

Tv: e-Media, in 2012 sorpasso ricavi pay-tv su pubblicità

ROMA (MF-DJ)--Nel 2012 si dovrebbe assistere al "sorpasso storico" dei ricavi da pay-tv su quelli pubblicitari. I ricavi da pagamento diretto degli utenti sorpasseranno in quota percentuale e in valori assoluti i ricavi da inserzioni commerciali sulle reti nazionali. Con circa 3,8 miliardi di euro, il pagamento diretto contribuirà al 41% dei ricavi del sistema tv.

Il rapporto evidenzia inoltre la maggiore disponibilità delle famiglie italiane a spendere per guardare la televisione. Se nel 1992 le famiglie spendevano poco meno di 2 miliardi di euro (tra canone e home video), nel 2008 tale spesa supera i 6,2 miliardi e potrebbe crescere fino a quasi 8 miliardi nel 2012 (per quasi il 60% derivante da pay-tv).

Secondo quanto emerge da un rapporto curato da e-Media Institute, se nel 2008 la torta dei ricavi (7,2 mld) era formata per il 46% dalle inserzioni commerciali, per il 33% dai servizi pay-tv e per il 20% da canone radio-tv, nel 2012 la torta dei ricavi (9,2 mld) sarà composta per il 41% dai servizi pay-tv, per il 40% da inserzioni commerciali e per il 19% da canone radio-tv.

E-Media Institute prevede inoltre che nei prossimi 3 anni si registrerà una significativa accelerazione delle forme d'offerta ibride broadcast-broadband: una prima frontiera sarà la valorizzazione della catch-up tv via televisore e via pc, ovvero la creazione di un archivio e la possibilità per l'utente di richiedere in ogni momento la visione di programmi trasmessi. red/ren

(END) Dow Jones Newswires

October 20, 2009 05:10 ET (09:10 GMT)

Copyright (c) 2009 MF-Dow Jones News Srl.