

**Consumi.** Il budget totale per intrattenimento e informazione di ogni famiglia equivale in pratica a uno stipendio

# Spesi nei media 1.450 euro l'anno

L'Italia è tra i Paesi europei meno costosi - I divari maggiori nell'offerta tv

Luca Veronese  
 MILANO

Televisione, cinema, giornali, libri, musica, videogiochi. Per questi consumi in Italia una famiglia spende dai 500 ai 2.700 euro all'anno. Nella media circa 1.450 euro: più o meno uno stipendio. Se poi si aggiungono la connessione telefonica e quella internet, l'ingresso ai musei e gli spettacoli dal vivo (concerti, teatro, eventi sportivi) la cifra raddoppia o quasi.

Ma a parità di beni acquistati - costruendo una sorta di paniere di intrattenimento e informazione - l'Italia risulta essere in Europa tra i Paesi meno costosi. Le analisi condotte nei grandi Paesi europei da e-Media Institute per *Il Sole 24 Ore* evidenziano che l'esborso per quella che si può definire una "dieta mediale media" tocca il minimo in Spagna con 1.408 euro all'anno e ha il suo massimo nel Regno Unito con 1.905 euro, mentre in Francia e Germania si colloca rispettivamente a

1.723 euro e 1.759 euro. «Abbiamo confrontato i prezzi di 14 prodotti medi nei primi cinque Paesi europei - dice Emilio Pucci, direttore di e-Media Institute - individuando le eventuali differenze di valore. Con l'eccezione dei prezzi di accesso alla tv (canone e pay), i prezzi dei prodotti paiono tendenzialmente allineati. Più elevati risultano i prezzi sul mercato britannico, ma a parità di potere d'acquisto le distanze si riducono. L'Italia presenta il canone radiotelevisivo più basso, 106 euro all'anno. Inoltre, il costo dell'accesso alla pay tv, il pacchetto minimo acquistabile, si è ridotto nell'ultimo anno a causa della

**L'EVOLUZIONE DEL MERCATO**  
 La concorrenza Mediaset-Sky ha favorito i consumatori Pucci (e-Media Institute): le offerte «flat» possono cambiare musica e cinema

competizione fra gli operatori che ha visto comparire sul mercato nuove configurazioni d'offerta». Dopo aver sfidato il satellite di Sky con il calcio a scheda in pay per view, Mediaset ha lanciato sul digitale terrestre un minipacchetto formato da tre canali di cinema e fiction. La stessa Sky, non solo in Italia, ha ampliato la propria offerta, in particolare riducendo il costo d'ingresso. Con tutta soddisfazione del pubblico: il pacchetto minimo sottoscrivibile costa 180 euro e il massimo arriva a 576 euro. Valori ben più bassi di quelli francesi (297 e 611) e inglesi (252 e 713).

«Una dieta annuale di livello sufficiente per garantire un aggiornamento culturale e mediale di una famiglia, non vale meno di uno stipendio medio. Una dieta mediale ricca per una famiglia di 25 membri si aggira attorno ai 3 mila euro in tutti i Paesi europei considerati».

Il Regno Unito è anche il Paese

con il prezzo del cinema più alto che in alcuni casi tocca le 14 o 16 sterline per spettacoli di punta, il sabato sera, in cinema centrali di Londra: la varietà dei prezzi è andata crescendo a seconda del cinema, del tipo di posto a sedere e dello spettacolo. Nel video on demand si va dai 3 euro della Spagna ai 5,27 degli inglesi, con l'Italia a 4 euro. Il dvd di *The Bourne Ultimatum* costa quasi 12 euro in meno in Germania (14,95) rispetto al Regno Unito (26,41). Per gli album musicali su cd la situazione si capovolge: l'ultimo dei Radiohead *In Rainbows*, costa 17,9 euro in Italia (che qui rappresenta il picco europeo) ai 10,54 euro del Regno Unito. Mentre il costo del download di un brano musicale da internet è quasi uniforme in Europa, circa 1 euro.

Nei giornali il confronto evidenzia valori difformi soprattutto per i settimanali e i periodici di genere. Mentre il prezzo di un quotidiano va dal minimo dell'Ita-

## IL PANIERE

**I prodotti medi rilevati e inclusi nell'analisi:**

- Canone radiotelevisivo
- Pacchetto della pay tv satellitare d'entrata
- Pacchetto pay tv satellitare massimo
- Biglietto del cinema di domenica in una sala centrale
- Film offerto su un servizio video on demand
- Un quotidiano di qualità leader di mercato (nei giorni feriali e senza supplemento)
- Un settimanale politico-economico o di attualità
- Un settimanale femminile
- Un mensile femminile
- Un libro best seller (romanzo)
- Un libro best seller (saggio)
- Un brano musicale acquistato via internet
- Un videogioco di ultima edizione
- Un film in dvd (acquisto)

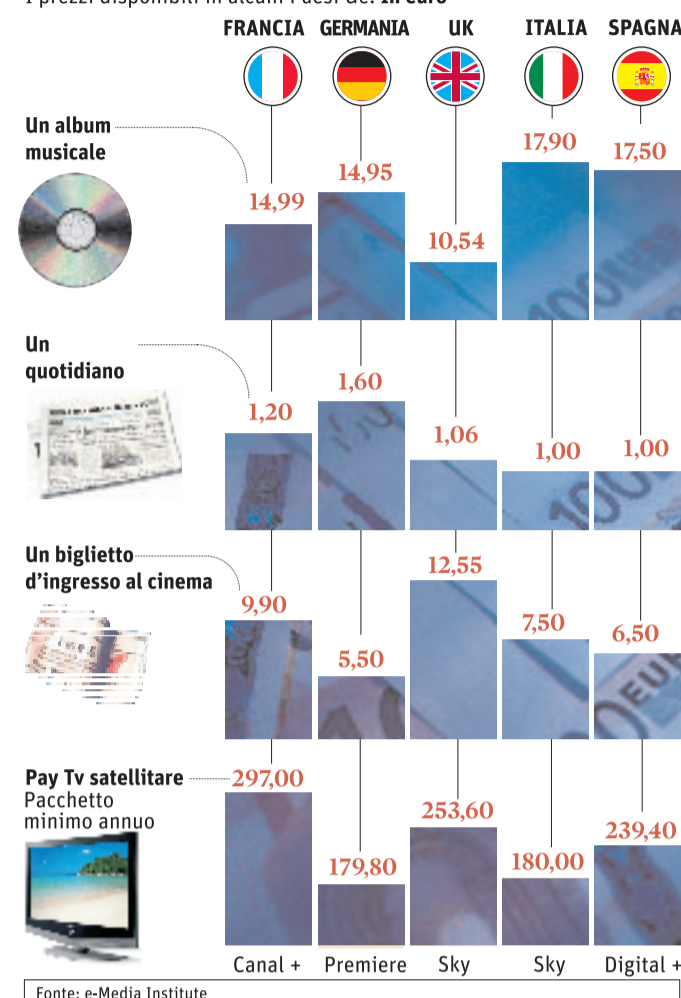
lia di 1 euro al massimo della Germania con 1 euro e 60 centesimi. Anche per quanto riguarda i libri il valore più basso spetta all'Italia: a Roma per un bestseller si spendono in media 17,58 euro contro i 22,72 della Germania.

«Pare scontato che la prima strategia per ridurre gli esborsi, cercando di mantenere un volume elevato di consumo, è sicuramente quella del ricorso alla pirateria o a forme di consumo in violazione delle norme sul copyright. Va tuttavia sottolineato che le offerte *all you can play*, basate su library che vengono messe a disposizione dell'utente (senza scaricare) dietro un pagamento di canone *flat* possono costituire un modello emergente di offerta alternativa a quello a titolo. Oggi per la musica e domani per il cinema utilizzando le potenzialità di internet possono cambiare anche i modelli di consumo e quindi i prezzi per i consumatori».

luca.veronese@ilssole24ore.com

## È la televisione a fare la differenza

I prezzi disponibili in alcuni Paesi Ue. In euro



## MEGAMEDIA

\*\*\*

# «Porta a Porta» fa il pieno sul voto

di Francesco Siliato

Sono state quindici le *Tri bune elettorali*, per l'occasione rinominate *Conferenze stampa*, andate in onda in prima serata sulla seconda rete Rai. Non si può dire che abbiano catturato l'attenzione desiderata e ottenuto un buon successo. Soltanto il leader delle due maggiori coalizioni hanno superato il 10% di quota d'ascolto, e soltanto l'Unione di centro ha prodotto uno share superiore al cinque per cento. Sono stati 25,1 milioni gli italiani che abbiano seguito anche un solo minuto di almeno una delle conferenze, durate 45 minuti ciascuna; ma in media i minuti seguiti sono stati undici e mezzo. Ci sono anche i grandi consumatori di politica, 4,7 mila telespettatori le hanno seguite tutte.

Il gran finale di venerdì è stato dedicato a quindici *Interviste* di cinque minuti ciascuna, andate in onda tra le 21,04 e le 22,21, cui sono seguiti gli *Appelli* di due minuti. Neppure l'ultimo giorno di campagna elettorale i pubblici televisivi hanno dedicato particolare attenzione alla politica espressa in questa forma, l'ascolto medio è inferiore al milione e la quota inferiore al 4 per cento.

Lunedì tutte le reti hanno dedicato ai risultati una qualche trasmissione. In totale, sono stati dedicati all'evento 3.082 minuti, oltre 51 ore, di programmazione. È Sky Tg24 ad aver offerto più tempo di tutti, 700 minuti, avere a disposizione un intero canale per le sole news facilita le cose, l'ascolto medio, sino alla mezzanotte, è di 150 mila individui per una quota del 4,5% tra gli abbonati Sky. Anche in questo caso le persone hanno preferito praticare lo zapping, l'ascol-

to medio è stato generato da 2,5 milioni di individui che hanno seguito Sky Tg24 anche per un solo minuto. Il programma più seguito è stato *Porta a porta*, o meglio la prima parte del programma seguita in media da 2,8 milioni di uomini e 2,7 milioni di donne, per uno share medio del 23,7 per cento.

### La Bbc accelera sul web

Risultato positivo in Gran Bretagna per il servizio della Bbc nominato iPlayer, che consente la visione gratuita on demand su internet delle trasmissioni dell'operatore pubblico. In marzo, il numero di visioni in streaming o il download di video ha oltrepassato i 17 milioni, in crescita rispetto ai 14 milioni di febbraio e agli 11 milioni di gennaio. Oltre un milione di persone utilizzano il servizio nell'arco della settimana, e il consumo quotidiano di video supera ormai il mezzo milione. Per ampliare le potenzialità di iPlayer la Bbc ha recentemente annunciato un accordo con la Nintendo per rendere possibile l'accesso al servizio anche tramite la console per videogiochi Wii, abitualmente collegata direttamente al televisore.

### Spagna digitale

Secondo l'Istituto di rilevazioni Sofres, si accresce ancora la penetrazione del digitale terrestre in Spagna, le famiglie che ne ricevono i canali hanno oltrepassato il 30%. Un anno fa la penetrazione si attestava al 17,5%. L'impulso più rilevante alla diffusione della piattaforma è da ricondursi al successo dei televisori con decoder integrato: Gfk stima che nel 2007 ne siano stati venduti in Spagna più di due milioni e con marzo le vendite dei tv integrati hanno superato quelle dei set-top-box esterni. Sono 9,3 milioni i dispositivi acquistati dal lancio della piattaforma (novembre 2005), di cui 4,7 milioni già compresi nel televisore.

## BREVI

### Dai media

#### 24 MINUTI La free press del Sole con Avon Running

È da ieri in distribuzione a Roma l'edizione speciale di *24 Minuti* dedicata ad Avon Running che si terrà nella capitale sabato e domenica. La free press pomeridiana del *Sole 24 Ore* seguirà anche la tappa della manifestazione che si svolgerà a Milano il 10 e 11 maggio.

## CINEMA

### Lancio a New York per il film *Carnera*

*Carnera la montagna che cammina* sarà presentato al Madison Square Garden di New York, martedì. Il film diretto da Renzo Martinelli (che uscirà il 30 aprile in Italia) è dedicato al leggendario peso massimo Primo Carnera. Coprodotto da Rti e da Martinelli Film Company International in associazione con la Giuseppe Marra Communication (Gmc), sarà distribuito in Italia dalla Medusa e negli Usa dalla Epic Pictures.

## Contributo invisibile. Successo evidente.

**Contributo invisibile** - I benefici dei nostri materiali isolanti innovativi sono più facili da percepire che da vedere. Il loro impiego nella costruzione degli edifici permette di ottenere un isolamento termico ottimale ed un utilizzo dei materiali più razionale ed efficiente. Questo è il nostro contributo per un risparmio energetico durevole nel tempo.

**Successo evidente** - Insieme ai nostri clienti sviluppiamo e miglioriamo soluzioni in molti settori dell'industria. I risultati di queste partnership sono evidenti: processi ottimizzati, qualità superiore e costi ridotti. Collaboriamo al successo dei nostri clienti, migliorando la qualità della vita di tutti.

www.basf.com/more

**BASF**  
 The Chemical Company