



# LA TV SUL PC





R.T.I. INTERACTIVE MEDIA è la chiave d'accesso di Mediaset al mondo della comunicazione multicanale e multiplatforma. La sua missione è creare nuove sinergie come estensione della tv generalista. I suoi prodotti sono contenuti e servizi innovativi costruiti attorno al telespettatore.

## Internet, telefonia mobile, teletext

### Internet

Mediaset.it è la porta d'ingresso a 3 aree tematiche: l'**informazione** con Tgcom, Tg5 e Studio Aperto, la **tv** con i più acclamati programmi televisivi, la **community** con forum, chat, email, personalizzazione cellulare, giochi online

#### Mediaset.it Video

il nuovo portale che permette ai telespettatori di rivedere il meglio dei programmi tv, spiare dietro le quinte e accedere ogni giorno a numerosi contenuti video realizzati in esclusiva per il web.

Il nuovo servizio **Video on Demand** per seguire eventi live come le partite del Torino Calcio o spiare la casa del "Grande Fratello" 24 ore su 24. E da quest'anno, per la prima volta in Italia, gli appassionati di reality hanno inoltre potuto seguire in diretta un programma prodotto esclusivamente per internet: "Fratello e Sorella", il primo reality-web.

### Telefonia mobile

Nella stagione 2006-2007 R.T.I. INTERACTIVE MEDIA ha gestito 150 mila abbonati ai servizi infonews Tg5, Studio Sport, Grand Prix, soap.

12 milioni di sms voting: "Grande Fratello", "La Pupa e il Secchione", "Reality Circus" e "Amici" di Maria de Filippi (che ha registrato il record storico di 2 milioni 800 mila voti nella sola serata finale).

7 milioni di sms sono stati registrati in occasione delle chat di Mediavideo.

450 mila suonerie, sfondi e giochi java per cellulari inviati.

Oltre 1 milione di sms inbox recapitati dai telespettatori su "Controcampo", "La Corrida" e "Verissimo"; anche i quiz multiplatforma sono stati un successo: oltre 380 mila giocate con i brand "The O.C.", "Carabinieri", "Love Bugs"; 60.000 giocate alla settimana per "1 contro 100" e oltre 35.000 giocate con MotoGP durante un singolo Gran Premio sono state un altro grande successo.

E dal 2006 i contenuti per cellulare firmati Mediaset hanno un nuovo e pratico punto d'accesso: il portale **WAP** ricco di notizie sempre aggiornate, schede programmi e video esclusivi, visitato ogni giorno da migliaia di utenti unici.

E per la prima volta sulle Reti Mediaset, gli appassionati di sport si sono potuti sfidare in diretta con "Quiz Sport", il nuovo gioco interattivo che vanta più di 11.000 concorrenti contemporanei al giorno.

## Mediavideo

Mediavideo è on air dal 1997 con 2 punti chiave: semplicità e velocità.

Garantisce informazioni utili, chat, sms, giochi e oltre 100 investitori pubblicitari attivi.

## Tgcom

A dominare lo scenario dell'informazione multimediale di Mediaset c'è Tgcom, che aggiorna contemporaneamente più media: internet, Mediavideo, wap, infonews via sms e mms.

Per le Reti Mediaset, Mediashopping, Tim e Vodafone umts vengono prodotti oltre 20 mini-tg al giorno.

La collaborazione editoriale con Radio R101, concretizzata con 14 punti ora quotidiani, porta Tgcom anche nell'etere radiofonico e, grazie alla rubrica "*120 secondi*" i telespettatori diventano protagonisti con i propri video reportage.

Con le migliori e più innovative tecnologie, abbinate ad uno studio di produzione multimediale, R.T.I. INTERACTIVE MEDIA è in grado di realizzare prodotti competitivi e di qualità.

( i dati citati si riferiscono alla stagione tv 2006-2007)



I nuovi progetti lanciati da R.T.I. Interactive Media nell'ambito del web di Mediaset si inseriscono in un contesto fertile per tutte le attività legate al mondo web e ai nuovi media.

I dati certificano infatti che un terzo della popolazione italiana naviga in internet e che, nel nostro Paese, il 15% delle famiglie è già dotata di una connessione broadband, con il 75% degli abbonamenti a tariffa fissa.

Gli utenti dotati di banda larga risultano altresì essere fortemente interessati alla convergenza, alla telefonia mobile e alla pay-tv.

Tutte ragioni che hanno portato la tv Mediaset a proporre al telespettatore una serie di servizi che già da ora portano concretamente i contenuti video **dalla tv al pc**, assecondando la sempre crescente tendenza al passaggio **dal testuale al visivo**.

Questo orientamento è evidente a partire dalla **nuova home page di Mediaset** ([www.mediaset.it](http://www.mediaset.it)) nella quale viene dato grande risalto all'offerta video dei propri siti.

Cliccando su uno di essi, si accede direttamente a **Video.Mediaset.it** - online dal 2 aprile scorso - che nella sola fase di test (aprile, maggio e giugno) vanta già 30 milioni di video visti, con oltre 300.000 nuovi visitatori unici acquisiti.

Ma ai contenuti confezionati per il web di consumo "snack", saranno a breve affiancati mezzi di fruizione dell'intero prodotto tv in rete.

Il *video on demand* di Mediaset si chiamerà **RIVIDEO** e offrirà all'utente **4 differenti modalità di fruizione**:

- **Download e podcast a tempo** con visione ad alta qualità dell'intero episodio o del film sul proprio pc
- **Download e podcast a tempo indeterminato** con visione ad alta qualità dell'intero episodio o del film sul proprio pc
- **Streaming** dell'episodio completo con inserimento pubblicitario
- **Eventi live** dedicati

Le tipologie di prodotto offerte in VOD saranno: **fiction italiane** (come Carabinieri, Distretto di Polizia, ecc.), **serie tv americane** (come The Closer, The O.C., Smallville, Nip/Tuck, ecc.); **calcio live** (Serie A con le 3 partite più belle della giornata di campionato), **show Mediaset** e **programmi cult, film**.

Mediaset.it non rinuncia inoltre ad una delle proposte più attuali del momento e offre agli utenti una ricca ed articolata **video community** che, rispetto alle altre realtà presenti in rete, offrirà ai navigatori (previa registrazione) una serie di elementi distintivi come:

- **ambiente moderato** dove non transiteranno contenuti che non rispondano all'etica o ai criteri di trasmissibilità
- **visibilità televisiva** che si concretizzerà attraverso programmi tv dedicati (come Le Iene, Amici, Lucignolo ecc.), da sempre attenti ai contenuti generati dagli utenti e sempre più protesi verso l'interazione con il pubblico
- **ambiente unico** che accolga tutti i "marchi Mediaset"
- **iniziative di animazione** dedicate all'utente (come l'invito a realizzare sceneggiature o script, ecc.)
- **Giochi e concorsi** per rendere sempre più avvincente la partecipazione del pubblico (il primo consisterà proprio nel far scegliere alla community quale sarà il suo nome).

Infine, il progetto rivolto a tutti coloro che pensano di avere qualità e doti artistiche che vorrebbero poter esibire.

Online da pochi giorni c'è **TALENT1** ([www.talent1.it](http://www.talent1.it)), lo spazio web dedicato ai talenti nel campo della musica, del ballo, della comicità, della recitazione, ecc. che fin d'ora possono mandare i propri video, che saranno a breve pubblicati online e resi visibili a tutto il web.

E sarà proprio la community a votarli, conducendo i preferiti con il proprio gradimento fino in tv. Dal prossimo autunno, infatti, **Italia1** programmerà un appuntamento notturno condotto da **Tommy Vee**, all'interno del quale gli utenti ritenuti dalla community più talentuosi saranno protagonisti assoluti con le loro video-performance.

Anche **Tgcom**, il tg online diretto da **Paolo Liguori**, presenterà alcune importanti novità.

Forte dei risultati raggiunti nel mese di giugno, che ha registrato il numero più alto di lettori dalla sua nascita (4.070.116 di utenti unici sulla base dei 30 giorni con un numero di lettori pari ad oltre il 65% di tutto il portale Mediaset.it di cui fa parte ed una crescita rispetto alle pagine viste, che sono oltre 127 milioni) Tgcom si presenterà con un restyling della home page dimostrandosi anch'esso sempre più evidentemente propenso all'esposizione di contenuti video.

Dalla pubblicazione di filmati generati dagli utenti: "**120 secondi**" (il progetto che dà l'opportunità di diventare reporter e vedere i propri servizi pubblicati), "**Chinatown**" (che accoglie i reportage dal quartiere cinese di Milano), agli speciali sportivi di "**Controcampo**" e le video-news visibili attraverso **Video.Mediaset.it**.

Ufficio stampa New Business - Mediaset  
 Maria Marinoni  
 tel. +39 02 25146671 cell. +39 335 7369441  
[ufficiostampa.newbusiness@mediaset.it](mailto:ufficiostampa.newbusiness@mediaset.it)