



STUDIO SULLA RICEZIONE TV 2013

ITALIA  **eutelsat**
COMMUNICATIONS

© 2012 Ipsos. Tutti i diritti riservati. Contiene informazioni riservate e proprietarie di Ipsos e non può essere divulgato o riprodotto senza previo consenso scritto da parte di Ipsos.



MERCATO TELEVISIVO ITALIANO

4 POSIZIONI ORBITALI

- EUTELSAT HOT BIRD (13A/B/C)
- EUTELSAT 16A
- EUTELSAT 9A
- EUTELSAT 7A

53 dBW

52 dBW

51 dBW

50 dBW

48 dBW

46 dBW

44 dBW

43 dBW

42 dBW

40 dBW



EUTELSAT HOT BIRD COPERTURA



PARTE 1

PANORAMICA GENERALE FAMIGLIE CON TV



TELEVISORI

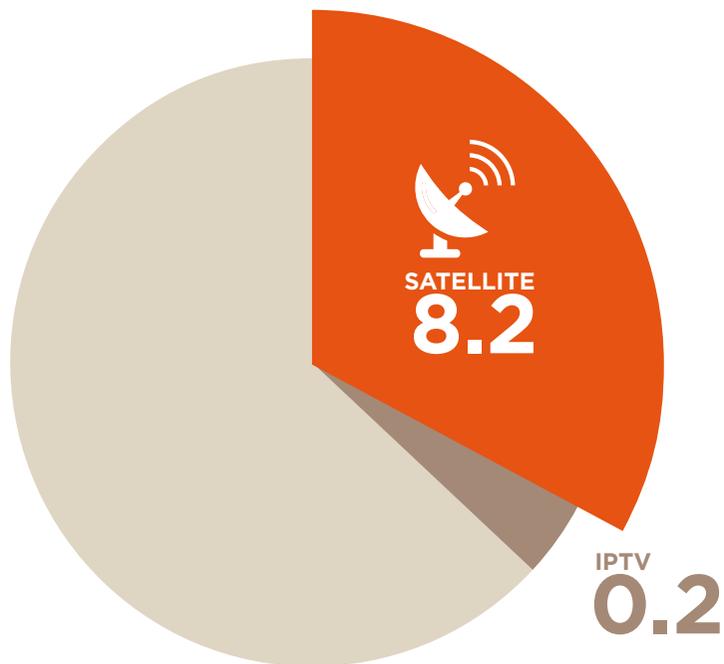
24.7
MILIONI
 DI FAMIGLIE POSSIEDONO
 UN TELEVISORE



IL
98%
 DELLE FAMIGLIE
 ITALIANE



DTT
16.3



IPTV
0.2

SATELLITE

8.2 MILIONI DI FAMIGLIE

QUOTA DI MERCATO DEL

33%



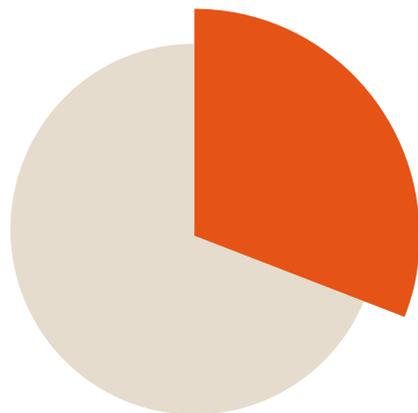
Dati espressi in milioni di famiglie

RICEZIONE SATELLITARE UN MERCATO STABILE



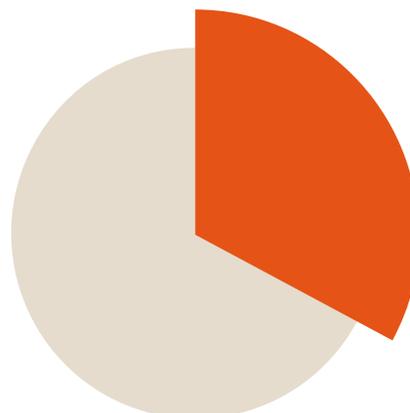
TERRESTRE

SATELLITE
31%



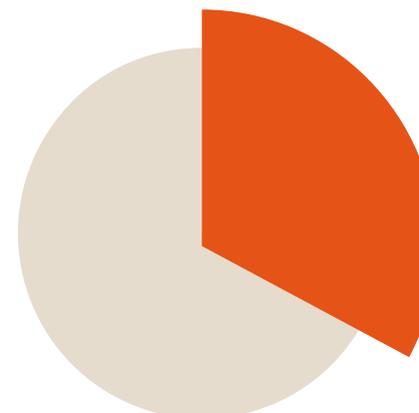
2008

SATELLITE
33%



2010

SATELLITE
33%



2012

% di famiglie - Terrestre include DTT e IPTV - Non esiste la TV via cavo in Italia

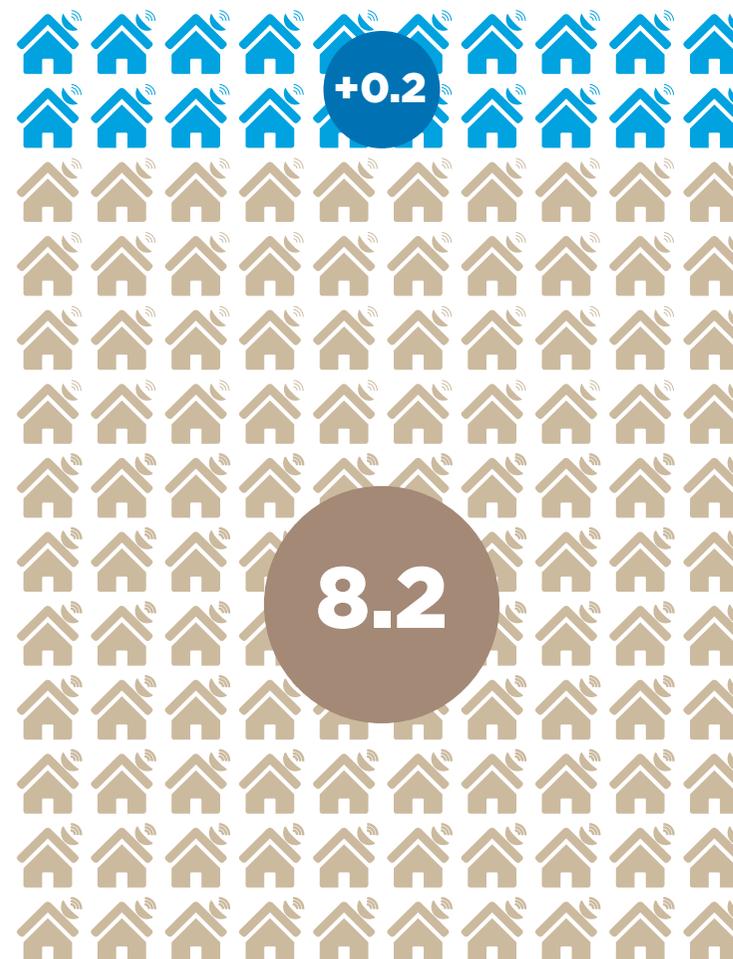


MERCATO POTENZIALE PER IL SATELLITARE

+3.4%

2013

8.4 FAMIGLIE



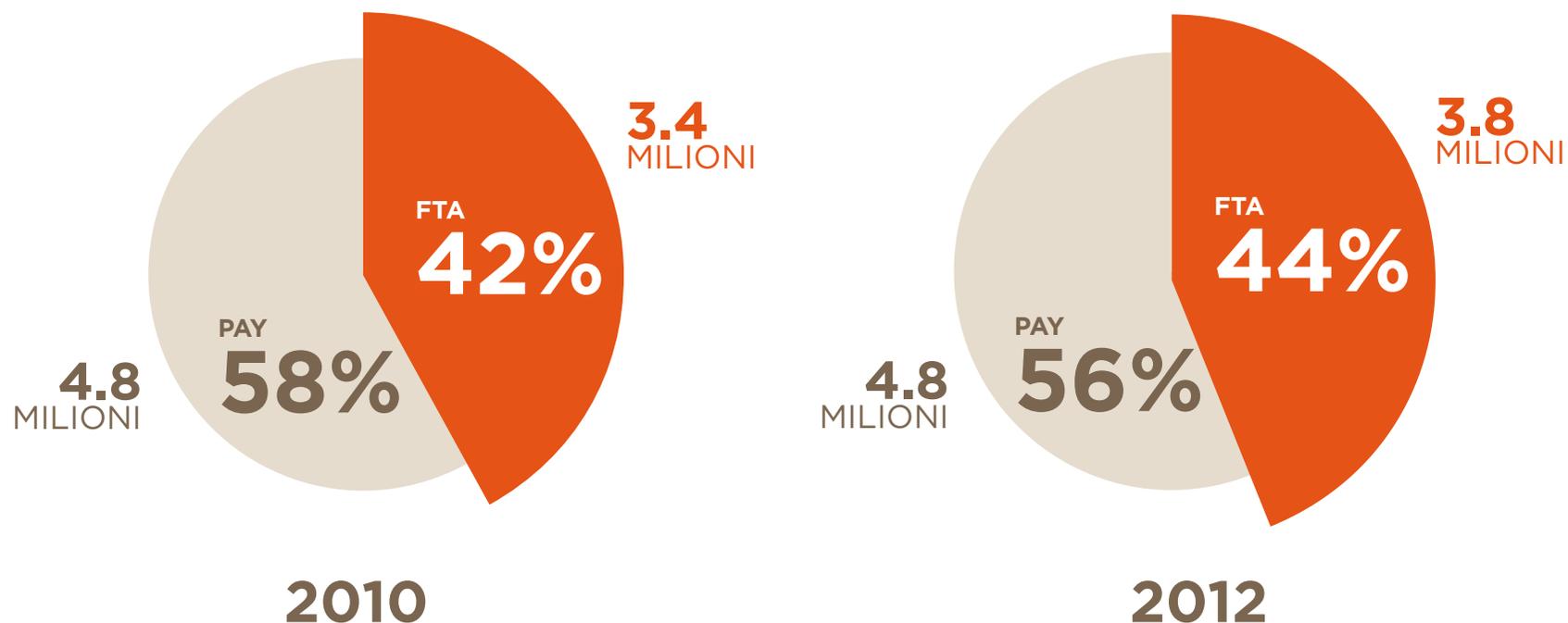
D6. Intenzione d'installare una parabola satellitare nei prossimi 12 mesi — Base : non ha una parabola satellitare — Dati espressi in milioni di famiglie



PARTE 2

APPROFONDIMENTO SULLA RICEZIONE SATELLITARE

CRESCERE LA RICEZIONE IN CHIARO VIA SATELLITE



Il totale può superare il montante del parco di ricezione satellitare perché nel conteggio della base sono inclusi i segnali ricevuti, considerando che il 6% delle famiglie dotate di parabola satellitare riceve 2 o più segnali - Cifre espresse in milioni di famiglie

EUTELSAT

8.0
MILIONI
DI FAMIGLIE

IL
93%
DEL MERCATO
SATELLITARE



HOT BIRD 13° EST: 84%

7.3



EUTELSAT 16A: 6%

0.5



ALTRO EUTELSAT: 3%

0.2



ALTRI: 7%

0.6



Dati espressi in milioni di famiglie



Ipsos



PARTE 3

NUOVE MODALITA' DI FRUIZIONE DELLA TV



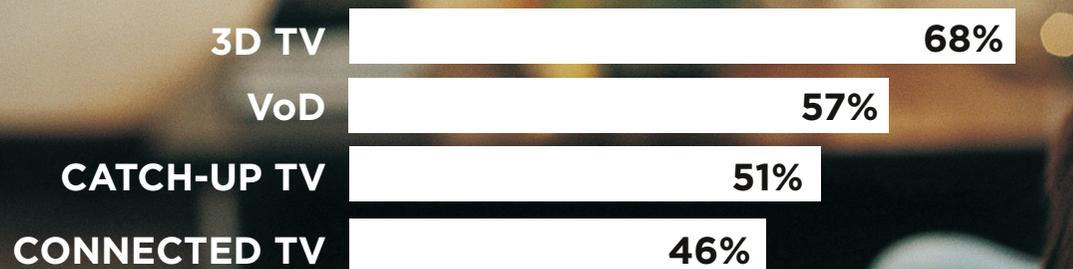
NUOVE MODI

DI FRUIZIONE DELLA TV

BUONA NOTORIETA' DEI NUOVI MODI DI FRUIZIONE

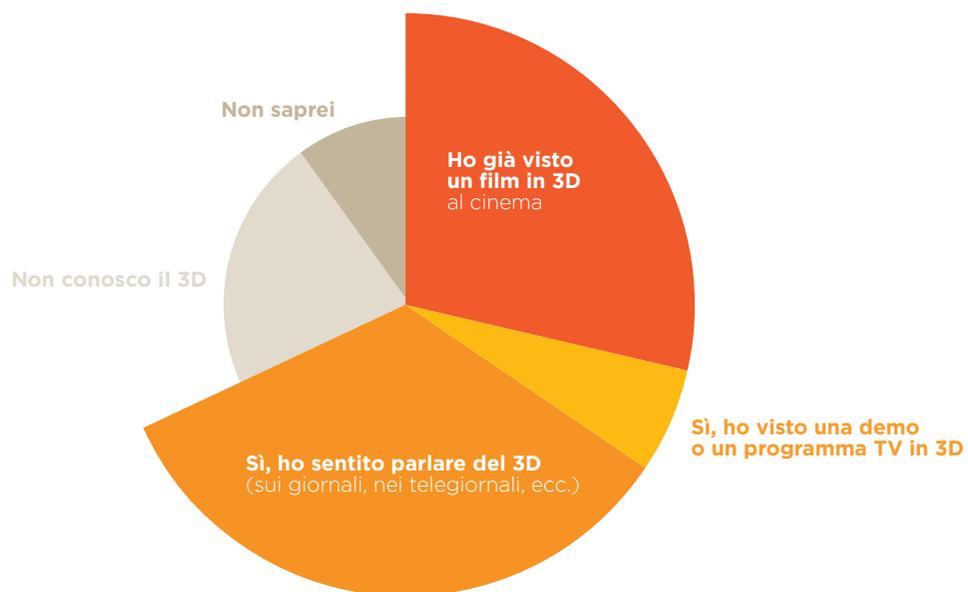
DELLA TV

NOTORIETA' TOTALE



3D TV

ELEVATA NOTORIETÀ... MA MODERATO INTERESSE



NOTORIETÀ NETTA DEL
68%



INTERESSE NETTO DEL
13%

“Attualmente al cinema si proiettano film 3D e alcuni operatori televisivi stanno sviluppando canali televisivi in 3D. Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio la Sua esperienza di televisione 3D ?” - Base : totale

“Lei sarebbe interessato a dotare la Sua casa di uno schermo TV compatibile con il 3D (per guardare il 3D può essere necessario indossare occhiali per il 3D) ?” - Base : totale (2026)

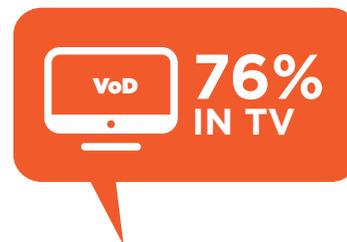


VoD

L'UTILIZZO E' ANCORA
POCO DIFFUSO

NOTORIETÀ NETTA DEL

57%



Sì, e lo utilizzo già
(in TV o sul computer)

**Sì, ho un sistema di VOD disponibile
sul mio televisore e sul mio computer
ma non l'ho mai utilizzato**



No, non ne ho
sentito parlare

Si, ne ho sentito parlare,
ma non so di che cosa si tratti



"Video-On-Demand (VoD) è un sistema che consente di selezionare, scaricare e guardare contenuti video "on demand", cioè "a richiesta", generalmente a pagamento. Ne ha sentito parlare?" - Base : totale (2026)

CATCH-UP TV

L'UTILIZZO E' ANCORA POCO DIFFUSO

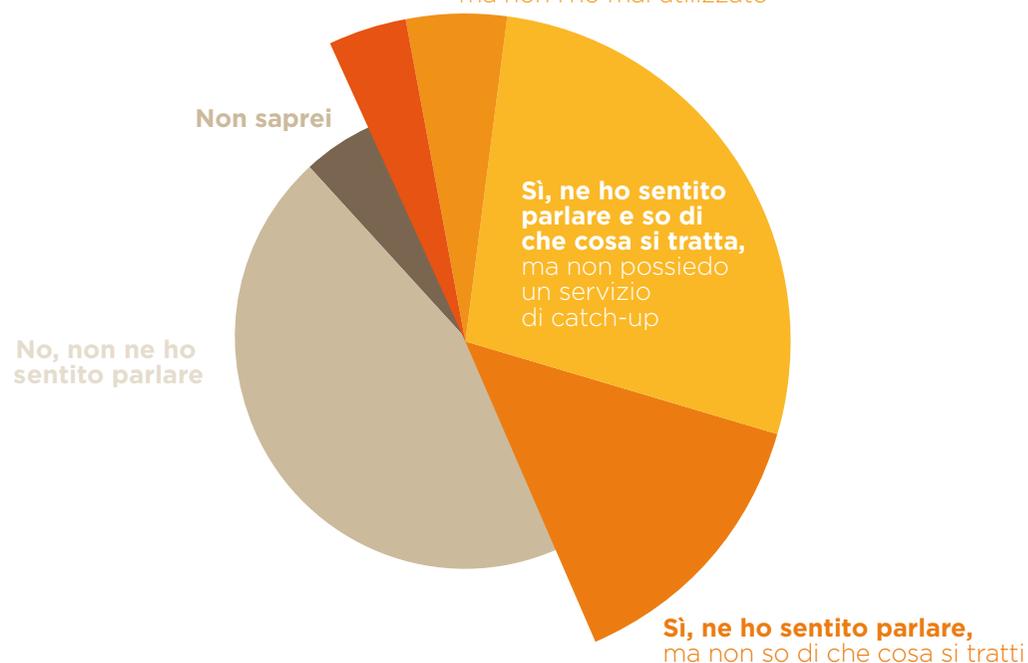
NOTORIETÀ NETTA DEL

51%



Sì, e lo utilizzo già
(in TV o sul computer)

Sì, ho un servizio di catch-up sul mio televisore o sul computer, ma non l'ho mai utilizzato



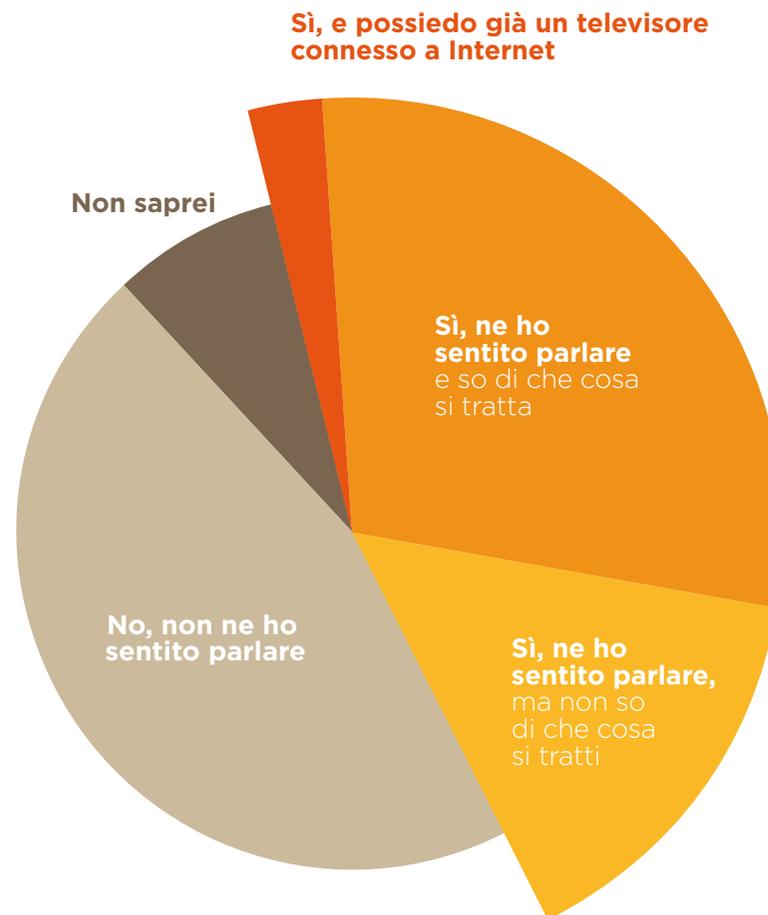
"Alcuni canali televisivi offrono la possibilità di vedere (o rivedere) un programma dopo la prima messa in onda: questo servizio si chiama Replay TV o Catch-Up TV. Ne ha sentito parlare?" Base: totale (2 026)

CONNECTED TV

E' ANCORA UN TERRITORIO PER EARLY ADOPTERS

NOTORIETÀ NETTA DEL

46%



"Alcuni nuovi televisori sono collegati a Internet e consentono di navigare dallo schermo TV; questo sistema si chiama 'Connected TV'. Ne ha sentito parlare?"
Base : totale (n=2026)



Ipsos

