



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Multipolarità. Televisione e streaming verso il mercato maturo

ANNUARIO DELLA TELEVISIONE 2024

A cura di Massimo Scaglioni (CeRTA)

Giovedì 5 dicembre sarà presentata all'Università Cattolica del Sacro Cuore a Milano l'edizione 2024 dell'Annuario della Televisione, realizzato da CeRTA dell'Ateneo in collaborazione con Auditel, APA, Sensemakers, Comscore, Nielsen, UPA, Confindustria Radio Televisioni, eMedia e col patrocinio di AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni)

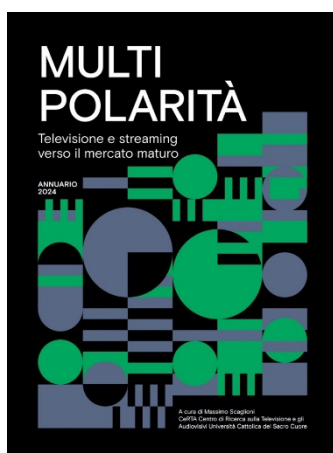
Milano, 3 dicembre 2024 – L'*Annuario 2024 della Televisione Italiana*, a cura di **Massimo Scaglioni**, professore ordinario di Economia e marketing dei media e direttore del CeRTA (Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi) dell'Università Cattolica sarà presentato **giovedì 5 dicembre** in largo Gemelli a Milano (**aula Pio XI, largo Gemelli, 1, ore 10.30**).

A presentare l'*Annuario*, assieme al professor **Scaglioni**, **Fabrizio Angelini**, Amministratore Delegato Sensemakers, **Rosario Donato**, Direttore Generale Confindustria Radio Televisioni, **Emilio Pucci**, Direttore eMedia e **Alessandra Rossi**, International Ad Intel Product Strategy Leader Nielsen.

Ne discuteranno in una tavola rotonda: **Federico Di Chio**, Direttore Marketing Strategico Gruppo Mediaset, **Roberta Lucca**, Direttrice Marketing Rai **Aldo Romersa**, VP Programming WBD - Warner Bros. Discovery, **Chiara Sbarigia**, Presidente APA - Associazione Produttori Audiovisivi.

Resiliente, multipolare e sempre più orientata a ibridare il tradizionale broadcasting con lo streaming (su un terreno di gioco definito “streamcasting”): sono queste le caratteristiche della televisione italiana, analizzata nell’*Annuario della TV 2024* realizzato da CeRTA coi suoi partner, che è ormai un appuntamento consolidato di dicembre di ogni anno. Un quadro completo e dettagliatissimo, ricco di numeri, grafici e interpretazioni, su quella che resta la più importante industria mediale del Paese, la televisione.

L’*Annuario della Televisione* - sviluppato dal CeRTA in collaborazione con partner di eccellenza nella ricerca sul settore audiovisivo e televisivo in Italia - è uno strumento unico e innovativo per l’analisi dell’industria del broadcasting, una piattaforma aperta di analisi delle dinamiche che, lungo il corso di un anno, caratterizzano il sistema dei media. L’ambizione è quella di offrire stimoli, metodi, temi di riflessione per uno sviluppo sostenibile della nostra industria mediale.



La stagione 2023-24 segna l’ingresso del mercato audiovisivo in una fase di accresciuta maturità. La multipolarità dell’offerta audiovisiva nazionale, distesa fra *broadcasting* e *streaming*, rappresenta un punto di non ritorno, mentre il quadro duopolistico che ha contraddistinto il sistema televisivo per quattro decenni appartiene a un’epoca ormai superata della storia della televisione.

Seguendo l’*Annuario 2021 della Televisione* intitolato *La televisione nella pandemia* (Carocci 2021) e i successivi *Total TV* (2022) e *Televisione Resiliente* (2023), l’*Annuario 2024* presenta e analizza le dinamiche della produzione, dell’offerta, e del consumo di TV e del più ampio sistema nazionale degli audiovisivi nel corso dell’annualità 2024.

Il volume è realizzato dal CeRTA (Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi dell’Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano) in collaborazione con Auditel, APA - Associazione Produttori Audiovisivi, Sensemakers, Comscore, Nielsen, UPA - Utenti Pubblicità Associati, Confindustria Radio Televisioni, eMedia e vanta il patrocinio dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM).