

L'ascolto della Televisione in ITALIA nel corso del 2009

giorgio di martino

responsabile Media Fondazione ACCADEMIA di Comunicazione

Con la consegna da parte di AUDITEL dei **dati medi** di ascolto relativi all'anno 2009 , è ora possibile fare il punto sulle scelte degli italiani tra le varie offerte di rete disponibili . L'analisi che è stata condotta si riferisce agli **ascolti MEDI** stimati per l'intervallo giornaliero compreso tra le **20,30 e le 22,29** che , come noto , concentra il più alto livello di pubblico .

1 . L'ascolto GLOBALE

Abbiamo effettuato un confronto con l'anno precedente (**2008**) come riportato in tabella 1 .

Tabella 1

	2009	2008
Universi Auditel (.000)	57.093	56.775
Ascolto medio annuo (.000)	24.429	24.165
% di penetrazione	42,79	42,56

che mostra una variazione % minima a livello nazionale .

Ben diversi sono i risultati se si prendono in considerazione le aree convenzionali del territorio , come riportato in tabella 2 .

tabella 2

	2009	2008
NORD OVEST		
Universi Auditel (.000)	15.113	15.032
Ascolto medio annuo (.000)	6.771	6.827
% di penetrazione	<u>44,8</u>	<u>45,4</u>
NORD EST		
Universi Auditel (.000)	10.833	10.753
Ascolto medio annuo (.000)	4.550	4.555
% di penetrazione	<u>42,0</u>	<u>42,4</u>
CENTRO		
Universi Auditel (.000)	11.173	11.049
Ascolto medio annuo (.000)	4.842	4.712
% di penetrazione	43,3	42,6
SUD		
Universi Auditel (.000)	13.544	13.521
Ascolto medio annuo (.000)	5.597	5.440
% di penetrazione	41,3	40,2
ISOLE		
Universi Auditel (.000)	6.430	6.420
Ascolto medio annuo (.000)	2.669	2.631
% di penetrazione	41,5	41,0

Nel Nord si registra un **calo** nell'ascolto della Tv - più forte nell'Ovest che non nell'Est - , compensato da un **aumento** nel centro sud . Abbiamo approfondito l'analisi territoriale mettendo a confronto alcune regioni significative per popolazione residente (tabella 3) . La **Lombardia** , con popolazione quasi doppia rispetto alle altre regioni considerate , presenta un **calo pari all' 1,31%** , mentre le regioni meridionali presentano aumenti interessanti man mano ci si sposta verso il basso

Lazio +1,43%
Campania + 2,25%
Sicilia + 2,74%

tabella3

	2009	2008
LOMBARDIA		
Universi Auditel (.000)	9.211	9.153
Ascolto medio annuo (.000)	4.077	4.105
% di penetrazione	<u>44,3</u>	<u>44,8</u>
VENETO		
Universi Auditel (.000)	4.611	4.577
Ascolto medio annuo (.000)	2.001	1.968
% di penetrazione	<u>43,4</u>	<u>43,0</u>
LAZIO		
Universi Auditel (.000)	5.310	5.221
Ascolto medio annuo (.000)	2.256	2.187
% di penetrazione	<u>42,5</u>	<u>41,9</u>
CAMPANIA		
Universi Auditel (.000)	5.548	5.537
Ascolto medio annuo (.000)	2.216	2.163
% di penetrazione	<u>39,9</u>	<u>39,1</u>
SICILIA		
Universi Auditel (.000)	4.821	4.815
Ascolto medio annuo (.000)	1.934	1.880
% di penetrazione	<u>40,1</u>	<u>39,0</u>

2 . L'ascolto per reti e aggregati di reti

La parte del leone continua ad essere quella di **RAI 1** e di **Canale 5** , rispettivamente con il **22,36%** e il **21,05%** di share a livello nazionale . Ben diverse si presenta la share se si scende sul territorio , come riportato in tabella 4 .

tabella 4

	valori medi di share	
	RAI 1	CANALE 5
nord ovest	16,04	21,21
nord est	20,42	19,05
centro	25,32	19,02
sud	27,57	22,82
isole	25,40	24,05
Italia	22,36	21,05

L'ammiraglia pubblica presenta una forte variabilità territoriale , con un picco nell'area sud (+ 71,9% rispetto al nord ovest) , mentre canale 5 presenta una variabilità più contenuta . E' poi interessante sottolineare che dal confronto col 2008 , **Rai 1 è passata dal 22,67% al 22,36% (con un calo relativo dell'1,37%)** mentre **Canale 5 è passato dal 20,71% al 21,05% (con un incremento relativo dell '1,64%)**.

Passando ad esaminare gli "aggregati" **RAI 2 + RAI 3** e **ITALIA 1 + RETE 4** rileviamo per il primo una share del **19,45%** e per il secondo del **17,59%**.

Anche per questo insieme di reti vale la pena di guardare la variabilità territoriale (tabella 5):.

tabella 5

	valori medi di share					
	RAI 2	RAI 3	totale	ITALIA1	RETE4	totale
nord ovest	11,18	10,10	<u>21,28</u>	10,47	7,78	<u>18,25</u>
nord est	11,10	10,86	<u>21,96</u>	10,20	8,81	<u>19,01</u>
centro	10,24	10,00	<u>20,24</u>	8,47	6,61	<u>15,08</u>
sud	7,79	8,27	<u>16,06</u>	9,77	8,27	<u>18,04</u>
isole	9,63	6,63	<u>16,26</u>	9,70	7,57	<u>17,27</u>
Italia	10,03	9,42	19,45	9,78	7,81	17,59

Per le due reti pubbliche esiste un problema nel sud/sole (differenza superiore a **5 punti** di share con il nord) , mentre per due reti Mediaset si osserva un buon equilibrio territoriale con un problema nel Centro .

Se infine si considera l'insieme delle SEI reti generaliste si ricava una share pari all' **80,45%** a livello nazionale che , se confrontata con l'analoga del **2008 (83,01%**) , permette di evidenziare un **calo** di poco inferiore a **3 punti** , tutti a vantaggio sia delle reti minori che del mondo delle reti satellitari .

Passando ad esaminare il residuo **19,55 %** di share dell'**ascolto complessivo** , tra le reti ed aggregati pubblicati da Auditel , abbiamo preso in considerazione

LA 7	2,64%
Le satellitari pubblicate e non	8,13%
Altre emittenti terrestri	6,34%

Rispetto al 2008 , **LA 7** è rimasta praticamente **invariata** ; le **TV satellitari** nel 2008 presentavano una share del **7,15 %** e quindi hanno registrato un **incremento del 13,7 %** ; infine , l'insieme "**altre emittenti terrestri**" che possiamo considerare con la voce equivalente "**TV locali**" , sono passate da un 5,43% di share del 2008 a un 6,34% del 2009 realizzando un **incremento del 16,76 %** .

3 . La complessità del mondo televisivo

Le analisi svolte nei due punti precedenti , anche se dimostrano che qualche cosa è cambiato nel 2009 rispetto al 2008 , non permettono di cogliere appieno la complessità dell' **OFFERTA televisiva** così come viene rilevata da Auditel . Inoltre , i dati esposti si riferiscono all'intervallo temporale **canonico del " prime time "** , mentre è sicuramente più esaustivo considerare **quello che succede " nell'intera giornata televisiva "** .

Nella tabella 6 abbiamo sintetizzato l'intera offerta Tv giornaliera relativa al mese di **gennaio 2010** appena pubblicata .

Tabella 6 : l'intera giornata televisiva (gennaio 2010)

	canali pubblicati	Ascolto medio 2,00 \ 25,59	Weight
TOTALE RAI	14	4.469.143	41,601
TOTALE MEDIASET	12	4.202.852	39,122
La7	1	289.284	2,693
Odeon 24	1	4.557	0,042
Canale Italia	1	19.276	0,179
7 Gold	1	48.299	0,450
TOTALE SKY	44	317.057	2,951
TOT. DE AGOSTINI EDIT.	2	4.418	0,041
TOTALE DIGICAST	3	8.864	0,083
TOTALE DISCOVERY	6	38.406	0,357
TOTALE DISNEY	8	98.061	0,913
TOTALE ELEMEDIA	3	4.905	0,046
TOTALE ESPN	2	2.269	0,021
TOTALE EUROSPORT	3	10.933	0,102
TOTALE FOX	16	172.841	1,609
TOTALE GIGLIO GROUP	2	3.592	0,033
TOTALE MTV-VIACOM	10	48.897	0,455
TOTALE ROCK TV	2	893	0,008
TOTALE GRUPPO SITCOM	4	14.571	0,136
TOTALE SWITCHOVER MEDIA	3	46.501	0,433
TOTALE TURNER	4	38.499	0,358
	112		

	Ab Channel	1	1.506	0,014
	Axn	1	9.043	0,084
	Coming Soon Television	1	1.107	0,010
	Cooltoon	1	1.354	0,013
(segue)	Current	1	3.657	0,034
	E! Entertainment	1	2.811	0,026
	Gambero Rosso Channel	1	4.014	0,037
	Hallmark	1	5.365	0,050
	Jimjam	1	1.173	0,011
	Lady Channel	1	4.928	0,046
	Match Music	1	262	0,002
	MGM Channel	1	6.598	0,061
	Rtl 102.5	1	3.215	0,030
	Supertennis	1	1.286	0,012
	Video Italia	1	1.934	0,018
	Voce	1	229	0,002
	Zone Fantasy	1	3.117	0,029
		17		
	Altre SATELLITARI NON PUBBLICATE		111.649	1,039
	Altre DIGITALI TERRESTRI		391.173	3,641
	Altre ANALOGICHE TERRESTRI		344.431	3,206
	Totale EMITTENTI	159	10.742.970	100,000

(1) l'orario 25,59 non è un refuso ma è il modo con cui Auditel indica l'ora "1 , 59"

Per la RAI vengono analizzate **14 canali** , per Mediaset **12** , seguono **4 canali minori** ; il mondo delle satellitari è composto da **15 aggregati per complessive 112 canali** e da **17 canali singoli** . Da ultime , le voci " altre " classificate secondo le modalità

analogico
digitale
satellitare .

Si , perché la " **seconda variabile di complessità** " è data dalla possibilità di sintonizzarsi sui vari canali sia con il *vecchio* sistema analogico , sia con il *nuovo* sistema digitale , sia - *a pagamento salvo rari casi* - con il sistema satellitare . A queste tre modalità vanno aggiunti altri **sistemi innovativi** di ricezione dei segnali televisivi di cui non parliamo perché ancora allo stato sperimentale .

Se questa in sintesi è la situazione , vedremo nel prossimo paragrafo come l'**ascolto medio giornaliero** si distribuisce tra le varie forme di ricezione .

4 . Classificazione dell'ascolto giorno medio per tipologie di ricezione

Come a tutti noto , la RAI sta progressivamente **trasformando** i suoi segnali terrestri dal sistema **ANALOGICO** al sistema **DIGITALE** : il tutto dovrebbe essere completato entro il 2012 .

Questa " *rivoluzione* " comporta per gli spettatori o di dotare il vecchio televisore di un decoder o di passare direttamente ai nuovi televisori digitali extrapiatti .

Compito di Auditel è anche quello di monitorare l'evolversi della situazione : il panorama più aggiornato disponibile è quello del mese di **gennaio 2010** riportato in tabella 7 .

tabella 7

	TOTALE ASCOLTO giorno medio	ANALOGICA TERRESTRE ascolto medio	SH%	DIGITALE TERRESTRE ascolto medio	SH%	SATELLITARE ascolto medio	SH%
TOTALE ITALIA	10.742.970	5.487.589	51,1	3.559.731	33,1	1.628.049	15,2
VALLE D'AOSTA	21.847	0	0	17.486	80	3.786	17,3
PIEMONTE	826.671	173.370	21,0	552.900	66,9	95.106	11,5
LIGURIA	264.716	161.625	61,1	49.503	18,7	51.589	19,5
LOMBARDIA	1.758.222	1.126.379	64,1	349.842	19,9	264.232	15
TRENTINO ALTO ADIGE	126.251	4	0,0	107.965	85,5	18.282	14,5
VENETO	886.890	696.822	78,6	120.713	13,6	66.151	7,5
FRIULI VENEZIA GIULIA	230.041	155.496	67,6	36.763	16	37.782	16,4
EMILIA ROMAGNA	734.126	527.888	71,9	75.009	10,2	123.429	16,8
MARCHE	300.754	207.417	69,0	23.276	7,7	69.758	23,2
TOSCANA	628.516	411.331	65,4	87.195	13,9	128.561	20,5
UMBRIA	146.196	97.952	67,0	18.293	12,5	25.896	17,7
LAZIO	948.686	31.600	3,3	734.475	77,4	174.224	18,4
CAMPANIA	965.527	3.084	0,3	824.550	85,4	131.710	13,6
ABRUZZO	248.030	180.203	72,7	35.322	14,2	30.875	12,5
MOLISE	56.967	41.522	72,9	2.737	4,8	12.703	22,3
PUGLIA	829.038	628.108	75,8	103.348	12,5	93.045	11,2
BASILICATA	117.527	92.150	78,4	6.983	5,9	18.391	15,7
CALABRIA	427.074	299.712	70,2	38.559	9	88.511	20,7
SICILIA	896.651	652.718	72,8	117.253	13,1	122.544	13,7
SARDEGNA	329.241	208	0,1	257.559	78,2	71.474	21,7

Famiglie con possesso di IPTV: (Dato espanso al 30/01/2010)

588.380

Dalla tabella si rileva che il sistema di ricezione **analogico** pesa per il **51,1%** a totale Italia , ma con valori pari a **ZERO** in Val d' Aosta , Trentino , Lazio , Campania e Sardegna , mentre nel resto della penisola siamo ampiamente sopra il **60%** . Per contro il sistema **digitale** vale **33,1%** a totale Italia , ma , in realtà è presente nelle regioni dianzi citate con valori attorno all' **80%** alle quali v'è aggiunto il Piemonte in cui è attualmente in corso la trasformazione .

Il sistema **satellitare** , infine , si attesta sul **15,2 %** a totale penisola , ma in cinque regioni (Marche , Toscana , Molise , Calabria , Sardegna) supera il **20 %** .

5. Il mondo delle TV Locali .

Il mondo delle TV locali presentato da Auditel nella sintesi di tabella 6 con le voci

Altre **DIGITALI TERRESTRI** Altre **ANALOGICHE TERRESTRI**

viene descritto **analiticamente ogni mese** con una elaborazione " ad hoc " e con una pubblicazione di dati di **sintesi annuale** alla quale ci riferiamo (2009) con i dati di seguito esposti .

Una delle domande più ricorrenti che ci si sente porre è "se la gente le ascolta e come le ascolta"

Per dare una risposta statistica al quesito ,si può utilizzare quello che in gergo viene definito

indicatore di performance sul periodo

che , partendo dai **CONTATTI NETTI DEL PERIODO** rappresentati , per ciascuna emittente , dal numero di spettatori " che si sono sintonizzati per almeno un minuto " nell'anno **2009** , ricerca all'interno di questo " universo "

a) i contatti netti per almeno (10) - 20 minuti espressi in %

b) gli spettatori con almeno (10) - 20 contatti intendendosi per tali quegli spettatori " che si sono sintonizzati un MINIMO di 20 VOLTE "

Nella tabella 8 abbiamo riportato , regione per regione , i livelli di performance 2009 delle TV locali più rappresentative

tabella 8

REGIONI	popolazione + 4 (.000)	N° TV più significative per regione	Indici di performance			
			contatti netti 2009	contatti per almeno 20' consec.	spettatori lordi sintonizzati almeno 20 volte	
			Somma lorda (.000)	%	(.000)	% su popol.
Piemonte V.A.	4.222	2	6.499	32,6	1.930	45,7
Liguria	1.560	3	3.385	45,9	1.543	98,9
Lombardia	9.211	5	40.057	29,8	12.508	135,8
Trentino-Alto Adige	957	2	1.457	51,7	736	76,9
Veneto	4.611	6	26.634	40,1	11.110	240,9
Friuli-Venezia Giulia	1.175	2	1.777	47,9	903	76,8
Emilia-Romagna	4.090	5	16.326	35,7	5.836	142,7
Marche	1.488	2	2.292	47,2	987	66,3
Toscana	3.528	5	13.543	40,6	5.396	152,9
Umbria	847	2	1.947	23,6	394	46,5
Lazio	5.310	5	19.405	34,0	4.758	89,6
Campania	5.548	5	23.660	57,4	10.799	194,6
Abruzzo	1.270	2	2.182	51,8	1.018	80,2
Molise	310	1	237	83,1	197	63,5
Puglia	3.917	4	14.453	60,1	8.349	213,1
Calabria	1.928	6	4.153	47,6	1.633	84,7
Sicilia	4.821	4	12.466	53,0	5.749	119,2
Sardegna	1.609	2	5.146	34,2	1.508	93,7
Totale	56.402	63	195.619	41,6	75.354	133,6

Considerando soggettivamente 63 televisioni come le più significative nell'insieme delle regioni ,esse hanno prodotto

195.619.000 di contatti netti annui nel corso del 2009

pari a

16.300.000 di contatti medi \ MESE

di cui

il 41,6 % medio " per almeno 20 minuti consecutivi "

Se invece si considerano i comportamenti di ascolto secondo l'Indicatore di performance

" sintonizzati ALMENO 20 volte "

si ottiene un insieme di "spettatori lordi " pari a **75.354.000** che producono un **INDICE di CONCENTRAZIONE** sulla intera popolazione italiana pari a **133,6** , valore tutt'altro che trascurabile per valutare le TV locali come "media pubblicitario " valido per azioni di comunicazione mirate sul territorio .