



I Media del Futuro

Entertainment and Media Outlook
in Italy 2009-2013

Milano, 2 Dicembre 2009

I Media del Futuro

Entertainment & Media
Outlook in Italy
2009-2013



PRICEWATERHOUSECOOPERS 

Andrea Samaja, Partner

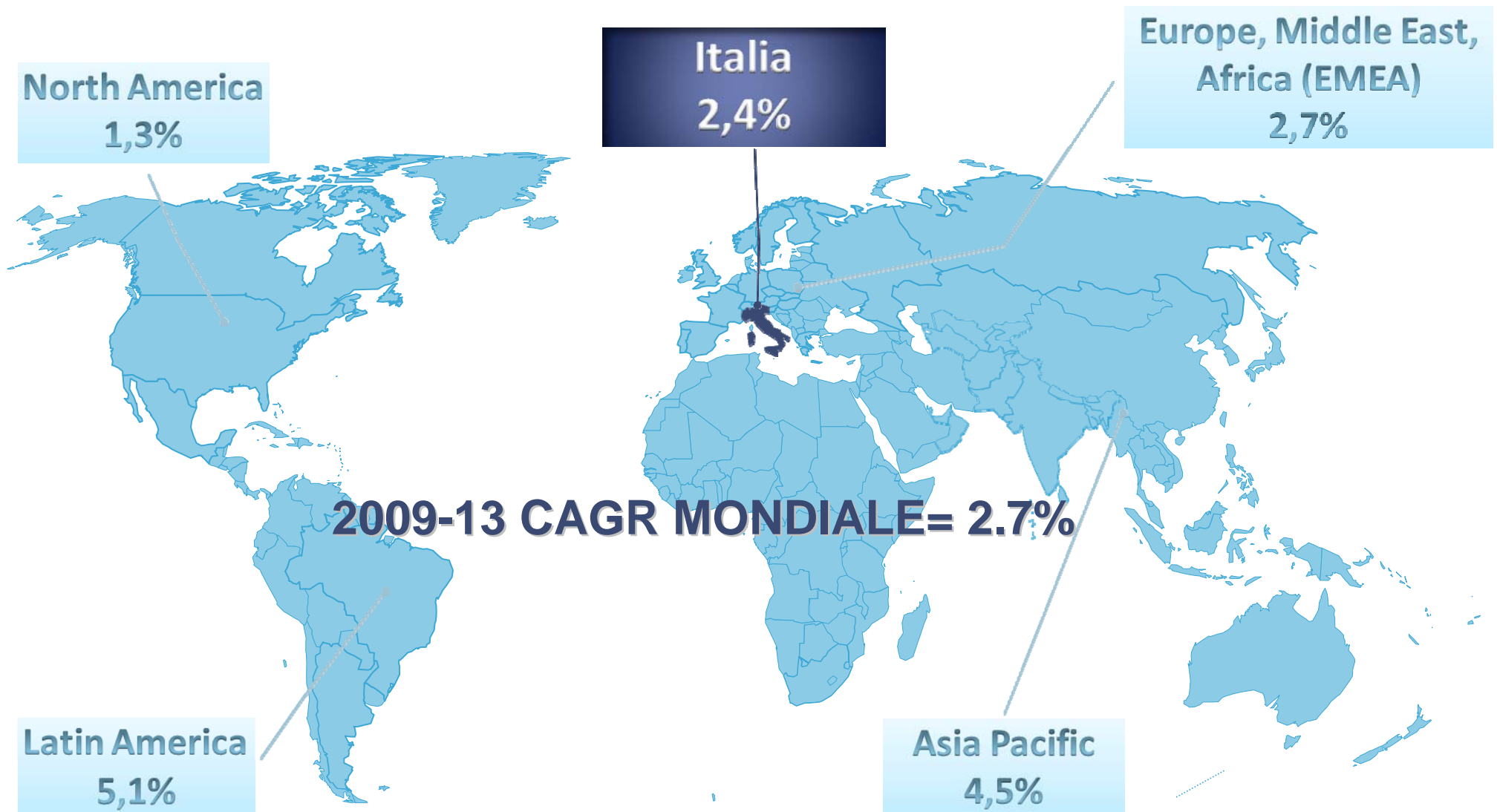
PwC Advisory,
Practice Leader Entertainment&Media

Prospettive del mercato E&M a livello mondiale



Prospettive del mercato E&M a livello mondiale

Tasso di crescita in Italia rispetto al resto del mondo



Prospettive del mercato E&M a livello mondiale

Tasso di crescita per area geografica: mercati consolidati vs. emergenti

Country	E&M CAGR 2009-2013
United States	1,2%
France	2,3%
UK	1,3%
Japan	1,0%
Germany	0,8%
Italy	2,4%
Saudi Arabia/Pan Arab	15,1%
India	10,7%
China	9,5%
Russia	3,7%
Brazil	4,6%

Prospettive del mercato E&M in Italia



Segmenti del mercato E&M:

Internet (Access Spending & Advertising)

Television (Subscriptions & Advertising)

Recorded Music

Filmed Entertainment

Video Games

Consumer Magazine Publishing

Newspaper Publishing

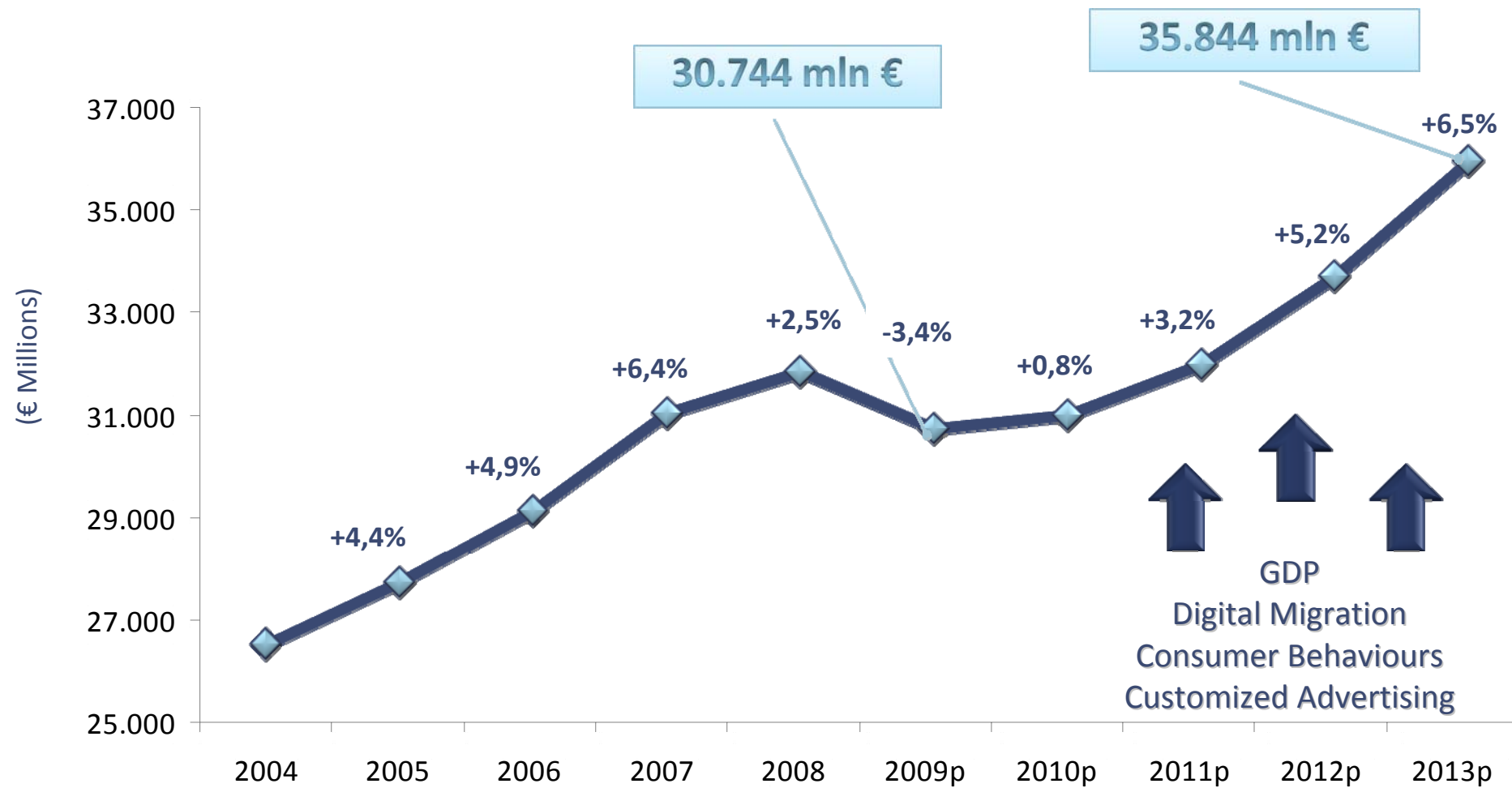
Radio and Out-of-Home Advertising

Consumer and Educational Book Publishing

Business-to-Business Publishing

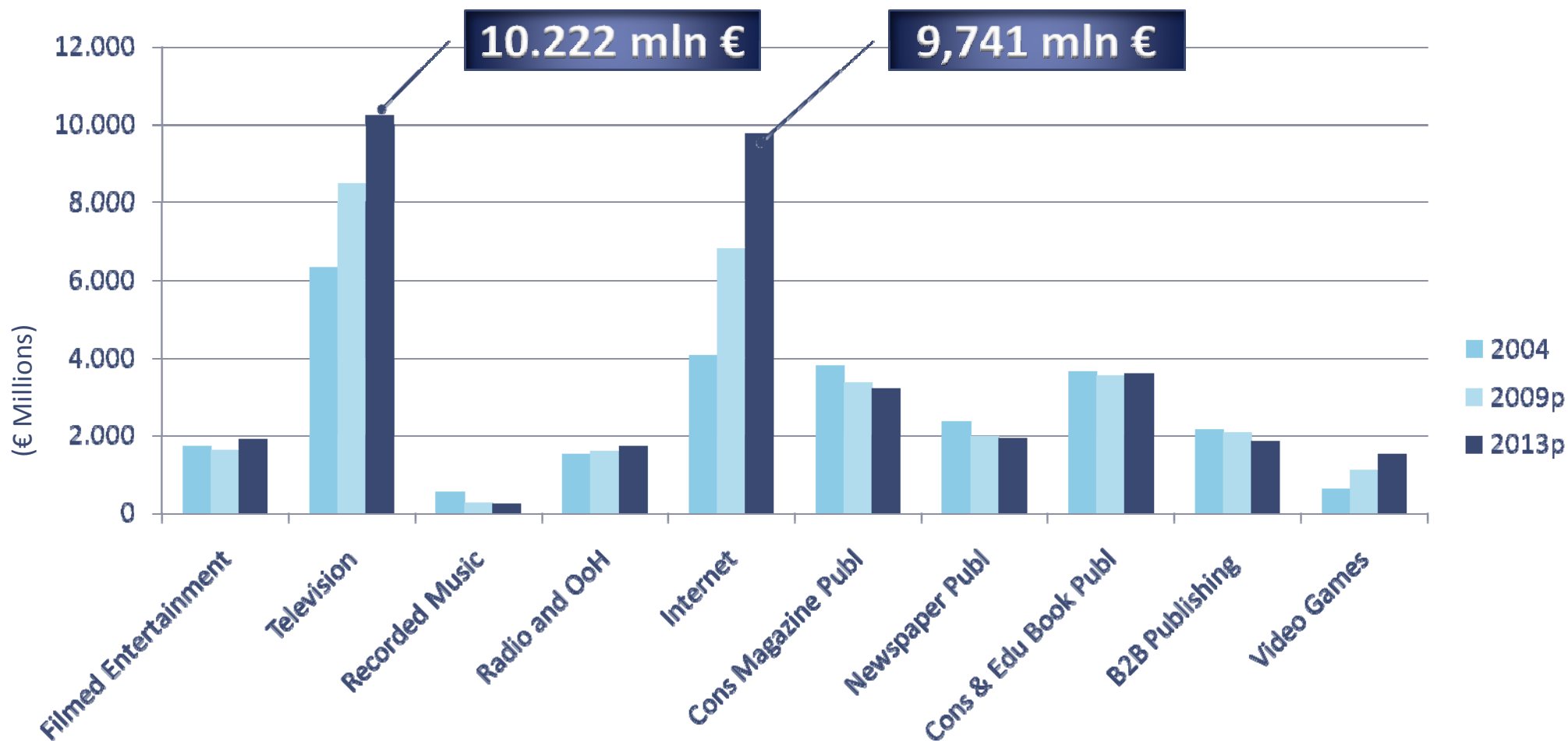
Prospettive del mercato E&M in Italia

Valore totale del mercato italiano dell'E&M nel 2009 e nel 2013



Prospettive del mercato E&M in Italia

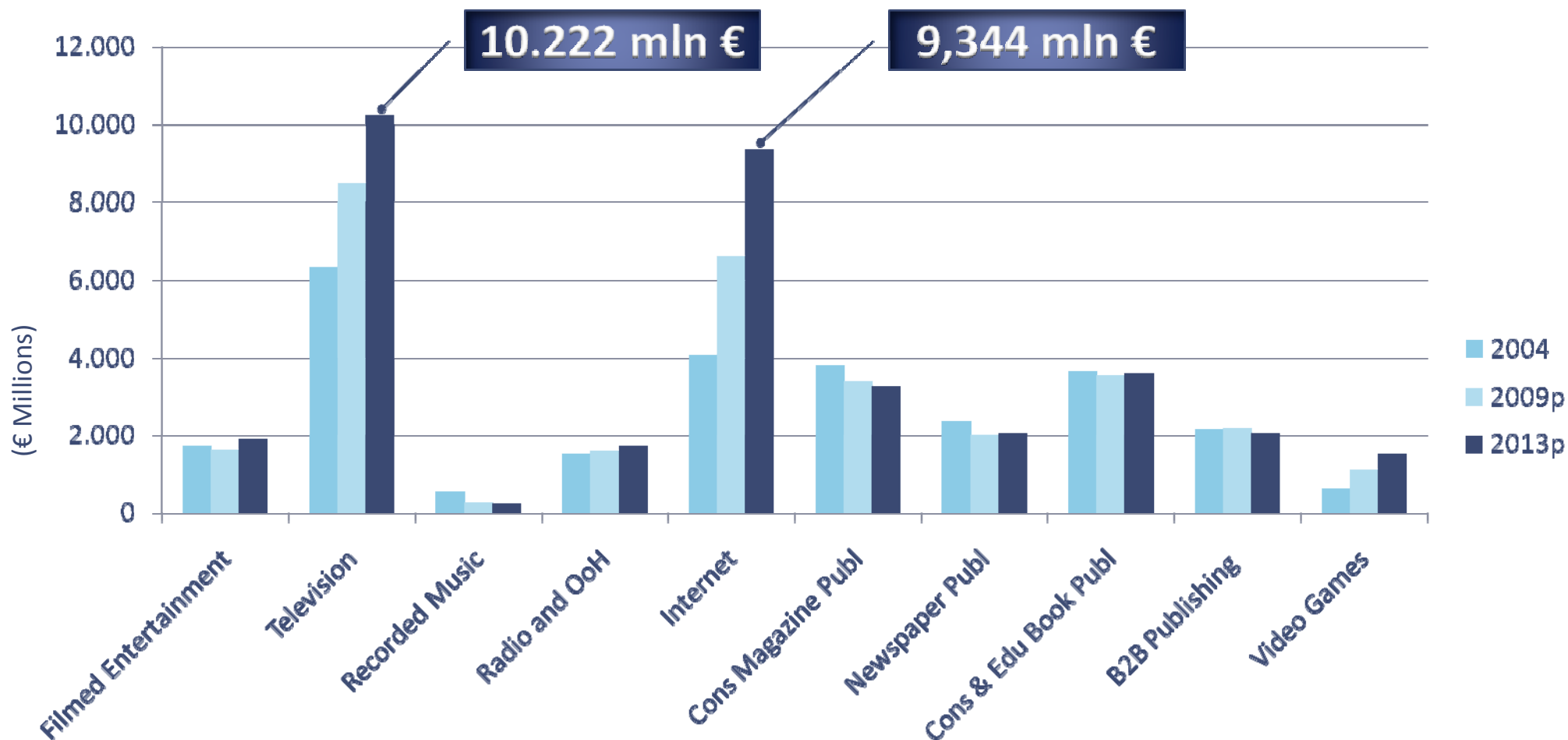
Valore del mercato E&M italiano suddiviso per segmento



* Gli investimenti pubblicitari nei segmenti Newspapers, B2B, Consumer Magazines per i canali Web e Mobile sono inclusi, per semplicità, nel segmento Internet. Nelle slide di approfondimento sul mercato pubblicitario, tali investimenti saranno esplosi in dettaglio.

Prospettive del mercato E&M in Italia

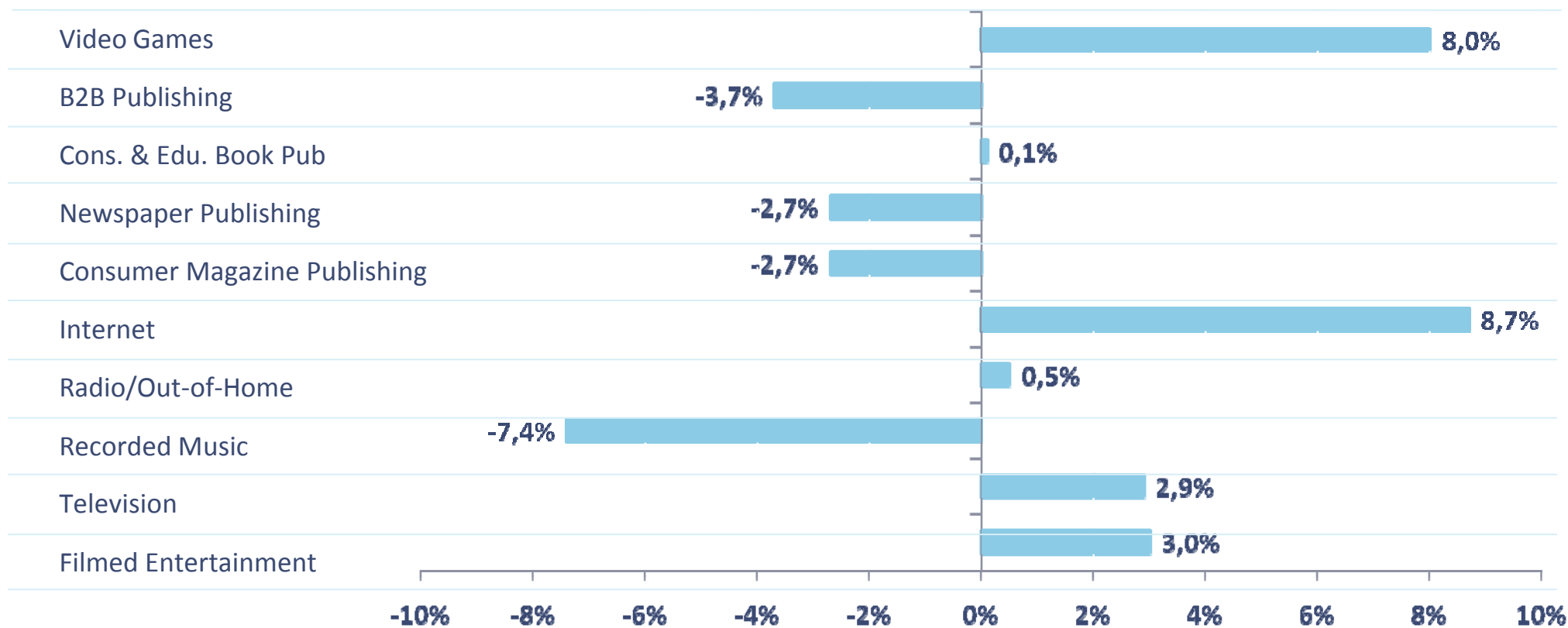
Valore del mercato E&M italiano suddiviso per segmento



* Gli investimenti pubblicitari nei segmenti Newspapers, B2B, Consumer Magazines per i canali Web e Mobile includono la quota parte della pubblicità veicolata tramite internet.

Prospettive del mercato E&M in Italia

Tasso di crescita del mercato italiano per segmento di mercato (CAGR 2009-2013)

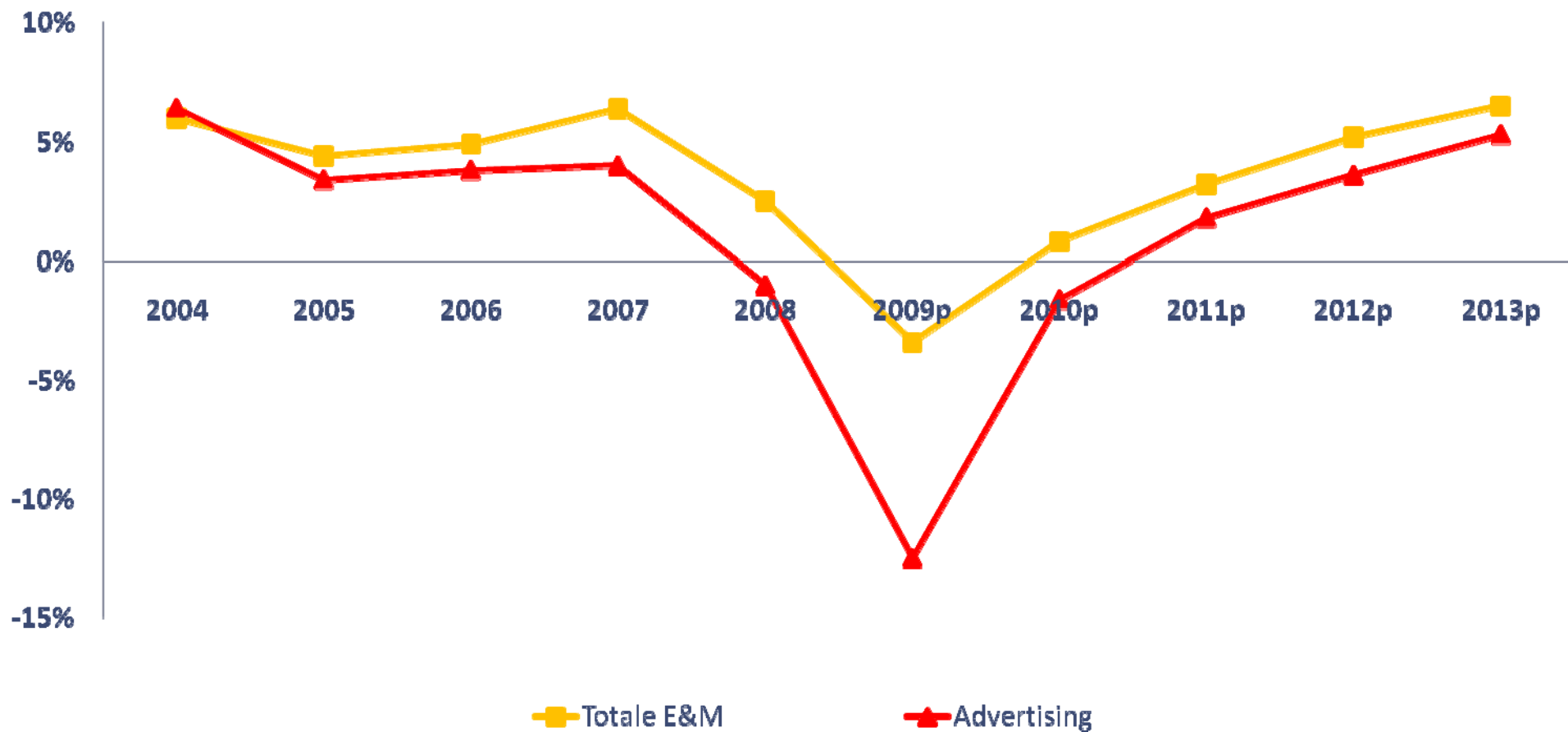


Il mercato della pubblicità in Italia



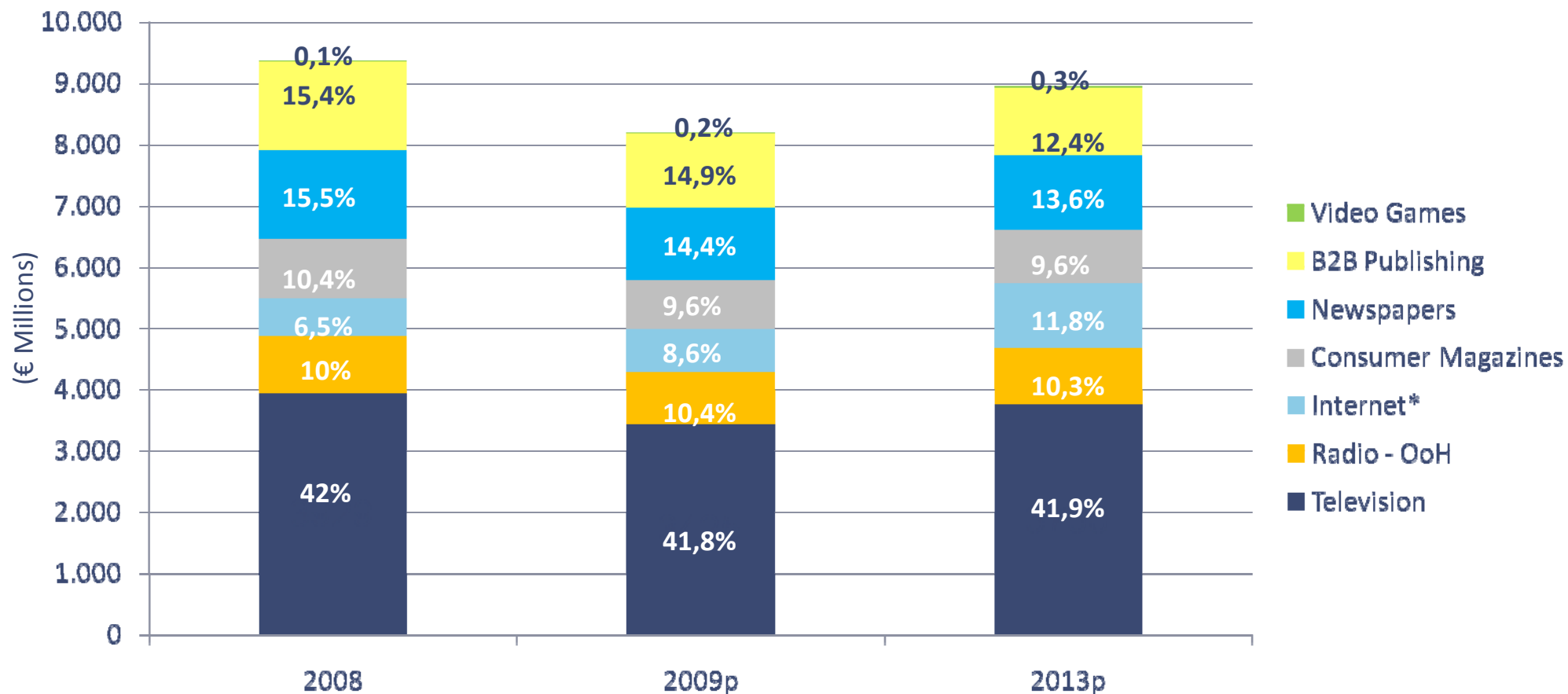
Il mercato della pubblicità in Italia

Tasso di crescita del mercato E&M: focus sulla componente pubblicitaria



Il mercato della pubblicità in Italia

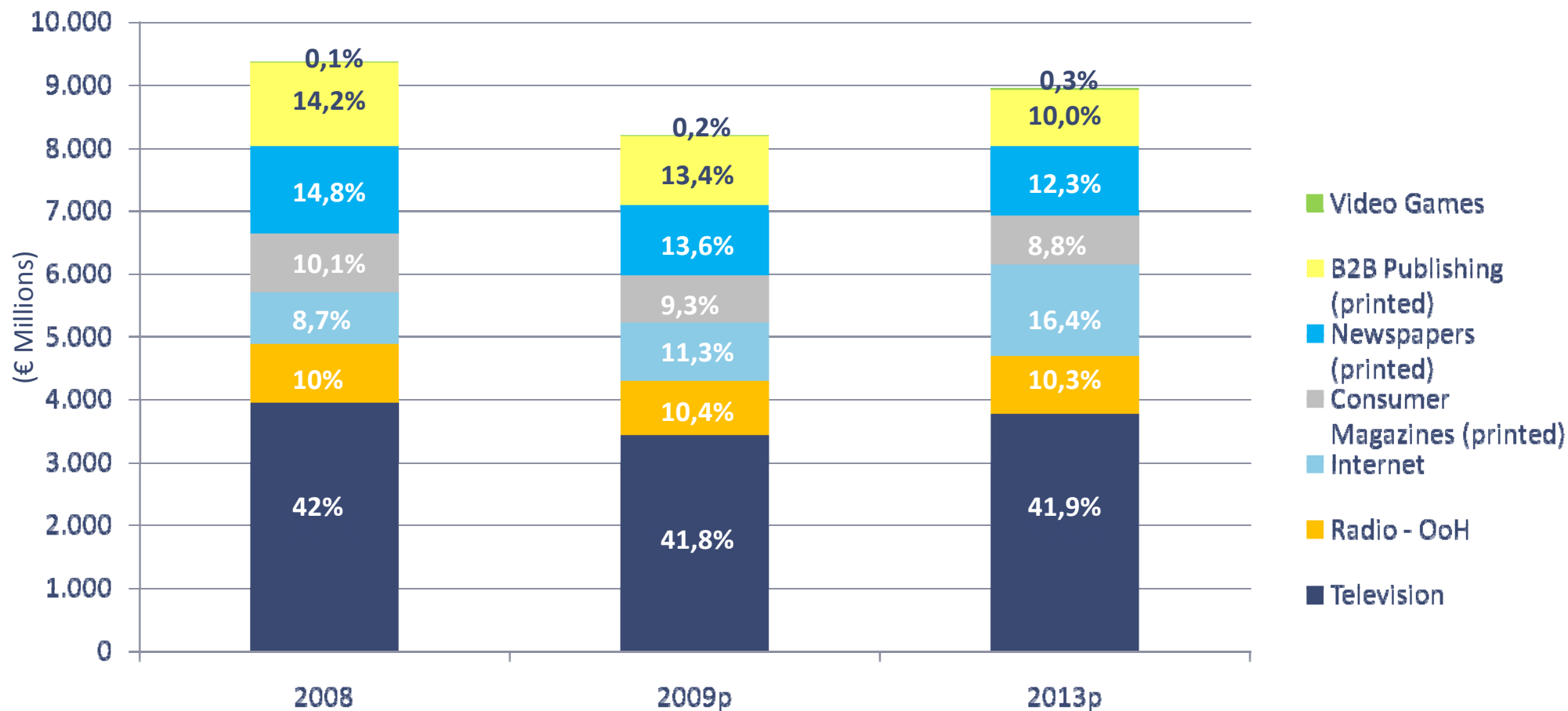
Investimenti pubblicitari per segmento: classificazione per destinazione



* Nel segmento Internet non sono inclusi gli investimenti pubblicitari veicolati attraverso la piattaforma "web" relativi agli altri segmenti di mercato (es. investimenti pubblicitari nelle edizioni digitali del segmento Newspapers).

Il mercato della pubblicità in Italia

Investimenti pubblicitari per segmento: il mercato pubblicitario dell'editoria ricompreso nella pubblicità su "Internet" (*quota di pertinenza*)

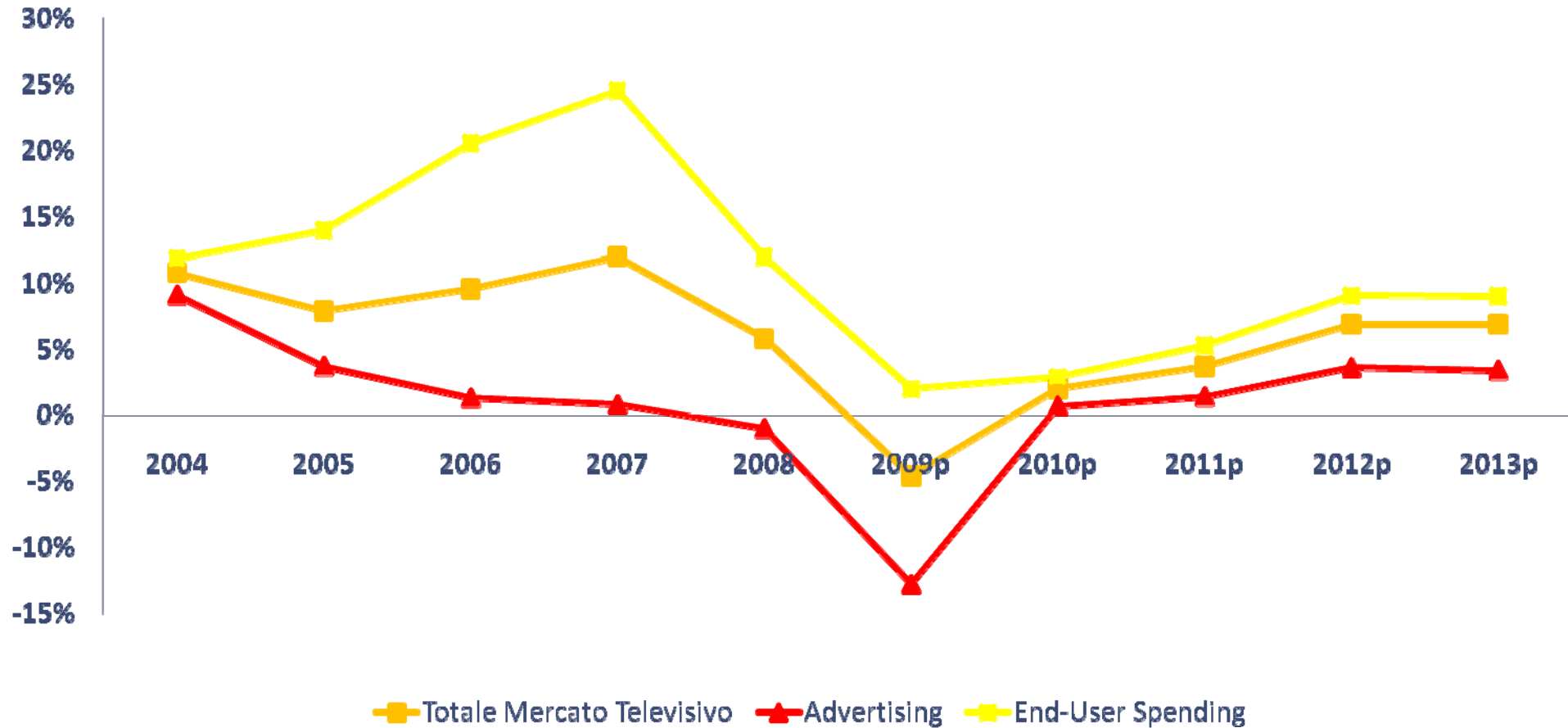


L'evoluzione del mercato televisivo in Italia



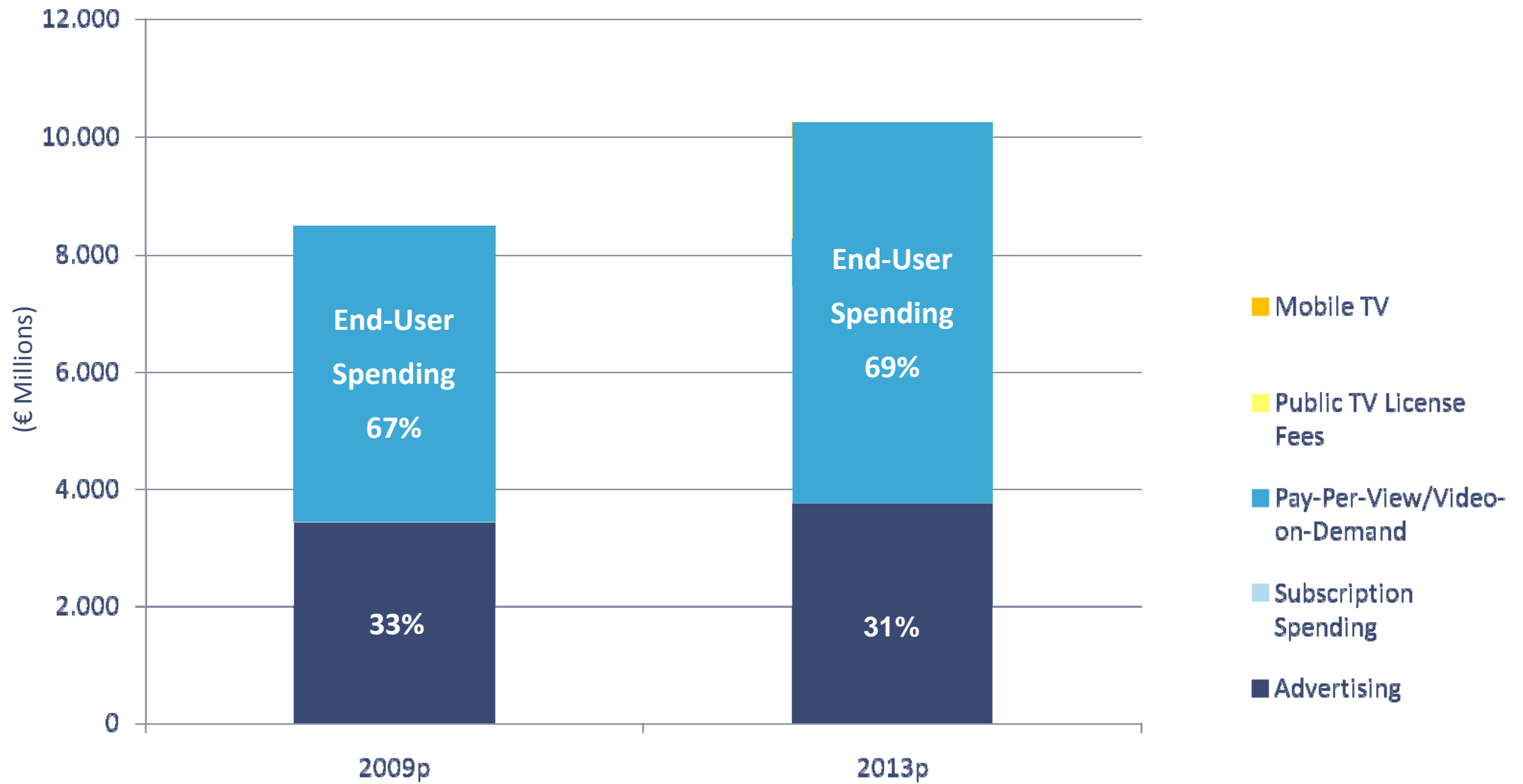
L'evoluzione del mercato televisivo in Italia

Tassi di crescita Tv: Advertising vs. End-User-Spending



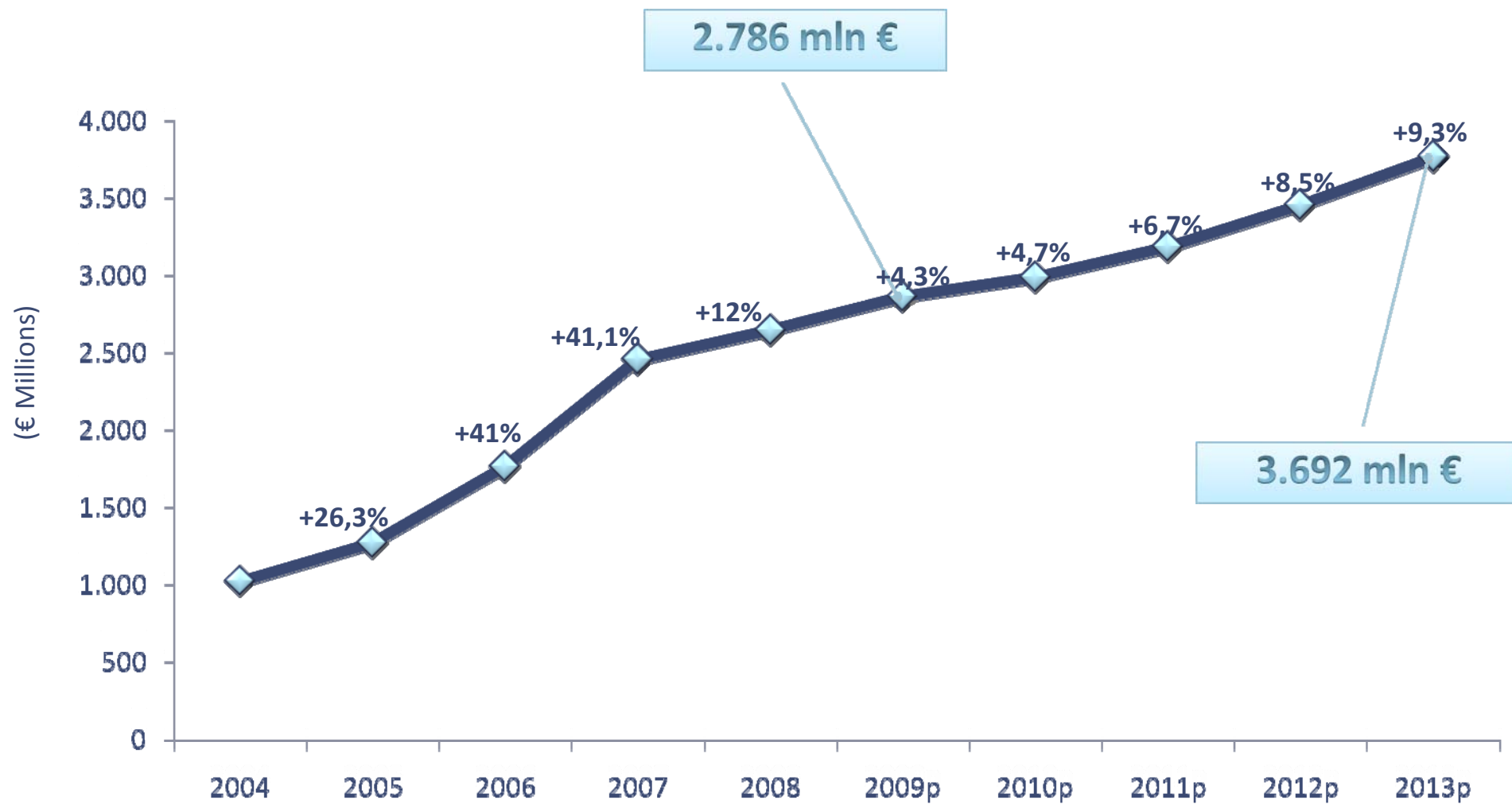
L'evoluzione del mercato televisivo in Italia

Composizione del valore del mercato televisivo



L'evoluzione del mercato televisivo in Italia

Andamento valore del Subscription Spending

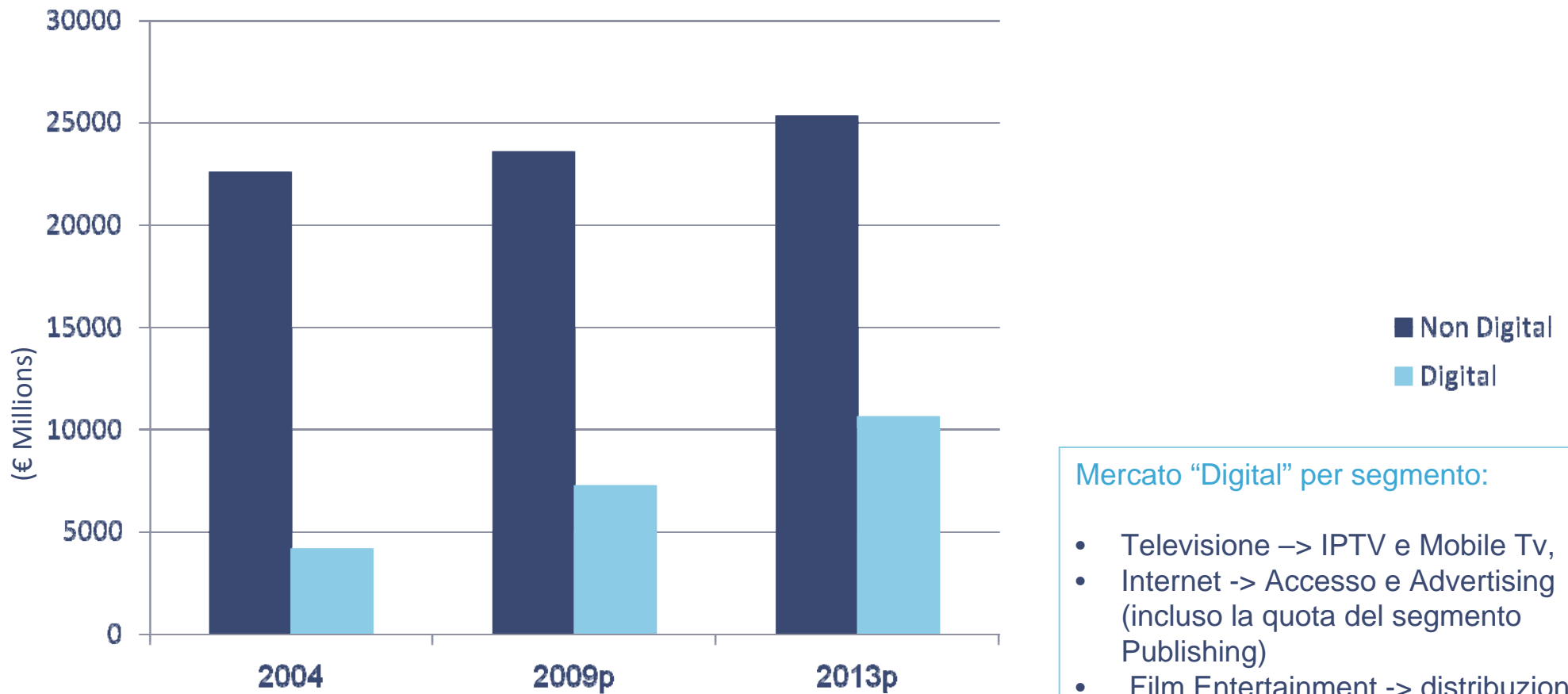


Digital Migration in Italia



Digital Migration in Italia

Valore totale del mercato E&M – Digital vs. Non Digital



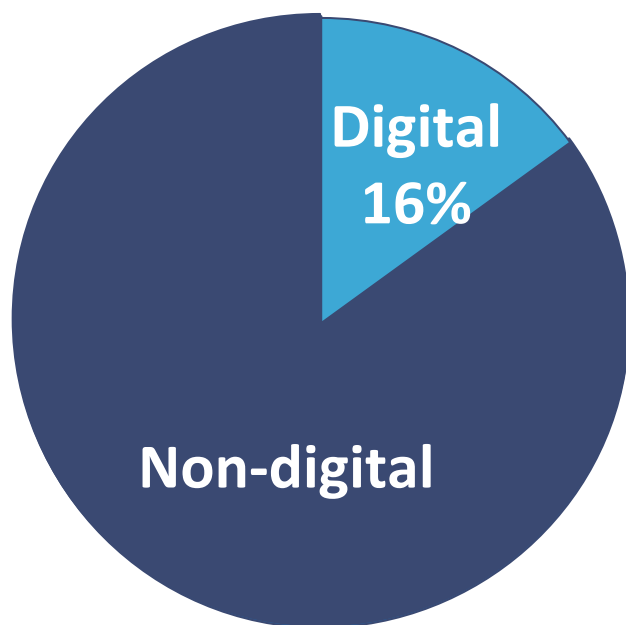
Mercato "Digital" per segmento:

- Televisione → IPTV e Mobile Tv,
- Internet → Accesso e Advertising (incluso la quota del segmento Publishing)
- Film Entertainment → distribuzione digitali di contenuti video (downloading, streaming, etc)
- Music Record → distribuzione digitale di contenuti audio (downloading, on-line rental subscriptions)
- Video Games → on-line games

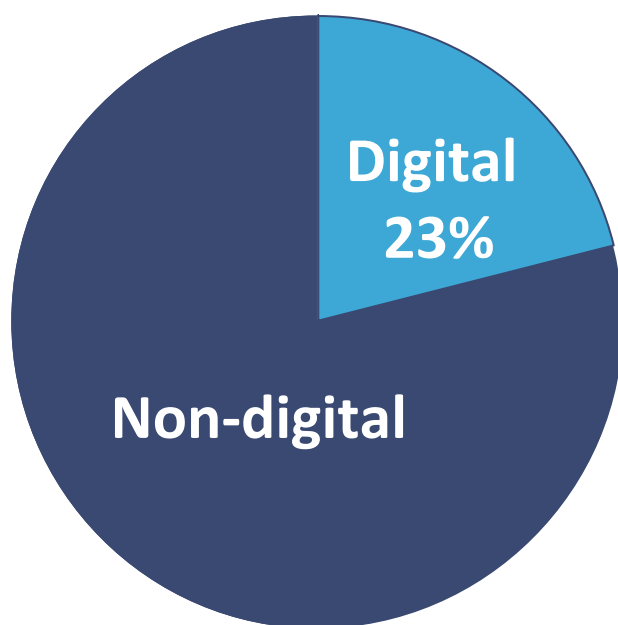
Digital Migration in Italia

Composizione del valore totale del mercato E&M – Digital vs. Non Digital

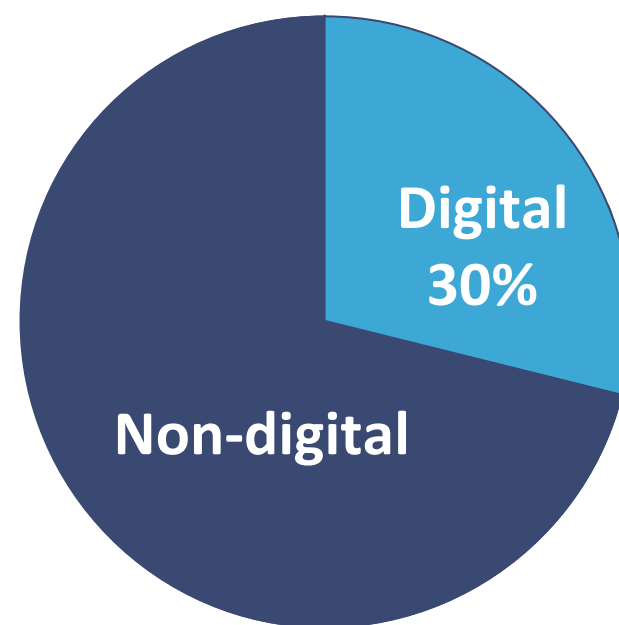
2004



2009p

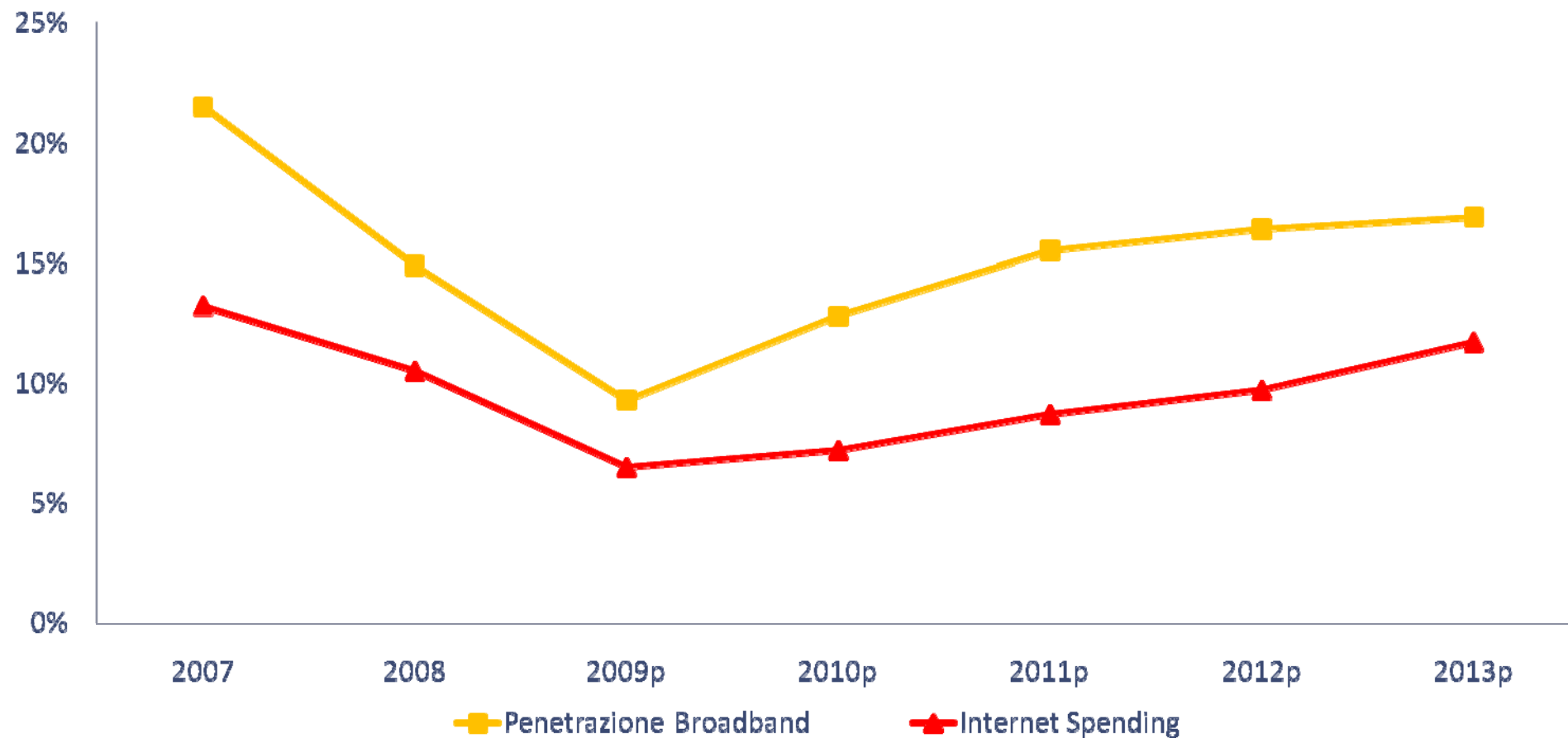


2013p



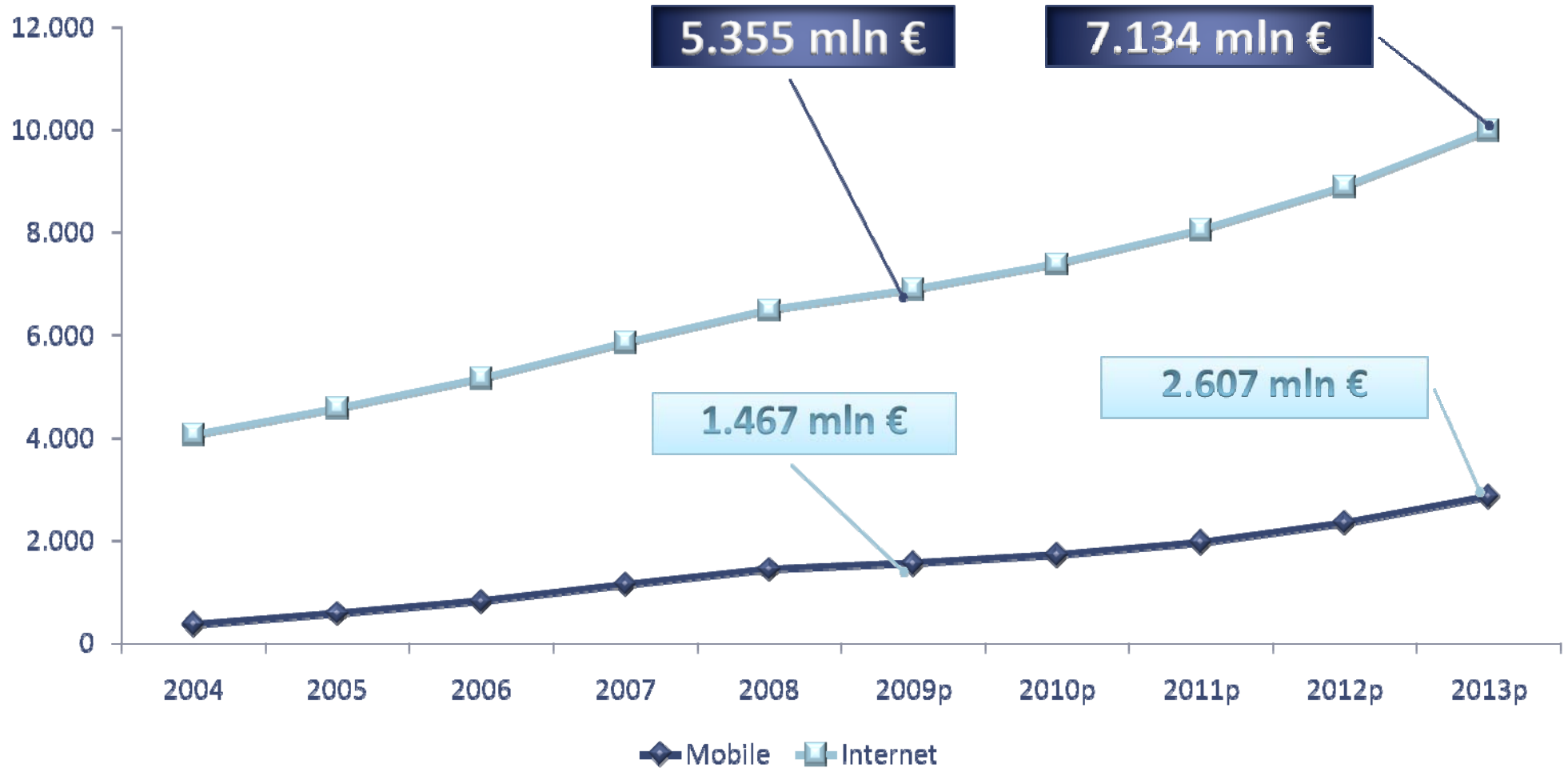
Digital Migration in Italia

Penetrazione Broadband vs. Internet Spending (accesso e advertising)



Digital Migration in Italia

Wired Internet spending vs. Mobile Spending*



* Mobile Spending include Mobile TV