

## **2. LO STATO DELLA BANDA LARGA IN ITALIA E LE RETI DI NUOVA GENERAZIONE**

In Italia la **copertura**, intesa come percentuale di linee telefoniche abilitate alla larga banda, è caratterizzata da una marcata disomogeneità della velocità di accesso alla rete, non solo tra le regioni ma anche al loro interno e persino dentro i singoli comuni. Per avere un quadro analitico abbiamo deciso di istituire una *task-force* per la banda larga che avrà, tra gli altri, il compito di effettuare una veloce e puntuale ricognizione della situazione.

Il mercato, abbiamo detto, evolve naturalmente verso soluzioni sempre più avanzate che richiedono, d'altra parte, investimenti che ne circoscrivono la reale disponibilità alle aree più remunerative. Si creano in tal modo delle aree che rimangono ancorate alla generazione tecnologica precedente, definendo di volta in volta dei nuovi parametri di classificazione del divario digitale

Occorre, innanzitutto concentrarsi su cosa significhi il concetto di divario digitale. Non è un concetto immobile nel tempo: ciò che oggi per molti utenti costituisce una velocità di accesso alla rete soddisfacente si rivelerà insufficiente con l'evoluzione dei servizi. Il divario digitale è, dunque, un concetto dinamico strettamente collegato alla diffusione del processo tecnologico.

E' per questo che, convenzionalmente, si parla di generazioni di tecnologie: l'adsl sino a 2 mega megabit è la prima generazione; la seconda è l'adsl sino a 7 Mb; la terza è la banda larga sino a 20 mb; la quarta è la fibra ottica nelle case, le *Ngn networks*, con capacità sino a 100mb.

Il mondo evoluto è già proiettato verso la quarta generazione: sappiamo che dovremo arrivare lì.

Oggi, invece, ci sono aree del territorio che non dispongono nemmeno dell'accesso basilare di prima generazione a 2 Mbps.

Secondo i dati comunicati da Telecom Italia, che possiede la quasi totalità della Rete di accesso, gli interventi necessari a colmare il primo digital divide che permetta a quasi tutta la popolazione di essere raggiunta dall'ADSL di prima generazione (sino a 2 mb di capacità) e che sono stati già pianificati, hanno come traguardo il 2010, attrezzando con dispositivi a banda larga circa 9700 delle 10400 centrali esistenti (98,5% della popolazione, fonte Telecom).

Ma nel 2010 le esigenze già saranno altre.

Vediamo, invece, direttamente cosa sta accadendo sulle Reti di nuova generazione, la quarta, le nuove reti in fibra, che sono il nostro obiettivo strategico. La stessa Telecom Italia ha comunicato ufficialmente che, nei suoi piani d'investimenti prevede che per il 2016 prevede che il 65% del mercato dell'accesso - inteso come percentuale sul totale delle linee attive - sarà raggiunto dalla Reti di nuova generazione. Ossia che il 65% delle attuali linee nelle case degli italiani sarà raggiunto dalla fibra ottica.

Dunque, nel 2016, avendo come riferimento solo la Rete d'accesso oggi e in futuro disponibile, la copertura sarà limitata solo alle zone più remunerative. Buona parte del Paese non avrà la fibra ottica che invece gran parte del resto del mondo starà già utilizzando. Da questo dato si evince che numerose aree - non solo quelle a fallimento di mercato (*market failure*) - saranno senza banda larghissima. Anche questo è un dato importante sul quale riflettere: l'azione del Governo sarà nella direzione di fare ogni sforzo per favorire il raggiungimento da parte dell'intero sistema di mercato della più ampia e veloce di diffusione della NGN in Italia.

La *task-force* per la banda larga - che prima citavamo - sarà lo strumento che dovrà permettere il veloce raggiungimento di tale obiettivo. Mettere tutti gli operatori intorno ad un tavolo, chiedere a ciascuno il contributo di idee e di capacità d'investimento, stimolare la creazione dei meccanismi

più remunerativi d'investimento sulla Rete per far sì che il nostro divario digitale non si allarghi ma si riduca sia all'interno del Paese sia rispetto al resto del mondo.

### **3. L'AZIONE DEL GOVERNO A FAVORE DELLA DIFFUSIONE DELLA BANDA LARGA E LARGHISSIMA E CONTRO IL DIGITAL DIVIDE**

Sappiamo che il *digital divide* è legato all'indisponibilità d'infrastrutture a banda larga e deriva da una molteplice serie di fattori. La conformazione geografica del territorio e la ridotta densità di popolazione che si riscontra nelle zone rurali e marginali del Paese richiedono investimenti infrastrutturali ingenti per avere reti a larga banda che raggiungano tutti.

Tali condizioni influenzano la convenienza economica a investire in infrastrutture di telecomunicazioni a banda larga da parte degli operatori di settore, a causa della mancanza di una massa critica di mercato potenziale e mercato aggredibile, non solo nel breve ma anche nel medio-lungo periodo, tali da garantire la sostenibilità degli investimenti. Sono le cosiddette zone a fallimento di mercato (*market failure*) sui quali siamo obbligati ad intervenire.

In questo senso sono andati gli interventi attuativi già pianificati e realizzati da Infratel, che non possiamo oggi disperdere semmai valorizzare. Le infrastrutture di rete già realizzate da Infratel, sulla base del primo intervento attuativo, hanno reso disponibili circa 1200 km di nuova fibra nelle Regioni del Mezzogiorno del Paese,. Sono stati già pianificati altri interventi da realizzare nelle Regioni del Centro-Nord, sulla base di specifici accordi di programma, stipulati in collaborazione con le Regioni. In futuro l'intervento di Infratel potrà anche concentrarsi nelle aree a divario digitale di prima generazione - quelle sprovviste anche dell'accesso di base a 2 Mbps - e, nel contempo, nell'aumentare le

possibilità di introduzione della NGN ricorrendo se del caso anche a tecnologie *wireless*, che nel caso di realtà periferiche a bassa densità abitativa costituiscono una efficiente alternativa alla posa della fibra.

C'è da dire che questo tipo d'intervento appartiene ad un modello - quello dello Stato proprietario delle Reti - forse superato dagli eventi e, soprattutto, nella sua efficacia, da interventi finanziari e di sostegno allo sviluppo di altri tipo e meglio correlati alle esigenze di mercato.

È interesse del Paese non rompere il circolo virtuoso competizione-investimento-innovazione che si è sviluppato all'inizio del decennio e che va incentivato mediante un intervento flessibile, che elegge la tecnologia a fibra ottica protagonista e si propone di realizzare gli interventi infrastrutturali nelle aree sottoutilizzate per la fornitura dei servizi avanzati di informazione e comunicazione in tutte le zone del Paese.

Su questo siamo già intervenuti.

Per contrastare il digital divide e diminuire le zone a fallimento di mercato andava consentita la possibilità di posare fibra in modo più semplice, veloce e meno costoso. Il Governo ha già dato questa fondamentale se non decisiva risposta al mercato ed alle sue esigenze reali con le misure contenute nell'articolo 2 sulla Banda larga del decreto legge "sviluppo" (decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112 ) in questi giorni in fase di conversione.

Con quel testo si risponde alle indicazioni che il mercato e l'Autorità avevano individuato come decisivi per lo sviluppo della banda larga e larghissima nel Paese: i tempi lunghi e incerti per il rilascio delle autorizzazioni e concessioni da parte di delle Amministrazioni locali, nonché i vari oneri amministrativi a carico degli operatori. Il Governo ha, infatti, definito un intervento organico che va dalla semplificazione della disciplina generale della concessione dei diritti di passaggio - abolendo qualunque diritto speciale o esclusivo - sino alla previsione delle opportune modifiche al codice civile che favoriscano la posa di cavi e di

infrastrutture avanzate di comunicazione all'interno dei condomini anche attraverso specifiche agevolazioni tributarie. L'intervento individuato prevede anche l'istituzione di un regime agevolato per l'utilizzo del suolo pubblico che non ostacoli gli investimenti in reti a banda larga prevedendo, nelle aree sottoutilizzate, la gratuità per un congruo periodo di tempo dell'utilizzo del suolo pubblico per la posa di cavi infrastrutture a banda larga.

Oggi dunque è molto più facile posare fibra nel paese: dall'intervento in strada sino alle case dei cittadini. Crediamo che ciò sarà un elemento decisivo nello sviluppo di questo settore.

Il secondo, decisivo step è previsto nel disegno di legge delega Banda larga presentato dal Governo DISEGNO DI LEGGE AC 1441 "Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria" che abbiamo presentato il 2 luglio 2008

L'intervento, che si pone all'avanguardia in Europa, si avvarrà delle tecniche di finanza di progetto, nella logica auspicata dalla Commissione europea della Public private partnership, che, con una dotazione di 800 milioni di euro per il periodo 2007/13, applicherà un modello innovativo di stimolo e sostegno alla capacità del mercato di sviluppare interventi infrastrutturali sulla banda larga o larghissima, in particolare a favore delle zone in digital divide. Il modello è quello del *project financing* su gara e per reti aperte. Ogni euro che il Governo investirà sarà sui progetti giudicati più virtuosi per lo sviluppo della Banda larga e permetterà di favorire tutti quegli Operatori intenzionati seriamente ad investire in progetti di questo tipo. Infrastrutture che, una volta costruite, saranno vantaggiosamente messe a disposizione del mercato. Tale intervento comporterà naturalmente che chiunque usufruisca di tali fondi lo potrà fare solo se il proprio assetto imprenditoriale garantisca per la gestione

della propria Rete condizioni reali e puntuali di trasparenza, parità di trattamento e di tutte quelle garanzie regolamentari derivanti dai principi comunitari e nazionali per l'accesso della concorrenza ai propri *asset*, in particolare, se in condizioni di significativa concentrazione. In tal senso, guardiamo con molta attenzione al dialogo in corso tra l'Autorità e Telecom Italia sugli impegni relativi ai temi della separazione della Rete. Appare utile riepilogare e precisare che le modalità di intervento pubblico previste nel DDL rispetteranno i principi regolamentari e normativi che la Commissione europea ha enunciato e di seguito richiamati:

- Gara aperta
- Accesso facilitato in modalità *wholesale*
- Effetti sui fornitori e sugli operatori di infrastrutture esistenti
- Le distorsioni di concorrenza e gli effetti sugli scambi sono limitati in modo che il bilancio globale sia positivo
- Limitazione della discrezionalità a livello tariffario
- Neutralità tecnologica
- Eventuale previsione di un meccanismo di recupero degli utili in eccesso (*clawback*)

Compito del governo non è quello di sostituirsi agli operatori, bensì quello di creare le condizioni di politica industriale che massimizzino le opportunità per i cittadini e le imprese.

## **PROCESSO DI DIGITALIZZAZIONE TELEVISIVA**

Oltre 300,000 ricevitori digitali venduti. Oltre 6.000.000 di famiglie che utilizzano abitualmente la piattaforma digitale terrestre. Un nuovo canale generalista della RAI (RAI4) dedicato ai giovani lanciato tre giorni fa in esclusiva sul digitale. Superata per la prima volta la soglia del 5% di utilizzo medio quotidiano del digitale terrestre secondo i dati Auditel. Due milioni di telefonate giunte in una sola settimana al call center dell'offerta Mediaset Premium. 17 domande di editori internazionali, nazionali e locali presentati all'Autorità delle Comunicazioni per utilizzare il 40% della banda trasmissiva degli operatori che daranno vita a dieci nuovi canali nazionali. Questo è quello che è avvenuto solo nell'ultimo mese.

Questi sono gli indicatori dello stato di salute del digitale terrestre in Italia. E così da materia di disputa politica, come è avvenuto negli ultimi anni, il mercato e le esigenze degli utenti e degli operatori, esattamente come è in ogni grande Paese europeo, hanno finalmente preso il sopravvento e determinato che la grande rivoluzione che sta attraversando in tutta Europa la tv generalista è più forte e più grande di ogni discussione accademica o, peggio, di contrapposizione politica.

Il senso del presente contributo è proprio questo: illustrare a queste Commissioni le dinamiche di mercato e le evoluzioni che la televisione sta affrontando, in assoluta consonanza con quanto avviene in Europa, affinché il Parlamento possa innanzitutto conoscerle e, in secondo luogo, sostenerle anche realizzando quegli interventi che diano al nostro Paese ancora maggiore competitività e concorrenza ma soprattutto ancora migliori servizi e offerte agli utenti e alla collettività.

E' opportuno innanzitutto illustrare lo stato dell'arte della televisione digitale terrestre in Italia per poi fornire al Parlamento tutti quegli elementi necessari a condividere le linee guida necessarie a sostenere lo sviluppo di un processo ormai inevitabile e che cambierà, come mai negli ultimi decenni, un mezzo, come quello della televisione, così diffuso e pervasivo nelle nostre vite di tutti i giorni.

## **1. L'OFFERTA DELLA TELEVISIONE DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA**

Tutti conoscete l'offerta tradizionale analogica, cioè la televisione a cui siamo abituati, quella che noi, tutti gli italiani guardano per quasi quattro ore al giorno. Nove canali nazionali (tre RAI, tre Mediaset, due Telecom e Rete A) oltre a qualche rete minore nonché numerose emittenti locali, alcune di buona qualità altre meno, che rappresentano il grosso dell'offerta generalista il quale raccoglie più o meno il 90% dell'audience giornaliero (anche il satellite che pure è cresciuto deve gran parte dei suoi ascolti al fatto che gli utenti guardano le reti tradizionali tramite Sky).

Ebbene questo panorama nel giro di alcuni mesi è destinato a trasformarsi completamente. Già oggi i sei milioni di famiglie abitualmente utilizzatori del digitale terrestre possono accedere a ventotto canali nazionali (una moltiplicazione per tre): la già citata Rai4, i programmi per bambini RAI Gulp e Boing, la rete di cinema Iris, la nuova Rai Sport Più, Sport Italia ma anche Repubblica TV sono solo alcuni degli esempi più significativi dei canali gratuiti offerti in esclusiva sul digitale terrestre già oggi accessibili da parte di tutti gli utenti. A questa si affianca l'offerta pay costruita da Mediaset e da Telecom Italia Media (ricordate le due milioni di telefonate che ho citato all'inizio) che rappresenta un'alternativa importante per l'utente rispetto all'offerta pay tradizionale costruita su un modello completamente alternativo a quello finora conosciuto: se fino a ieri pay tv



significava un'offerta molto ricca e importante per coloro che potevano economicamente permettersela da oggi pay significa anche possibilità di visione di contenuti di pregio (calcio, cinema, Disney) attraverso modalità e condizioni accessibili a tutti. Per non parlare delle tv locali che hanno svolto un fondamentale ruolo nel nostro Paese in chiave pluralista e di diversificazione dell'offerta, che già oggi operano con decine di multiplex digitali, e che domani si troveranno di fronte alla sfida di fare dei contenuti locali uno dei punti forti dell'offerta digitale.

E la prospettiva, con il progressivo switch off delle aree e con la cessione del 40%, è quella di un'offerta destinata ad aumentare raggiungendo decine di canali nazionali generalisti e non, di operatori tradizionali e non, che innoveranno profondamente il concetto della tv generalista, quell'offerta e dedicata a tutti, quella a cui siamo abituati tutti nella nostra fruizione quotidiana, che si sta evolvendo e si evolverà profondamente dando nuove opportunità di scelta, in Italia come in Europa, a tutti gli utenti televisivi.

Canale	Editore	Free /PPV	Genere	Anche in analogico
<b>Rai Uno</b>	Rai	Free	Generalista	•
<b>Rai Due</b>	Rai	Free	Generalista	•
<b>Rai Tre</b>	Rai	Free	Generalista	•
<b>Rai Edu 1</b>	Rai	Free	Cultura / Educazione	
<b>Rai Gulp</b>	Rai	Free	Bambini	
<b>Rai Notizie 24</b>	Rai	Free	News / Info	
<b>Rai Sport Più</b>	Rai	Free	Sport	
<b>Rai 4</b>	Rai	Free	Cinema/Fiction/Serie Tv	
<b>Canale 5</b>	Mediaset	Free	Generalista	•
<b>Italia 1</b>	Mediaset	Free	Generalista	•
<b>Rete 4</b>	Mediaset	Free	Generalista	•
<b>Boing</b>	Mediaset/Turner	Free	Bambini	
<b>Media Shopping</b>	Mediaset	Free	Teleshopping	
<b>Iris</b>	Mediaset	Free	Cinema/Cultura	
<b>Premium Gallery</b> Joi, Mya, Steel, Disney Channel	Mediaset	PPV	Cinema/Serie Tv /Bambini	
<b>Premium Calcio 1-6 , Calcio 24</b>	Mediaset	PPV	Calcio	
<b>La7</b>	Telecom Italia Media	Free	Generalista	•
<b>Mtv</b>	Telecom Italia Media	Free	Musica	•
<b>Qoob</b>	Telecom Italia Media	Free	Altro	
<b>Sardegna 1</b>	Sardegna Tv	free	Generalista	•
<b>La7 Cartapiù A-E, X, Y</b>	Telecom Italia Media	ppv	Sport, Cinema, Bambini	
<b>All Music</b>	Gruppo L'Espresso	Free	Musica	•
<b>Repubblica TV</b>	Gruppo L'Espresso	Free	News / Info	
<b>Sportitalia</b>	Dfree (HSC)	Free	Sport	
<b>Sportitalia24</b>	Dfree (HSC)	Free	Sport	
<b>Class News</b>	Class Editori	Free	News / Info	
<b>Coming Soon Tv</b>	Anica Flash	Free	Altro	
<b>Facile Tv</b>	Sitcom	Free	Intrattenimento	
<b>SAT2000</b>	Fondaz. Comunicazione e Cultura (CEI)	Free	News / Info	
<b>Non in lingua italiana</b>				
<b>BBC World</b>	BBC	Free	News / Info	
<b>France 24</b>	Tf1, France TV	Free	News / Info	

Fonte: DGTVI

**Tabella 1. Offerta digitale attuale in Italia**

Vale la pena rilevare, nei confronti di tutti coloro che hanno ritenuto o ritengono il digitale terrestre un mero pretesto per la prosecuzione dell'esistente, che solo attraverso tale innovazione è stato ed è possibile che ben tre nuovi operatori nazionali (quali H3G, il gruppo Tarak Ben Ammar o il gruppo l'Espresso) sono potuti diventare nuovi protagonisti a pieno titolo di tale offerta a dimostrazione di un sistema aperto per tutti coloro che sono disponibili ad investire effettivamente e ad entrare nel sistema televisivo.

Un'ultima considerazione relativa alla cessione del 40% della capacità trasmissiva da parte dei grandi operatori televisivi (RAI, Mediaset, Telecom Italia Media) che l'Autorità sta gestendo e di cui forse si è complessivamente, da parte di tutti, sottovalutata la portata fortemente innovativa. Il Parlamento è testimone che la legge istitutiva del digitale terrestre approvata nel 2001 (la n.66), eravamo nel Governo Amato, tra i propri principi stabilì che, proprio per fare di tale innovazione un'occasione in cui venissero aperte nuove opportunità a nuovi editori, i tradizionali soggetti cedessero il 40% dei propri spazi trasmissivi a soggetti indipendenti. Ebbene, l'Autorità dopo un'applicazione iniziale di tale normativa ha stabilito le regole per una vera e propria gara su progetti editoriali. Neanche un mese fa le domande pervenute all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sono state 25 da parte di 18 diverse imprese, spiace dirlo per certi versi, soprattutto di livello internazionale come Disney, Universal, la svedese Airplus, ESPN, Turner; l'inglese Top Up Tv, e l'americana Qvc. Vi sono inoltre anche alcuni editori di TV locale come Telelombardia e Antenna 3 Nord Est nonché altri editori nazionali come Sitcom, Class Editori, Coming Soon, Sat 2000. Tra i nuovi soggetti nazionali inoltre vi sono Infront Italy, Archimede e il Consorzio Alphabet per un'offerta di tipo educativa e formativa. Entro il mese di Agosto la Commissione dell'Autorità deciderà la graduatoria ed entro la fine dell'anno almeno dieci nuovi canali nazionali prenderanno il via.

Un'innovazione che cambierà e integrerà profondamente l'offerta televisiva e che rappresenta una misura di apertura del sistema: la più avanzata, sul piano dei contenuti, di qualsiasi altra misura intrapresa in Europa.

La televisione italiana che si è intrattenuta in una sorta di guerra dei trent'anni sul livello di pluralismo e del numero dei soggetti operanti ha intrapreso una nuova strada che metterà, sul piano della numerosità delle offerte e della loro capacità di vincere dal punto di vista dell'utilizzo e del gradimento da parte degli utenti, la propria cifra distintiva.

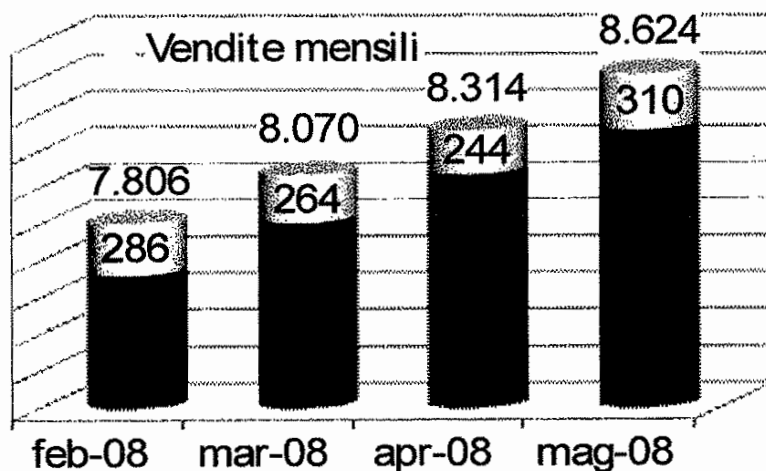
## **2. LA DIFFUSIONE, L'UTILIZZO E L'ASCOLTO DELLA TELEVISIONE DIGITALE TERRESTRE IN ITALIA**

Si è appena rilevato come si modificheranno l'offerta e la fruizione della televisione gratuita e generalista e come già oggi la configurazione dei programmi sia già profondamente diversa rispetto all'attuale analogica. Ma è opportuno anche capire a che punto è, a poco più di cinquanta mesi dal passaggio definitivo al digitale, lo stato attuale della diffusione di tale tecnologia in Italia, tra le famiglie italiane.

Complessivamente, come rileva GFK, il primo istituto europeo di rilevazione sui consumi familiari, i ricevitori digitali terrestri acquistati in Italia hanno raggiunto a maggio 2008 la quota di 8,624 milioni, di cui 6,256 milioni rappresentati da decoder esterni e 2,367 milioni la quota raggiunta dai televisori con sintonizzatore digitale terrestre integrato. Una banale proiezione degli attuali andamenti di mercato porta così a 4 milioni la stima di ricevitori venduti quest'anno, superando così già a fine 2008 la soglia dei 10 milioni di ricevitori digitali terrestri venduti nel mercato italiano e incominciando a recuperare la posizione di ritardo accumulata negli ultimi anni.

Va riconosciuta in questa chiave la positività della norma introdotta nella precedente legislatura, fortemente voluta dagli operatori e dai produttori di apparati, che ha mutuato una iniziativa francese meritoriamente accolta dal Governo, che ha reso progressivamente obbligatorio l'inserimento del ricevitore digitale negli apparati televisivi (dal prossimo Aprile ma che ha già innescato dinamiche di mercato irreversibili). Una dinamica che risolve una domanda angosciata fino a qualche mese fa e cioè di come fare a dotare entro il 2012 tutte le famiglie italiane di ricevitori digitali.

VENDITE MENSILI E CUMULATE DI RICEVITORI TDT IN ITALIA (in migliaia)



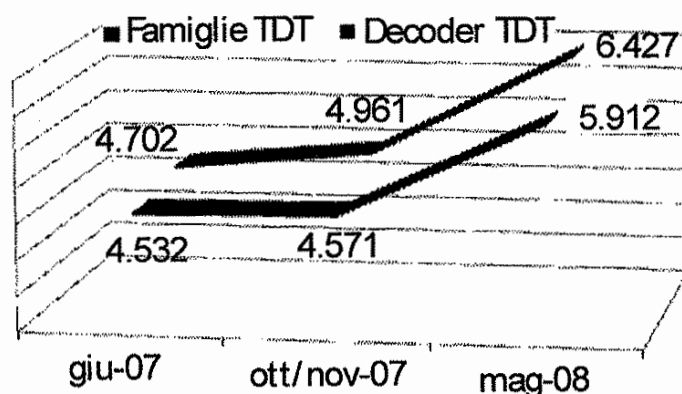
Fonte: DGTvI su dati GFK

Se si considera, oltre alle vendite dei ricevitori, la penetrazione e l'utilizzo effettivo del digitale nelle famiglie italiane il trend positivo non muta. La ricerca Makno "Monitor sulla tv digitale", evidenzia infatti che alla fine di maggio il numero delle famiglie TDT (in possesso cioè di almeno un ricevitore per il digitale terrestre nella residenza principale) è salito fino a 5.912.000, con una crescita netta di circa 130 mila unità rispetto ad aprile (+2,2%). Tra aprile e maggio il numero dei ricevitori TDT presenti nelle

famiglie è salito da 6.288.000 a 6.427.196, per una crescita mensile pari a circa 140 mila unità. Vale la pena rilevare per chiarezza che la differenza di circa il 20% tra apparati venduti e diffusione effettiva tra le famiglie è un trend comune a tutti i Paesi Europei dovuti a fenomeni strutturali quali obsolescenza degli apparati, secondi televisori, esercizi commerciali, ecc.

In ogni caso oggi si può essere certi che oltre una famiglia italiana su quattro ha attivato ed utilizza abitualmente un ricevitore digitale terrestre.

FAMIGLIE IN POSSESSO DI DECODER TDT E DECODER TDT PRESENTI (in migliaia) MAGGIO 2008



Fonte: DGTVi su dati Makno

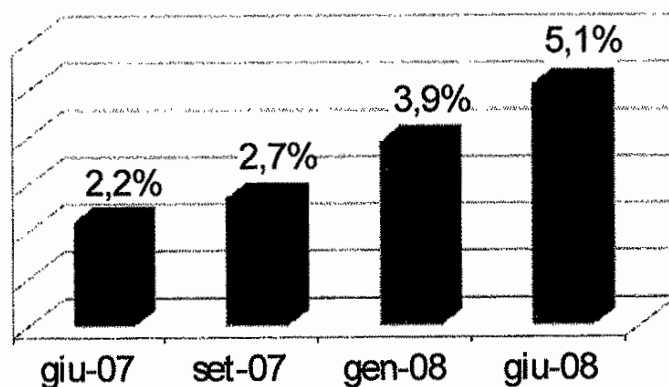
Tutto ciò porta ad un elemento fondamentale di riflessione a cui si accennava precedentemente e cioè alla risposta che molti di noi con difficoltà riuscivano a fornire fino a pochi mesi fa rispetto alla domanda di come entro il 2012 tutti gli italiani sarebbero riusciti effettivamente a fornirsi di un ricevitore in grado di accedere alle nuove modalità di trasmissione per effettuare lo switch off definitivo. Ebbene una semplicissima proiezione ci dice che, con l'attuale ritmo di diffusione (300.000 ricevitori al mese), un ritmo fisiologico e non determinato da alcuna operazione straordinaria, con circa 4 milioni di ricevitori l'anno, entro il 2012 avremmo ampiamente raggiunto praticamente l'universalità

delle famiglie italiane non considerando neanche la naturale accelerazione che vi sarà con il progressivo passaggio di aree regionali al digitale integrale.

Per concludere questa serie di considerazioni, dopo la vendita degli apparati e la diffusione nelle famiglie, alcuni dati riguardo all'effettivo utilizzo del digitale terrestre.

Nel giugno 2008 l'utilizzo della piattaforma digitale terrestre supera per la prima volta il cinque per cento. Il 5,1% del complessivo consumo di televisione del mese di giugno è infatti passato attraverso i decoder terrestri digitali. Una crescita, rispetto al precedente mese di giugno, di oltre il 100% in cui il consumo della piattaforma DTT era più o meno fermo al 2%.

TDT: AUDIENCE SHARE ITALIA DELLA PIATTAFORMA SUL TOTALE ABITAZIONI



Fonte: DGTVi, Studio Frasi su dati Auditel, AGB-Nmr

C'è da rilevare che, al momento, rispetto ad altri Paesi Europei (in cui l'ascolto del digitale terrestre si pone tra il 10 e il 15%) l'effettivo utilizzo di questa piattaforma è effettivamente ancora poco sviluppata anche se è

importante notare il trend di crescita che ha portato nell'ultimo anno il consumo di tale piattaforma praticamente a raddoppiarsi.

Occorre però allo stesso tempo considerare anche l'utilizzo della medesima piattaforma da parte delle famiglie residenti nelle aree più avanzate e cioè le cosiddette aree all digital quelle in cui si è favorita la sperimentazione (Sardegna e Valle d'Aosta). In tali Regioni, come noto, si è anticipato il passaggio in esclusiva al digitale terrestre di due reti (RaiDue e Rete Quattro) proprio per rendere progressiva la transizione integrale al digitale che avverrà tra pochi mesi.

Ebbene in queste Regioni il consumo del digitale è assolutamente maggioritario. Se si considera infatti complessivamente l'utilizzo del digitale (satellite e terrestre) in entrambi le regioni infatti supera il 60% e il tradizionale analogico si situa già sotto il 40%.

CONFRONTO TRA LE AUDIENCE SHARE DELLE PIATTAFORME A LIVELLO NAZIONALE, IN SARDEGNA E VALLE D'AOSTA

Giugno 2008	Totale individui	Val d'Aosta	Sardegna
Piattaforma DT	5,1%	20,3 %	42,5%
Piattaforma Sat	16,3 %	42,7%	19,2%
Piattaforma Analogica	78,6%	37,1%	38,3%
Piattaforma digitale (sat+DT)	21,4%	62,9%	61,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: dati Auditel / AGB Nielsen

Non solo. Se si considera la Sardegna che, a differenza della Valle d'Aosta non presenta problemi di ricezione particolari dovuti alla conformazione orografica, si può rilevare che il digitale terrestre è già, ancora prima della conversione