

ANSA

TV: ASCOLTI; MEDIASET, CHIUSO CON SUCCESSO IL 2010

(ANSA) - ROMA, 30 DIC - Sabato 1 gennaio si chiude l'anno televisivo 2010, che registra importanti cambiamenti nell'assetto mediatico italiano. Cresce innanzitutto il consumo tv: da 238 minuti medi al giorno del 2009 si è passati a 246 minuti medi nel 2010 (+3.4%). In questa crescita complessiva, la tv generalista si conferma decisamente il mezzo più seguito con una quota d'ascolto totale del 76.7% nelle 24 ore. Lo sottolinea Mediaset in una nota.

Le reti Mediaset - si legge - "rinsaldano anche nell'anno dei Mondiali di calcio il netto primato sul target commerciale nelle 24 ore (40%)".

"Canale 5 - si sottolinea ancora - è la rete italiana più vista dal pubblico 15-64 anni sia nelle 24 ore (20.1%) sia in prima serata (20.5%). Inoltre, "l'abbinata Canale5+Italia1 rafforza la leadership in Italia in tutte le fasce d'età fino ai 34 anni. Un dato rilevante considerando che proprio il pubblico giovane è il maggior fruitore delle piattaforme alternative che trasmettono contenuti video".

Retequattro "mantiene un buon risultato sul pubblico più adulto, i telespettatori oltre i 65 anni, conseguendo una quota vicina al 10% e confermando l'equilibrio di offerta editoriale delle reti generaliste Mediaset".

Nella valutazione dei risultati di ascolto del 2010, "va poi considerata la crescente penetrazione del digitale terrestre che è diventato il sistema trasmissivo universale per il 70% della popolazione italiana". E nel nuovo scenario si rileva la posizione di "leadership dei canali tematici Mediaset, sia gratuiti sia a pagamento". Boing, ottava rete nazionale assoluta nelle 24 ore, "è al primo posto tra i canali kids con una share del 7.7% sui bambini 4-14 anni (fascia 7.00-22.00). Iris, diretta

prevalentemente a un pubblico maschile adulto, ottiene lo 0.7% sugli uomini over 55 sia nelle 24 sia in prima serata".

"Il brillante esordio di La5 nel maggio 2010 - prosegue la nota - ha portato in soli sei mesi il canale rivolto alle donne 15-44 anni a realizzare su questo target l'1.6% nel totale giornata (e il 2.3% nelle aree italiane già totalmente digitali)".

Riscontri "molto positivi", infine, anche per Mediaset Premium: "nelle domeniche di campionato, Premium Calcio ha raccolto il 6.2% del pubblico attivo nella fascia pomeridiana e il 3.4% nei posticipi serali".

Mediaset - conclude la nota - "è l'unica azienda televisiva con un'offerta editoriale e tecnologica su misura per tutto il pubblico: generalista, tematico gratuito e a pagamento. E conferma la leadership negli ascolti pregiati anche in un panorama tv in rapido cambiamento". (ANSA).

MV

30-DIC-10 13:24