

TV Bambini

Febbraio 2009

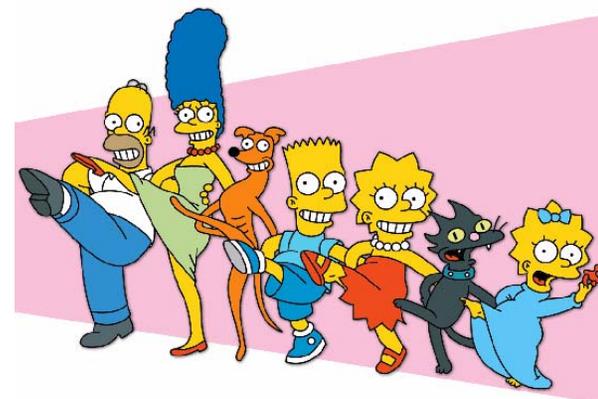


Starcom™

Copyright © 1973 Walt Disney Productions. Printed in U.S.A.

Un'ampia Offerta

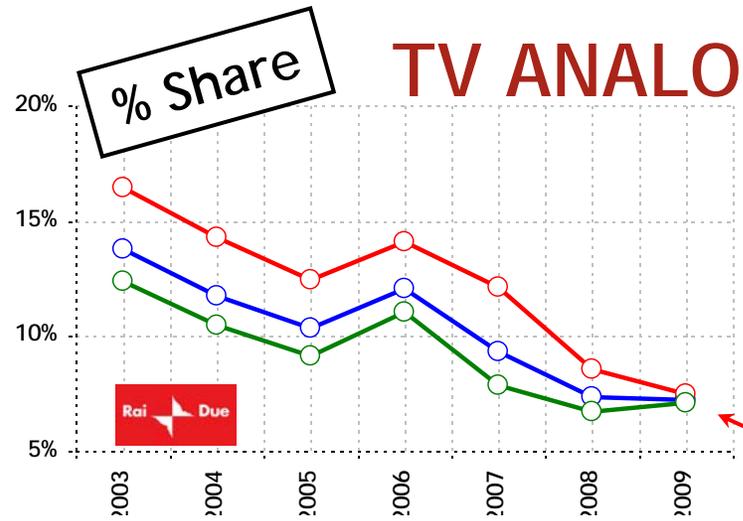
Tv Analogica



Tv Digitale
Terrestre

Tv Satellitari

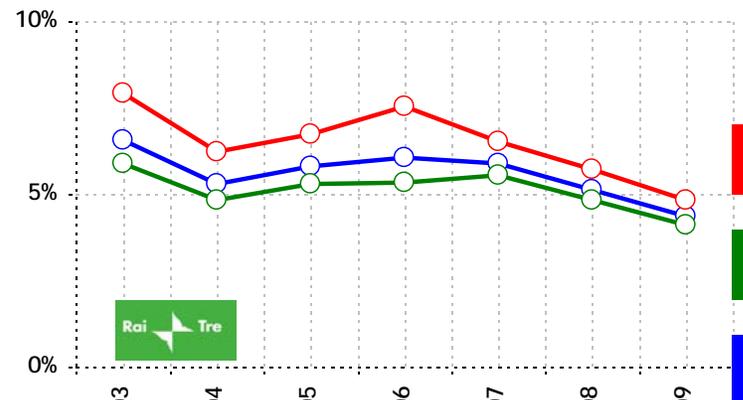
TV ANALOGICA in caduta libera



- Dal 2003, anno di nascita di SKY, le uniche tre emittenti "analogiche" con parte della programmazione dedicata ai più piccoli mostrano segnali di indebolimento

- Più accentuata la disaffezione su Rai 2

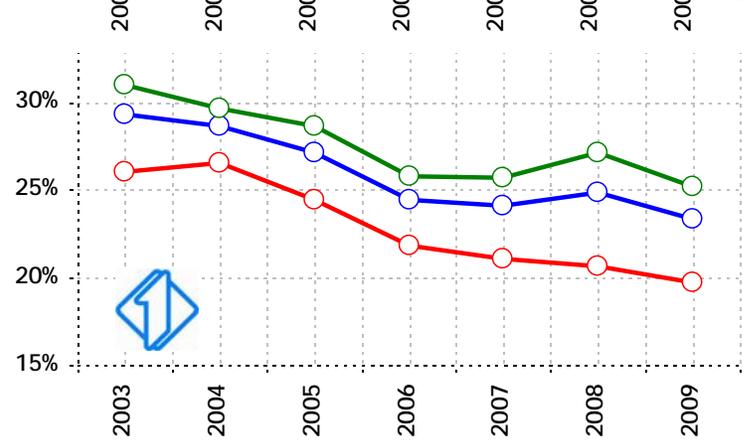
- A differenza delle due reti RAI spicca l'alta affinità di Italia 1 sugli 08-14enni



Bam 0407

Bam 0814

Bam 0414

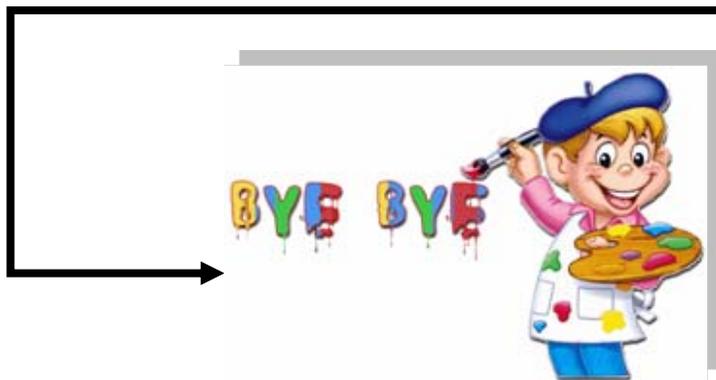


Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

- Fascia 02.00-02.00 Periodo: MESE FEBBRAIO



DI CHI
LA
COLPA?



**Minore Offerta:
Meno programmi per
bambini**

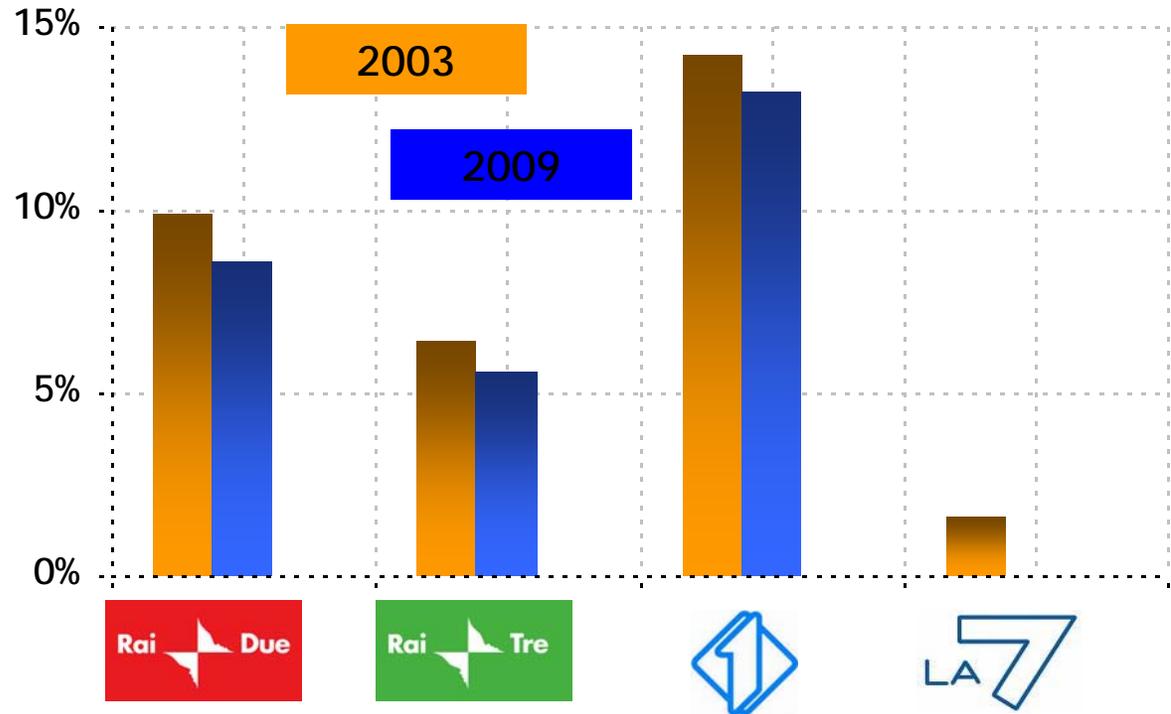
**Maggior Concorrenza:
Sviluppo di nuove
piattaforme**



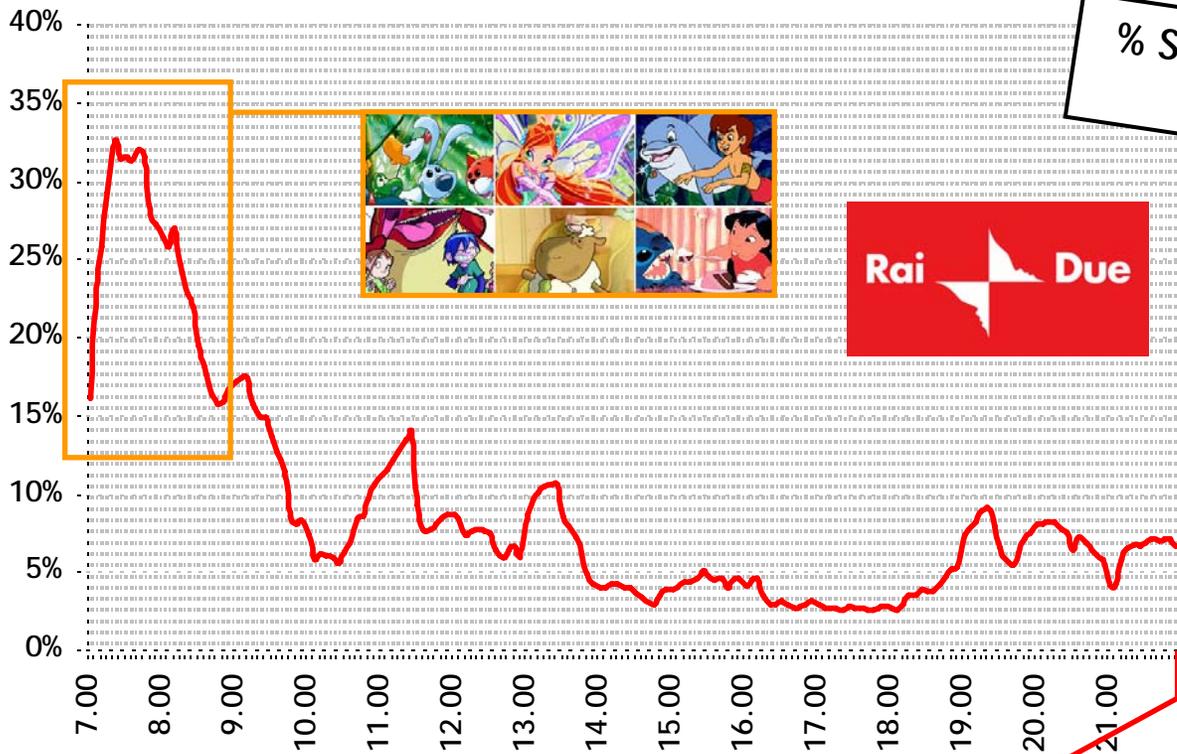
Offerta ridotta



% minuti medi per giorno programmi per bambini



L'offerta di RAI2



Top Ten Programmi

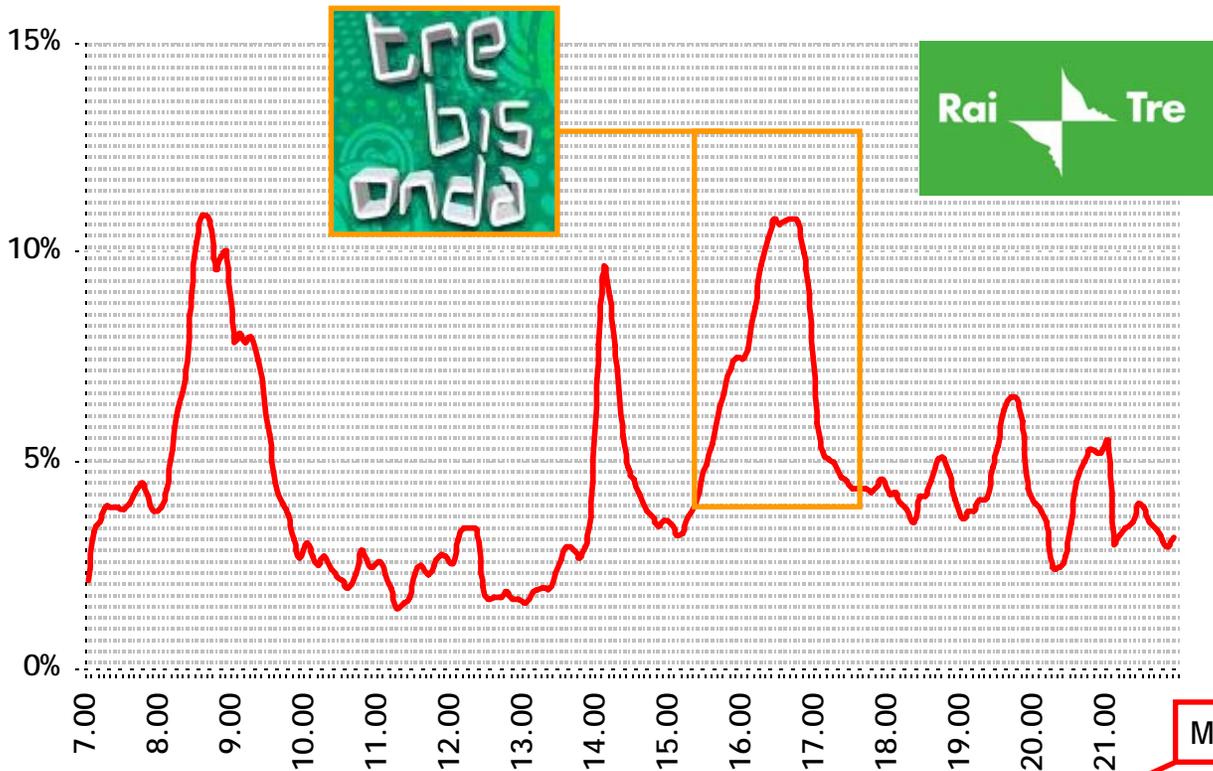
GAZOOK	44,1%
MERRIE MELODIES	40,6%
LITTLE EINSTEINS	39,0%
AMERICAN DRAGON JAKE LONG	38,7%
PORORO	38,0%
LOONEY TUNES	37,9%
LA CASA DI TOPOLINO	37,3%
PUCCA FUNNY LOVE	36,7%
DIBO DEI DESDERI	36,7%
IGGY PIGGY RANGER	36,5%



Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009

L'offerta di RAI3



**% Share Bambini
04-14**

Top Ten Programmi

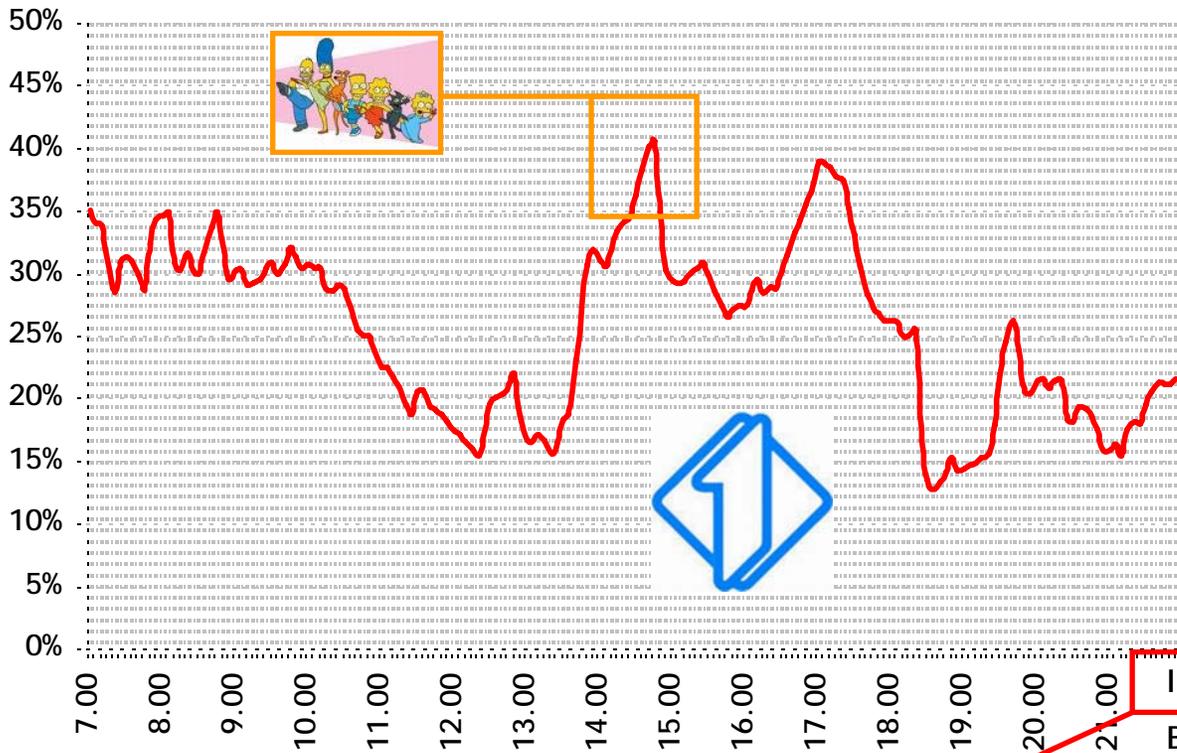
MEG AND MOG	39,8%
FIABE POLACCHE	38,8%
IL POSTINO PAT	29,5%
JASPER IL PINGUINO	28,7%
PASSA LA PALLA	26,0%
RACCONTI DAL MONDO	23,1%
LETTERE DA FELIX	22,5%
DRAGO	21,5%
TARATABONG	21,3%
ZOE KEZAKO	21,0%



Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009

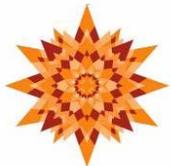
L'offerta di ITA1



% Share Bambini
04-14

Top Ten Programmi

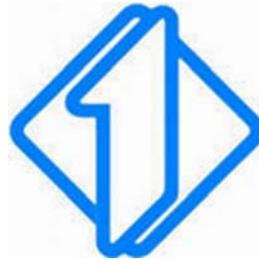
IL LABORATORIO DI DEXTER	50,1%
BABY LOONEY TUNES	49,8%
FRAGOLINA DOLCECUORE	48,0%
LE AVVENTURE DI PIGGLEY WINKS	48,0%
I SIMPSON	47,8%
TOM & JERRY KIDS SHOW	47,1%
DORAEMON	45,4%
BERNARD	45,2%
MOSTRI & PIRATI	45,1%
I PUFFI SANNO ...	45,1%



Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009

Da soli tre canali...

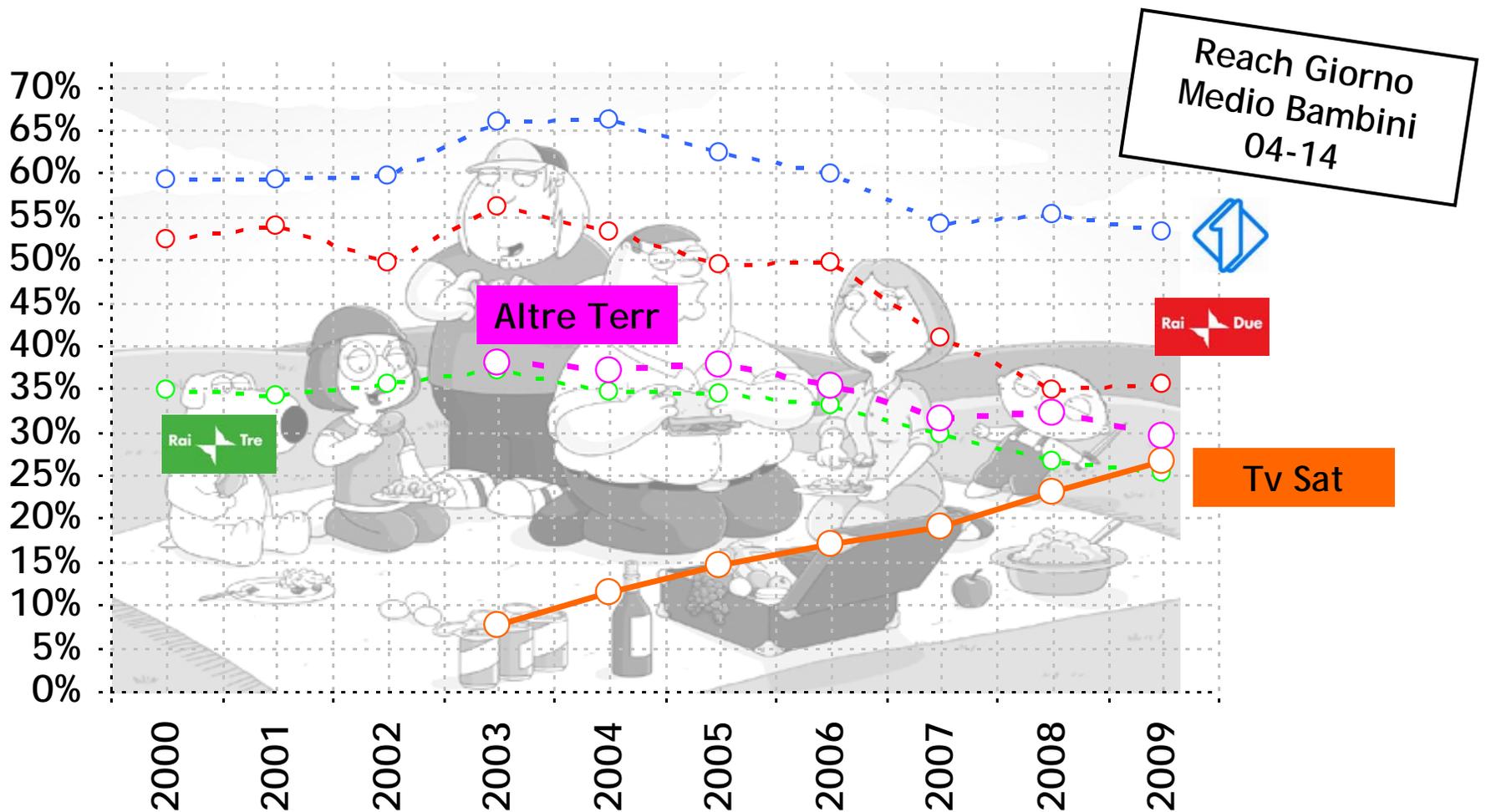


Starcom™

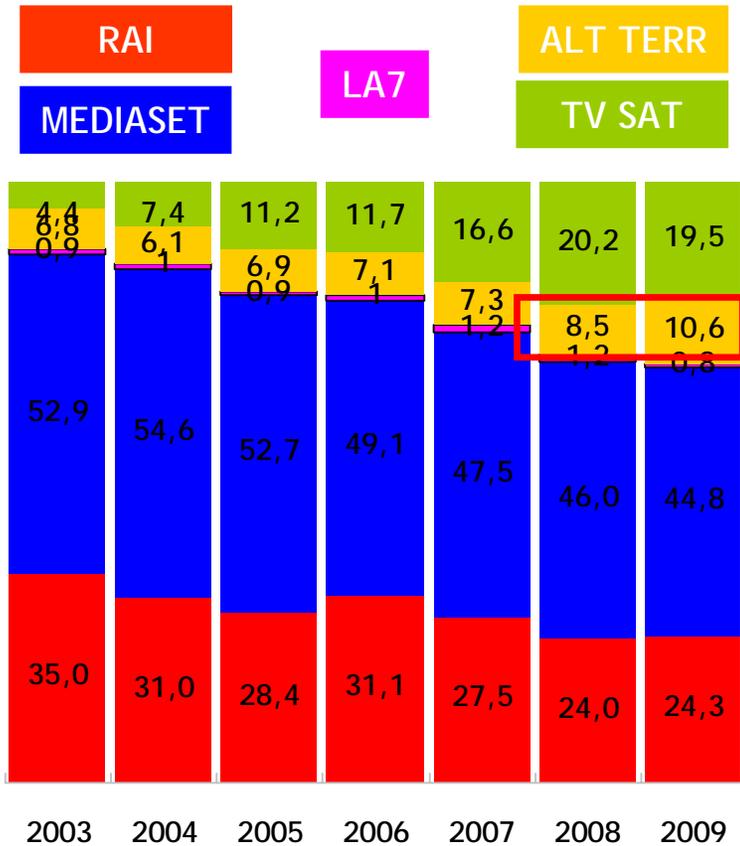
Ad una concorrenza agguerrita



Travaso di contatti sulle Tv Sat



Trend % Share



- 1 bambino su 5 collegato sulle Tv SAT
- L'avanzata verso lo switch off analogico spinge le "Altre Terr"
- In caduta libera RAI e MEDIASET



Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Share TV SAT per Regione



Bambini 04-14	% SHARE TV SAT
TOTALE ITALIA	19.5
Abruzzo/Molise	32.9
Valle D'Aosta	32.1
Liguria	32.1
Emilia Romagna	29.3
Trentino	29.3
Toscana	25.7
Lazio	23.3
Sicilia	22.2
Marche	21.5
Friuli	21.3
Sardegna	21.2
Umbria	20.7
Piemonte	18.5
Campania	18.0
Lombardia	16.5
Calabria	14.1
Veneto	12.4
Puglia	9.7
Basilicata	9.4

Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 FEBBRAIO 2009

Cambiano le abitudini

TV SAT

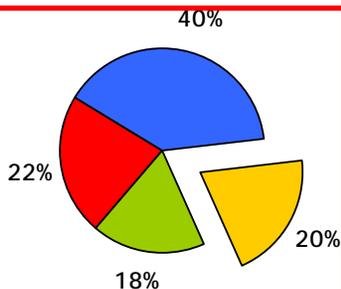
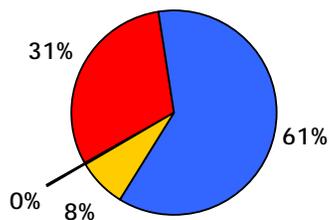
RAI

ALTRE TV TERR

MEDIASET

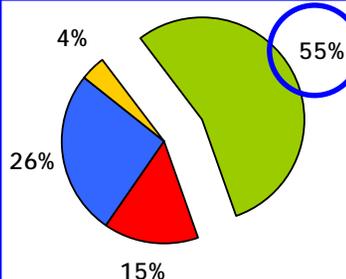
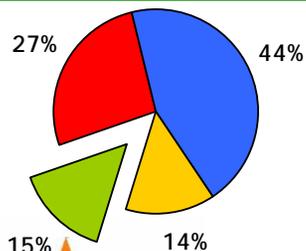
Poss. Analogico
(2.3 mio)

Poss. DTT
(2.2 mio)



Poss. Free SAT
(0.5 mio)

Poss. Pay SAT
(1.8 mio)



Bambini 04-14

Tra i bambini con la sola tv analogica è netto il predominio delle reti Mediaset

Chi possiede il DTT regala 12 punti di share alle "Altre Tv Terr"

Per chi ha accesso ai canali satellitari a pagamento più della metà della propria giornata viene spesa su di essi

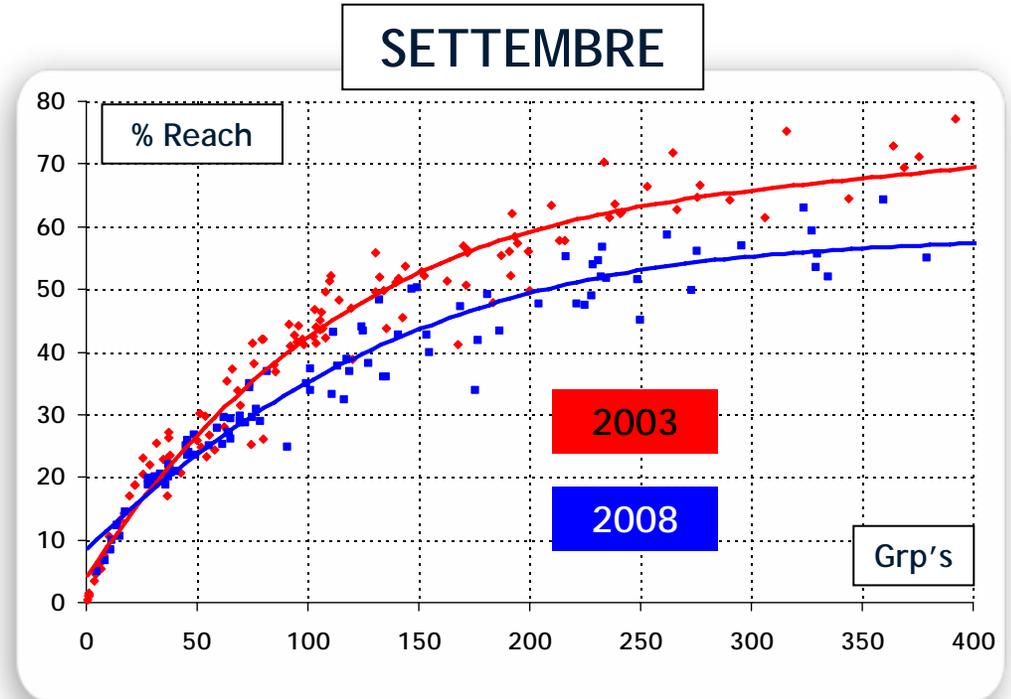


Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Audite

Campagne Bambini RAI / MEDIASET / LA7



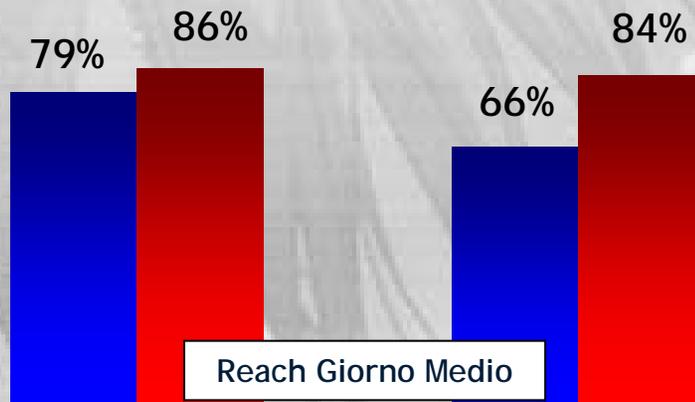
- Il successo delle TV SAT fa sì che le campagne bambini sulla tv generalista ottengano, a parità di grp's, una reach molto più bassa del passato.



Contatti esclusivi sulle TV SAT

RAI/MSET/LA7

RAI/MSET/LA7 + SAT



Tot Bambini (6,1 mio) Bambini con SKY (1,8 mio)

- Le Tv Sat sono in grado di recuperare la reach calante delle Tv Generaliste
- Ben 18 punti di copertura esclusiva ottenuti dalle Tv Sat sui bambini in possesso di SKY

Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009



Le principali protagoniste

Bambini 04-14

Channel	% Share	
Boing*	3,4%	FREE
Disney Channel*	3,0%	PAY
Boomerang*	2,1%	PAY
Playhouse Disney	1,3%	PAY
Rai Gulp*	1,2%	FREE
Jetix*	1,0%	PAY
Nickelodeon	0,9%	PAY
Toon Disney*	0,8%	PAY
RaiSat Yoyo	0,3%	PAY
Deakids*	0,2%	PAY
Jim Jam	0,1%	PAY
RaiSat SmashGirls	0,1%	PAY
Cooltoon	0,0%	PAY



Solo Digitale Terrestre

Digitale Terrestre + Sat

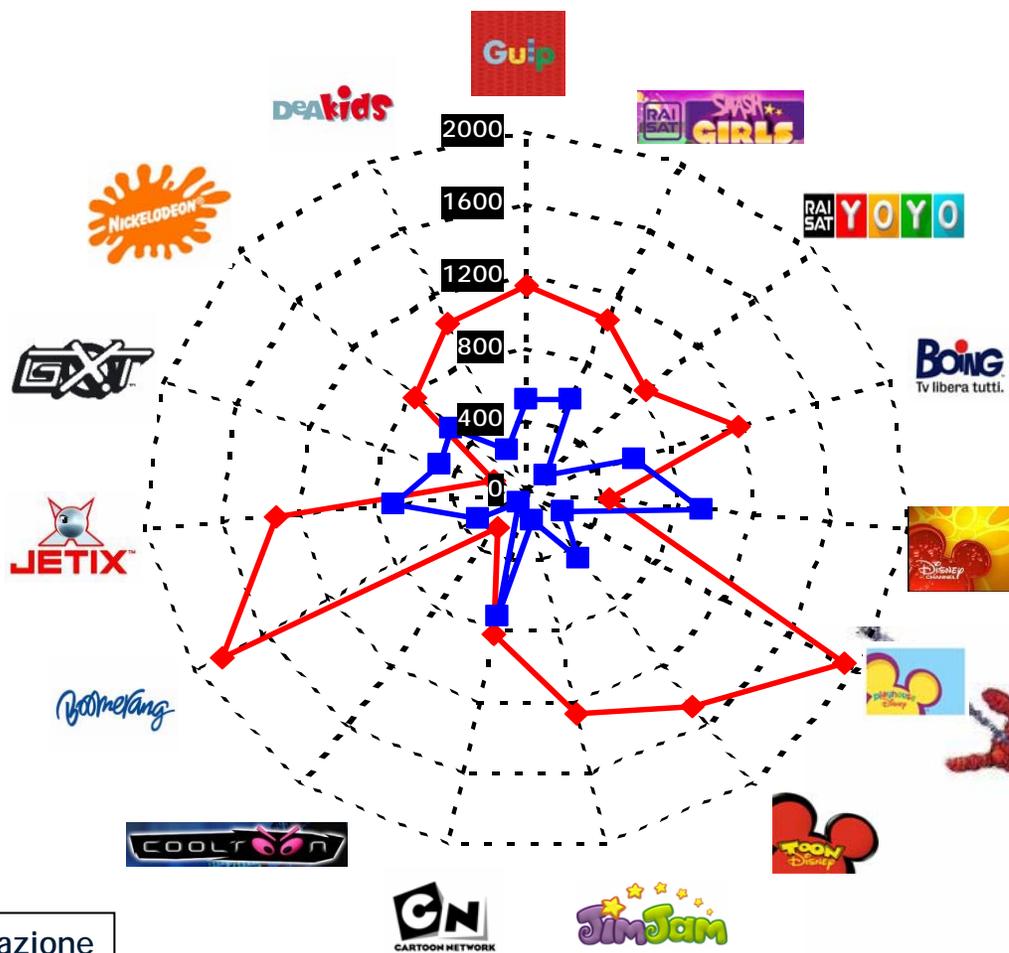
Solo Satellite

Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009

* Comprensivi dei canali +1



Disney Channel e GXT più concentrate sugli 08-14



Bambini 0407

Bambini 0814

Indice di concentrazione
Base ascolto



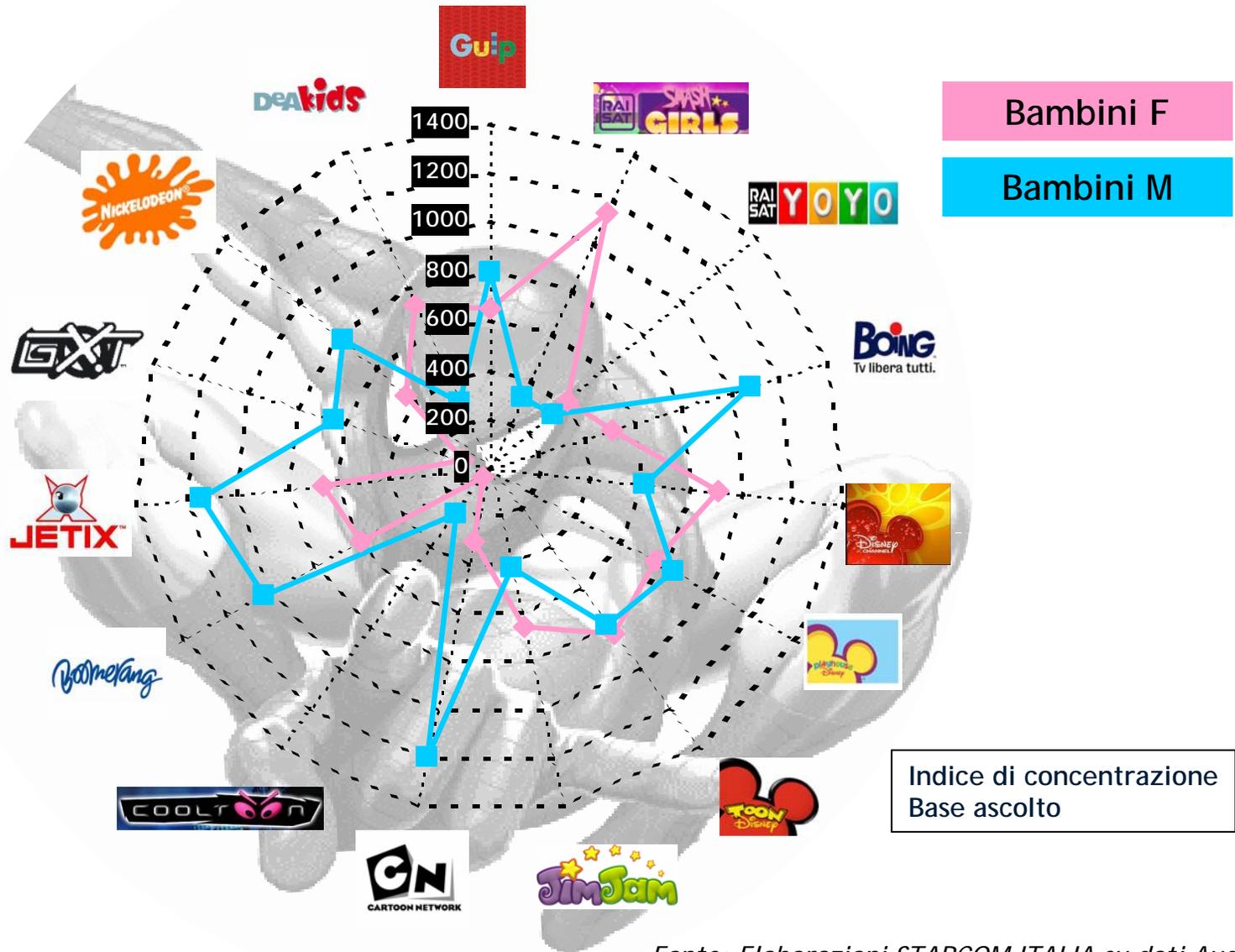
Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009



Starcom™

Rai Smash e Disney Channel molto femminili



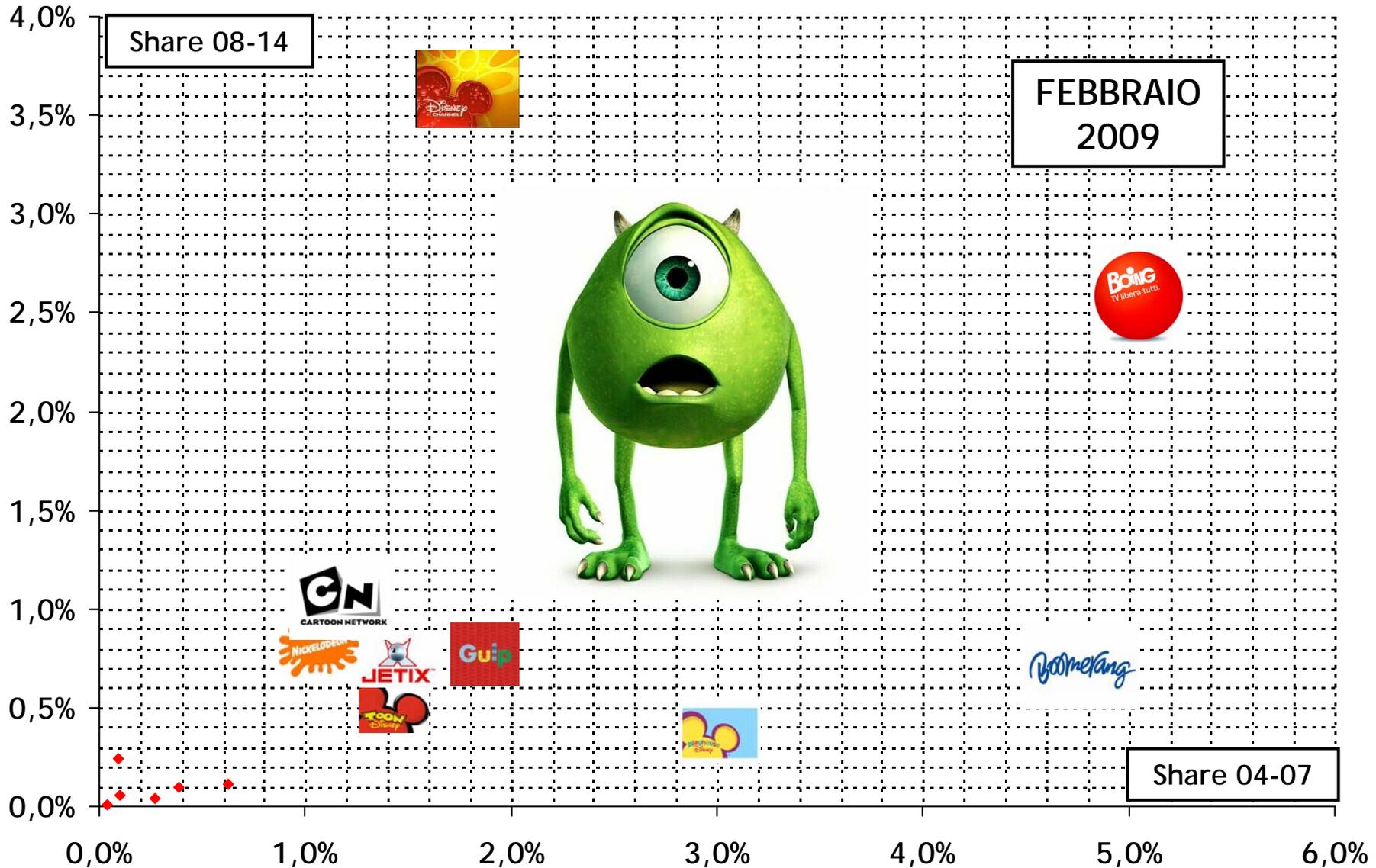
Indice di concentrazione Base ascolto

Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

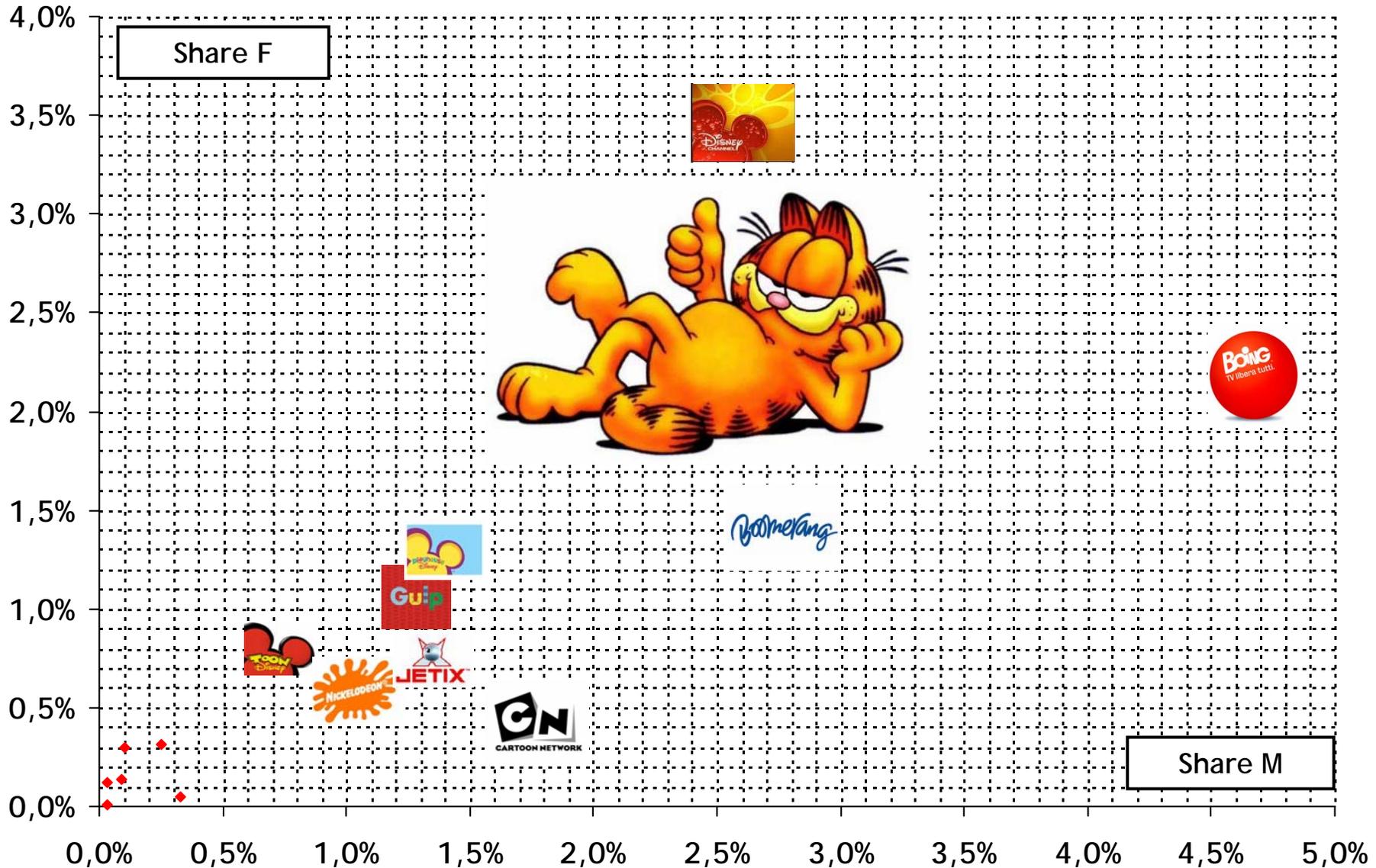
Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009



Share per classe d'età



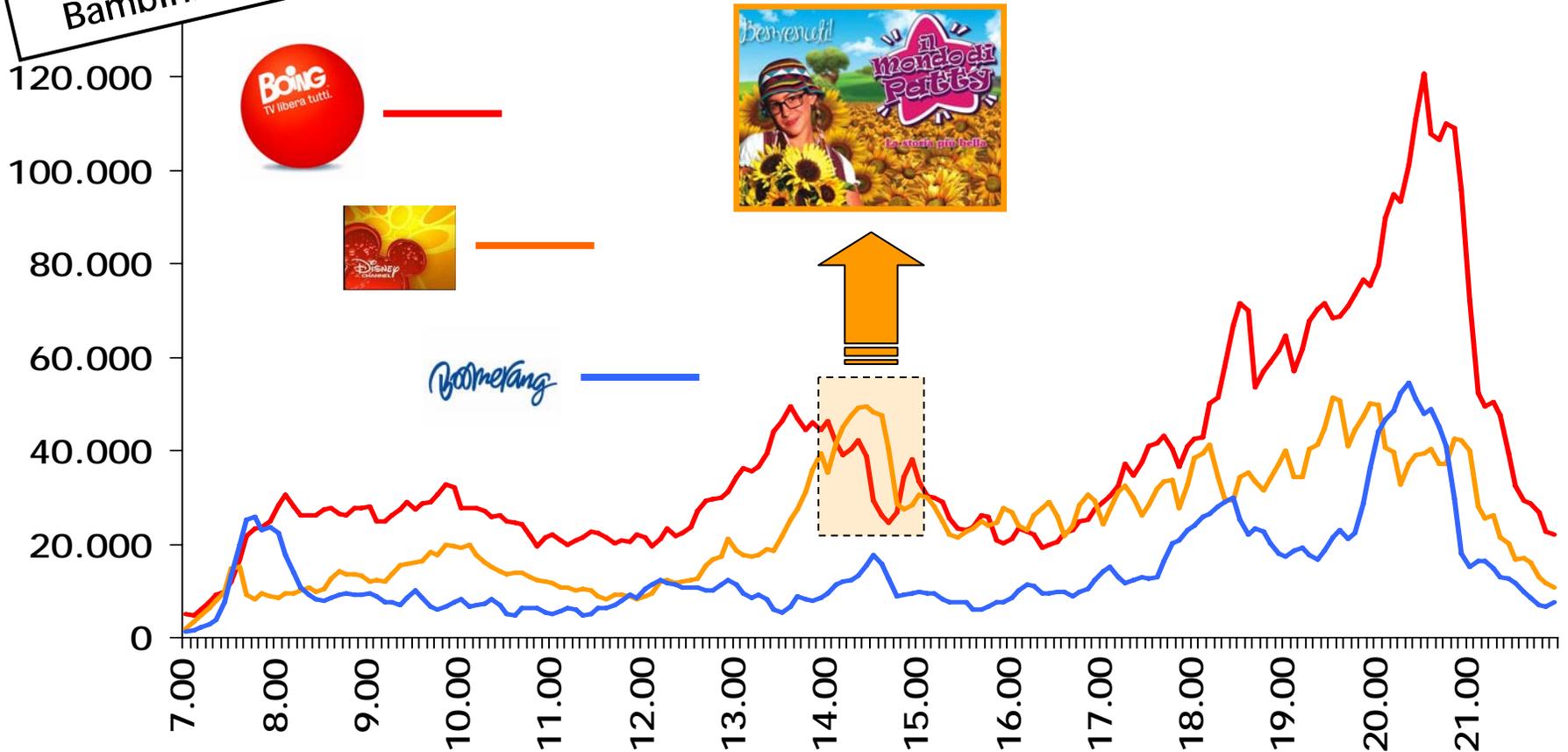
Share per SESSO



Le Curve d'Ascolto delle prime tre emittenti

Audience
Bambini 04-14

"Il Mondo di Patty" consente a
DISNEY CHANNEL di superare BOING



Fonte: Elaborazioni STARCOT ITALIA su dati Auditel Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009

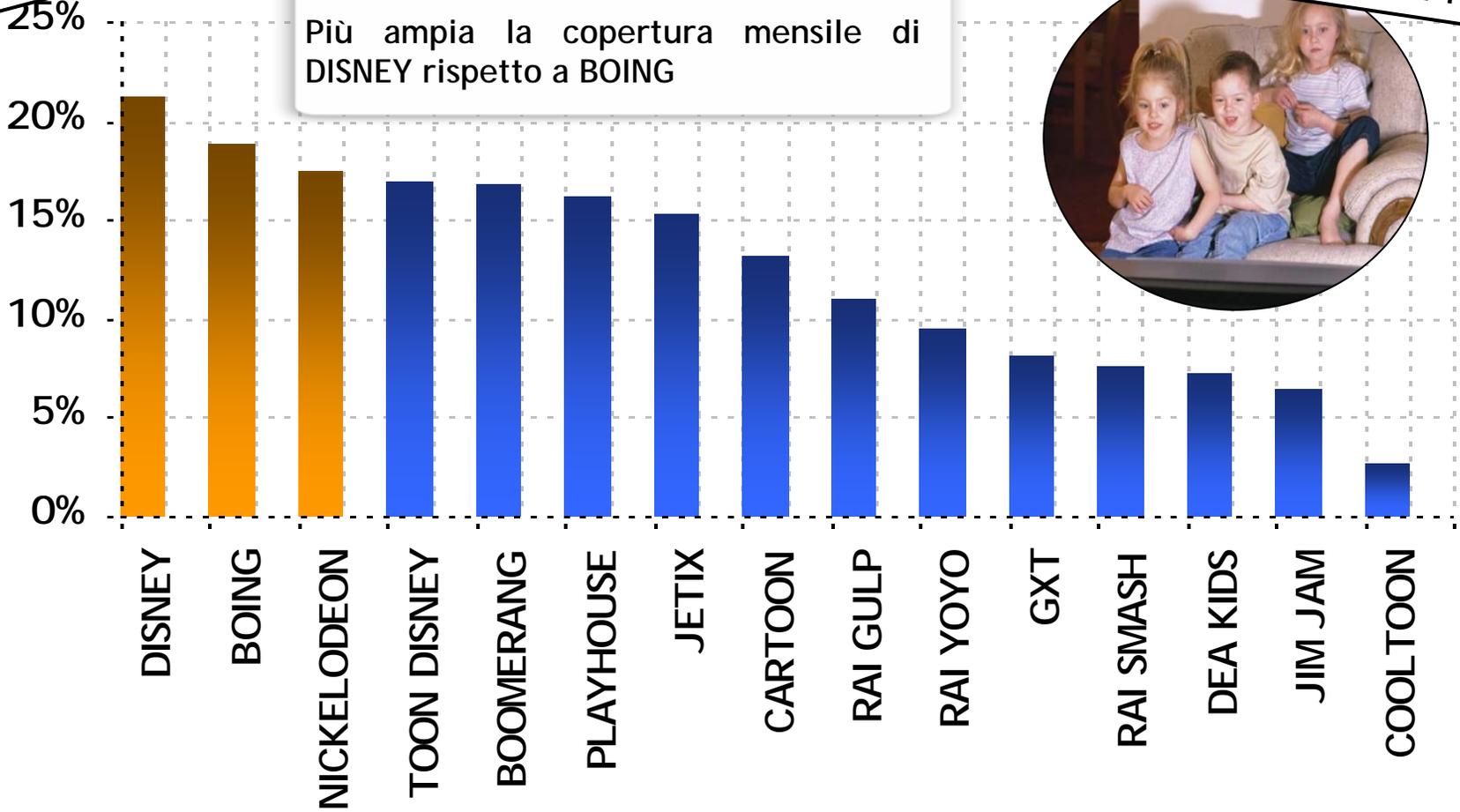


I Bacini Potenziali

% Reach Mensile

Bambini 04-14

Più ampia la copertura mensile di DISNEY rispetto a BOING



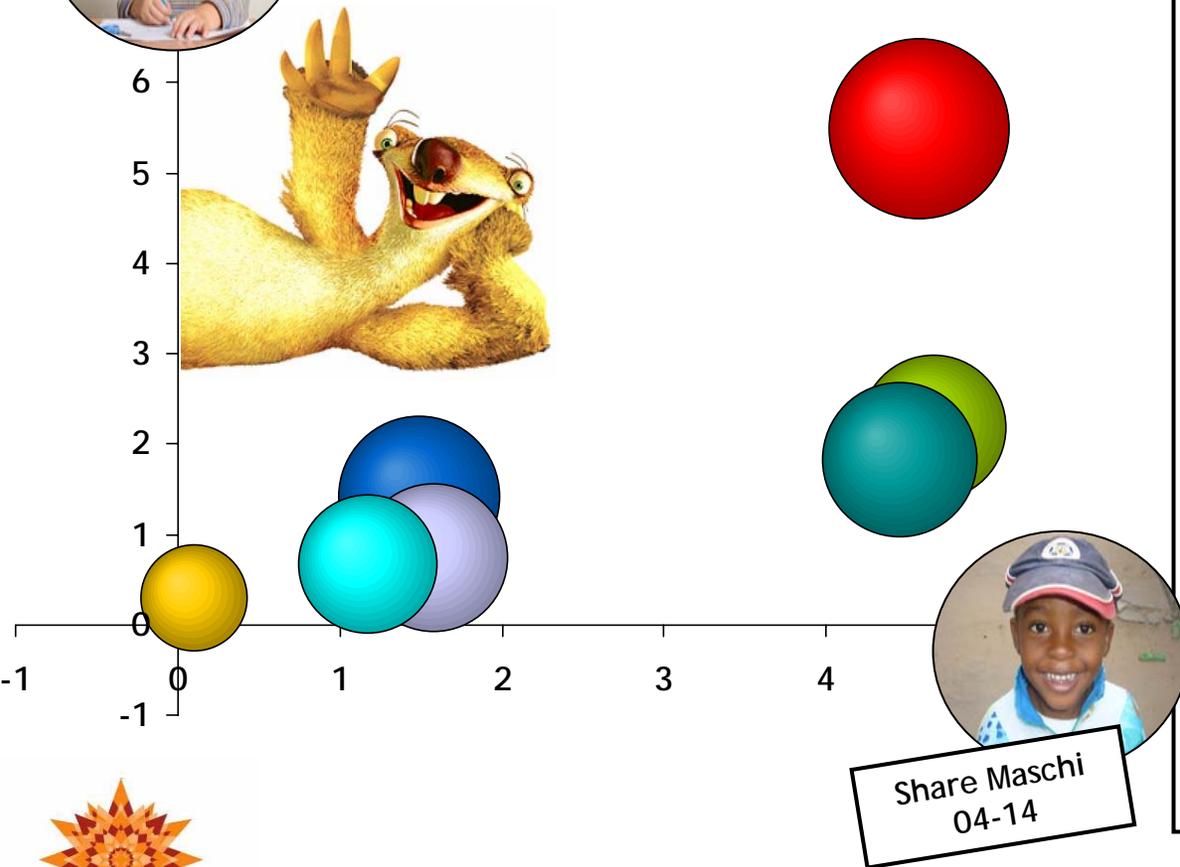
Performance per Gruppo Editoriale

Share Femmine
04-14



Dimensione Bolla:
Totale Contatti

- DISNEY: Disney / Toon / Playhouse
- TURNER: Boomerang / Cartoon Network
- MEDIASET: Boing
- RAI: Gulp / Yoyo / Smash
- JETIX: Jetix / GXT
- VIACOM: Nickelodeon
- DEAGOSTINI: Dea Kids



Share Maschi
04-14

Fonte: Elaborazioni STARCOM ITALIA su dati Auditel

Fascia 02.00-02.00 Periodo: FEBBRAIO 2009

