

Canali Tv nazionali 2024

- Premessa: come cambia la TV
- Il processo di refarming della Banda 700 e il passaggio al DVB-T2
 - La conferenza ITU-R WRC-23 e l'evoluzione del digitale terrestre
- Smart tv: raggiunto il 60% delle famiglie italiane
 - Prominence
- Lo standard HbbTv e la piattaforma DTT
- I servizi SVoD e l'avvento del FAST
 - Evoluzione dei servizi SVoD
 - I dati di consumo delle offerte SVoD
- L'offerta di canali tv negli ultimi 12 anni (2012 - 2023)
- I Canali Tv broadcast nel 2023

1

Negli ultimi anni lo scenario televisivo è cambiato profondamente con diversi e importanti passaggi. Dopo l'aumento dei consumi streaming, avvenuto durante la pandemia (2020), e lo sviluppo dei servizi DTC (Direct-To-Consumer), gli anni successivi (2021-2022), hanno visto nuove strategie distributive, picco delle produzioni, e la conclusione del processo di *refarming* della banda 700 che ha coinvolto l'intera filiera televisiva italiana (nazionale e locale).

Dal 2023, tra apparecchi televisivi sempre più ibridi e mutate abitudini di consumo, all'interno delle mura domestiche iniziano a delinearsi nuovi rapporti di forza tra broadcast e streaming, esperienza lineare e on demand, operatori nazionali e "glocal".

Il processo di refarming della Banda 700 e il passaggio al DVB-T2

Il processo di riorganizzazione della banda 700, avvenuto nel biennio 2021-2022, ha riguardato tutte le reti e i programmi nazionali e locali della piattaforma digitale terrestre (cambi di frequenza), mentre i programmi (canali tv) sono passati tutti alla codifica Mpeg-4.

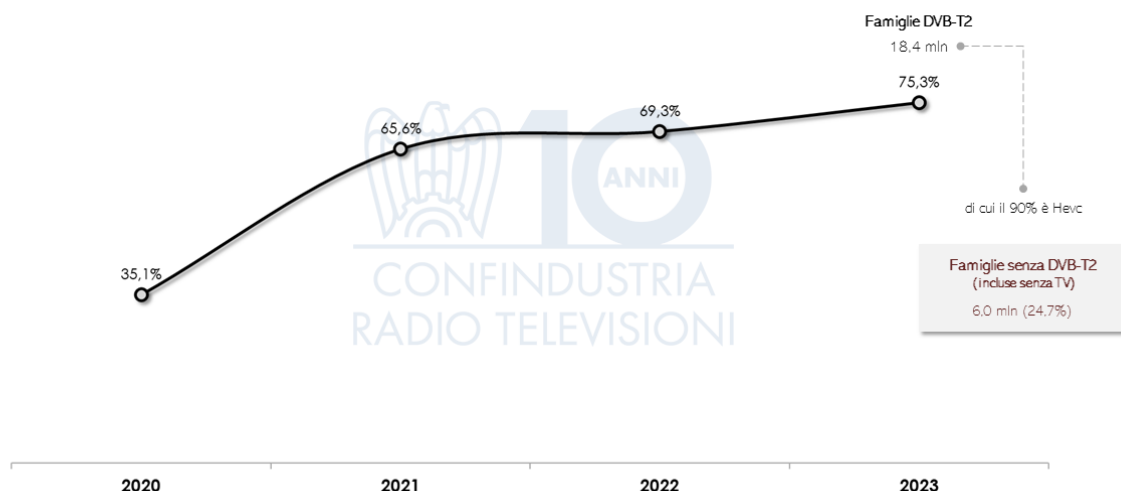
Il passaggio definitivo allo standard trasmissivo DVB-T2 ¹ è stato rimandato rispetto alla roadmap originaria, considerato l'alto numero di dispositivi di ricezione DVB-T ancora presenti nelle abitazioni degli italiani.

A dicembre 2022, le famiglie italiane ancora con solo apparecchi DVB-T si attestavano intorno al 28% del totale.

¹ Il DVB-T2 è l'ultima generazione dello standard per trasmettere contenuti attraverso il sistema originario del digitale terrestre DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial).

A un anno di distanza (dicembre 2023), sono circa 18,4 milioni le famiglie su 24,5 milioni dotate di almeno un apparecchio DVB-T2 (75% del totale) e ancora oltre 5 milioni le famiglie con tutti gli apparecchi DVB-T (le restanti sono prive di TV). ²

Famiglie con accesso alle trasmissioni DVB-T2



Fonte: elaborazioni su dati Auditel, Ricerca di Base, MM5-7 2023

Con il completamento della transizione alla nuova tv digitale (2022), ³ l'assetto del nuovo digitale terrestre conta complessivamente 11 multiplex nazionali attivi (il 12° multiplex è in attesa di assegnazione per il mancato accordo tra Europa 7 e Premiata Ditta Borghini e Stocchetti) su cui sono presenti, a fine 2023, 107 canali tv e 16 canali radiofonici broadcast. ⁴

La Conferenza ITU-R WRC-23 e l'evoluzione del digitale terrestre. Rimanendo in ambito "frequenziale", a fine 2023 si è tenuta Dubai UAE la conferenza ITU-R WRC-23.⁵ La World Radio Conference (WRC) è una conferenza convocata periodicamente dall'ITU (Unione Internazionale delle Telecomunicazioni – Settore radiocomunicazioni) ⁶ per rivedere, se necessario, il trattato internazionale che disciplina l'uso dello spettro delle radiofrequenze (Radio Regolamento).

In questa edizione, tra i temi più rilevanti per il settore si è parlato della destinazione futura della cosiddetta banda sub-700 (UHF da 470 a 694 MHz), attualmente utilizzata dalla Tv nell'area che comprende Europa, Africa, Paesi dell'ex Unione Sovietica e Medio Oriente. Dopo quattro settimane

² Ricerca di Base IPSOS per Auditel rilevazione MM6-1 2024 (d.m. 22/08). Nel 2023 le famiglie con un apparecchio tv sono circa 23,6 milioni (97% del totale famiglie).

³ La transizione alla nuova tv digitale si è avviata operativamente il 1° gennaio 2020 e si è articolata in più fasi/passaggi: 2 fasi di rilascio delle frequenze con il rilascio temporaneo delle frequenze (canali UHF 50-53) nelle "aree ristrette" potenzialmente interferenti con i Paesi confinanti (conclusa nel dicembre 2021); ricollocazione sulle frequenze definitive del nuovo PNAF nella banda sub-700 (tutte le aree, gradualmente, e tutti i canali nazionali e locali); rilascio della codifica di compressione da Mpeg-2 per Mpeg-4 con passaggio in nero dei ricevitori televisivi non predisposti per ricevere l'alta definizione.

⁴ Non sono inclusi i canali tv duplicati (feed), i canali di servizio (cartello nero) e i canali tv/radio in modalità HbbTv.

⁵ CRTV ha partecipato alla delegazione italiana presieduta dalla Direzione generale per le tecnologie delle comunicazioni e la sicurezza informatica - Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del MIMIT.

⁶ ITU rappresenta l'organizzazione delle Nazioni Unite che si occupa di definire gli standard nelle telecomunicazioni e le regole nell'uso delle radiofrequenze. ITU-R si occupa del settore radiocomunicazioni.

di negoziazione si è raggiunta la decisione di lasciare inalterata la Tabella di attribuzione primaria al solo broadcasting di tali frequenze in Europa. In altre parole, a partire dal 2025, solo i Paesi Arabi del Medio Oriente e l'Egitto potranno utilizzare la banda 614-694 MHz per i servizi mobili (IMT) con attribuzione primaria, ma con limitazioni per proteggere i servizi broadcast esistenti e futuri dei Paesi confinanti.

I Paesi Europei potranno invece usare la banda 470-694 MHz con una attribuzione secondaria, come richiesto dalla European Common Proposal della CEPT e dalla Decisione UE (UE 899/2017). Per Italia e Spagna la situazione è di NO-CHANGE con broadcasting primario senza alcun riferimento ad altre attribuzioni. Alla prossima conferenza WRC del 2031 verrà rivalutata la situazione, ma limitatamente alla banda 600 (614-694 MHz).

Si tratta di un risultato di estrema rilevanza per il broadcasting radiotelevisivo europeo e italiano, che può, così, di contare su certezza di risorse frequenziali per investire nell'evoluzione della piattaforma di diffusione, e sviluppare servizi ad alta qualità e nuove tecnologie distributive (i.e. 5G broadcast).

Smart tv: raggiunto il 60% delle famiglie italiane

Come già sottolineato in più occasioni, negli ultimi anni si è assistito a un profondo cambiamento delle modalità di offerta e di consumo dei contenuti audiovisivi avvenute, da una parte, con i diversi dispositivi mobili (smart phone e tablet), che hanno facilitato la fruizione *anytime* e *anywhere*; dall'altra con il progressivo ingresso sul mercato degli apparecchi Tv collegabili a Internet che, emulando il comportamento degli smartphone (da cui il nome smart TV), hanno portato tali modifiche dei consumi anche sugli schermi domestici.

Numero di device / screen tv (2023)

milioni	2017	2023	Δ% (2023-17)
TOTALE apparecchi tv	42,8	43,4	+1,5%
Smart tv / dispositivi esterni (connessi)	5,3	18,7	+248,6%
PC (collegati a Internet)	19,2	20,4	+6,1%
Tablet	7,4	7,6	+3,0%
Smartphone	41,9	50,6	+20,7%
Totale Screen	111,3	122,0	+9,6%
Totale Screen connessi	73,8	97,3	+31,7%
No. Medio per famiglia	4,6	5,0	+8,8%

Fonte: Rapporto Auditel-Censis, dati relativi alla MM 1-3 per il 2022 e 2023.

Secondo l'ultimo rapporto Auditel-Censis, nel 2023 il numero totale degli schermi (i.e. smartphone, pc, tablet, smart tv) presenti nelle abitazioni degli italiani è arrivato a 122 milioni, per una media di 5

unità a famiglia. Tra questi, i dispositivi connessi sono 97,3 milioni (circa 80% sul totale), in crescita del 31,7% negli ultimi sette anni (2017-2023).⁷

Il ricambio dei televisori tradizionali con le smart tv, già in atto da qualche anno, è stato indubbiamente accelerato dalla transizione tecnologica legata al rilascio della banda a 700 MHz. Nel 2023 ci sono 21,0 milioni di smart tv nelle case degli italiani, che rappresentano il 48,0% delle tv presenti, di cui circa la metà sono state acquistate negli ultimi cinque anni. Ampliando il perimetro alle cosiddette *connected Tv*, identificate dalle smart tv più i dispositivi esterni, il totale arriva a 22,8 milioni di unità.

Connected tv nelle case delle famiglie italiane (2023)

Connected Tv	2017	2023	Δ% (2017-12)	% famiglie
Smart Tv	7,4	21,0	+183,0%	60,3%
di cui collegate a Internet	3,8	17,1	+350,3%	47,1%
Connected Tv (Smart Tv + dispositivi esterni)	10,1	22,8	+125,8%	64,0%
di cui collegate a Internet	5,3	18,7	+248,6	50,1%

Fonte: Rapporto Auditel-Censis, dati relativi alla MM 1-3 per il 2022 e 2023.

Cinque anni fa una famiglia su quattro possedeva una smart tv, oggi la tv di nuova generazione è nel 60% delle abitazioni italiane, ovvero più della metà. Secondo la ricerca di base Auditel, non tutte queste famiglie, però, utilizzano l'apparecchio al meglio delle sue possibilità. Le smart tv effettivamente collegate a Internet sono solo 17,1 milioni, ovvero circa il 40% del totale delle televisioni presenti; quindi, utilizzate dal 47% delle famiglie italiane.

Prominence. Il processo di ibridazione delle piattaforme tradizionali (broadcast) con l'IP modifica anche il modo con cui l'utente cerca e trova i contenuti, garantendo spesso una preminenza solo ai servizi OTT dei grandi operatori globali: Netflix, Prime, Google, ecc. hanno tasti rapidi sempre attivi sui telecomandi, che consentono di entrare nell'ambiente corrispondente con un solo click. L'accesso ai canali televisivi tradizionali (lineari) sta viceversa diventando sempre meno agevole, richiedendo diversi passaggi. Si apre, pertanto, un'urgenza in tema di "*prominence*".

Nel recepimento dell'ultima Direttiva sui servizi di media audiovisivi (SMAV), il nuovo Testo Unico interviene delegando all'AGCom la definizione dei criteri di qualificazione dei "servizi di interesse generale" e "*le modalità e i criteri cui i produttori di apparecchi idonei alla ricezione di segnali radiotelevisivi o radiofonici, i prestatori di servizi di indicizzazione, aggregazione o reperimento di contenuti audiovisivi o sonori o i prestatori che determinano le modalità di presentazione dei servizi sulle interfacce degli utenti, dovranno attenersi*" per assicurare adeguata *prominence* ad essi, specificando che i servizi di interesse generale sono "*forniti mediante qualsiasi strumento di ricezione*".

⁷ Tutti gli apparecchi televisivi che sono stati messi in vendita dal 2017 in poi sono per legge compatibili con lo standard DVB-T2 Hevc, mentre quelli sicuramente compatibili con l'Hevc main 10, quindi a 10 bit e non a 8, sono quelli messi in vendita dal dicembre 2018. A dicembre 2023 le famiglie DVB-T2 Hevc sono circa 16,6 milioni.

o accesso a tali servizi impiegato dagli utenti, qualunque sia la piattaforma utilizzata per la prestazione dei medesimi servizi." ⁸

Il legislatore nazionale ha chiesto, inoltre, che tutti gli apparecchi televisivi, compresi quelli abilitati alla connessione Internet, abbiano installato - e agevolmente accessibile - il sistema di numerazione automatica LCN (*Logical Channel Number*) dei canali della televisione digitale terrestre. ⁹

A giugno 2022, con delibera n. 149/22/CONS, l'AGCom ha avviato il procedimento concernente la *prominence dei servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale e del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre*. Nel 2023 dopo l'avvio della consultazione pubblica in materia di *prominence*, nel mese di dicembre, l'Autorità ha approvato il regolamento in materia di *accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre* (delibera 294/2023/CONS), mentre nei primi giorni del 2024 è stato istituito il tavolo tecnico per la definizione dell'icona per accedere ai canali della televisione digitale terrestre, dal quale avremo le prime indicazioni nei prossimi mesi estivi.

5

Lo standard HbbTv e la piattaforma DTT

Complice anche la diminuita capacità trasmissiva sui multiplex nazionali e la riduzione del numero dei canali tv a seguito del processo di *refarming*, negli ultimi anni si è diffuso da parte di diversi operatori l'impiego della tecnologia HbbTv (Hybrid Broadcast Broadband Tv).

L'HbbTv è stata sviluppata per unire l'esperienza della TV tradizionale con le nuove funzionalità introdotte dalla diffusione di contenuti su IP, e per permettere un facile e omogeneo accesso alle diverse applicazioni online dei broadcaster.

In linea generale, le modalità adottate, in presenza di un televisore connesso con standard HbbTv, spaziano dalle soluzioni "jump" applicate a canali tv a basso *bitrate* (che dopo qualche istante di latenza dirottano, in automatico, il segnale sul contenuto HD streaming) a quelle dove il contenuto DTT non è disponibile. Nel caso di una ridotta quantità di capacità trasmissiva, spesso è presente un cartello associato all'LCN con il quale si avverte l'utente della possibilità di accedere a contenuti IP ulteriori rispetto a quelli DTT (*Per vedere questo canale collega la TV a Internet*).

Diversamente, alcuni editori/canali tv hanno predisposto il passaggio dall'ambiente DTT a quello IP attraverso dei cosiddetti "widget" (o bollino rosso) che compaiono nella parte inferiore dello schermo, da attivare tramite telecomando.

In molti casi, il contenuto in streaming su cui si viene "ridirezionati" potrebbe presentare anche un menu interattivo a tutto schermo o in modalità pop-up con la possibilità di accedere ad altri

⁸ Art. 29 comma 1, del Decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 "Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato".

⁹ Art. 4 della Delibera Agcom 294/23/CONS "Regolamentazione in materia di accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre".

contenuti (on demand / canali tv lineari), anche a pagamento. I canali generalisti e quelli specializzati dei principali editori prevedono anche la funzione “Restart” che permette di riprendere dall'inizio la trasmissione del programma in onda.

A dicembre 2023, la piattaforma digitale terrestre conta complessivamente una ottantina di canali / LCN con standard HbbTv, di cui la metà sono in modalità “jump”.

La tecnologia HbbTv è anche utilizzata dagli editori (nazionali) per veicolare forme di addressable tv (ATV) advertising ¹⁰ nei televisori predisposti. L'ATV Advertising combina i benefici delle trasmissioni televisive tradizionali con le capacità del digital marketing e offre nuove opportunità pubblicitarie a tutti gli inserzionisti, non solo ai tradizionali acquirenti di pubblicità televisiva.

I servizi SVoD e l'avvento del FAST

Nel corso dell'ultimo anno solare i servizi di streaming video on-demand sono sempre più presenti all'interno della dieta mediatica degli individui, agevolati anche dal ricambio del parco televisori indotto dalla transizione per il rilascio della banda a 700 MHz (i.e. Smart Tv). La nuova fase di maturazione, dopo un periodo di intensa competizione, ha portato numerosi soggetti (i.e. Netflix, Disney) a rivedere le strategie distributive, aprendo i propri servizi, fino a questo momento basati principalmente su modelli “pure pay” (SVoD), alla pubblicità (AVoD).

Ed è proprio in questo solco che, in Italia come all'estero, hanno iniziato ad emergere le prime piattaforme FAST (*Free advertising supported streaming television*), ovvero servizi lineari gratuiti (quindi supportati dalla pubblicità) simili alla programmazione televisiva “classica” (broadcast), ma diversamente da quest'ultima, sviluppati in un ambiente streaming con elementi on-demand; quindi, sia in termini editoriali che pubblicitari, vicini a concetti quali personalizzazione, raccomandazione, playlist.

Nel mercato USA, la diffusione dei FAST è legata alla saturazione dei servizi SVOD (i.e. Amazon Video, Netflix, Disney+) e all'aumento del cosiddetto fenomeno del “cord cutting”, ovvero l'abbandono della pay-tv via cavo. Come definito da Alan Wolk che ha coniato il termine nel 2018, i “servizi FAST sono un ritorno alla televisione prima di Netflix”. ¹¹

All'interno di questo (nuovo) modello trovano spazio diverse realtà, tra cui media company e broadcaster tradizionali, distributori e produttori indipendenti (Sony, Paramount Global, Cairo-La7, WB Discovery, BBC, Minerva Pictures, Eagle Pictures, Freemantle, Chili), ma anche produttori di hardware (Samsung, LG, Hisense). Per i primi il FAST rappresenta un'occasione aggiuntiva di valorizzazione delle library di film e programmi tv (magari per spostare, in un secondo momento, gli utenti gratuiti verso i servizi premium); per i secondi (produttori di hardware), l'opportunità di

¹⁰ Secondo la definizione fornita da IAB Europe e da POLIMI all'interno dell'Osservatorio Internet Media, l'Addressable Tv Advertising è un “connubio tra mondo online e televisione, che consente di erogare spot specifici a un gruppo targettizzato di utenti televisivi. La comunicazione mirata è frutto di una segmentazione del pubblico che avviene sulla base di dati geografici, demografici, comportamentali e, talvolta, dalla combinazione di dati proprietari con quelli di terze parti (in tal caso si parla di Programmatic Advertising)”.

¹¹ Alan Wolk è un analista media e fondatore della società di consulenza TVREV.

monetizzare l'accesso esclusivo ai propri dispositivi (televisori, smartphone), attraverso la raccolta dei dati sul consumo tv.

In Italia, Samsung è presente con Samsung TV Plus (circa 130 canali FAST); LG offre il servizio gratuito LG Channels (circa 160 canali di cui poco meno della metà in italiano), mentre Hisense ha lanciato nel 2023 la piattaforma Vidaa Free (attualmente con canali solo in inglese). In molti casi, i servizi FAST sono anche presenti in modalità stand-alone negli app store di altri produttori hardware.¹²

Tra i fornitori di servizi FAST troviamo Rakuten Tv con più di 80 canali (anche editi da terzi) e Paramount Global con Pluto Tv (100+ canali), quest'ultimo in Italia dal 2021. Dal 2020 Minerva Pictures ha lanciato una linea di canali FAST per la piattaforma Samsung TV Plus, incentrata sul cinema d'autore e di genere,¹³ a cui è seguita, nel 2022, quella sviluppata da Chili.¹⁴

In questa direzione, muovono i primi passi anche i broadcaster (Cairo-La7, Warner Bros. Discovery) e gli editori radiofonici (Radio Italia) con il live streaming dei propri canali tv broadcast (DTT/DTH).¹⁵ *Un modo alternativo, se vogliamo, per farsi (ri)trovare all'interno del televisore di casa (smart-tv).*

Evoluzione dei servizi SVoD. Tra i principali eventi che, nel 2023, hanno caratterizzato il mercato (ormai) "maturo" dei servizi SVoD, si registra l'assegnazione ad Amazon dei diritti 2024/27 di trasmissione della Uefa Champions League (migliore incontro del mercoledì sera), e al Gruppo DAZN dei diritti tv di Serie A per il triennio 2024-29 con 7 incontri in esclusiva e 3 in co-esclusiva (con Sky) per singola giornata. Il servizio OTT britannico ha acquistato anche il pacchetto "Try and Buy" che prevede per la prima volta in Italia la trasmissione in chiaro degli incontri di Serie A (max 5 per stagione).

Nel mese di maggio, Netflix mette definitivamente fine alla condivisione delle password anche in Italia, per chi non rientra nel "nucleo familiare". Per continuare ad usufruire del servizio al di fuori della rete Wi-fi domestica bisogna sostenere un costo extra. DAZN aveva già provveduto al "blocco" circa un anno prima.

A novembre 2023, Disney+ introduce il piano "Standard con pubblicità" ad un prezzo mensile più economico rispetto alle due tipologie esistenti (Standard e Premium). Anche Amazon, ultimo tra gli streamer globali, procederà in questo senso nel 2024, inserendo un limitato numero di spot pubblicitari nel piano base di Prime Video, prima e dopo la loro riproduzione.¹⁶

¹² Da aprile 2024, Sony Pictures ha lanciato in Europa, un pacchetto di canali FAST (Sony One) all'interno delle piattaforme Samsung TV Plus e LG Channels.

¹³ I canali FAST di Minerva sono: Cinema italiano, Bizarro movies, Cinewestern, Adrenaline movies.

¹⁴ I canali FAST di Chili sono: Rock Tv, Alta Tensione, Velvet, Smile e Grandi Nomi. A febbraio 2023 Chili e Seven Music Entertainment hanno avviato una collaborazione per ri-portare i canali Rock Tv e Hip Hop Tv (presenti su Sky fino al xxx) sugli schermi di casa via Smart TV (Plex, WhaleLive - ZEASN, Samsung, Philips).

¹⁵ A dicembre 2023 Warner Bros. Discovery ha lanciato i 10 canali FTA del digitale terrestre (Nove, Real Time, DMAX, Motor Trend, Food Network, HGTV – Home & Garden TV, Giallo, Warner TV, K2, Frisbee) all'interno della piattaforma Samsung Tv Plus.

¹⁶ Nel mese di aprile 2024, Amazon ha implementato in Italia, Francia e Spagna, il piano base Prime Video con gli annunci pubblicitari, dando ai clienti la possibilità di rimuoverle pagando un prezzo extra di 1,99 euro al mese. Non cambia nulla per gli eventi in diretta, come quelli sportivi, e i contenuti offerti tramite Amazon Freevee, nei paesi in cui il servizio è attivo.

Principali eventi nel settore dei servizi di video streaming in Italia (2020-2023)

Servizio	Data	Descrizione
Disney+	Mar-2020	Lancio nel mercato europeo del servizio SVOD Disney (UK, Irlanda, Germania, Italia, Spagna, Austria e Svizzera)
Amazon PRIME	Apr-2020	Amazon aggiunge PRIME VIDEO STORE al servizio SVOD (PRIME VIDEO) con la possibilità di acquistare e/o noleggiare singoli contenuti premium (TVOD), anche per chi non è un sottoscrittore PRIME
Amazon PRIME	Dic-2020	Amazon si aggiudica i diritti di trasmissione dell'incontro della Supercoppa UEFA e delle 16 migliori partite del mercoledì della UEFA Champions League, dai play-off alle semifinali, per il triennio 2021-2024
Discovery+	Gen-2021	Discovery lancia DISCOVERY+ in sostituzione del precedente servizio DPLAY (e DPLAY Plus). Sono inclusi i canali sportivi di Eurosport
Disney+	Feb-2021	Disney aggiunge al servizio streaming Disney+, la sezione STAR con una selezione di contenuti originali e di catalogo più adulti (i.e. ABC Signature, 20th Television, 20th Television Animation, FX, 20th Century Studios, Searchlight Pictures, Touchstone Pictures)
Infinity	Feb-2021	Mediaset si aggiudica i diritti di trasmissione online della UEFA Champions League, dai play-off ai quarti di finale, per il triennio 2021-2024 (104 partite a stagione)
DAZN	Mar-2021	DAZN si aggiudica i diritti televisivi dell'intero campionato di Serie A per il triennio 2021-2024 (3 incontri per turno sono in co-esclusiva con Sky)
Mediaset Infinity	Apr-mag 2021	Mediaset effettua la fusione dei servizi Mediaset Play (free) e Infinity (pay) e relativo rebrand da MEDIASET PLAY INFINITY a MEDIASET INFINITY
Helbiz LIVE	Giu-2021	Helbiz Media acquisisce i diritti online (non esclusiva) del Campionato di Serie B per il triennio 2021-2024, e diventa partner esclusivo per la distribuzione e commercializzazione dei diritti del Campionato di Serie B in tutto il mondo
DAZN	Giu-2021	DAZN acquisisce il pacchetto per la trasmissione - non esclusiva - dei match del campionato di Serie B per il triennio 2021-2024, inclusi i playoff e playoff.
Discovery+	Ago-2021	Discovery trasmette in esclusiva i Giochi olimpici di Tokyo 2020 all'interno della piattaforma online Discovery+
Pluto TV	Ott-2021	Lancio del servizio di streaming televisivo (lineare + on-demand) di ViacomCBS con 40 canali in streaming e una selezione di contenuti on demand (i.e. Comedy Central, MTV, Nickelodeon, Paramount Network, VH1, Spike)
Amazon PRIME	Nov-2021	Amazon amplia l'offerta di PRIME VIDEO con la sezione PRIME VIDEO CHANNELS sottoscrivendo un abbonamento aggiuntivo variabile (i.e. Infinity Selection, Starzplay, Noggin, Juventus TV, Mubi, RaroVideo)
Peacock	Feb-2022	Peacock e i contenuti di NBC Universal (Comcast) entrano nell'offerta di Sky Italia (Sky Glass, Sky Q, My Sky, Sky Go), in attesa di un futuro lancio stand-alone
DAZN	Marz-2022	DAZN introduce il blocco della condivisione delle password anche nel mercato italiano
DAZN - SKY	Ago-2022	DAZN e tutta la serie A diventano disponibili su Sky Q. I clienti Sky possono inoltre aggiungere all'abbonamento DAZN l'opzione per vedere sul decoder Sky i canali ZONA DAZN, con una selezione di eventi (7 partite per turno di Serie A complementari alle 3 trasmesse su Sky)
DAZN	Set-2022	DAZN acquista le attività media a livello globale di Eleven, incluso il mercato italiano (Eleven Sports Italia)
Paramount+	Set-2022	Lancio del nuovo servizio di streaming che fa capo al Gruppo americano con, oltre alle produzioni dello Studios cinematografico, i brand MTV Showtime, CBS e Nickelodeon
Netflix	Nov-2022	Netflix introduce un nuovo abbonamento più economico inclusivo delle interruzioni pubblicitarie. Gli altri tre piani di abbonamento rimangono invariati
Amazon PRIME	Gen-2023	Amazon Prime si ri-aggiudica i diritti televisivi per la trasmissione in Italia del miglior match del mercoledì della Uefa Champions League per le tre stagioni 2024/2027
Netflix	Mag-2023	Netflix blocca la condivisione delle password anche in Italia e introduce il concetto di "nucleo domestico", al di fuori del quale è necessario aggiungere una utenza extra
DAZN	Ott-2023	DAZN si ri-aggiudica l'asta dei diritti calcistici di Serie A per il triennio 2024-29 ampliando la copertura a 7 incontri in esclusiva e 3 in co-esclusiva per ogni giornata. Il servizio OTT ha acquistato anche il pacchetto per le gare in chiaro della Serie A consistente in un massimo di 5 incontri a stagione
DAZN	Ott-2023	Dopo USA, Canada, Regno Unito e Irlanda, la piattaforma lancia anche in Italia il servizio di pay-per-view per gli sport da combattimento ed eventi di richiamo
Netflix	Ott-2023	Netflix elimina il piano di abbonamento base. Senza le inserzioni pubblicitarie, rimangono i piani Standard e Premium
Disney+	Nov-2023	Disney introduce il piano Disney+ Standard inclusivo delle interruzioni pubblicitarie. Il nuovo abbonamento si aggiunge alle altre due tipologie (Standard, Premium)
Amazon PRIME	Apr-2024	Amazon inserisce gli annunci pubblicitari all'interno del servizio base Prime Video, con l'opzione di skipping pagando un prezzo extra mensile

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

L'operatore di pay-tv Sky, si dimostra sempre più orientato ad un'offerta streaming (*broadband*), come testimonia il lancio di Sky Glass (settembre 2022 in Italia), ¹⁷ in qualità di "super-aggregatore" di contenuti on-demand e app di terzi (DAZN, Discovery+, Paramount+, Disney+, AppleTv+, Rai Play, Amazon Prime Video, Mediaset Infinity, YouTube, YouTube Kids, RTL 102.5 Play, Radioplayer, Spotify, Amazon Music, Play.Works). Direzione che continua a essere percorsa con il lancio di Sky Stream e Sky Live (attualmente solo in UK), e le ultime funzionalità del sistema operativo proprietario, Entertainment OS, per arricchire l'esperienza complessiva di fruizione.

Alcuni di questi servizi sono presenti nel sistema "hub multimediale" di Sky in modalità bundle (Netflix, Paramount+, Discovery+, AppleTv+) o in versione più flessibile (opzionale) con un'estensione aggiuntiva di tipo lineare (Zona DAZN). Il tutto, come vedremo, a discapito dei canali lineari tv di terzi (in parte sostituiti direttamente da Sky) che caratterizzavano l'offerta pay "tradizionale" di qualche anno fa.

I dati di consumo dei servizi SVoD. Secondo gli ultimi dati pubblicati da Agcom (fonte Comscore), ¹⁸ gli utenti unici delle piattaforme VoD a pagamento, a dicembre 2023, sono complessivamente 15,1 milioni di navigatori, in crescita di 169 mila unità (+1,1%) rispetto allo stesso mese del 2022. Nonostante il calo, Netflix, nel 2023, conferma la prima posizione con una media di circa 8,7 milioni di utenti unici (-1,6% sul 2022), ¹⁹ seguito da Amazon Prime Video con 6,7 milioni (+3,1%) e Disney+ con oltre 3,5 milioni (+2,0%). In coda, con 2,1 milioni di utenti unici, Dazn registra una flessione del 9,8% mentre Now (Sky Italia-Comcast) registra 1,2 milioni (+16,4%). Si evidenzia che il dato non include il traffico da Connected Tv (solo Desktop e Mobile).

In relazione al tempo di navigazione, nel mese di dicembre 2023, si evidenzia una crescita dell'11,8% rispetto a dicembre 2022. L'analisi delle ore trascorse durante l'anno dai navigatori sulle piattaforme mostra, seppur con diversa intensità, una complessiva contrazione per i principali operatori con la sola eccezione del servizio Now (in crescita del 35,7%).

¹⁷ Per il mercato UK, Sky ha lanciato nel 2023 il digital media player Sky STREAM (maggio 2024 in Italia), in modalità standalone, e Sky Live, una fotocamera interattiva, predisposta per gli apparecchi Sky Glass, che permette di accedere ad una serie di funzioni tra cui condividere la tv a distanza con altre persone, allenarsi (tramite l'app fitness Mvmnt), giocare e videochiamare (Zoom).

¹⁸ Agcom-Comscore, Osservatorio sulle comunicazioni n.1/2024.

¹⁹ Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile, e non include il traffico da Connected Tv. Per utenti unici si intende il numero di utenti / persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

L'offerta di canali tv negli ultimi 12 anni (2012 - 2023)

Dal 2012, anno in cui si è conclusa l'era della cosiddetta "televisione analogica" con il passaggio al digitale terrestre (DVB-T), lo scenario televisivo broadcasting è cambiato profondamente, sia in termini qualitativi che quantitativi.

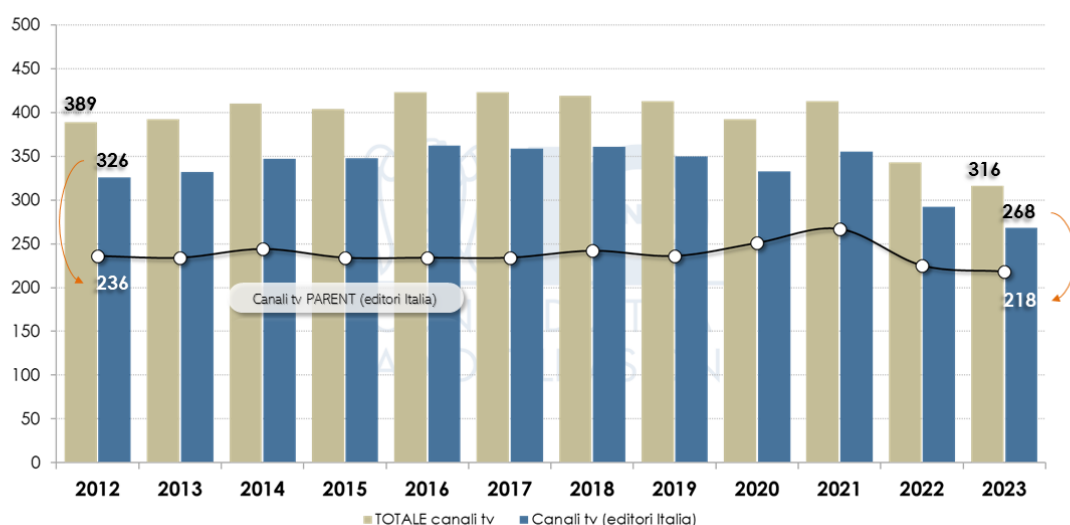
Dopo una prima fase di espansione, in cui gli editori nazionali hanno sperimentato molto, soprattutto nel settore multichannel FTA, ne è seguita una seconda caratterizzata da una lenta e progressiva razionalizzazione, principalmente nel segmento a pagamento.

Negli ultimi anni, infatti, a seguito delle scelte strategiche dei più importanti operatori globali, indotte anche dall'accelerazione dei consumi online (vedi emergenza pandemica COVID-19 del 2020), la programmazione di una serie di canali tv è diventata parte integrante dei nuovi servizi di streaming on-demand (i.e. Disney, Paramount, Discovery), determinando la chiusura di numerosi canali televisivi.

Parallelamente, nel biennio 2021-2022, la piattaforma digitale terrestre (DTT) ha intrapreso un processo di trasformazione tecnologica (DVB-T2), non ancora concluso, che ha fortemente impattato e ridefinito il profilo dell'intera offerta in chiaro.

Nell'ultimo anno (dato al 31 dicembre 2023), il numero di canali tv a diffusione nazionale, prodotti dagli editori con sede in Italia, si è attestato a 268 unità con un decremento netto dell'8% circa, pari a -24 unità (erano 292 canali tv nel 2022). Nel lungo periodo (2012-2023), l'offerta di canali tv, sempre nella sua dimensione "italiana", riporta invece una flessione del 18% circa con una perdita di 58 unità (326 canali tv nel 2012). ²⁰

Evoluzione dell'offerta di canali tv in Italia (2012-2023)



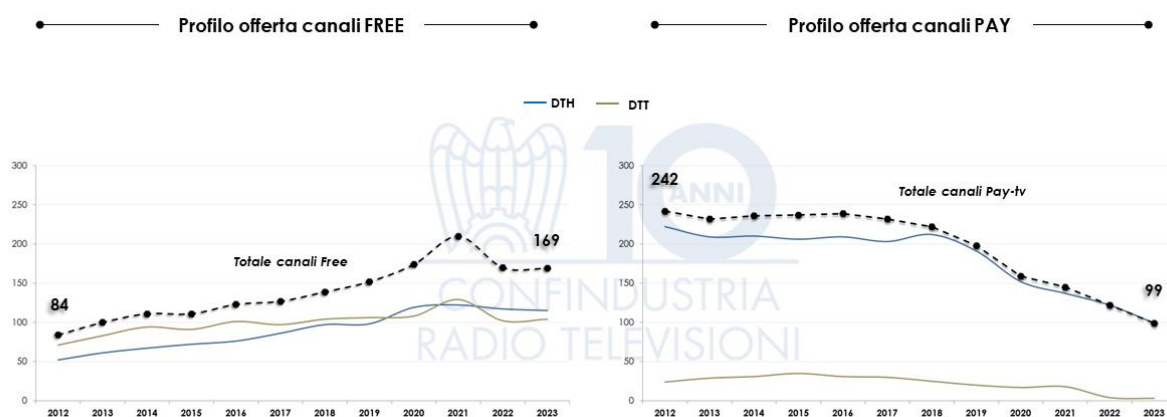
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

²⁰ Il perimetro di analisi è relativo ai canali tv a diffusione nazionale su piattaforma DTT (Mux nazionali) e DTH (Sky Italia, Tivùsat).

In termini di scenario complessivo, includendo anche i canali internazionali ricevibili principalmente via satellite, l'offerta di canali tv è diminuita di 27 unità, passando da 343 nel 2022 a 316 nel 2023 (-8%). Rispetto al 2012, anche qui, il numero di canali tv è diminuito del 19%, pari a -73 unità (389 canali nel 2012).

Nel 2022, il processo di *refarming della banda 700* con il passaggio al nuovo codec Mpeg-4 H.264 e la riorganizzazione della maggior parte dei multiplex, ha determinato, solo sulla piattaforma digitale terrestre, un calo di oltre 40 canali tv. A fine 2023, l'**offerta del digitale terrestre** conta complessivamente 107, di cui la quasi totalità risulta essere in chiaro (FTA).

Offerta dei canali tv free / pay per piattaforma (2012-2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).
I canali sono al lordo delle sovrapposizioni tra le piattaforme.

Anche l'**offerta gratuita satellitare (FTA/FTV)** si è **fortemente arricchita e diversificata** in questi anni, soprattutto in termini di qualità di ricezione (HD/4K-UHD), arrivando a fine 2023 a un totale di 115 canali tv, numero che ha superato quello della piattaforma a pagamento di Sky Italia (97).²¹

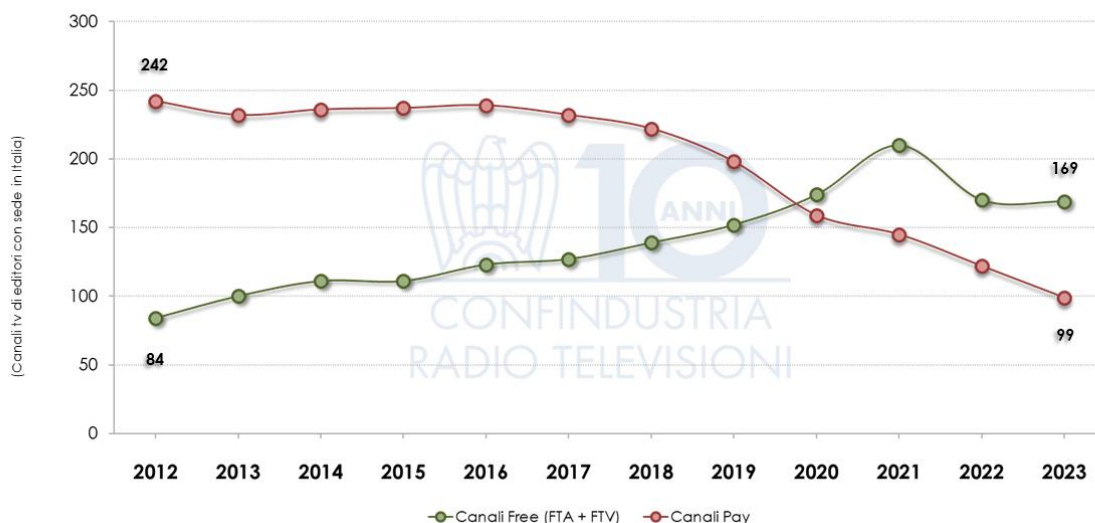
Diversamente l'**offerta pay-tv (DTH + DTT)** è **andata via via contraendosi nel corso degli anni**. La piattaforma satellitare Sky rappresenta di fatto la principale offerta broadcast a pagamento con canali tv lineari, se si considerano anche i due canali "lineari" DAZN presenti sul DTT e su TivùSat (satellite). Dopo la chiusura di tutti i bouquet commerciali che si sono alternati sul digitale terrestre, l'intero segmento a pagamento, incluso DAZN, è passato da 242 canali tv nel 2012 a 99 nel 2023.

Nel 2020, per la prima volta, il numero di canali tv gratuiti (DTT +DTH) ha superato il numero di quelli a pagamento.

In Italia, dal 2003, l'offerta a pagamento tradizionale (broadcast) è stata sviluppata da parte di Sky sulla piattaforma DTH, successivamente affiancata da La7 Cartapiù (2005 – 2009), Dahlia TV (2009 – 2011), Mediaset Premium (2005 - 2019) e Sky medesimo (2018-2022) sul DTT.

²¹ Offerta di canali tv editi da soggetti con sede in Italia (in lingua italiana). Non sono considerati i canali pan-europei o internazionali disponibili in entrambe le piattaforme.

Offerta dei canali tv per modello di finanziamento (2012-2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

Oggi, come già indicato, nel panorama nazionale a pagamento si affacciano una serie di servizi streaming in modalità SVOD (i.e. Netflix, Prime Video, Disney+, Paramount+, Discovery+), di cui la maggior parte è inclusa anche nell'offerta *broadband* di Sky Italia.

Ma l'offerta streaming non riguarda solo cinema e serie tv.

Nel 2021, DAZN Group si è aggiudicato i diritti di trasmissione di tutti gli incontri del campionato di Serie A per il triennio 2021-24, e ha lanciato, ad integrazione dell'offerta streaming, un canale lineare sul digitale terrestre, come soluzione di backup (DAZN Channel HD).²² Negli anni successivi, l'offerta lineare "broadcast" di DAZN si è strutturata sempre più con partner commerciali / distributivi come Sky e TivùSat. Diversamente, in ambito strettamente "broadband", DAZN ha tenuto come partner di riferimento, sia tecnologico che commerciale, l'operatore TIM Vision.

Nel mese di ottobre 2023, il servizio OTT si è ri-aggiudicato l'asta dei diritti calcistici di Serie A per il quinquennio 2024-29, ampliando anche la copertura con 7 incontri in esclusiva e 3 in co-esclusiva per ogni giornata, rispetto al precedente bando.²³

Stagione (Serie A)	Partnership	Tipologia offerta lineare (broadcast) DAZN	Condizioni di accesso
2018/19	DAZN + Mediaset (DTT)	Gli incontri di DAZN sono presenti nel pacchetto di Mediaset Premium	
2018/19	DAZN + Sky (DTH)	App DAZN arriva su SkyQ e su tutti i dispositivi abilitati Sky	Account personale con codice di acquisto a pagamento fornito da Sky

²² ZONA DAZN sul digitale terrestre, salvo cambiamenti, rimane accessibile tramite l'app DAZN come backup qualora la connessione internet sia insufficiente per lo streaming per i clienti che possiedono DAZN TV Box o TIMVISION Box.

²³ DAZN ha acquistato anche il pacchetto per le gare in chiaro della Serie A, abbandonato da Mediaset, consistente in un massimo di 5 partite a stagione. Inoltre, a partire dal 1° luglio 2024, le trasmissioni video del canale Radio Tv della Serie A passano in esclusiva sulla piattaforma DAZN, lasciando la piattaforma DIT (LCN 899). La versione "audio" rimane disponibile sul canale DAB+.

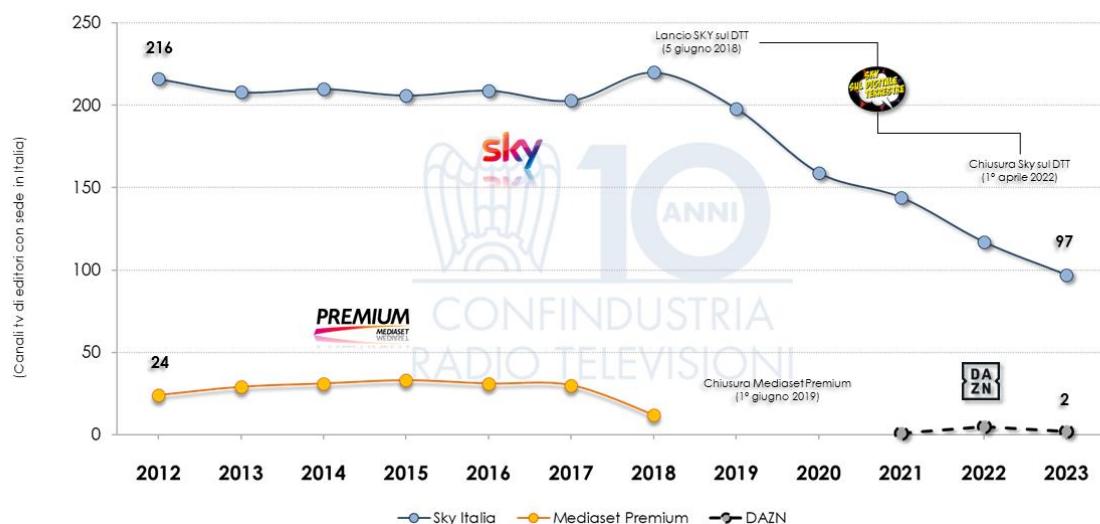
2019/20	DAZN + Sky (DTH)	Canale lineare DAZN 1 su Sky con il meglio dell'offerta sportiva di DAZN (DAZN 1+ per contemporaneità eventi)	Accesso gratuito al servizio DAZN per i clienti Sky con Sky Sport e Sky Calcio (da più di tre anni)
2020/21	DAZN + Sky (DTH)	Canali lineari DAZN 1 e DAZN 1+ su Sky	(vedi sopra)
2021/22	DTT	• Fine rapporto con Sky e nuova partnership con TIM Vision. • Canale DAZN Channel HD sul DTT in modalità back up.	
2022/23	DTT / DAZN + Sky (DTH)	• DAZN Channel HD sul DTT cambia nome in Zona DAZN + secondo canale pop-up, Zona DAZN 2, per la contemporaneità di eventi. • App DAZN torna su Sky Q + cinque canali ZONA DAZN su DTH.	ZONA DAZN è disponibile per i clienti Sky che hanno attivato l'opzione dedicata (+ clienti attivi DAZN) ²⁴
2023/24	DTT / DAZN + Sky (DTH) + TivùSat (DTH)	• ZONA DAZN e ZONA DAZN 2 su TivùSat. • I due canali rimangono visibili su Sky (chiudono ZONA DAZN 3-4-5) e in modalità back up sul DTT	Accesso riservato ai clienti DAZN ad un costo extra mensile, su dispositivo certificato e abilitato TivùSat

Nel mese di agosto 2023, DAZN ha acceso le trasmissioni a pagamento con due canali sulla piattaforma satellitare TivùSat (Zona DAZN 1-2).²⁵ Rimangono attivi i canali di backup sul DTT.

Rimanendo in tema calcistico si ricorda che, nel corso dell'anno, Sky ha acquisito i diritti per la trasmissione in esclusiva su tutte le piattaforme di 185 delle 203 partite a stagione di Champions League e delle 342 partite a stagione di Europa League e di Conference League, per il triennio 2024/2027, mentre Amazon, come già indicato sopra, i diritti del miglior match del mercoledì della Uefa Champions League per il medesimo periodo.

Negli ultimi anni hanno terminato le trasmissioni numerosi canali tv a pagamento.

Offerta dei canali pay-tv per operatore (2012-2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

²⁴ ZONA DAZN non è disponibile su Sky Go o all'interno dei pacchetti Sky Business per i locali pubblici.

²⁵ Il secondo canale viene acceso in caso di contemporaneità di eventi del Campionato di calcio Serie A.

Dopo la chiusura tra il 2019 e 2021 dei canali targati FOX (FOX Life, FOX Crime, NAT Geo People, FOX Comedy, FOX Animation), DISNEY (Disney Channel, Disney Junior) e PARAMOUNT (Teen Nick, MTV Hits, MTV Rocks), nel 2022 sono stati spenti LaF (GRUPPO FELTRINELLI), Discovery Science (WARNER BROS. DISCOVERY) e i restanti canali storici FOX, entrati nell'orbita Disney dal 2019, quali Fox, Nat Geo, Nat Geo Wild.

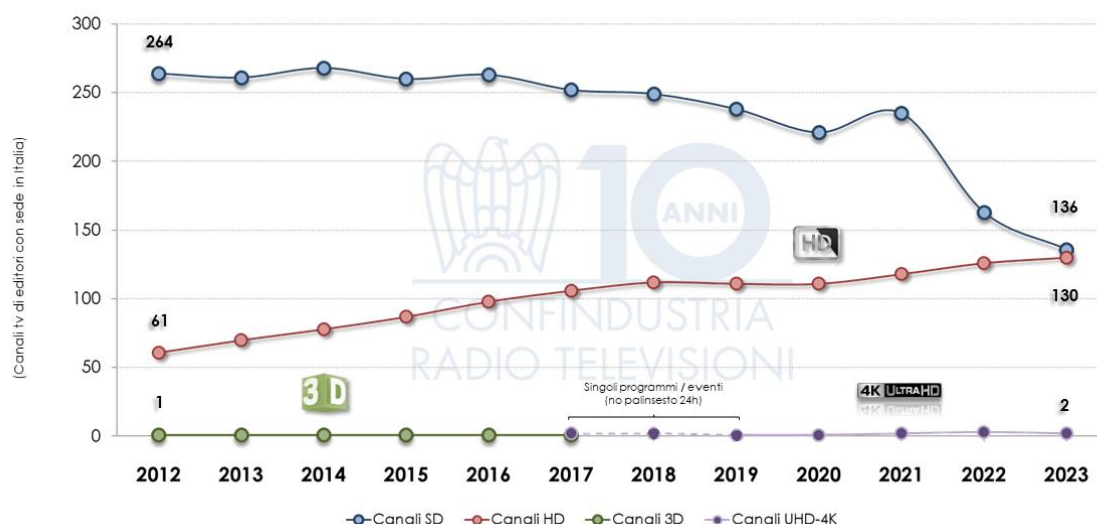
Nel 2023 terminano le trasmissioni il canale Blaze di A+E Networks Italia (agosto), e sempre lo stesso editore avvia una joint-venture editoriale con Sky per il lancio del canale Sky Crime, in sostituzione di Crime + Investigation (novembre).

La piattaforma satellitare a pagamento Sky, nel corso dell'anno riorganizza l'offerta sportiva e in parte quella di cinema, riducendo anche il numero dei canali pay-per-view di Primafila. Con l'occasione chiudono anche numerose versioni SD e il canale Sky Cinema 4K, lanciato a gennaio 2022.²⁶

Continua, così, il percorso di ridimensionamento dell'offerta di canali degli editori terzi che avevano da sempre caratterizzato la diversità di brand all'interno della piattaforma, ormai rimasti circa una trentina (i.e. Warner Bros. -Discovery, Paramount Global, A+E Networks).

Come già in parte indicato, in termini di standard qualitativi, l'**alta definizione nel corso degli ultimi anni è più che raddoppiata**, passando da 61 canali a 130 (+113%), di cui nell'ultimo anno i canali only-HD sono superiori a 90 unità; questo si è accompagnato allo spegnimento di numerosi canali SD, passati da 264 nel 2012 a 136 nel 2023 (-49%).

Offerta dei canali tv per tipologia di standard (2012-2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

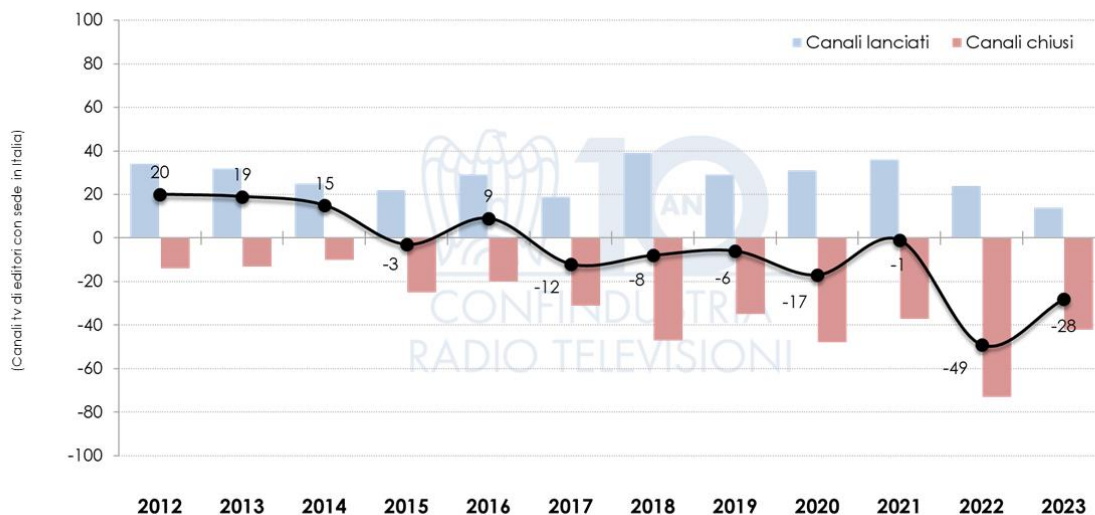
²⁶ I contenuti continuano ad essere trasmessi on-demand all'interno dei SkyQ.

Nel 2022, tutti i principali operatori nazionali (i.e. Rai, Mediaset, La7-Cairo e Discovery) avevano spento la maggior parte delle versioni standard dei propri canali tv sulla piattaforma digitale terrestre, tra marzo e dicembre.

Per gli standard più evoluti, ad una **offerta 3D marginale** all'interno di Sky Italia (uno solo canale attivo fino al 2017), negli ultimi anni è subentrata quella **4K-UHD con una serie di canali presenti all'interno della piattaforma satellitare**, di cui tre in lingua italiana (i.e. Rai, Fashion TV, NASA, My Zen TV, Museum, TRAVEL XP, Sky Sport).

Il saldo canali tv, tra quelli lanciati e quelli chiusi, ²⁷ indica come negli ultimi anni, dopo un iniziale e continuo incremento dei canali, sostenuto soprattutto dal comparto gratuito (FTA), passa in area negativa, con alcune oscillazioni fino al 2017. Da quella data si registra una netta prevalenza di canali chiusi rispetto a quelli aperti, principalmente sul versante satellitare a pagamento.

Saldo lanci – chiusure dei canali tv in Italia (2012-2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).
Non sono considerati i canali riposizionati / rebrand.

Ma concorrono anche altre logiche, tutte nazionali: dopo la chiusura di Mediaset Premium (giugno 2019), l'offerta pay sul digitale terrestre ha subito un secondo assestamento con l'uscita di Sky Italia (aprile 2022) a cui si è aggiunto negli ultimi anni il ridimensionamento di quella satellitare. Di contro, il lancio di nuovi canali gratuiti (FTA/FTV) non ha controbilanciato in valore assoluto l'offerta complessiva.

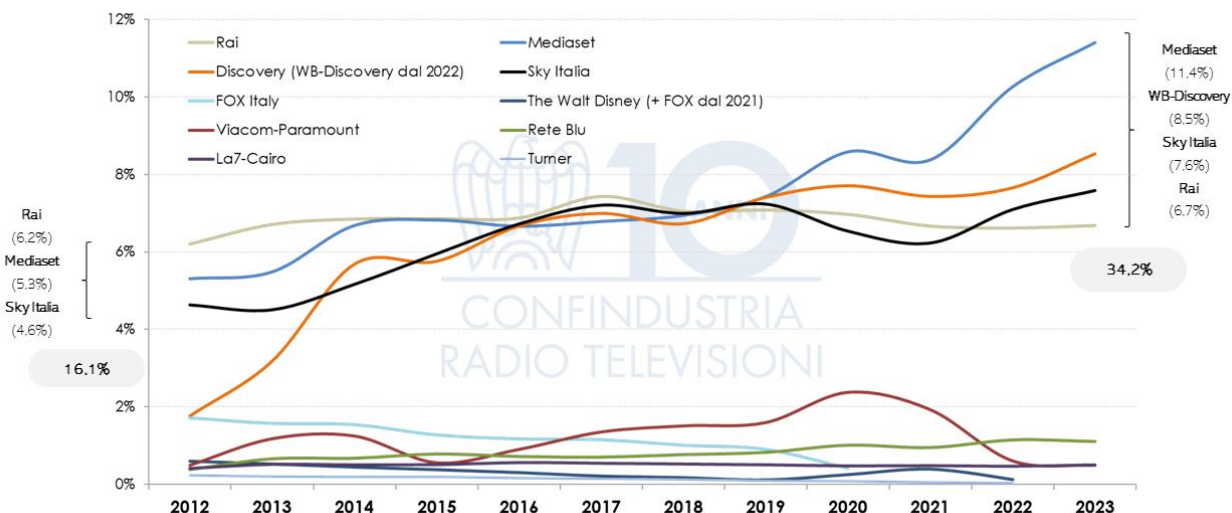
Tutto questo ha portato ad una concentrazione del mercato anche in termini di editori tv di ascolti. Nel 2012 erano complessivamente quattro i canali tv di nuova generazione che competevano sopra la quota dell'1,0% di share mentre nell'ultimo anno sono 15.

²⁷ Sono incluse le nuove versioni in alta definizione, mentre non sono considerati i canali tv rinominati/riposizionati e quelli temporaneamente sospesi.

A livello di editori tv, nel 2023, sono quattro i soggetti che dominano il mercato dei canali tv (escludendo i sette canali generalisti), con uno share cumulato pari al 34,0% circa nell'intera giornata (Mediaset, Warner Bros. Discovery, Sky e Rai), relativamente al perimetro televisivo riconosciuto.²⁸

Rapporti di forza, probabilmente destinati a mutare ulteriormente nella prossima stagione televisiva, anche in relazione ai passaggi di importanti talent tra canali / editori, avvenuti negli ultimi mesi.

Audience share dei canali Tv dei principali editori (NO generalisti)



16

Fonte: elaborazioni su dati Auditel, totale individui + ospiti, giorno medio annuale (Live + Vosdal + TS cumulato +7)

In ambito FTA si conferma anche la **dinamicità dei brand radiofonici** che nel corso degli ultimi anni hanno sviluppato numerosi canali *visual radio* arrivati a fine anno 2023, tra digitale terrestre e satellite (DTH), ad un totale di 15. In tal senso, si registra l'arrivo, nel mese di agosto 2023, del nuovo canale RadioTv Serie A con RDS, fruibile sul digitale terrestre in modalità audio-only (provvisto di cartello)²⁹ o "video" (HbbTv); solo "audio" sulla piattaforma DAB+ (Mux DabItalia).³⁰

Il panorama televisivo broadcast continua pertanto a mostrare una significativa dinamicità nonostante un contesto digitale in continua evoluzione, e rappresenta ancora una variabile determinante delle strategie distributive degli operatori: canali tv, commercializzazione classica dei diritti (licensing) e nuove soluzioni DTC.

La centralità del lineare è anche confermata dai dati Auditel: circa l'80% del consumo tv che passa dal televisore di casa è prodotto dai canali lineari tv broadcast (DTT + DTH).³¹ Il consumo lineare, esteso anche al mondo online (inclusivo del live streaming), raggiunge una soglia del 95% tra gli editori rilevati da Auditel (perimetro Total Audience).

²⁸ A partire da maggio 2022, Auditel ha modificato il perimetro di rilevazione dell'ascolto tv, separando la quota di consumo non pertinente. Pertanto, il denominatore utilizzato per il calcolo della share è stato sostituito dal Totale TV Ascolto Riconosciuto, che rappresenta l'insieme dei contenuti di cui è stata richiesta ad Auditel la referenziazione e la pubblicazione.

²⁹ Il canale è in modalità "audio-only" nel caso in cui il televisore non fosse collegato a Internet.

³⁰ RadioTv Serie A con RDS è presente anche sul sito e sulla APP della Lega Serie A, nonché sul sito e sulla APP RDS Social Tv.

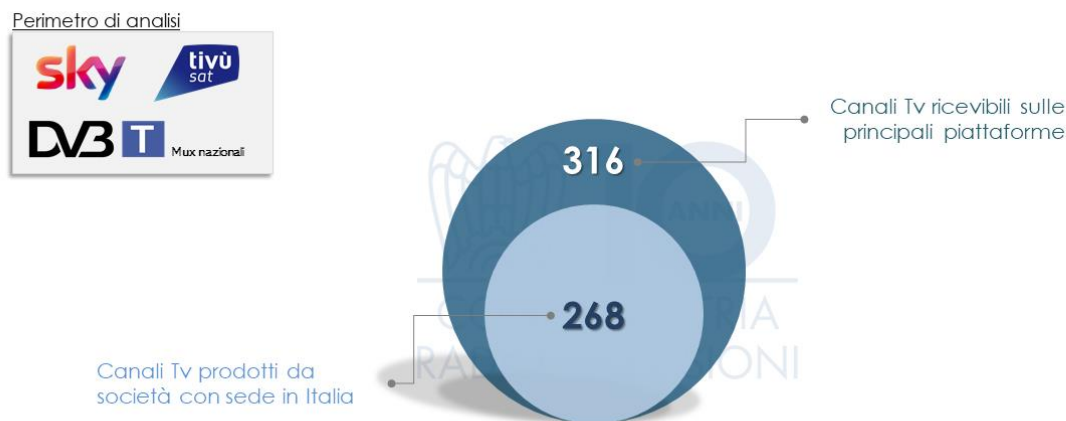
³¹ Nell'intera giornata, l'ascolto Totale Tv Riconosciuto è pari a 8,5 milioni nel Q4-2023; la quota di non riconosciuto comprende principalmente l'ascolto degli operatori OTT (non broadcast), le attività di navigazione su siti e app, attività di gaming con game console connesse e play da registratori/lettori multimediali connessi.

I canali tv nel 2023

A dicembre 2023 sono 316 i canali televisivi complessivamente ricevibili a livello nazionale sulle principali piattaforme, e fanno capo a circa un centinaio di editori (nazionali e internazionali), di cui circa 2/3 hanno sede in Italia.³²

Relativamente ai soli editori nazionali,³³ perimetro su cui si concentrano i dati successivi, i canali Tv sono 268, di cui 107 trasmettono sul DTT e 214 distribuiti sul satellite (free e pay), al lordo delle duplicazioni tra le due piattaforme.³⁴

Totale canali televisivi in Italia a diffusione nazionale (2023)



17

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).
Canali Tv distribuiti all'interno dei Mux digitali terrestri nazionali e presenti sulle principali piattaforme satellitari (Sky Italia, TivùSat).

All'interno di questo insieme le versioni *time-shifted* sono 16, in netto calo negli ultimi anni (erano 33 nel 2012), mentre i servizi in *pay-per-view* sono 5. Di fatto l'offerta complessiva di canali Tv primari cosiddetti "parent" (escluse le duplicazioni in alta definizione e time-shifted), sulle diverse piattaforme, free e pay, è pari a 218.³⁵

I canali in alta definizione sono complessivamente 130 (49% del totale) al netto delle sovrapposizioni sulle diverse piattaforme. Dei canali in alta definizione 116 sono "only HD" (erano 4 nel 2012).

Sono 169 i canali accessibili gratuitamente (DTT e TivùSat), 99 i servizi a pagamento all'interno dei principali bouquet nazionali (DTT + DTH). Dopo la chiusura di Mediaset Premium (giugno 2019) e di Sky su DTT (aprile 2022), gli unici operatori attivi nel 2023 con dei canali lineari sono Sky Italia e DAZN sul DTT e DTH. I canali DAZN e SKY presenti sulla piattaforma digitale terrestre sono in modalità backup qualora la connessione internet sia insufficiente per la visione in streaming.³⁶

³² Il perimetro di analisi è relativo ai canali tv a diffusione nazionale su piattaforma DTT (Mux nazionali) e DTH (Sky Italia, Tivùsat) al 31 dicembre 2023.

³³ Editori con sede in Italia.

³⁴ I canali presenti in entrambe le piattaforme sono 53.

³⁵ Sono inclusi i canali HD-only.

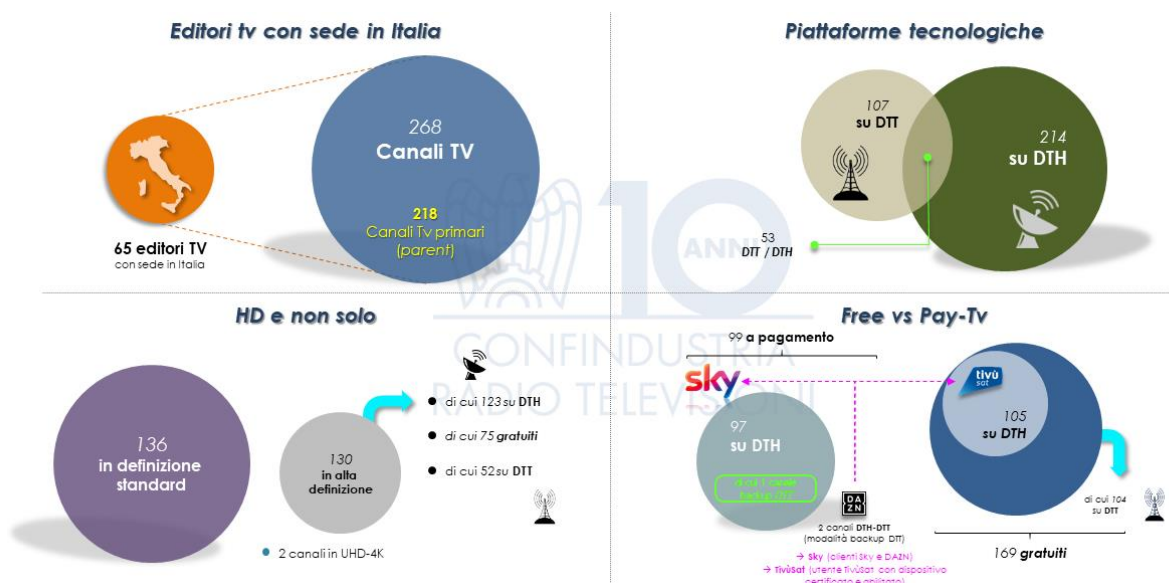
³⁶ Per accedere ai canali DAZN su TivùSat è necessario essere clienti DAZN con l'aggiunta di un costo extra mensile per attivare l'opzione. Bisogna inoltre essere in possesso di un dispositivo certificato e abilitato TivùSat.

Tra i canali gratuiti, 104 sono presenti sulla piattaforma digitale terrestre. Di quelli a pagamento, 97 canali tv sono sulla piattaforma satellitare, 3 sul terrestre (al lordo delle duplicazioni tra le due offerte commerciali).

Le offerte a pagamento hanno complessivamente 56 canali in alta definizione, di cui 3 sul digitale terrestre (canali backup).

I canali in alta definizione sono presenti principalmente sul satellite (123). Il numero dei canali in alta definizione accessibili gratuitamente (su digitale terrestre e TivùSat) sono 75, in crescita negli ultimi anni (erano 5 nel 2012).

Quadro sinottico dell'offerta di canali televisivi in Italia (2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

I principali editori nazionali ³⁷ per numero di canali, presenti su tutte le piattaforme, sono il Gruppo Sky Italia (73), ³⁸ Rai (46), il Gruppo Mediaset (20), ³⁹ il Gruppo Warner Bros. Discovery Italia (18), Paramount Italia (11) e il Gruppo Sciscione (11). I primi cinque editori (Sky, Mediaset, Rai, Discovery Italia e Paramount) cumulano 168 canali tv pari al 63% del totale.

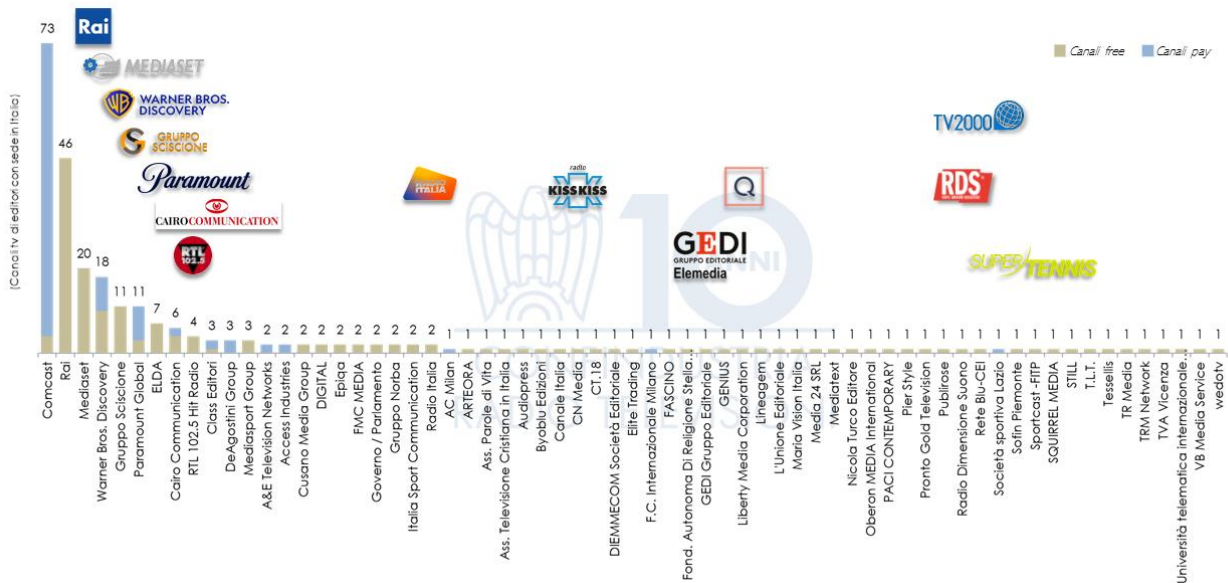
La maggior parte degli editori si caratterizza per un'offerta canali tv di tipo "mono-business", ovvero rappresentata da soli canali FREE o PAY; diversamente cinque gruppi (Sky Italia, Warner Bros. Discovery Italia, Paramount Italia, Cairo Communication e Class Editori) presentano un'offerta declinata in gratuita e a pagamento.

³⁷ Editori con sede in Italia.

³⁸ Il Gruppo Sky Italia include i canali editi da Sky Italia e da Nuova Società Televisiva Italiana (TV8).

³⁹ Il Gruppo Mediaset comprende i canali televisivi editi dalle società R.T.I., RadioMediaset, Monradio e Boing.

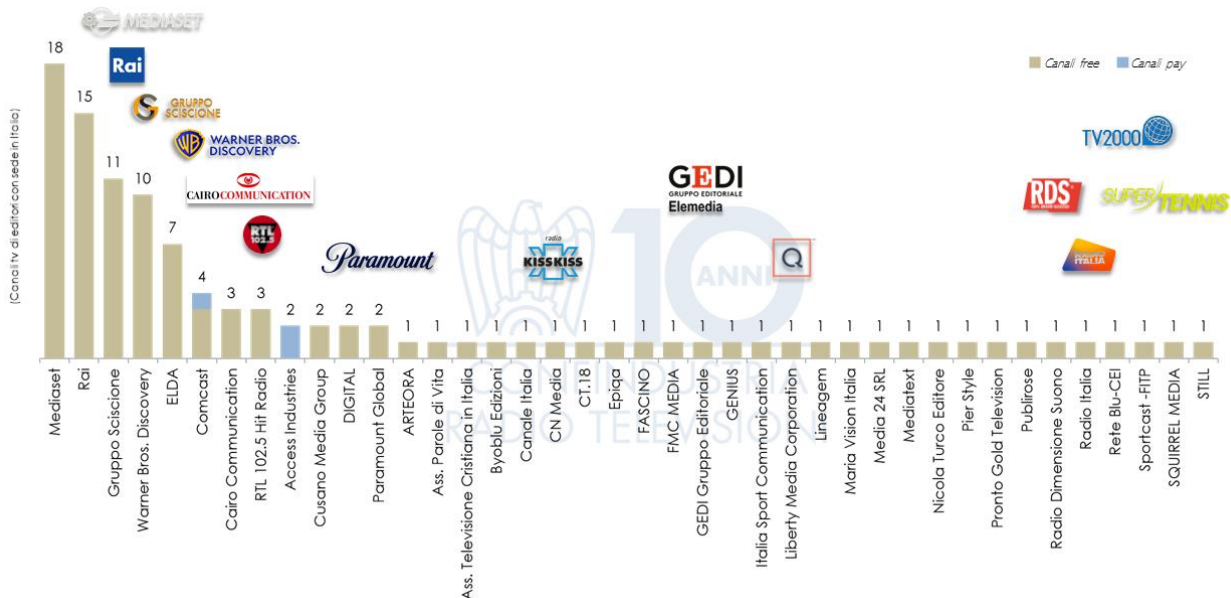
Distribuzione dei canali televisivi per editore / business model in Italia (2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

Relativamente alla sola piattaforma digitale terrestre (DTT), i maggiori editori nazionali per numero di canali tv sono Mediaset (18), Rai (15), Gruppo Sciscione (11), Warner Bros. Discovery Italia (10) e Elda (7).

Distribuzione dei canali televisivi DTT per editore / business model in Italia (2023)



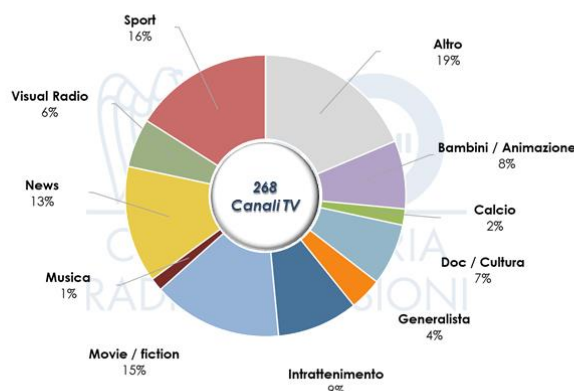
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).

Diversamente sulla piattaforma satellitare, Sky Italia è l'editore con il maggior numero di canali (71), di cui la maggioranza è a pagamento. Seguono RAI (38), la cui offerta satellitare si è arricchita nel 2020 con il lancio delle versioni "extension" dei TG Regionali su Tivùsat, il Gruppo Warner Bros. Discovery Italia (18), Mediaset (17) e Paramount Global Italia (10). Warner Bros. Discovery e Paramount presentano un'offerta mista free/pay che si divide tra Sky Italia e Tivùsat.

Incluse le versioni HD, con l'arrivo dei canali Turner, Warner Bros. Discovery Italia raggiunge 10 canali tv con accesso free e 8 pay, Paramount Global (ex ViacomCBS Italia) 3 free e 8 pay. Come già indicato, molti canali gratuiti trasmessi sulla piattaforma satellitare sono il simulcast di quelli presenti sul digitale terrestre (53).

In termini di programmazione televisiva, ⁴⁰ si rileva che, nel 2023 sui 268 canali tv, quelli dedicati al genere Sport & Calcio cumulano la quota maggiore (18%), seguiti da Cinema & Serie tv (15%), News (13%) e Intrattenimento, includendo il sottogenere factual entertainment (9%).

Principali generi televisivi trasmessi per canale tv (2023)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV).
Programmazione dei principali generi per singolo canale tv.

Tra i canali a pagamento, i generi Cinema & Serie tv insieme a Sport & Calcio superano complessivamente il 60% dell'offerta. L'offerta gratuita risulta ancora la più varia e bilanciata.

Confindustria Radio Televisioni monitora anche l'offerta dei canali radiofonici in modalità visual radio (o radiovisione), fenomeno tutto italiano che si è sviluppato sia in termini di brand nazionali che locali. Più in generale, allargando l'analisi alla musica, troviamo anche un numero marginale di canali tv (slegati dalle emittenti radio) che offrono un palinsesto di genere, tra cui Classica HD, MEZZO e i canali di Paramount Global (MTV, MTV Music, VH1 Italia). Nel 2023 i canali visual radio a diffusione nazionale (broadcasting) sono 15, di cui quasi tutti sono ormai in alta definizione.

Per quanto riguarda, invece, l'offerta radiofonica in modalità "audio-only" presente sulle piattaforme televisive broadcasting (DTT e DTH) si rileva a fine 2023: 26 emittenti sul digitale terrestre, di cui 9 in modalità HbbTv e 3 con cartello tv che rimanda alla visual radio in HbbTv (incluso l'ultimo arrivo di RadioTV Serie A con RDS); circa 50 sulla piattaforma satellitare tra Sky e TivùSat.

⁴⁰ Prevalenza di genere televisivo sull'intera programmazione giornaliera di ciascun canale tv. Il genere intrattenimento ricomprende anche i canali che trasmettono principalmente factual e i cosiddetti canali "mini-generalisti".

Principali canali *Visual Radio* sulle piattaforme DTT e DTH (dic-2023)

Radio	Lancio	Editore	Tipo tx	Standard	Piattaforma	Stream- ing	HbbTV	Altro
Radio Norba TV	mar-12 (mar-19 HD)	Radionorba	Palinsesto	HD only	Sky (+DTT Loc)	✓		
R101 TV	giu-14 (dic-22 HD)	Monradio (MEDIASET)	Simulcast parziale	HD only	DTT	✓		
RTL 102.5 HIT Radio ⁴¹	set-06 (gen-17 HD)	RTL 102.5 HIT Radio	Simulcast	HD only	DTT, Sky, TivùSat	✓	✓	Sky GLASS, Apple Tv
Radiofreccia	ott-16 (gen-17 HD)	RTL 102.5 HIT Radio	Simulcast	HD only	DTT, Sky, TivùSat	✓	✓	Sky GLASS
Radio Italia TV ⁴²	apr-04 (gen-17 HD)	Radio Italia	Palinsesto	HD only	DTT, Sky, TivùSat	✓		
Radio Zeta	giu-17 (gen-18 HD)	Radio Zeta	Simulcast	HD only	DTT, Sky, TivùSat	✓	✓	Sky GLASS
RDS Social TV	ott-18	RDS	Palinsesto	HD only	DTT, Sky, TivùSat	✓	✓	
Virgin RADIO TV (2# lancio)	nov-18 (dic-22 HD)	Radio Virgin Italia (MEDIASET)	Simulcast parziale	HD only	Sky, TivùSat	✓		
RTL 102.5 NEWS ⁴³	ott-20	RTL 102.5 HIT Radio	Simulcast	HD	Sky, Tivùsat	✓	✓	Sky GLASS
Deejay TV (2# lancio)	lug-19	Elemmedia (GEDI)	Simulcast parziale	HD only	DTT	✓		
Radio Italia TREND TV	lug-19	Radio Italia	Palinsesto	HD only	Sky, TivùSat			Rakuten, Samsung TV Plus
Radio KISS KISS TV	dic-19	CN Media	Simulcast	HD only	DTT, Sky, TivùSat	✓	✓	
Radio 105 TV	dic-19 (dic-22 HD)	Radio Studio 105 (MEDIASET)	Simulcast parziale	HD only	DTT	✓		
RMC Italia TV ⁴⁴	apr-20 (dic-22 HD)	Radio Montecarlo (MEDIASET)	Palinsesto	HD only	Sky, TivùSat	✓		
Radio RAI 2 Visual ⁴⁵	set-20 (dic-22 DTT)	RAI	Simulcast	SD	DTT, TivùSat	✓	✓	

Fonte. Elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati operatori.

⁴¹ RTL 102.5 TV nasce nel 2000, con il nome di 102.5 Hit Channel, basandosi sui webmessage del sitoweb. Dal 2005 iniziano le prime sperimentazioni in radiovisione, il nome del canale cambia in RTL 102.5 Radiotelevisione prima e successivamente nell'attuale RTL 102.5 TV. Nel settembre del 2006 parte il progetto radiovisione con alcuni programmi e poi l'intero palinsesto dal 2007.

⁴² Dal 1998 al 2012 Radio Italia è stata editore di Video ITALIA, canale tv presente sulla piattaforma satellitare (gratuito fino al 2003, successivamente a pagamento su SKY). Dopo la chiusura la programmazione del canale Video ITALIA, la programmazione viene assorbita da Radio Italia TV, quest'ultimo, canale tv disponibile in chiaro su DTT e satellite a partire dal 15 aprile 2004. Successivamente Radio Italia TV chiude le trasmissioni per alcuni anni (luglio 2009) per riprenderle a marzo 2011.

⁴³ RTL 102.5 News inizia a trasmettere a fine 2020 in sostituzione del precedente progetto RTL 102.5 Viaradio Autostrade per l'Italia. Lo spazio dedicato all'informazione sul traffico autostradale viene integrato all'interno del palinsesto della nuova emittente. Il canale rientra in RTL 102.5 Digital Space.

⁴⁴ Radio Monte Carlo TV assieme a Radio 105 TV nasce nel 2011 da SingSingMusic (gruppo Finelco) unicamente in streaming sul sito.

⁴⁵ Radio RAI 2 debutta in versione visual il 28 settembre 2020 con una diretta video per 18 ore al giorno su RaiPlay, mentre dal 21 dicembre 2022 è visibile in SD anche sul digitale terrestre (LCN202) e sulla piattaforma Tivùsat.

Principali eventi 2023. Si riporta di seguito i principali eventi che hanno caratterizzato il contesto televisivo dal punto di vista dell'alternanza dei canali tv sulla piattaforma digitale terrestre e satellitare.

Principali operazioni canali tv

Gennaio	Sky Sport Golf (SD + HD) si riaccende sulla piattaforma Sky al posto di Sky Sport Action
	RaiSüdtirol passa in alta definizione all'interno della piattaforma TivùSat
Marzo	Approda sul digitale terrestre (MUX A Rai), la versione in alta definizione di Rai News 24. La versione SD rimane presente nelle 11 composizioni del RAI MUX MR
Aprile	RAI MOVIE passa all'alta definizione sul digitale terrestre (RAI MUX A)
Maggio	Arriva il canale ARTEORA HD sul DTT
Giugno	Chiude le trasmissioni GM24 (IGI Investimenti Group)
	Eliminato il canale Nickelodeon Ukraine Pluto TV su TivùSat
Luglio	Sky Cinema 4K chiude le trasmissioni. I contenuti continuano ad essere trasmessi on-demand all'interno dei SkyQ
	Chiude il canale Sky Sport Football (SD e HD), rientra sulla piattaforma Sport Action HD
	EURONEWS in lingua russa esce da TivùSat
Agosto	Chiude su Sky, il canale BLAZE HD (A+E Networks Italia)
	Iniziano le trasmissioni a pagamento dei canali ZONA DAZN e ZONA DAZN 2 su TivùSat. Il secondo canale è un pop-up channel che si accende in caso di contemporaneità di eventi della Serie A
	Si accende su PERSIDERA (MUX 1) il nuovo canale Radio TV Serie A con RDS in modalità Hbbtv (cartello con solo audio, accesso streaming al canale)
Settembre	Sky Sport MAX HD sostituisce Sky sport ACTION HD. Il nuovo canale prevede anche la versione SD (Sky Sport ACTION era stato rilanciato il 3 luglio 2023, dopo la prima chiusura avvenuta il 12 gennaio 2023)
	Viene chiuso il canale Pop Economy (POP News dal 06-02-2023)
	RaiPlay Sound e RaiPlay entrano sul DTT in versione Hbbtv (MUX B)
Ottobre	Si accende WEDO MOVIES, canale dedicato al cinema femminile in SD (WEDO MOVIES), sulla piattaforma Tivùsat
	Il canale RTL102,5 News esce dal DTT lineare standard, rimanendo presente in Hbbtv (Persidera MUX 3)
Novembre	Arriva su Sky il canale Sky Crime HD e il time-shifted +1 HD in sostituzione di Crime Investigation HD di A+E Networks (iv tra Sky e A+E)
	Chiuse due versioni SD dei canali Sky Sport
	TG Norba 24 passa in alta definizione (DTH)
Dicembre	Eliminate le seguenti versioni SD dei canali: ➤ Sky Sport Arena ➤ Sky Sport (x2) ➤ Sky Cinema Due ➤ Sky Cinema Romance ➤ Sky Cinema Suspense ➤ Sky Cinema Comedy ➤ Sky Cinema Drama ➤ Sky Cinema Due +24 ➤ Sky Atlantic Sky Uno +1
	Eliminato il canale Sky Sport Golf in SD
	Si accende sul DTT il canale PRIMASET
	Eliminato il canale Sky Sport Calcio dal Mux DFREE (rimane Sky Sport Uno)

	Sulla piattaforma satellitare si verificano i seguenti spostamenti/eliminazioni: ➤ eliminati Sky Sport, Primafila 5 e Sky Sport Uno ➤ al posto del canale Primafila 3 si accende il canale Dorcel Club ➤ al posto del canale Primafila 10 è arrivato il canale Primafila 5 ➤ al posto del canale Primafila 6 è arrivato il canale Primafila 3 ➤ al posto del canale Primafila 9 è arrivato il canale Primafila 4 ➤ eliminati i canali Primafila 8, Primafila 7 e Primafila 4 ➤ al posto del canale Primafila 2 è arrivato il canale Cento x Cento.
	Eliminati i canali Zona DAZN 3 HD, Zona DAZN 4 HD e Zona DAZN 5 HD da Sky
	BIKE Channel torna a trasmettere in alta definizione su Sky con il nuovo editore Tiscali TV
	Il canale Byoblu diventa HD nativo

NOTA METODOLOGICA

L'analisi fa riferimento al perimetro degli editori di canali Tv a diffusione nazionale distribuiti all'interno dei Mux digitali terrestri nazionali e presenti sulle piattaforme satellitari di pay-TV (Sky Italia) e free-to-view (TivùSat). Il dato include anche le versioni time-shifted, quelle in alta definizione (HD / Super HD), ultra-alta definizione (4K-UHD), i servizi a pagamento in pay-per-view (PPV) e i cosiddetti temporary channel, trasmessi nel periodo considerato.⁴⁶ I dati sono stati raccolti incrociando fonti varie (AGCOM, MISE, bilanci societari, siti editori e specializzati) integrati da una verifica diretta attraverso decoder e set-top-box.

⁴⁶ Nel monitoraggio non sono stati presi in considerazione i canali test, di servizio e quelli con il segnale duplicato.