

CANALE ITALIA Palinsesti in fermento

Con la nuova stagione Lucio Garbo, patron di Canale Italia, inaugurerà il femminile Canale Italia 5: «La presentazione ufficiale è prevista per gennaio 2011», spiega a *Tivù* Garbo. «Il canale è pensato per donne di tutte le età e avrà programmi d'intrattenimento, di cucina, a carattere medico, informazione, moda e tanto altro». In preparazione anche Canale Italia Musica: «una Vj tv con news in scorrimento per aggiornare i giovani sulle notizie del giorno e gli appuntamenti con eventi e cultura». Prosegue la preparazione delle nuove reti: «Canale Italia 1 presenterà le migliori produzioni d'intrattenimento dallo studio 12, informazione e film. Canale Italia 2 è rivolto alla famiglia; Canale Italia 3 sarà dedicato a *Cantando e ballando*, e Canale Italia 4 proporrà novità e il meglio di Canale Italia».

TIMEDIA Superato l'obiettivo break-even 2010

La società guidata da Giovanni Stella (foto) supera nel primo semestre 2010 l'obiettivo break-even delineato dal piano industriale con un Ebitda a 8,5mln di euro (+12,7mln rispetto al primo semestre 2009). I ricavi consolidati raggiungono i 126,6mln (+14,1%) e il risultato operativo, pur in rosso per 2,1mln di euro, è migliorato rispetto ai -33,9mln del semestre 2009. I risultati si devono alla crescita dei ricavi dell'operatore di rete, TimB (+17,6mln di euro). I ricavi di TiMedia spa (La7, La7d e Digital Content) si attestano sui 56,8mln (-4mln rispetto al primo semestre 2009), con una raccolta in crescita grazie a La7d (1,3mln di euro lordi nei primi tre mesi di attività). La raccolta netta è pari a 49mln, la lorda supera del 4,3% il minimo garantito.



AUDITEL Le sfide del digitale

Si è concluso questa estate il piano di rinnovo del parco meter (iniziato nell'ottobre 2005) per le 5,2mila famiglie del panel Auditel, con l'adozione del nuovo meter Unitam di Agb (gruppo Nielsen), in grado di rilevare e comparare le tracce audio digitalizzate. «Ciò ha posto la ricerca nelle condizioni di operare in modo universale: rilevando con precisione tutte le occasioni di esposizione a un certo contenuto, sia che lo spettatore lo abbia visto in analogico, su Dtt o sul satellite, pay o free che sia. Domani, chissà, spingendo l'analisi ai programmi offerti sul web o sullo smartphone», commenta a *Tivù* il dg di Auditel, Walter Pancini (foto). Attualmente il Comitato tecnico sta valutando una fase di test per la rilevazione dell'ascolto differito, il Time Shifted Viewing, un'operazione fortemente voluta da Sky. «Sul quel versante si sono inquisite richieste e risposte. Come l'inserimento degli abbonati Hd nel sistema di ponderazione o l'ingresso nel cosiddetto "panel control" dei dati certificati (da Deloitte e Reply) riguardanti i "pacchetti", i servizi MySky e Multivision offerti dalla piattaforma». «Stiamo anche facendo un pensiero, ma remoto, su un eventuale obbligo o vocazione di Auditel a misurare anche alcuni eventi schiettamente televisivi all'interno del mondo web. Quando avremo le idee più chiare, verso la fine dell'anno, prenderemo una decisione», conclude.



MEDIASET Crescita dei ricavi oltre il 16%



La prima semestrale 2010 del gruppo presieduto da Fedele Confalonieri (foto) vede, a livello di bilancio consolidato, ricavi pari a 2,277mld di euro (+16,7% rispetto al primo semestre 2009) e un utile netto di 241,6mln di euro (+33,7% rispetto ai primi sei mesi del 2009). La posizione finanziaria netta del gruppo è ora pari a -1,47mld di euro, in

miglioramento rispetto ai -1,55mld al 31 dicembre 2009. Per quanto riguarda l'Italia, i ricavi netti risultano pari a 1,817mld di euro per un utile netto di 191,5mln. I ricavi adv di Publitalia risultano in crescita del 5,3% (1,44mld di euro), quelli di Digitalia 08 (che raccoglie per i canali digitali) hanno registrato una crescita complessiva del 6,8%. Buone le performance della pay tv Mediaset Premium: i ricavi da vendita di carte, ricariche e abbonamenti Easy Pay sono incrementati del 55%, per 229,7mln di euro. Le carte attive al 30 giugno 2010 risultano 4,4mln (3,7mln nel primo semestre 2009): un risultato che ha consentito a Mediaset Premium di raggiungere il break-even operativo nel secondo trimestre 2010.