

Sky ruba quote di pubblicità a Rai e Mediaset (Montanari a pag. 16)



Nel 2010 la raccolta sulle tv satellitari supera 330 milioni. Il Biscione oltre 2,9 miliardi e Fininvest porta la quota al 38,98%

Spot tv, Sky ruba quote di mercato a Rai e Mediaset

GLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI IN ITALIA NEL 2010

In migliaia di euro

	Gen-dic 2010	Gen-dic 2009	Var. % su 2009
TOTALE PUBBLICITA'	8.623.350	8.308.964	+3,8%
◆ Tv	4.619.295	4.358.936	+6,0%
◆ Stampa	2.289.593	2.391.689	-4,3%
Quotidiani a pagamento	1.382.771	1.411.195	-2,0%
Quotidiani free/paypress	76.969	102.924	-25,2%
Periodici	829.852	877.569	-5,4%
◆ Radio	469.960	436.304	+7,7%
◆ Internet	362.993	302.235	+20,1%
◆ Outdoor	136.926	135.097	+1,4%
◆ Cinema	62.544	55.750	+12,2%
◆ Cards	6.646	6.622	+0,4%
◆ Direct mail	555.631	503.782	+10,3%
◆ Out of home tv	10.820	9.383	*
◆ Transit	108.942	109.167	-0,2%

* Dato non raffrontabile a causa dell'inserimento di una nuova concessionaria

Fonte: Nielsen Media Research

DI ANDREA MONTANARI

La pubblicità punta sulla tv satellitare. E Sky Italia, grazie anche ai Mondiali di calcio sudafricani, conquista sempre maggiore spazio erodendo quote di mercato ai due principali gruppi televisivi nazionali, Rai e Mediaset. A dimostrazione che il piccolo schermo rappresenta l'ancora di salvezza per le aziende che tagliano i budget destinati all'advertising ma che non rinunciano a comunicare. È questa la novità più significativa che emerge rielaborando i dati sul mercato pubblicitario relativi all'intero 2010 diffusi ieri da Nielsen Media Research. Nel complesso i mezzi di comunicazione hanno incassato 8,62 miliardi (+3,8% rispetto al 2009). La parte preponderante, il 53,57%, è stata destinata alle tv (4,62 miliardi, più 6%), mentre la carta stampata continua a perdere appeal: i quotidiani hanno raccolto 1,46 miliardi (-3,6%) e i periodici 829,8 milioni (-5,4%). Per quanto riguarda gli altri media va registrato il boom di internet (363 milioni, +20,2%), la crescita costante della radio (469,96 milioni, +7,7%) e la ripresa degli investimenti al cinema (62,5 milioni, +12,2%). Entrando nel dettaglio dei dati Nielsen, emerge come le emittenti satellitari siano in netta crescita sul fronte pubblicitario. Dalle elaborazioni effettuate da MF Milano Finanza risulta che l'anno scorso la pay tv di Rupert Murdoch abbia raccolto 270

milioni a fronte di un monte-investimenti della tv satellitare di 330 milioni. Questa cifra rappresenta il 7,2% del totale della televisione (nel 2009 era il 5,9%) dove Mediaset, con la concessionaria Publitalia, si è garantita incassi superiori a 2,9 miliardi (+5% rispetto al periodo gennaio-dicembre 2009, con un upside nel solo mese di dicembre del 4,2% a fronte di un rialzo del settore del 2,3%). La raccolta del Biscione rappresenta oltre il 63% del totale delle tv (era il 63,8% nel 2009) e il 33,85% del mercato complessivo (era il 33,47% l'anno precedente). La Rai, con la concessionaria Sipra, si è fermata a poco più di 1,1 miliardi (+2,8%): una soglia che rappresenta il 24,4% del comparto televisivo e che è in calo rispetto al 25,2% del 2009. Crescono gli investimenti pubblicitari su La7 (136,5 milioni, più 5,9%) gestiti dalla Cairo Communication. A spendere di più è il settore alimentare (1,1 miliardi).

A scommettere su Mediaset, nonostante il rischio mercato legato alle vicende giudiziarie del premier Silvio Berlusconi, è Fininvest. La holding di via Paleocapa ha arrotondato la partecipazione al 38,98%,

dopo il trasferimento dello 0,36% in portafoglio alla controllata Trefinance. E a credere nel business del gruppo di Cologno Monzese sono anche gli analisti di Mediobanca Securities che puntano sulla crescita degli ascolti dei canali digitali Boing, Iris, La5 e Mediaset Extra che sommano il

3,4% di share e sull'aumento delle tessere Premium sottoscritte nel 2010: 500 mila nell'ultimo trimestre per un totale di 3,85 milioni contro le 3,725 milioni del 2009. A breve, poi, Mediaset dovrebbe lanciare sul mercato un nuovo set-top-box (decoder) che offrirà la connessione internet e la possibilità di ricevere video on demand. (riproduzione riservata)

