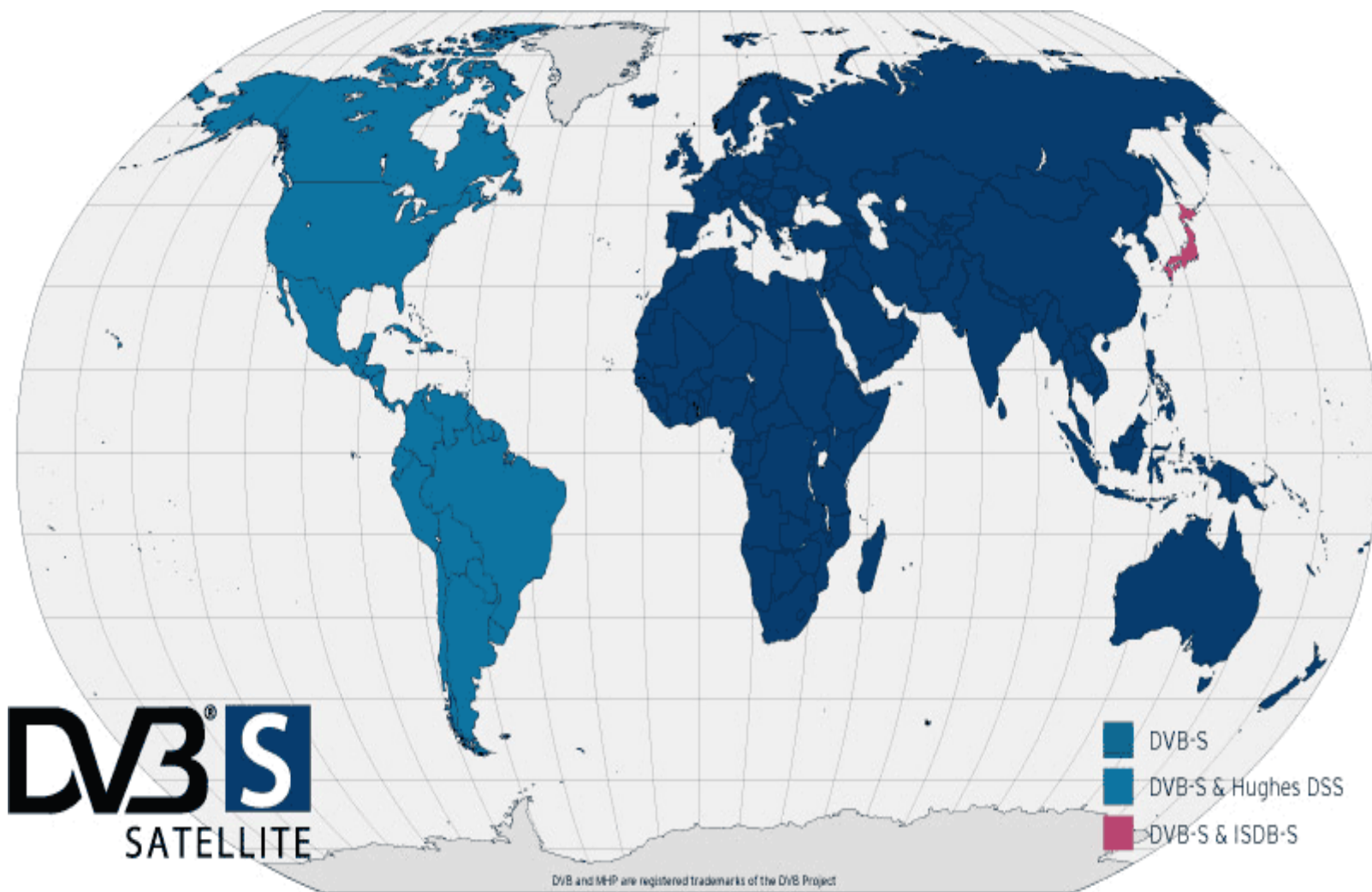
- PARABOLA: è l'antenna necessaria per ricevere il segnale inviato dai satelliti che si diffonde in modo debole

- SET TOP BOX: e' il decoder con l'elettronica necessaria per "il segnale della tv satellitare.

•SATELLITE, CAVO E DTT







IL MERCATO ITALIANO

•1991 NASCE **TELE +**

Soci

- I canali vengono chiamati +1, +2 e +3. Frequenze ex Capodistria. Film e Sport (calcio SerieA)



•1996 **TELE +** PIATTAFORMA SAT

DSTV

- La proprietà passa al gruppo sudafricano Nethold del magnate Rupert. Il punto di forza è il pacchetto TELECALCIO oltre ad una serie di canali news, musica e cinema come CNN, DISCOVERY, MTV, BCC WORLD

•1997 **CANAL+** ACQUISTA **TELE +**

- SI PUNTA CON DECISIONE SULLO SVILUPPO DELL'OFFERTA SATELLITARE DOVE SI HANNO A DISPOSIZIONE CENTINAIA DI CANALI; QUALITA' DEL PRODOTTO.
- SUI TETTI DELLE CASE DEGLI ITALIANI SPUNTANO LE PARABOLE
- MENTRE SUI MEDIA INIZIA UNA MARTELLANTE CAMPAGNA PUBBLICITARIA:

TELEPIU'
Satellite



Per creare i grandi composizioni, bisogna
combinarle. Oggi c'è il "V" e la libertà di
giocare con quello che si può a piacere. E'
la possibilità di scegliere tra variabili come
tempi e di ricevere informazioni ed altri
dati. Microsoft MAC. Conoscete? È un nuovo
come digitale. E come tutte le innovazioni, ha
molti per facilità i suoi contenuti.

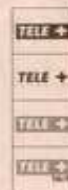
LE GRANDI
RIVOLUZIONI
MINCIANO CON
UN LIBRETTO.



CINE CINEMA + DISNEY CHANNEL GRATIS CON "SUPERPREMIUM".

L'OFFERTA VIA SATELLITE DI TELE+. TELEFONA ALLO 02/701370.

C'E' GIA'.



FELIX BRANCO
 37 years old, married,
 two children, a son
 in college & a daughter
 in high school, lives
 with his wife and 11
 dogs.
YOUNG MAN

1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 26

WILEY

이제부터 시작하는

...
...
...
...
...



DIGITALE PIU'
LIBERA LA TUA SCELTA.

[illegible]

● 中国书画函授大学肇庆分校

1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 26

1. **CHARGE**
 2. **TYPE** **VS** **DATE**
 3. **DATE** **VS** **DATE**

1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 26

● 考情

IL RICEVITORE DIGITALE E' A DISPOSIZIONE E PERMETTE DI RICEVERE VIDEOSI IN CHIAVIRI SAT 1, 2 E 3, MATRICE 1, 2 E 3, SAT DOME, CANALI 5, ITALY, RETROGRADATED, FINE E FINE 5 / VIDEOCAMERA

MONDIALI DI FRANCIA 1998: SEGUIRLI CON LA TECNOLOGIA DIGITALE E NEL FORMATO 16:9 E' LA FINE DEL MONDO.



 Se vuoi seguire i Mondiali di Francia 1998 in una formata, ancora più emozionante e spettacolare, scegli la tecnologia digitale e il formato 16:9. Potrai vedere tutte le partite con una qualità audio e video imbattibile, e senza perderti i minimi dettagli di tutte le azioni di gioco.

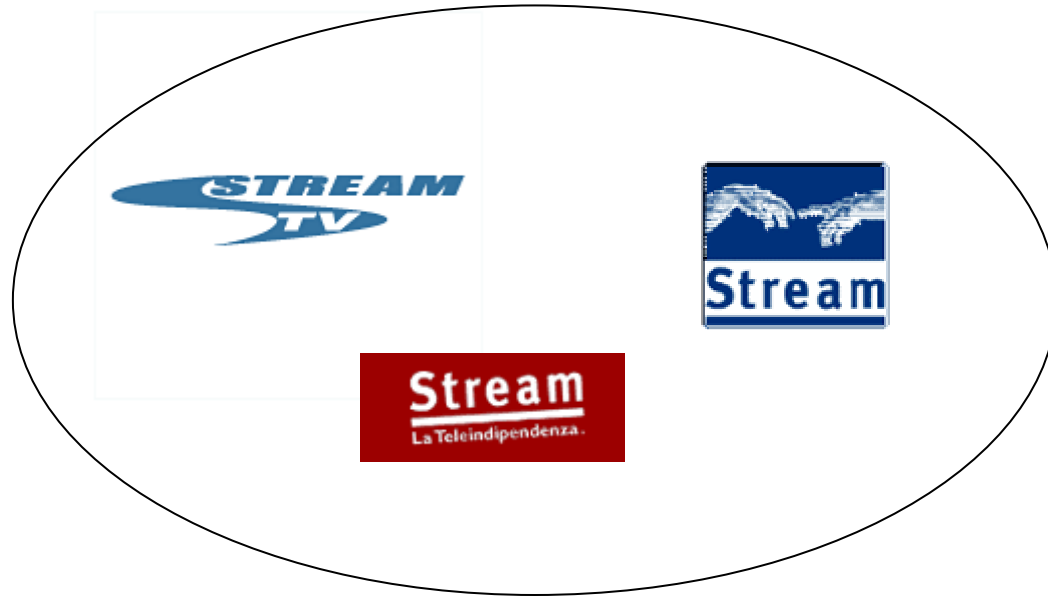
Se ti abboni al postetto
SUSCRIVENDONE da 12€, l'offerta
via satellite di TIM, pagherai
il collegio del direttore del
periodico mensile.



Collezione via sant'Antonio 40 - 20121 Milano

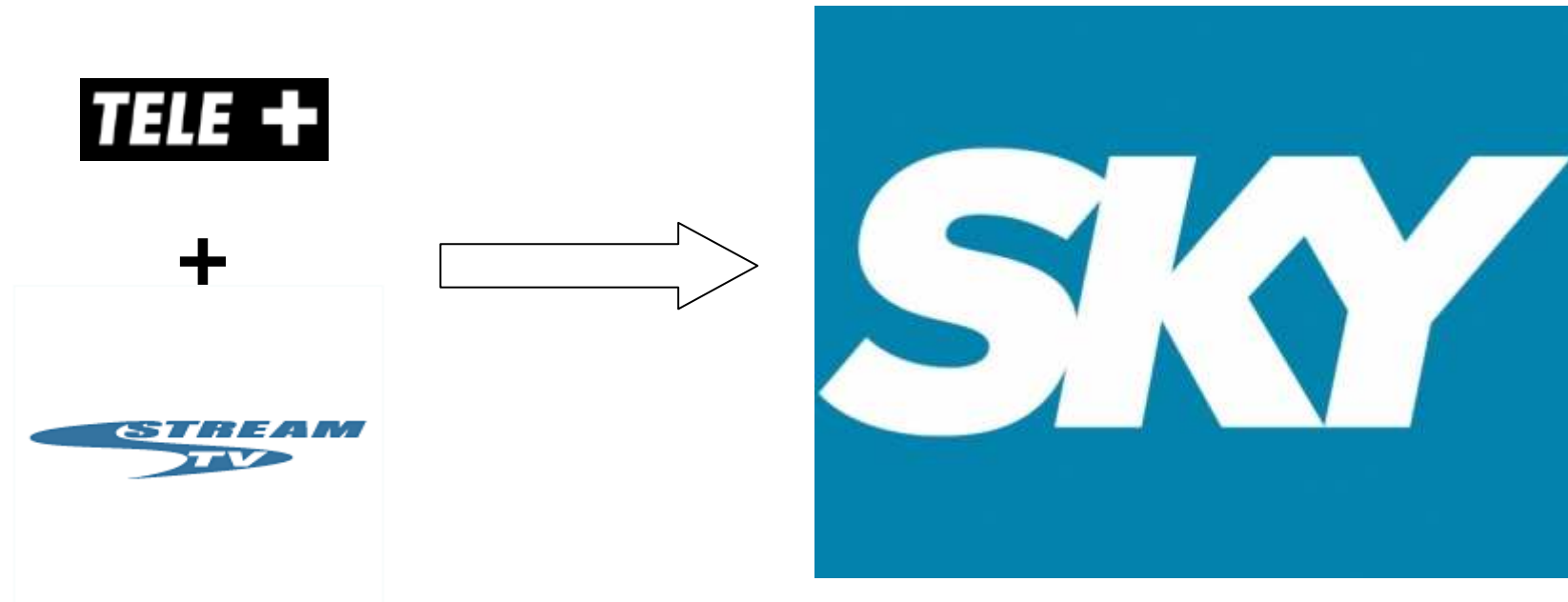
CENTRO AUTOMATIZADO D.

export 



- 1993: nasce il secondo operatore televisivo a pagamento su iniziativa della compagnia telefonica pubblica STET. Nasce come operatore via cavo, ma poi trasmette anche sul satellite (dal 15/06/1998).
- CODIFICA: IRDETO 2, NDS, SECA 2
- BOUQUET: CALCIO, FILM, HOT, CANALI INTERATTIVI

•2003:



- Il gruppo NewsCo (del tycoon australiano Rupert Murdoch) rileva i pacchetti azionari di D+ (a seguito anche della crisi del gruppo francese VIVENDI) e Stream
- MARZO 2003: la commissione EU dà l'ok alla fusione Stream e TELE+
- 31/07/2003: iniziano le trasmissioni

100% SATELLITE



- A Sky Italia (in quanto operatore unico) viene impedito di continuare a trasmettere anche sulle frequenze “terrestri”.
- Le frequenze vengono cedute ad altri operatori quali TARAK BEN AMMAR (SportItalia), EUROSPORT, PRIMA TV

NON SOLO “pay”



SOLO SU SKY (fino al 31/07/09)



FREE



- Nel 1997 nasce il channel provider della Rai per la tv satellitare.
- Fino al 2008 RAISAT è il primo editore di SKY



ON AIR



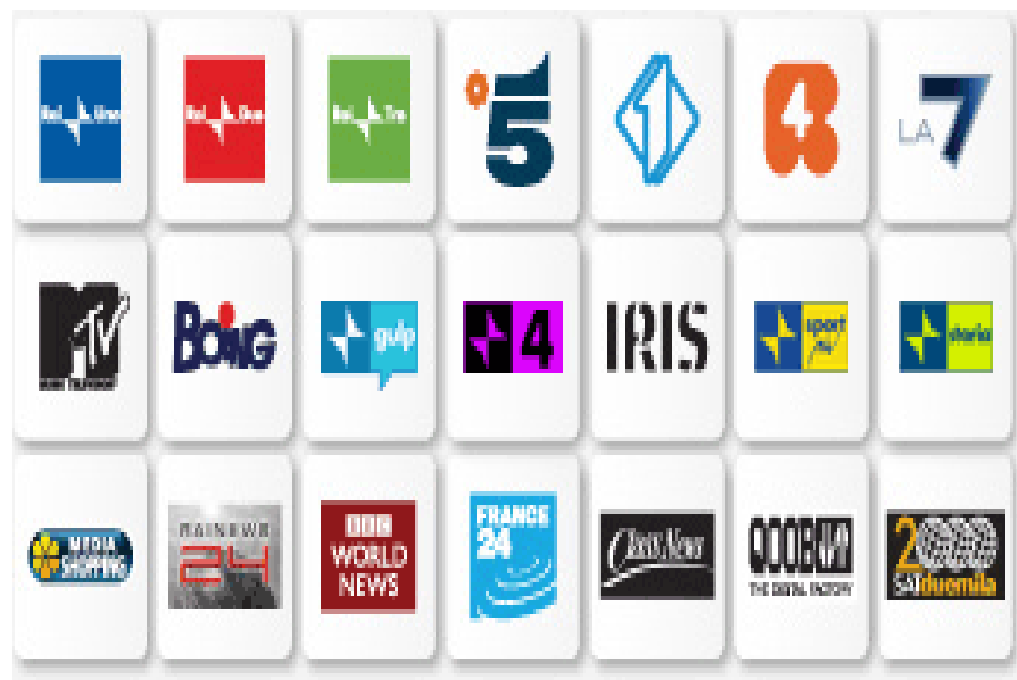
1998-2003



•31 LUGLIO 2009: ARRIVA LA SECONDA PIATTAFORMA



- L'OFFERTA: “ACCESSIBILE, GRATUITA, MULTICANALE”



•LA RISPOSTA DI SKY



•SKY SBARCA NEL DTT



SKY INAUGURA IL SUO PRIMO CANALE SUL DTT DOPO LA FINE DELLA MORATORIA DEL 2003 E LANCIA LA PENDRIVE USB PER LA VISIONE DEL DTT ANCHE SUL DECODER VIA SAT

•LA RIVOLUZIONE DEL SAT

- PER GLI UTENTI: incentivi al passaggio alla parabola, unico mezzo per ricevere la pay tv. Si diffonde anche la pirateria informatica per ricevere gratuitamente i canali a pagamento
- IL VALORE AGGIUNTO: offerta sempre maggiore di canali con la possibilità di riceverli ovunque grazie alla parabola anche nelle zone scoperte dalla tv analogica. Le offerte a pagamento si concentrano sempre di più sul prodotto calcio, ma nascono anche decine di canali tematici (musica, film, storia, caccia&pesca, squadre di calcio).
- PER GLI INSERZIONISTI PUBBLICITARI: possibilità di conoscere direttamente il target di utenza televisiva



MONDO SKY



- SEDI DI ROMA
(1) e MILANO
(2)

•L'IMPERO DI MURDOCH :

“Creating and distributing top-quality news, sports and entertainment around the world” (54MLD\$ fatturato)

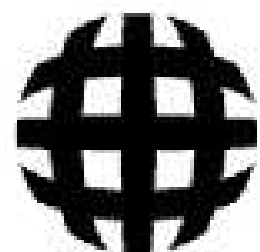


TV

News Corporation







News Corp



NEW YORK POST

FOX



THE TIMES

THE AUSTRALIAN



Herald Sun

sky



NEWS OF THE WORLD

SPEED CHANNEL



Regan Books

the weekly Standard

donna hay

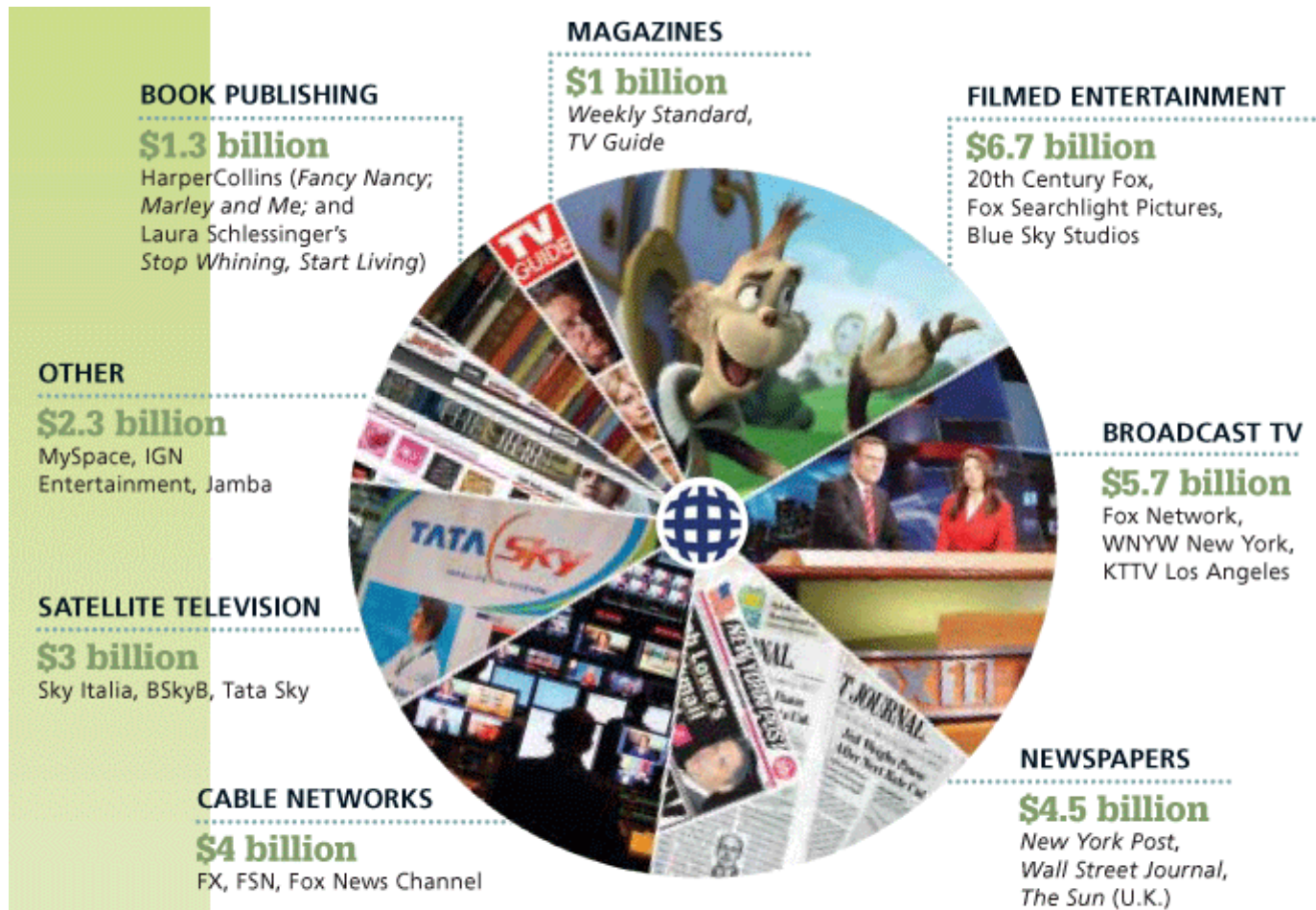
CLASSIC FM



STATS INC



News Outdoor



Mega Media

The News Corp. empire spans the worlds of television, movies, newspapers and books. Last year the company earned \$3.4 billion on \$29 billion in revenues.

E GLI ALTRI PLAYERS MONDIALI



CBS



viacom



•L'OFFERTA (DICEMBRE 2009)

Scegli da tre a cinque **GENERI** di Mondo.

Aggiungi i **PACCHETTI** che ti interessano.

Trova la tua combinazione ideale:

		3 GENERI	4 GENERI	5 GENERI
HD SEMPRE INCLUSA*	MONDO	19.90€	24.90€	29.90€
MONDO	+ CINEMA	34€ NOVITÀ	39€ NOVITÀ	43€
MONDO	+ SPORT CALCIO	1 PACCHETTO a scelta tra Sport e Calcio	39€ NOVITÀ	43€
MONDO	+ CINEMA SPORT CALCIO	2 PACCHETTI a scelta tra Cinema Sport e Calcio	52€ NOVITÀ	56€
MONDO	+ CINEMA SPORT CALCIO		65€ NOVITÀ	69€

•LE NEWS: 16 canali





•IL PLUS

- Nuovi servizi “premium” (tutti a pagamento) per soddisfare tutte le esigenze degli utenti:
- MYSKY (con un hard disk di 160giga che permette la registrazione in diretta e flessibile dei propri canali preferiti);
- SKY HD (6 canali in Alta Definizione, unica televisione italiana ad offrire questo servizio);
- Multisession (vedere Sky su più televisioni)



L'OFFERTA

- 3 PILASTRI: MONDO – SPORT – CINEMA per un totale di 160 canali tematici e pay per view e 37 canali audio e radio. Dal lancio della piattaforma sono stati inaugurati 60 nuovi canali.
- Mentre sono 40.000 le ore annue di programmi autoprodotti, di cui 20.000 realizzati dalle reti Sky

- Ogni pacchetto offre solo il “meglio”:
- DOCUMENTARI: 16 canali, 50 argomenti diversi;
- CINEMA: 13 canali, 15.000 titoli, 400 anteprime, 250 film HD;
- INTRATTENIMENTO: 27 canali, 97 serie tv, 20 generi;
- CALCIO: 15 canali, HD, SERIE A e B;
- NEWS: 16 canali italiani e stranieri 24h;
- BAMBINI: 18 canali (3/14 anni). MUSICA: 16 canali;
- SPORT: 14 canali (Fi, Nba, Uefa Ch.League...)

•IL GRANDE SPORT



OLIMPIADI INVERNALI E MONDIALI DI CALCIO 2010 IN ESCLUSIVA PER TUTTE LE PARTITE

- LA GUERRA DEI CONTI



L'Autorità delle tlc Il presidente, Calabrò: la riforma della Rai resta irrinunciabile. Serve una nuova governance

Tv, Sky sorpassa Mediaset sui ricavi

Confalonieri: contano gli utili. Murdoch jr: è soltanto l'inizio



• I NUMERI

- RICA VI TOTALI: + 200 milioni€ a quota 2,67 miliardi (piu' 7,6% rispetto all' anno fiscale 2007).
- UTILE: da 131,2 milioni a 418,3 milioni (grazie anche a 180 milioni di imposte anticipate). L' utile pre tasse è comunque da record, a quota 259,4 milioni di euro.
- RICA VI MEDIASET a fine 2008 erano di 3 miliardi di euro.
- SUCCESSO DI SKY: + abbonati e + costo dei pacchetti
- PUBBLICITA': i ricavi passano da 38,7 milioni a quasi 220 milioni di euro, che comunque restano meno di un decimo del fatturato pubblicitario di Mediaset.
- COSTI: l'impegno per acquistare i diritti sportivi è sceso da 632 a 602 milioni dopo la rinuncia a trasmettere la serie B. L' acquisto dei contenuti rimane di gran lunga la voce di spesa più importante del bilancio Sky per complessivi 1,24 miliardi di euro, distribuiti in due parti quasi uguali fra sport vari e il resto (diritti cinematografici, serie tv e canali terzi inclusi nel bouquet).

•Gli abbonati

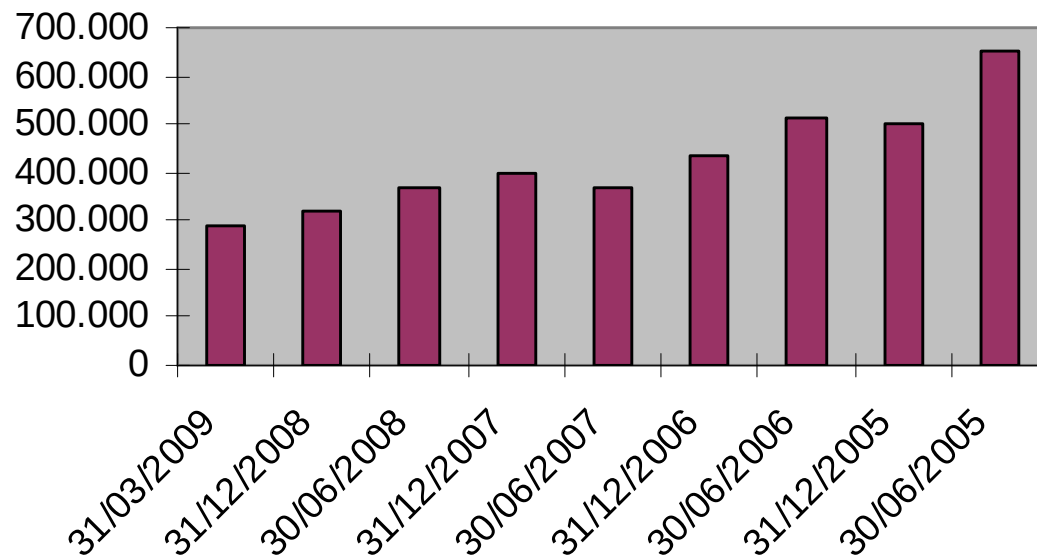
- 2009: 4.7 MILIONI di abbonati (fonte Sky) con +2,8 milioni dal lancio della paytv.
- PLATEA DI PUBBLICO STIMATA: 14milioni, share 9% (Auditel

Gli abbonati

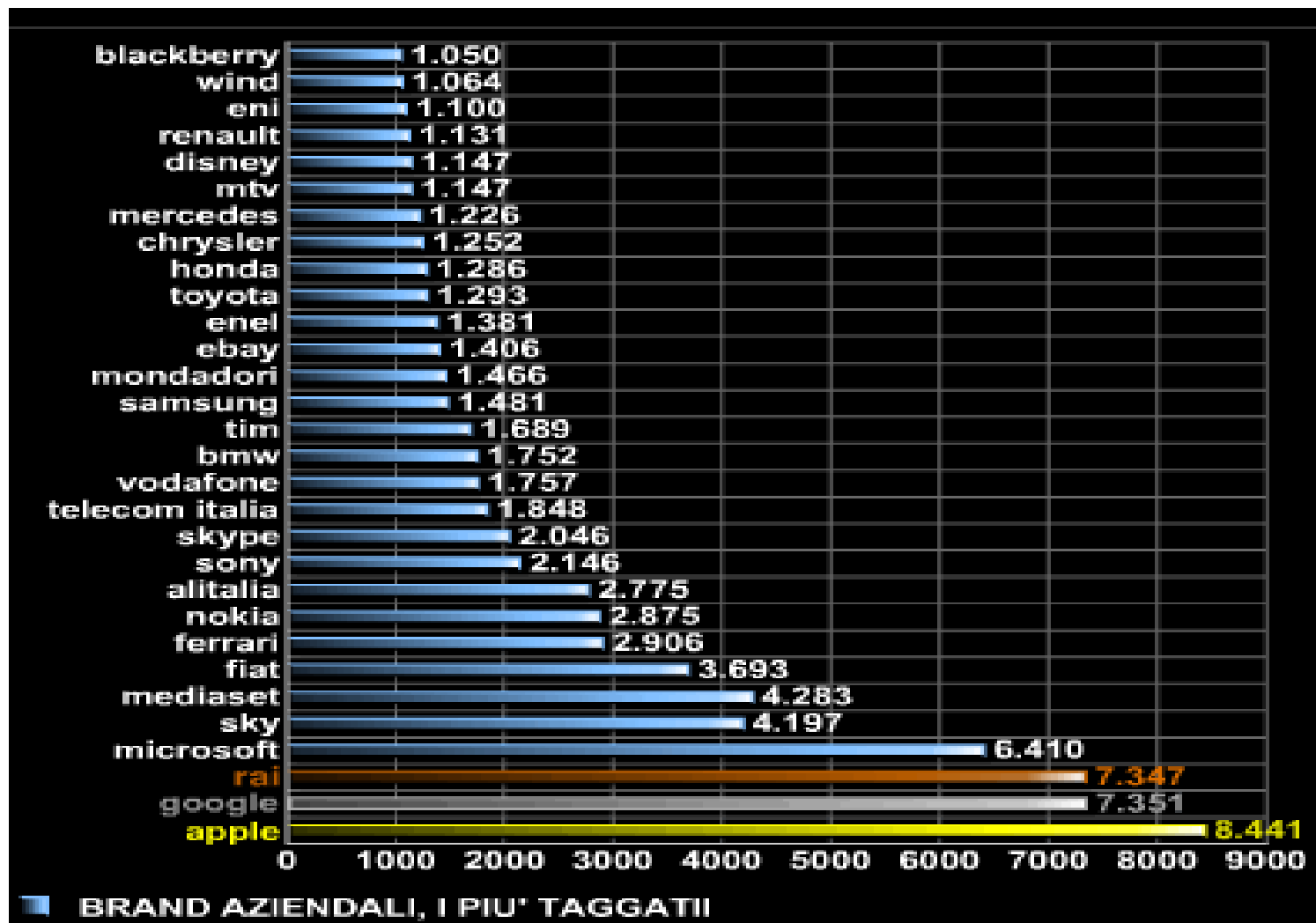
A ogni data corrisponde
il numero dei nuovi
abbonamenti a Sky
sottoscritti nell'anno
precedente

31/03/09	290.000
31/12/08	322.000
30/06/08	366.000
31/12/07	400.000
30/06/07	368.000
31/12/06	432.000
30/06/06	513.000
31/12/05	500.000
30/06/05	650.000

INCREMENTO ABBONATI SKY



•IL BRAND SKY



•RELAZIONE 2009

Tabella 1.37. Ricavi nel settore televisivo per tipologia (milioni di euro)

	milioni di euro		%	%	Var. %
	2007	2008	'07	'08	'08/'07
Canone	1.567	1.603	19,3	18,9	2,3
Pay TV	2.384	2.671	29,3	31,5	12,0
Pubblicità	3.967	3.929	48,8	46,4	-1,0
Ricavi da altri operatori	218	270	2,7	3,2	24,0
Totale	8.136	8.473	100,0	100,0	4,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

L'analisi della distribuzione delle risorse sulle diverse piattaforme evidenzia che il tradizionale sistema trasmissivo analogico assorbe ancora il 64,1% dei ricavi complessivi (tabella 1.38), anche se si registra un ulteriore, significativo arretramento del proprio peso, a vantaggio delle piattaforme digitali.

Tabella 1.38. Ricavi complessivi (canone, pubblicità e pay tv) per piattaforma

	milioni di euro		%	%	Var. %
	2007	2008	'07	'08	'08/'07
Analogica terrestre	5.294	5.255	66,8	64,1	-0,7
Satellitare	2.403	2.645	30,4	32,2	10,1
Digitale terrestre	146	222	1,8	2,7	52,4
Reti di telecomunicazioni	75	80	0,9	1,0	7,3
Totale	7.918	8.203	100,0	100,0	3,6

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.39. Ricavi pubblicitari per piattaforma

	milioni di euro		%	%	Var. %
	2007	2008	'07	'08	'08/'07
Analogica terrestre	3.727	3.652	94,0	93,0	-2,0
Satellitare	208	239	5,2	6,1	14,9
Digitale terrestre	8,8	11,6	0,2	0,3	31,6
Reti di telecomunicazioni	23,4	26,5	0,6	0,7	13,3
Totale	3.967	3.929	100,0	100,0	-1,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Le offerte televisive a pagamento crescono, come detto, del 12%, superando i 2,6 miliardi di euro (tabella 1.40). Così come l'analogico terrestre è ancora il mezzo di elezione della raccolta pubblicitaria, così il satellite si conferma la piattaforma dominante per la pay tv, con un saggio di crescita che è stato, nel 2008, elevato (9,6%), ma minore rispetto a quello del digitale terrestre (53,7%). Lo sviluppo di quest'ultimo appare poter esercitare, anche in prospettiva, una crescente pressione concorrenziale sul satellite.

Tabella 1.40. Ricavi della pay TV per piattaforma

	milioni di euro		%	%	Var. %
	2007	2008	'07	'08	'08/'07
Satellite	2.196	2.407	92,1	90,1	9,6
Digitale terrestre	137	210	5,7	7,9	53,7
Reti di telecomunicazioni	52	54	2,2	2,0	4,6
Totale	2.384	2.671	100,0	100,0	12,0
- di cui canoni di abbonamento	2.123	2.344	89,0	87,8	10,4
- di cui pay per view	262	327	11,0	12,2	24,9

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.41. Ricavi per operatore (milioni di euro)

	2007	2008	Var. % '08/'07
RAI	2.729	2.723	-0,2
Canone	1.567	1.603	2,3
Pubblicità	1.137	1.096	-3,6
Ricavi da altri operatori	25	24	-4,0
Sky Italia	2.422	2.640	9,0
Pubblicità	200	232	16,0
Offerte Pay	2.172	2.373	9,2
Ricavi da altri operatori	49	34	-30,3
RTI	2.411	2.531	5,0
Pubblicità	2.172	2.165	-0,3
Offerte Pay	125	199	59,2
Ricavi da altri operatori	114	167	46,5
Telecom Italia Media (La7 / MTV)	162	152	-6,2
Pubblicità	144	133	-7,7
Offerte Pay	12	11	-3,7
Ricavi da altri operatori	5	7	27,6
Operatori telecomunicazioni	98	113	14,9
Pubblicità	20,9	23,8	13,9
Offerte Pay	74,9	87,6	16,9
Ricavi da altri operatori	2,5	1,5	-39,5
Altre emittenti	314	315	0,1
Pubblicità	292	278	-4,9
Ricavi da altri operatori	22	37	68,2
Totale Proventi	8.136	8.473	4,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Il 2008, tuttavia, è l'anno dell'affermazione di Sky Italia che, superando i 2,6 miliardi di ricavi complessivi (+9%), diventa il secondo operatore televisivo italiano. L'analisi delle attività caratteristiche, mostra un incremento complessivo pari al 9,2% dei ricavi da offerte *pay*, per effetto di un ulteriore sensibile incremento della voce degli abbonamenti ed una consistente riduzione, invece, dei ricavi derivati da servizi di *pay per view* (-12,8%). L'incremento più deciso, tuttavia, è quello relativo alla componente pubblicitaria, che fa registrare un aumento del 16%; risultato quest'ultimo davvero importante se si pensa che il 2008 è stato, come rilevato, un anno particolarmente problematico per il mercato pubblicitario.

E infatti, il gruppo RTI-Mediaset, tradizionalmente legato al comparto pubblicitario, è riuscito a reggere l'urto della crisi internazionale attraverso il forte rafforzamento della propria offerta di servizi a pagamento su piattaforma digitale terrestre, i cui ricavi, nel 2008, sono cresciuti di quasi il 60%, arrivando a sfiorare 200 milioni di euro. Analogamente, è cresciuto il fatturato derivante dalla vendita di contenuti ad altri *broadcasters* ed agli operatori di telecomunicazioni fisse e mobili (+53%). Il buon risultato di tali voci ha più che compensato la mancata crescita dei ricavi da pubblicità (-0,3%), consentendo al gruppo una complessiva crescita in valore del 5%.

Tabella 1.42. Ricavi complessivi del settore televisivo: quote di mercato (%)

	2007	2008
Rai	33,5	32,1
Sky Italia	29,8	31,2
RTI	29,6	29,9
Telecom Italia Media	2,0	1,8
Operatori TLC	1,2	1,3
Altre imprese	3,9	3,7
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.43. Quote di mercato nella raccolta pubblicitaria televisiva (%)

	2007	2008
RTI	54,7	55,1
Rai	28,7	27,9
Sky Italia		5,1 5,9
Telecom Italia Media	3,6	3,4
Altre imprese	7,9	7,7
Totale	100,0	100,0
Herfindahl-Hirschman Index	3.156	3.198

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

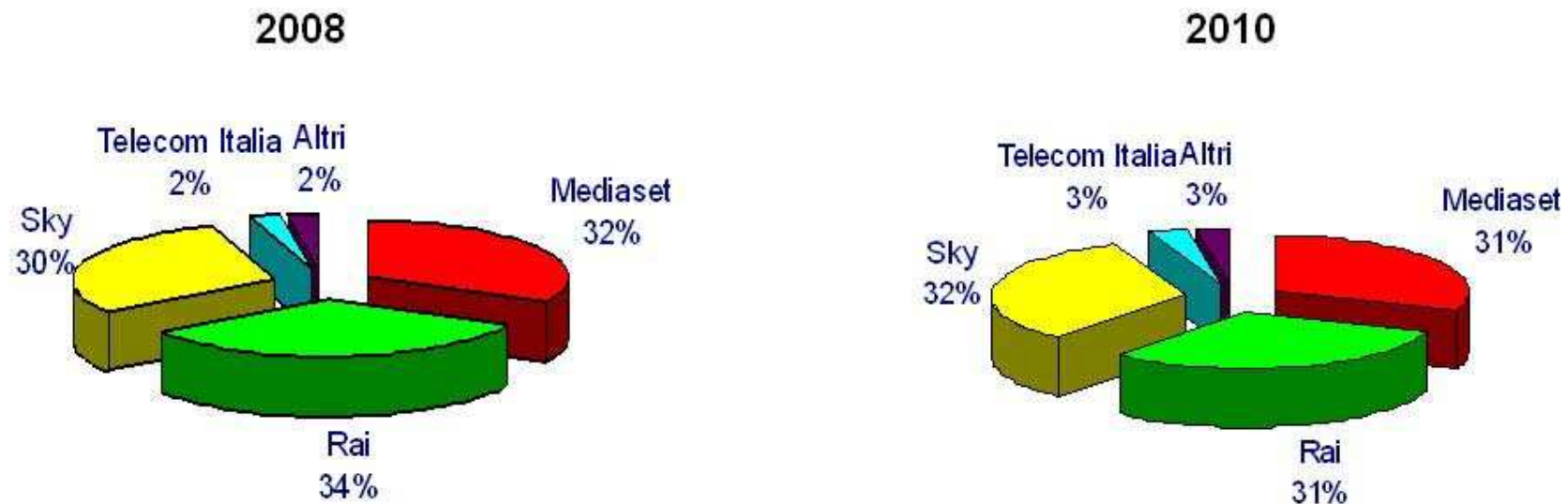
Tabella 1.44. Quote di mercato nelle offerte televisive a pagamento (%)

	2007	2008
Sky Italia		91,1 88,8
RTI	5,2	7,4
Telecom Italia Media	0,5	0,4
Operatori TLC	3,1	3,3
Totale	100,0	100,0
Herfindahl-Hirschman Index	8.340	7.959

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

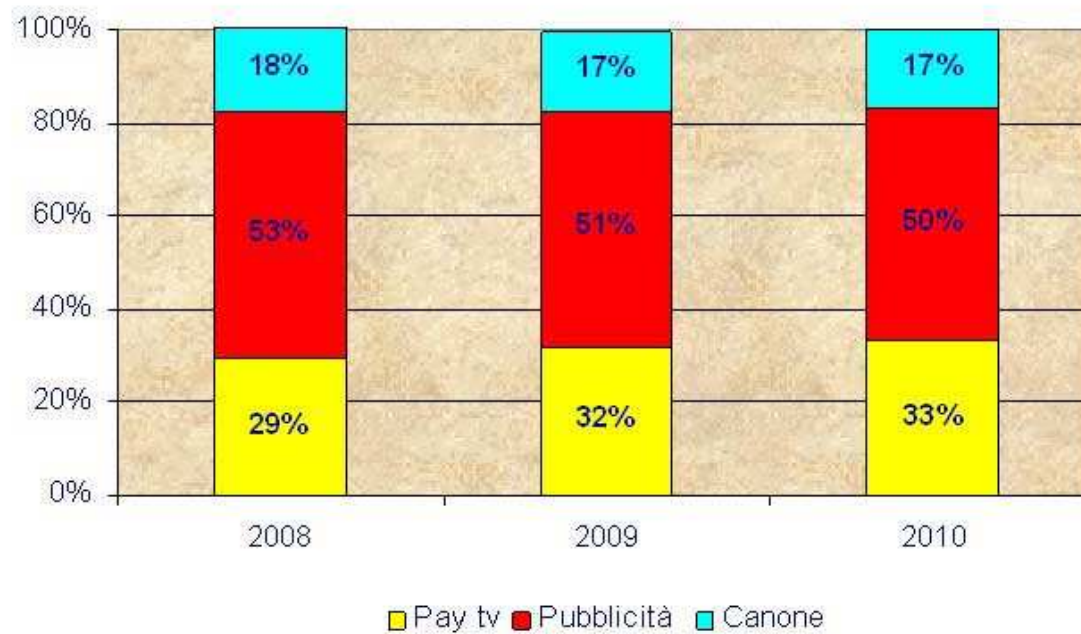
IL SORPASSO

Quote di mercato dei principali operatori televisivi



Fonte: © 2008 ITMedia Consulting

Percentuale ripartizione dei ricavi



Fonte: © 2008 ITMedia Consulting

IL NUOVO LINGUAGGIO

- Si punta sulla “qualità” del prodotto (diretta h24 per i canali “all news” ed “all sport”) con l’obiettivo di dare allo spettatore il meglio della produzione televisiva italiana e mondiale
- Il prodotto viene offerto con innovazioni grafiche, nuove telecamere (spider cam) e un linguaggio all’insegna della spettacolarizzazione dell’ “evento”
- Dalle telecronache (es. Caressa) al post partita (es. D’Amico): TUTTO DIVENTA UNO SHOW





LA PROMOZIONE

- **SPOT:** “IMMAGINA CHE...” “TI SORPRENDE SEMPRE..”, “QUESTO E’ SKY”, “NON CI SONO PARAGONI, QUESTO E’ SKY”
- **OPINION LEADER:** SPAZI PUBBLICITARI CONTRO I CANDIDATI (VELTRONI E BERLUSCONI) CHE NON HANNO ACCETTATO L’INVITO AL “DUELLO” SU SKY TG24; ATTACCO AL GOVERNO BERLUSCONI PER L’AUMENTO DELL’IVA AL 20% SULLA PAY TV

- ARRIVA FIORELLO...
(e non solo...)



R2 SPETTACOLI & TELEVISIONE

Tra una settimana chiude il "Fiorello show" su Sky 1. L'artista fa un bilancio della sua prima esperienza satellitare. Ascolti record di Sky: 500mila fan a sera per uno spettacolo teatrale

LEONARDO PALESTINI
ERNESTO ASSANTE

Roma. Fiorello è al settimo cielo. Tra una settimana su Sky Uno chiude il suo ibrido show, frutto della fusione a caldo tra teatro e tv, ha ottenuto il massimo di audience concesso al satellite (mezzo milione di spettatori a puntata), con spettacoli sempre diversi ha riempito per tre giorni a settimana un mega teatro di 2.500 posti. «Senza togliere nulla a ciò che ho fatto fino ad ora, quello che sta per finire è sicuramente l'esperienza più viva, più interessante, più nuova, più bella della mia carriera. Mi ha dato una soddisfazione particolare. E penso che solo su Sky, così, avrei potuto farlo», spiega con euforia Fiorello.

Dall'entourage dell'artista, tutti concordi nel dire che è stata un'esperienza unica. Il regista coordinatore Giampiero Solari racconta l' clima in cui è maturato lo show, alcuni retroscena. Per esempio il gran rifiuto di Fiorello di fronte a una montagna di soldi che Berlusconi gli avrebbe potuto dare per stracciare il contratto con Rupert Murdoch: «A Palazzo Grazioli, Fiore ha rifiutato una trattativa con Berlusconi. Il premier voleva convincere Fiorello a non passare a Sky. Lui ha detto no. Quel giorno con il premier non è parlato di calcio, di Milano o di calcio. Fiorello ha resistito, senza clamori. Ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito

1.080.000

IL PIÙ VISTO
La prima puntata di Fiorello, è stata il programma più visto di Sky

IL CINEMA

442.406
LA MEDIA ASCOLTI
Nei vari passaggi le prime visioni hanno 450.000 spettatori

933.358

IL FILM PIÙ VISTO
"Grande Grosso e Verdono", con 933mila spettatori



Gli ascolti

500.218

IL SATELLITE
Una singola puntata del "Fiorello Show" su Sky Uno raccoglie in media, in tutti i suoi passaggi, oltre 500.000 spettatori satellitari

"Grazie a Sky è nata l'esperienza p...

to uno show breve, figlio dello spettacolo teatrale del giorno prima. Ma all'inizio non è stato tutto rose e fiori, c'è stata un po' di tensione. L'ansia di Fiorello era palpabile. «Dicevano che si era montato troppo l'evento, si voleva avere subito il risultato. Cioè, no, no, no. 2 settimane di rodaggio per raggiungere l'equilibrio. Dopo le prime prove, i tempi sono lunghi, infiniti, abbiamo voluto creare l'abitudine a uno spettacolo di 35-40 minuti. Fiorello è riuscito, coniugando con un linguaggio nuovo il progetto teatrale e quello televisivo», spiega Solari, autore del teatro, principe degli one man show (tra i culti di Morandi, Altan e Pannofino), oggi consulente per l'arricchimento dei canali della piattaforma Sky. Berlusconi? L'unità del "format" costruito per Sky, cioè la puntata senza cop...

La prima puntata dello show è stato il programma più visto di Sky dall'inizio del 2009



Gli ospiti

Jessica Alba, uno dei nuovi volti del Fiorello Show. Da Gianni Morandi a De Gregori, da Claudio Baglioni a John Turturro, fino al comico Riccardo Rossi

Il regista Giampiero Solari parla di "linguaggio nuovo" che ha unito teatro e tv". E rivela: "Berlusconi tentò di bloccare il passaggio a Sky dello showman. Ma Fiorello rifiutò la trattativa"

38% di share di una rete generalista», risponde Solari, ricordando come le repliche dello show dopo mezzanotte «spesso sono state più seguite dello spettacolo delle 21.15. La tv generalista vive di appuntamenti unici, su Sky la fruizione è diversa. Tra le tv generaliste (Rai e Mediaset) e i canali Sky gli ascolti si misurano diversamente. I dati audit? Non è che la quantità non sia importante. Ma la qualità è essenziale. E come per il teatro, certi spettacoli è meglio farli in teatri piccoli, altri si possono fare nei palazzoni dello sport. E su Sky Uno le repliche, due ore dopo, fanno parte della puntata. Il programma di Fiorello ha fatto segnare in...

Rivoluzione Fiorello invade tutta Sky per lanciare lo show

A Mediaset gelo per lo spot di Mike

LEONARDO PALESTINI

Milano. Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

Il progetto di Fiorello, che per il suo show su Sky Uno ha scelto di non pubblicizzare la proferta economica del Cavaliere e padrone di Mediaset, portando avanti la sua sfida: nel deserto di Sky Uno (una rete quasi vuota) ha costruito...

"Fiorello è solo l'inizio saremo la nuova RaiUno"

Il regista Solari battezza oggi Sky 1

LEONARDO PALESTINI



IL MARCHIO
Il logo del canale è, accanto, Solari

Stefano Orsucci, dava una identità al casting. Il nostro rivo è offrire su Sky 1...

Da consulente fi... a casa sua gli diede del "traditore".

Fiorello nel suo show sfotte Berlusconi, dice che a casa sua gli diede del "traditore".

REPUBBLICA.IT
L'anticipazione di "Earth" l'eco-kolossal firmato Disney

se si al potere spuntano quando meno te l'aspetti: Macbeth insegna.

conosco il suo progetto. E non so nulla di Celentano. I budget per gli spettacoli sono giusti. La tv in chiaro ha un bacino di 22 milioni di italiani. Sky ha un pubblico mirato: 4,7 milioni di abbonati, e contano su più di cento canali.



I PROGRAMMI
Domani su Sky 1, canale 109, parte il Fiorello Show con Mike in collegamento. Oggi si ride con Le Barre di Pannofino: negli sketch è un regista frustrato. Dal 2 aprile Don't Forget The Lyrics: game con il comico Wayne Brady. Da indovinare i libri suonati da una band. Dal 9 aprile "Vuoi ballare con me?" il talent show di Cuccarini. Dal 27 Cash Taxi: quiz a bordo di un taxi. Emmy Award in Usa



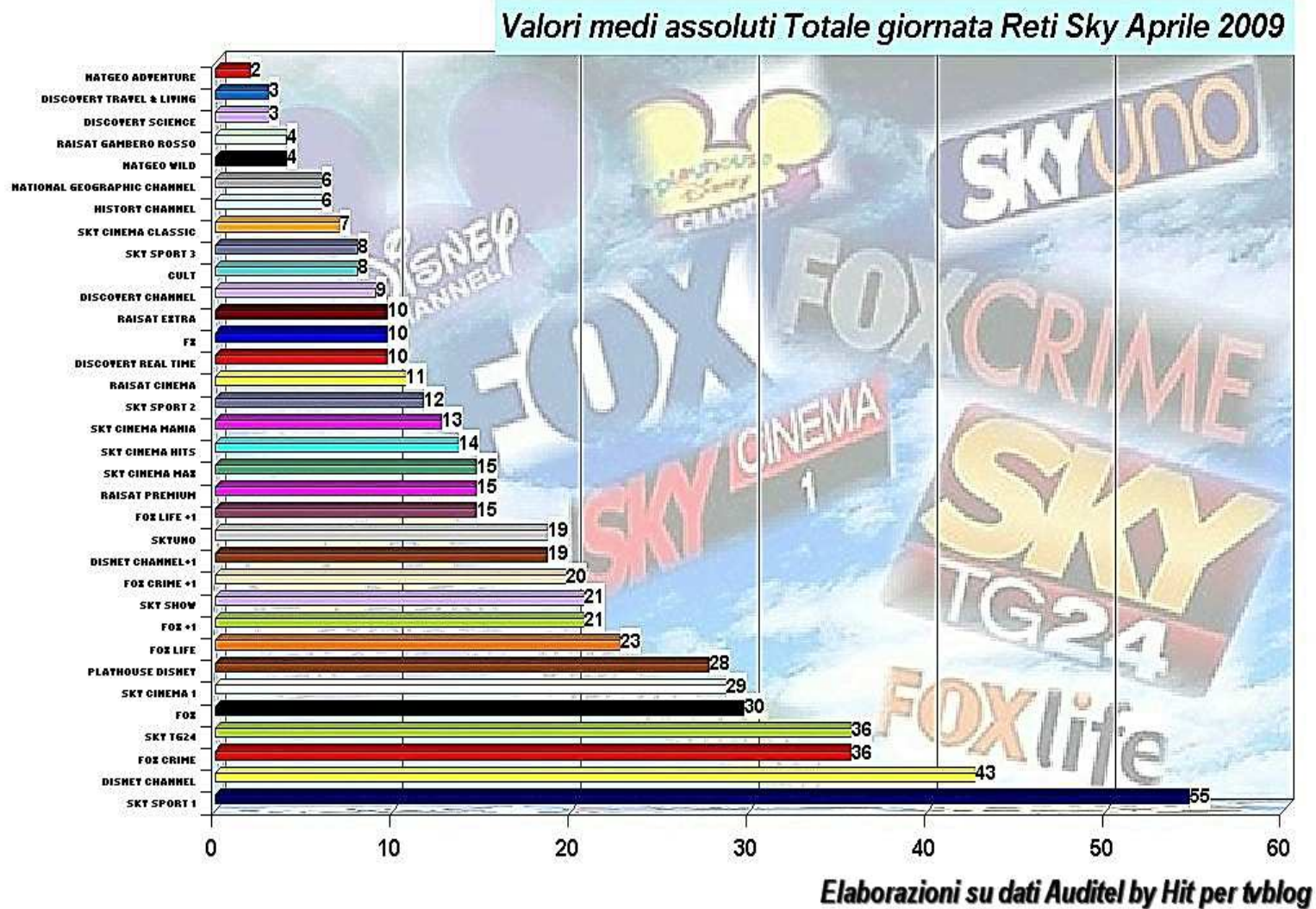
- SKY LANCIA LA SFIDA ALLA TV GENERALISTA
- SKY VIVO DIVENTA SKY UNO
- ARRIVANO LE STAR DELLA TV: FIORELLO – PANARIELLO – CUCCARINI – MIKE – OSSINI
- SI PARTE IL 2 APRILE CON IL “FIORELLO SHOW”
- CON I SUOI 4,7 MILIONI DI ABBONATI SKY SI CANDIDA AD OFFRIRE AL PUBBLICO ITALIANO UNA ALTERNATIVA AL DUOPOLIO RAI-MEDIASET

- LA GUERRA DEGLI ASCOLTI



Non smettere di sognare.

•ANALISI MENSILE



Il Giugno della Tv Satellitare

Analisi Giugno 2009

Solo canali a rilevazione Auditel giornaliera

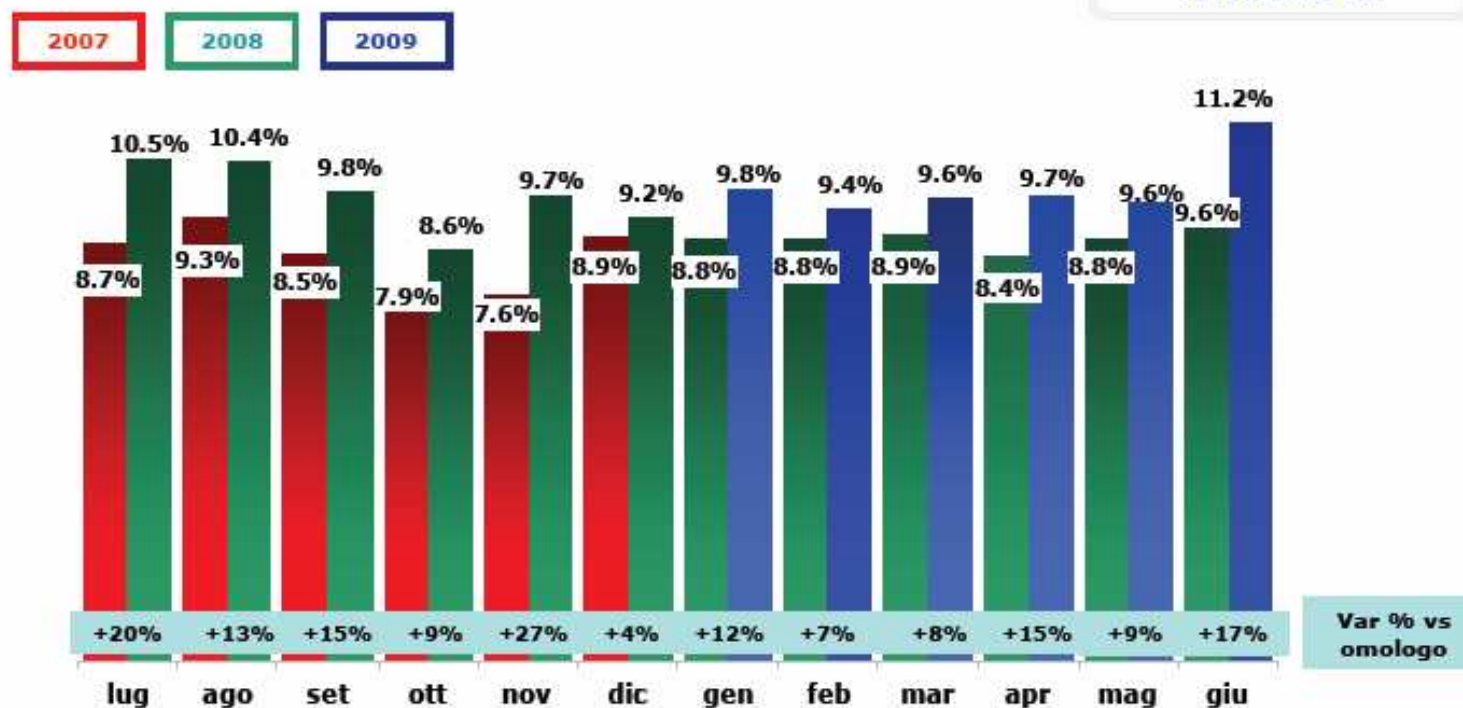


Starcom™

Adobe Acrobat
Document

Tv Sat*: Trend Share

Individui



Balzo in avanti delle Tv SAT complice l'indebolimento estivo dell'offerta generalista

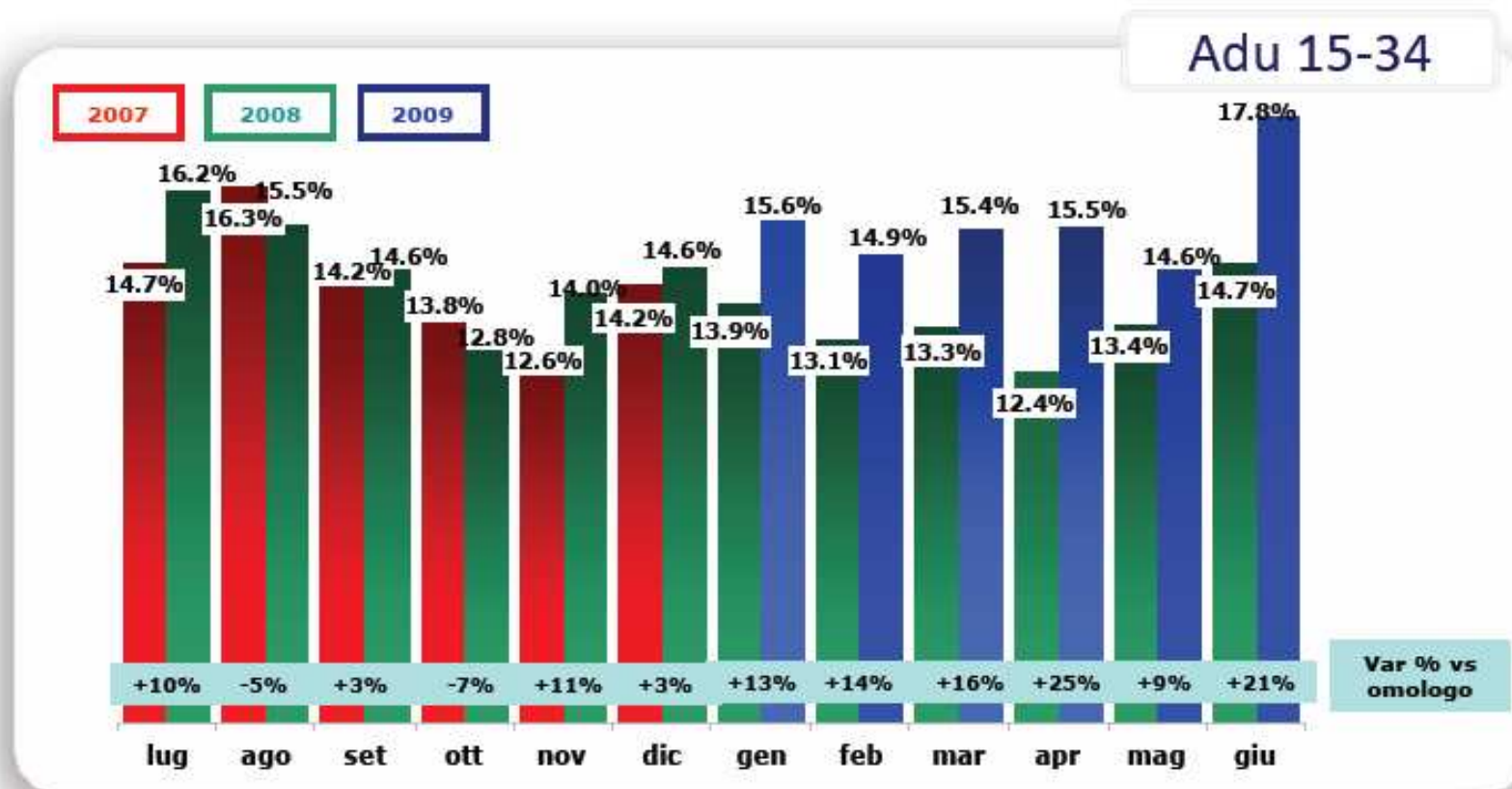
Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB - Fascia 02.00-02.00



Starcom

* Le audience dei canali Disney Channel, Rai News 24, Rai Sport+, Rai Edu 1 e 2, Rai Gulp, Rai Storia, Cartoon Network, Cartoon Network +1, Playhouse sono comprensive della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

Tv Sat*: Trend Share



Raggiunto il più alto share nella storia delle TV SAT sugli Adu 1534

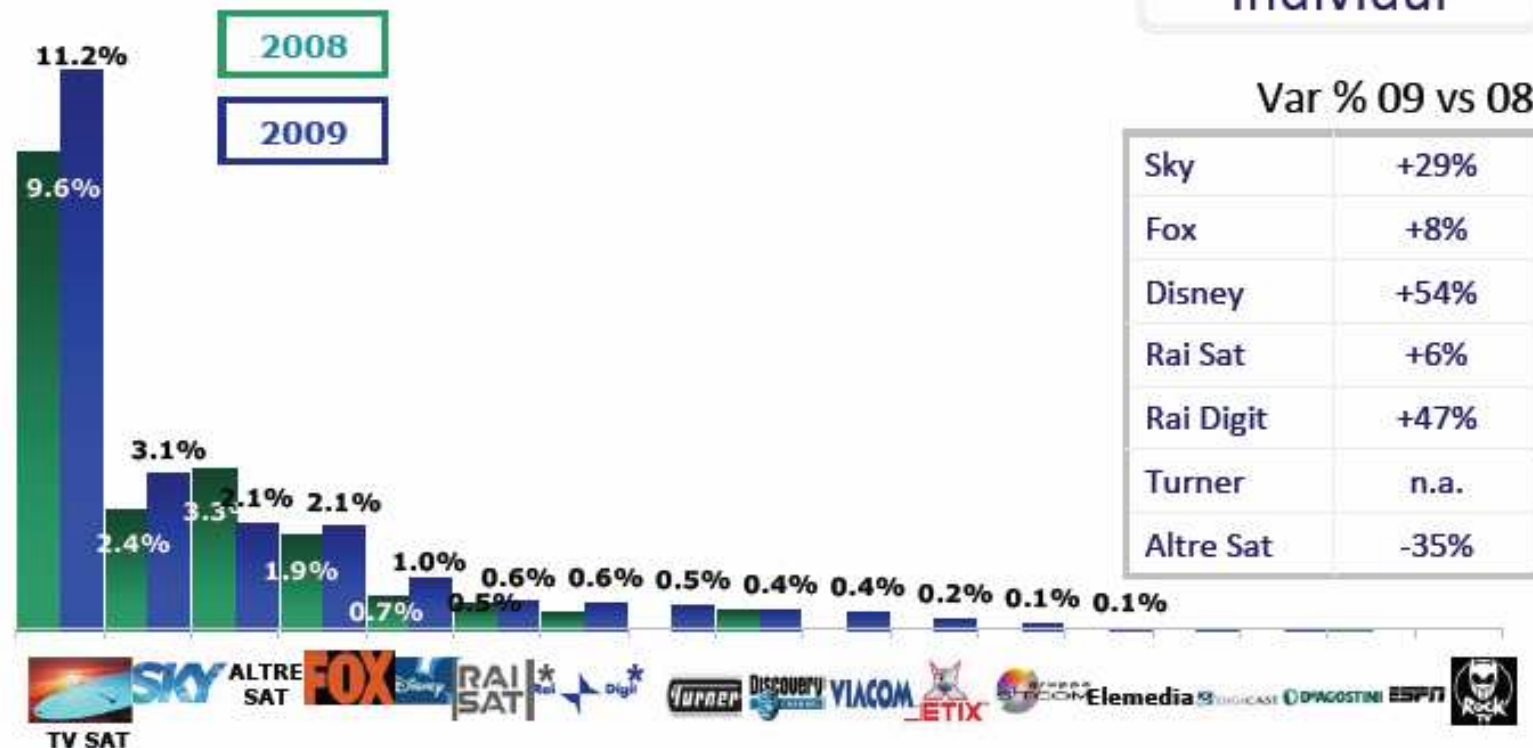
Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB - Fascia 02.00-02.00



Starcom * Le audience dei canali Disney Channel, Rai News 24, Rai Sport+, Rai Edu 1 e 2, Rai Gulp, Rai Storia, Cartoon Network, Cartoon Network +1, Playhouse sono comprensive della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

Share per gruppo editoriale

Individui



Sempre SKY gruppo editoriale trainante

Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB Giugno 2009 vs omologo 2008 - Fascia 02.00-02.00

* Comprende i canali Rai trasmessi sia su Tv satellitare che digitale terrestre: Rai News 24, Rai Sport +, Rai Edu 1 e 2, Gulp, Rai Storia

* Comprende i canali Rai trasmessi solo su piattaforma satellitare: Rai Sat Cinema, Extra, Gambero Rosso, Premium, Smash, Yoyo

Tv Sat*: share per fascia

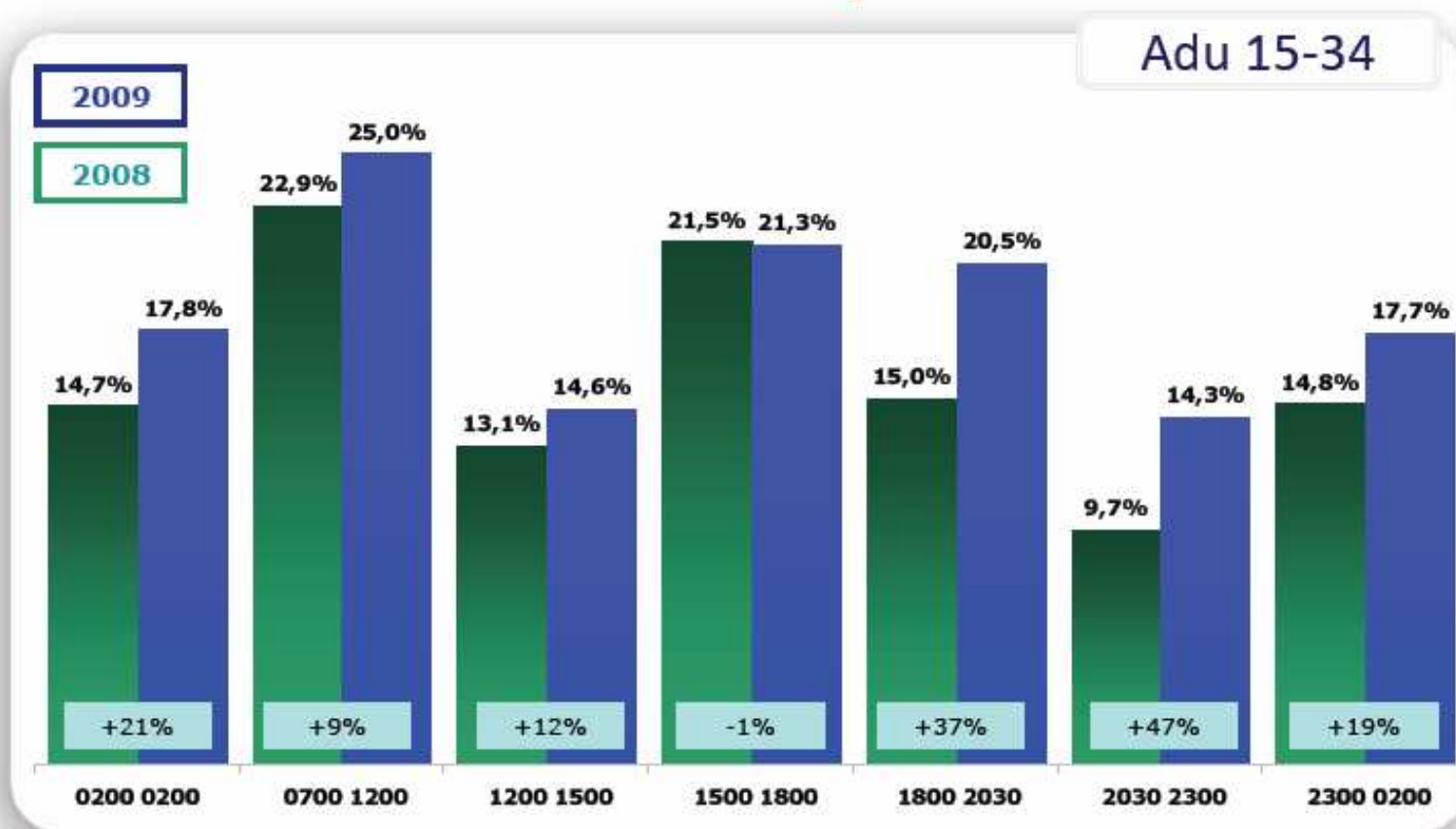


Grazie alla Confederations Cup spicca il Prime Time

Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB – Giugno 2009 vs omologo 2008

Starcom * Le audience dei canali Disney Channel, Rai News 24, Rai Sport +, Rai Edu 1 e 2, Rai Gulp, Rai Storia, Cartoon Network, Cartoon Network +1, Playhouse sono comprensive della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

Tv Sat*: share per fascia



Unica fascia stabile rispetto all'omologo è quella pomeridiana

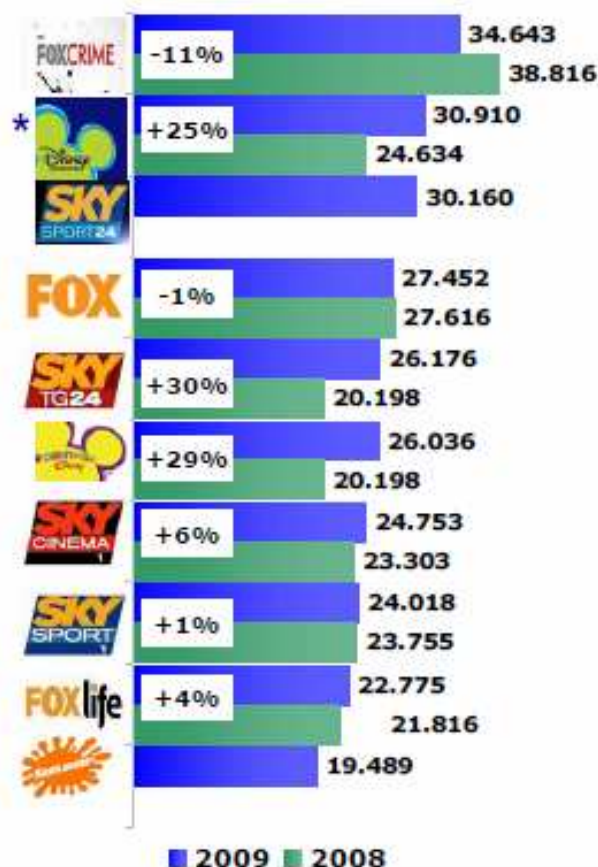
Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB – Giugno 2009 vs omologo 2008

Starcom* Le audience dei canali Disney Channel, Rai News 24, Rai Sport +, Rai Edu 1 e 2, Rai Gulp, Rai Storia, Cartoon Network, Cartoon Network +1. Playhouse sono comprensive della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

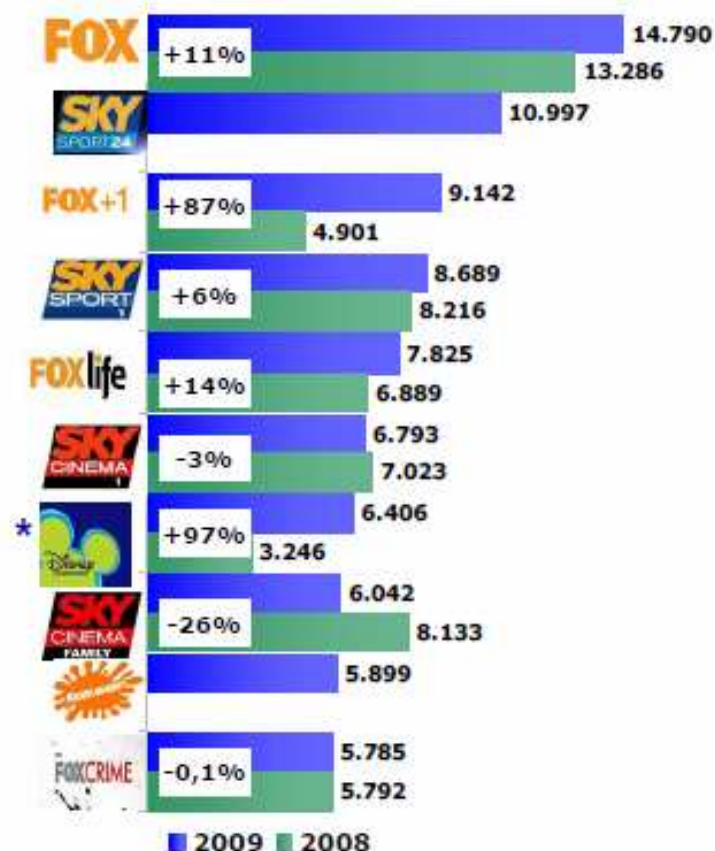
Tv Sat: i 10 canali più visti

Audience Minuto Medio

Individui



Adu 15-34



Starcom™

Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB Giugno 2009 vs omologo 2008 Fascia 02.00-02.00

* Audience comprensiva della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

Tv Sat: classifica programmi per fascia (no sport)

Individui

	Audience minuto medio			Fascia Oraria
Grande grosso e Verdone (1a)		01 giugno	432.066	22 - 23
Grande grosso e Verdone (1a)		01 giugno	381.617	21 - 22
Il cacciatore di aquiloni (1a)		08 giugno	313.248	22 - 23
Grande grosso e Verdone (1a)		01 giugno	301.219	23 - 24
27 volte in bianco (1a)		29 giugno	299.345	21 - 22
Grande grosso e Verdone		02 giugno	293.400	22 - 23
Grey's Anatomy		01 giugno	291.834	21 - 22
27 volte in bianco (1a)		29 giugno	280.345	22 - 23
Il cacciatore di aquiloni (1a)		08 giugno	280.207	21 - 22
Programma protezione principesse		08 giugno	280.093	15 - 16



Starcom™

Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB Giugno 2009 Fascia 02.00-02.00

* Audience comprensiva della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

Tv Sat: classifica programmi per fascia (no sport)

Adu 15-34

Audience minuto medio				Fascia Oraria
Grande grosso e Verdone (1a)	SKY CINEMA	01 giugno	121.256	22 - 23
Grey's Anatomy	FOXlife	29 giugno	115.442	21 - 22
Grey's Anatomy	FOXlife	01 giugno	110.850	21 - 22
Grande grosso e Verdone (1a)	SKY CINEMA	01 giugno	110.490	21 - 22
Lost	FOX	08 giugno	106.309	22-23
Grey's Anatomy	FOXlife	15 giugno	101.167	21 - 22
Lost	FOX	29 giugno	98.161	22 - 23
Lost	FOX	15 giugno	93.554	22-23
Grey's Anatomy	FOXlife +1	22 giugno	92.237	22-23
Ratatouille	SKY CINEMA FAMILY	22 giugno	87.339	21 - 22



Starcom™

Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB Giugno 2009 Fascia 02.00-02.00

* Audience comprensiva della quota derivante dalla piattaforma digitale terrestre

Tv Digitali: classifica programmi per fascia Solo Sport

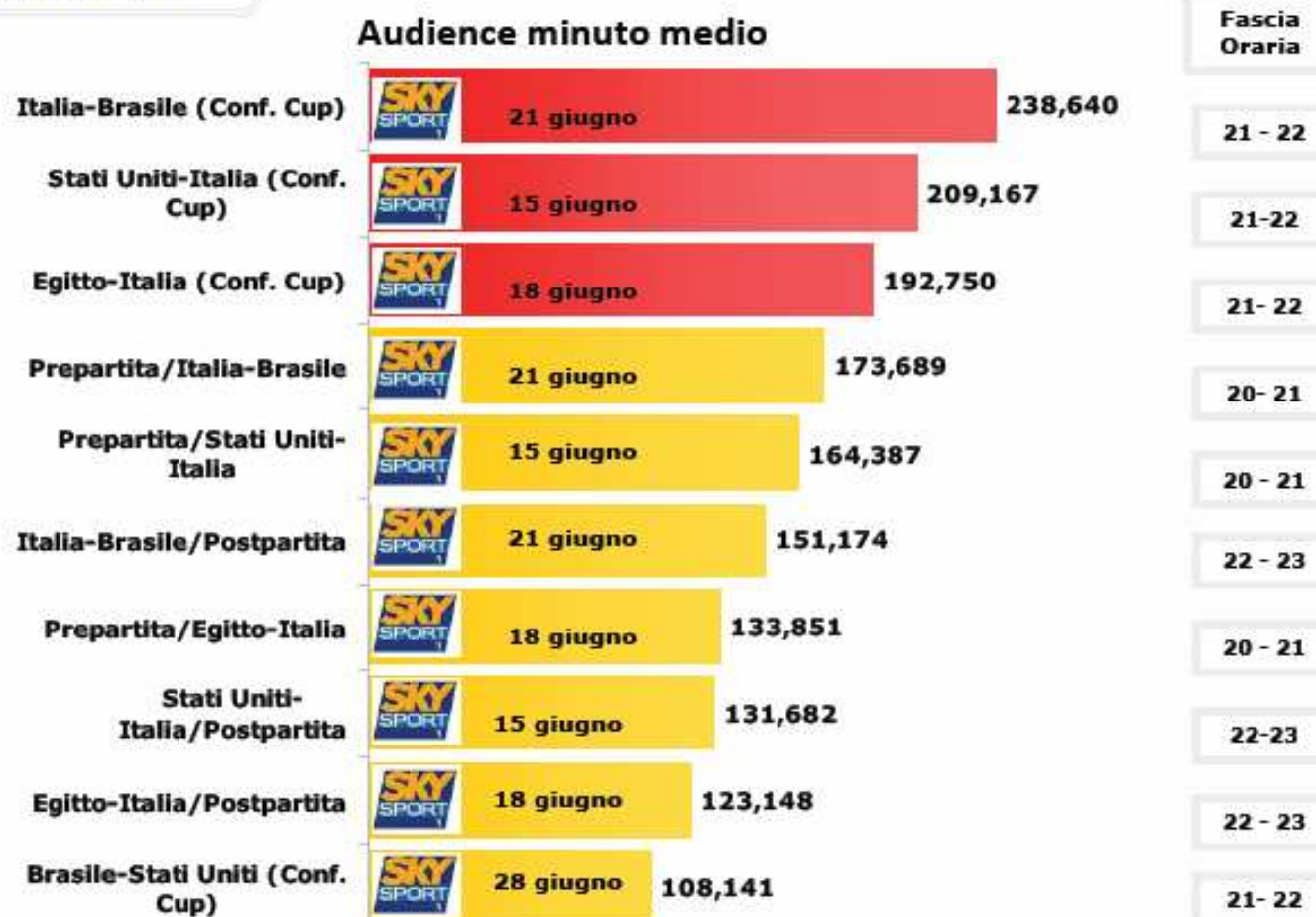
Adu 15-34

Audience minuto medio				Fascia Oraria
Italia-Brasile (Conf. Cup)		21 giugno	238,640	21 - 22
Stati Uniti-Italia (Conf. Cup)		15 giugno	209,167	21-22
Egitto-Italia (Conf. Cup)		18 giugno	192,750	21- 22
Prepartita/Italia-Brasile		21 giugno	173,689	20- 21
Prepartita/Stati Uniti-Italia		15 giugno	164,387	20 - 21
Italia-Brasile/Postpartita		21 giugno	151,174	22 - 23
Prepartita/Egitto-Italia		18 giugno	133,851	20 - 21
Stati Uniti-Italia/Postpartita		15 giugno	131,682	22-23
Egitto-Italia/Postpartita		18 giugno	123,148	22 - 23
Brasile-Stati Uniti (Conf. Cup)		28 giugno	108,141	21- 22



Tv Digitali: classifica programmi per fascia Solo Sport

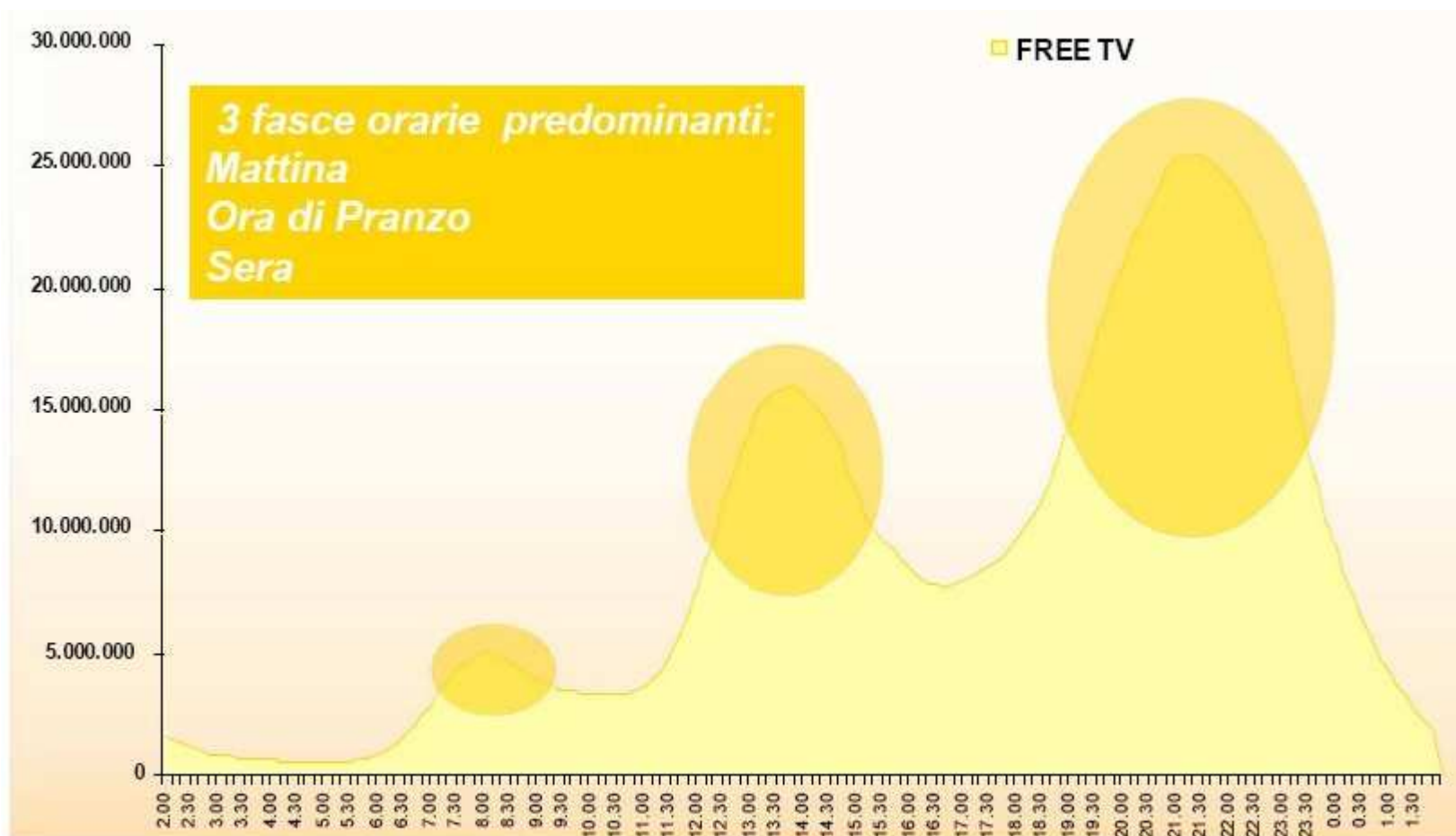
Adu 15-34

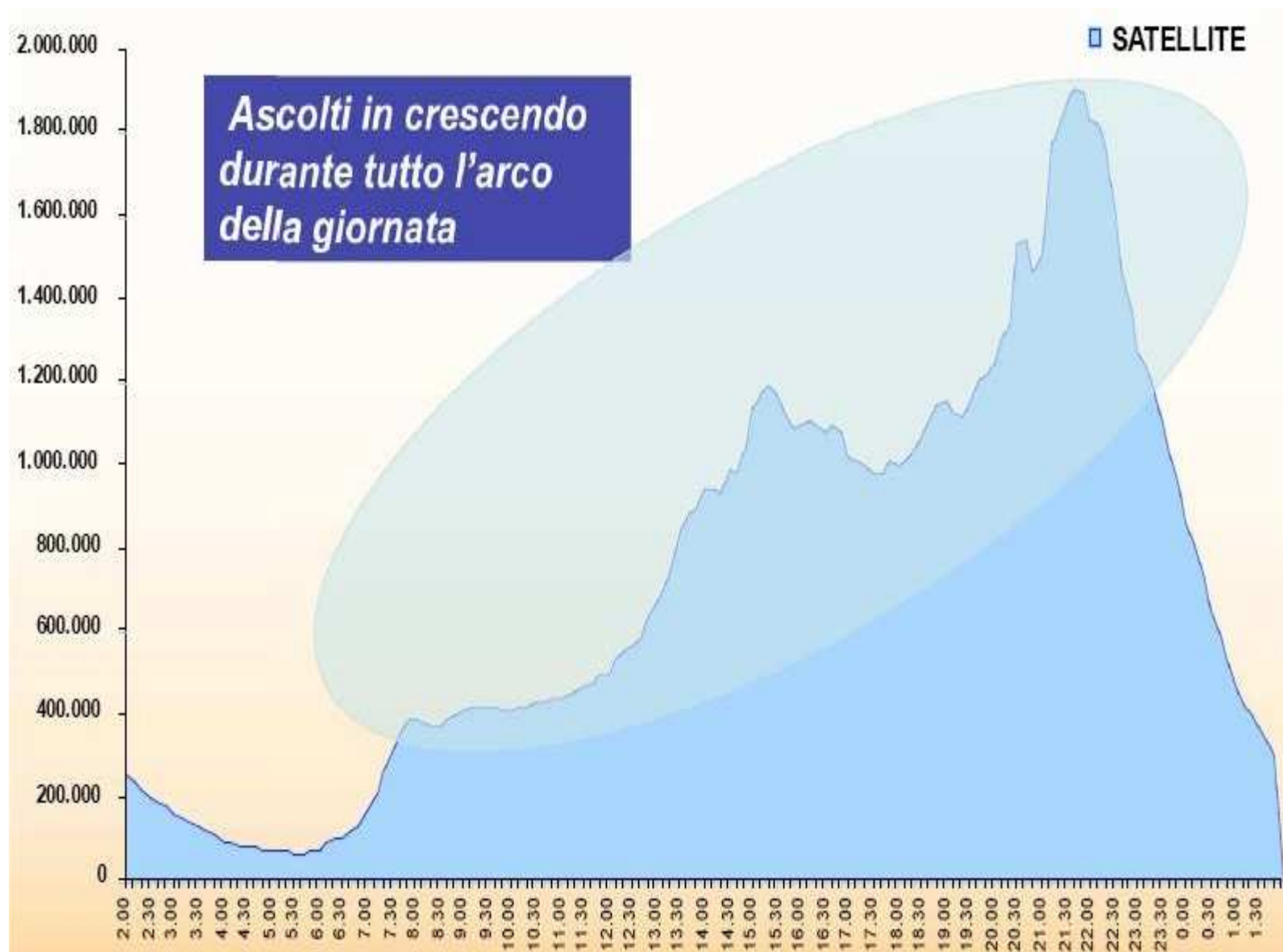


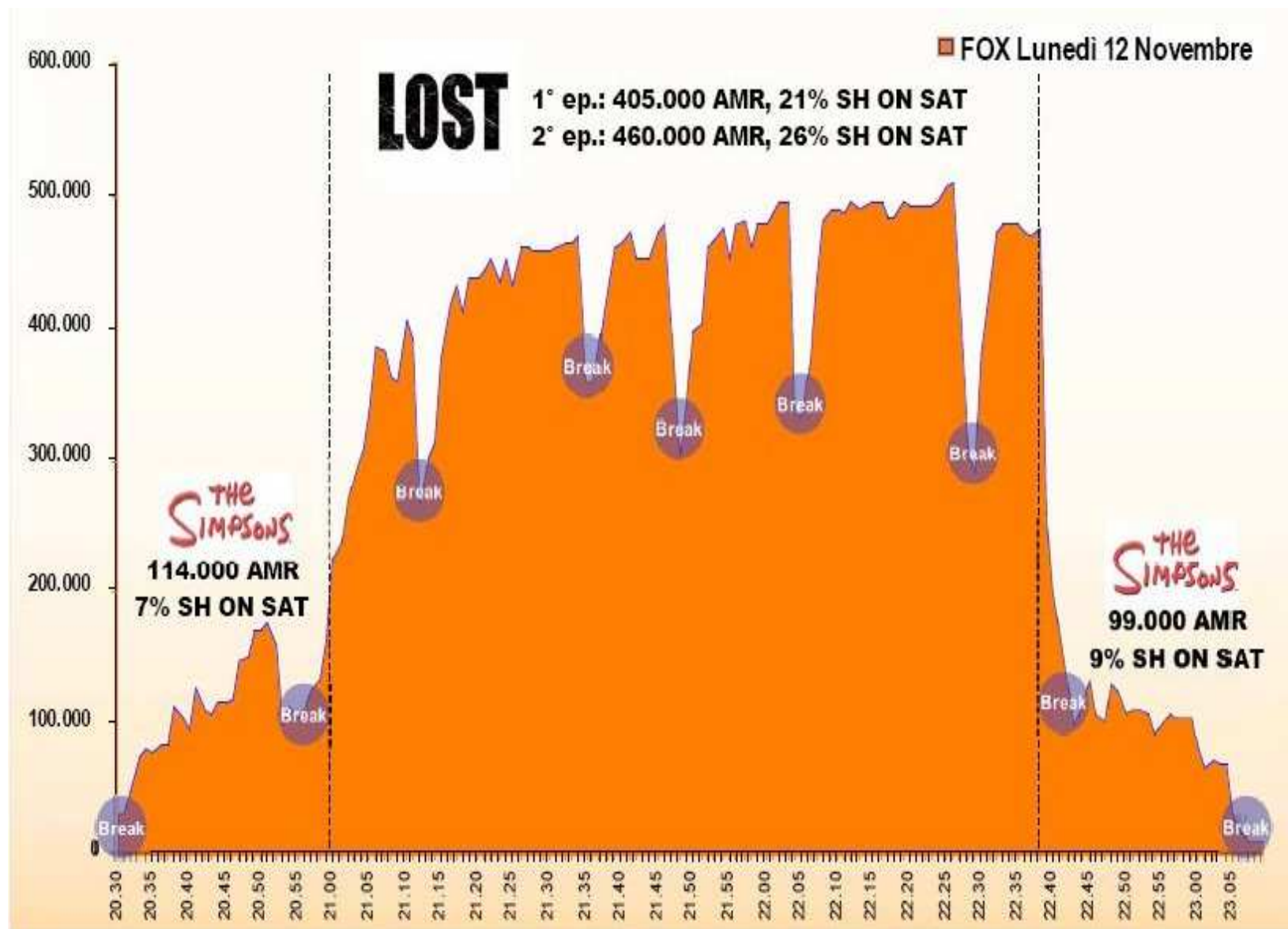
Starcom™

Fonte: Elaborazioni Starcom Italia su dati Auditel AGB Giugno 2009 Fascia 02.00-02.00

•ANALISI GIORNALIERA

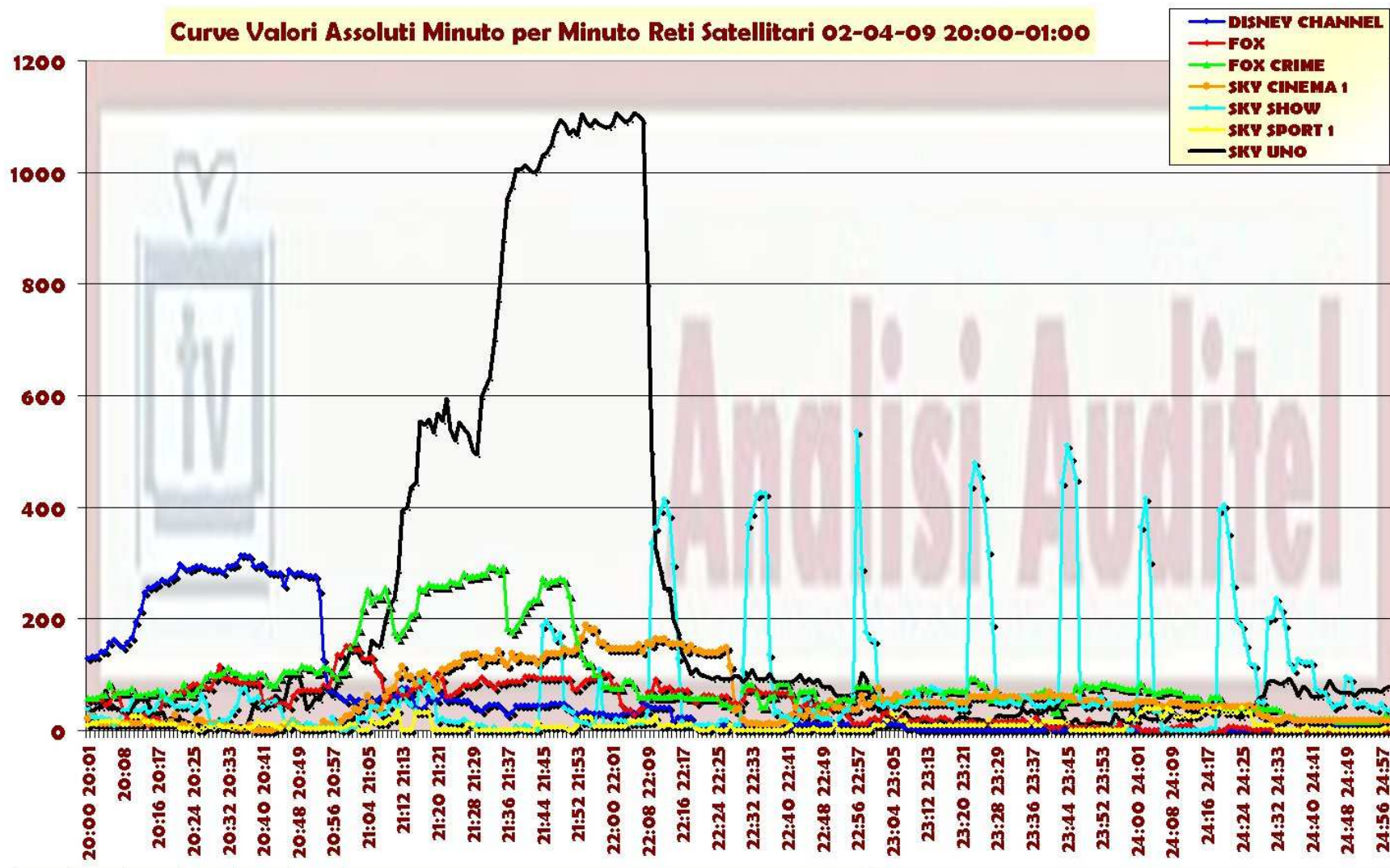




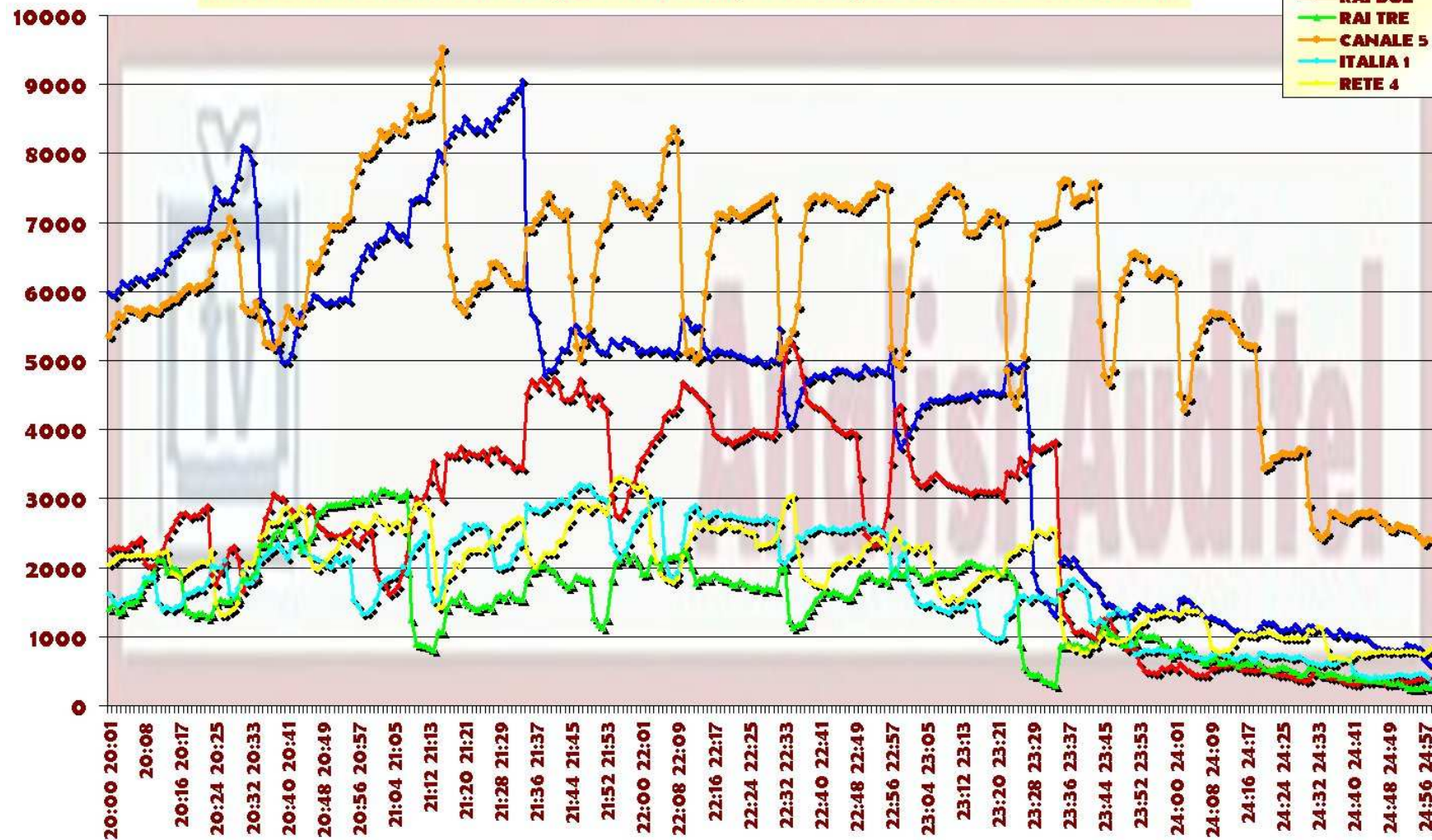


•EFFETTO FIORELLO: 2 APRILE 2009

(elaborazione tvblogger)



Curve Valori Assoluti Minuto per Minuto Rai/Mediaset/Sat 02-04-09 20:00-01:00



I numeri

Gli spettatori davanti alla televisione giovedì sera

Tutti i canali	Canali Sky		
27.618.254	SkyUno	Fiorello Show	1.015.000
Incremento rispetto a giovedì scorso	Fox Crime	C.S.I.	373.000
+ 908.002	Sky Cinema 1 +1 e HD	Human trafficking	194.476
	Fox Life	Lipstick Jungle	31.867

Fiorello debutta su SkyUno con un milione di spettatori Ma Mediaset attacca: i vincitori siamo noi

LEANDRO PALESTINI

ROMA
Il debutto del *Fiorello Show* ha portato a Sky 1 milione e 15 mila telespettatori, con il 3,53 per cento di share. A Sky si festeggia il «record», si sottolinea che «sono ascoltati da partite di calcio» e i 35 minuti di show hanno vivificato SkyUno (canale 109), che da SkyVivo ha avuto in dote solo 70 mila affezionati.

Ma la statistica è una coperta che ognuno tira a proprio vantaggio. Il presidente Mediaset, Fedele Confalonieri, raffredda l'euforia di Sky citando Shakespeare: «Molto rumore per nulla. Come ascolti, Fiorello è quasi un flop. Mi è sembrato spento».

sulla qualità mi è sembrato un po' spento». Dal Biscione sottolinea che il *Grande Fratello* è stato giovedì sera il programma più visto della tv italiana con il 28,5 per cento di share.

Altro argomento discusso è

**Confalonieri:
«Molto rumore per
nulla. Come ascolti
è quasi un flop. Mi
è sembrato spento»**

la «cannibalizzazione» del *Fiorello Show*, a discapito di altri canali Sky. A chi succhia fan Fiorello? Dai dati Auditel si direbbe che le reti più penalizzate sono le Fox, quelle dedicate

BASTA NUMERI, GODIAMOCELO E STOP

ANTONIO DI POLLINA

Un milione di spettatori è tanto o poco? Ci voleva l'operazione Fiorello per regredire a un simile dilemma e far volare gli stracci. Ne sono volati, ieri, quando Mediaset, offesa dalla centralità fiorelliana e di Sky delle ultime settimane, ha diramato un nervosissimo comunicato precisando che Fiorello è stato un flop. Confalonieri ha profuso sarcasmo, ma la sua frase più significativa è: «Per fare quegli ascolti Fiorello poteva andare a La 7». Che non ha senso, ma il suo effetto lo fa: dimostrando a Sky che mettersi a giocare con le manfrine della tv generalista è pericoloso. Oltre che esplosivo quando di mezzo ci vanno i fatturati pubblicitari. Per fortuna già ieri sera era di nuovo Fiorello, una sfida che Sky vincerà quando a nessuno importerà quanto avrà fatto ma gli abbonati se lo godranno e basta. Cioè forse mai.



IL FINITO LETTERMAN
Fiorello nella puntata di ieri sera con Francesco Rutelli

all'intrattenimento, allo sport, ai bambini. In attesa che il «terremoto» Fiorello si assesti, dalla pay tv smentiscono la cannibalizzazione: «Quasi il 40 per cento dei nostri abbonati ha scelto Fiorello, il restante 60 per cento ha potuto

solo sommandoli si spiegano i 4,7 milioni di abbonati. E Mediaset insiste nei raffronti: «Tra le 21.32 e le 22.08, orario in cui erano in onda il programma-evento e su Sky Uno e *Grande Fratello* su Canale 5, gli abbonati Sky hanno preferito guardare il reality di Mediaset (24,30 per cento) e solo il 15,37 per cento ha visto la nuova proposta della tv a pagamento di cui è cliente».

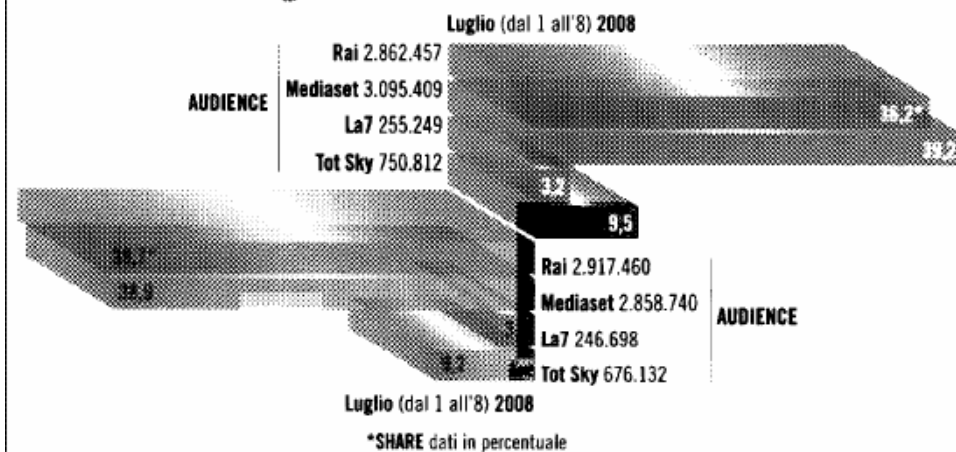
Fiorello non vuole più vivere con l'assillo dell'Auditel. Così non rilascia dichiarazioni sul suo successo. E ieri sera è andato in onda (in perfetta forma) con una puntata vivace, scherzando su Vaticano e preservativi, citando il Papa e padre Georg. Ospiti: Francesco Rutelli, Andrea Bocelli, Antonio Marano, Afef.

REPUBBLICA.IT

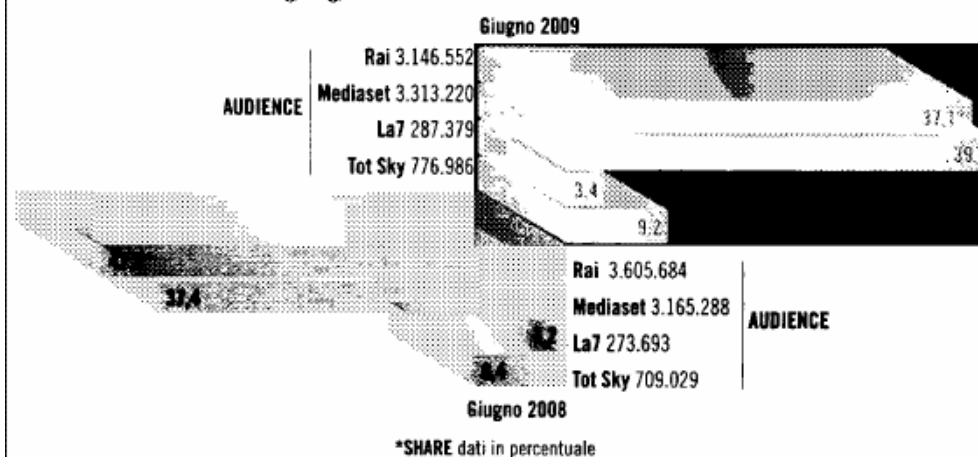
Bova poliziotto
al cinema:
ha girato scene
insieme ad
agenti veri

comunque dividersi tra cinema, sport, telefilm, programmi divulgativi, proposte per bambini, news, musica». Ma nella rilevazione Auditel dei canali Sky i numeri sono parcellizzati,

Audience e share: gli ultimi dati...



...e l'andamento a giugno



Fonti

- www.sky.it
- www.google.it
- www.sdabocconi.it
- www.dvb.org
- www.satellitenews.net
- www.newscorp.com
- ITMEDIA CONSULTING
- www.repubblica.it
- www.corriere.it
- www.agcom.it
- www.rai.it
- www.mediaset.it