



Benedetta Prario

Le trasformazioni  
dell'impresa televisiva  
verso l'era digitale



Peter Lang

# Sommario

Introduzione .....	15
Capitolo primo	
I caratteri economici della televisione .....	19
1.1 L'impresa e il sistema economico .....	19
1.2 Il prodotto televisivo .....	22
1.3 L'attività televisiva e la sua dimensione economica .....	26
1.4 I modelli economici .....	34
1.4.1 Il modello d'impresa televisiva pubblica .....	36
1.4.2 Il modello d'impresa televisiva commerciale .....	38
1.4.3 Osservazioni comuni .....	41
1.4.4 Il modello d'impresa televisiva a pagamento .....	42
1.4.5 Osservazioni generali .....	47
1.5 La catena del valore dell'impresa televisiva .....	49
1.6 Le fonti di costo e di ricavo .....	57
Capitolo secondo	
Il settore televisivo .....	63
2.1 Il concetto di settore e la sua analisi .....	63
2.2 L'analisi del settore televisivo .....	72
2.3 Il ruolo della regolamentazione .....	80
Capitolo terzo	
Il mercato della televisione analogica .....	87
3.1 Il concetto di mercato .....	87
3.2 Il mercato mondiale della televisione analogica .....	91

3.3	Il mercato statunitense della televisione analogica .....	95
3.4	Il mercato europeo della televisione analogica .....	103
3.4.1	La Francia .....	108
3.4.2	La Germania .....	112
3.4.3	La Gran Bretagna .....	116
3.4.4	L'Italia .....	119
3.4.5	La Spagna .....	123
3.5	Osservazioni conclusive .....	126

## Capitolo quarto

La convergenza .....	127
4.1 Telecomunicazioni, industria dei contenuti e informatica: tre settori sempre più vicini .....	127
4.2 Il fenomeno della convergenza .....	133
4.3 La catena del valore dell'industria multimediale .....	138

## Capitolo quinto

La televisione digitale .....	143
5.1 Che cos'è la televisione digitale .....	143
5.2 Le piattaforme della televisione digitale: satellite, cavo ed etere .....	151
5.3 La televisione digitale terrestre e il passaggio al «tutto digitale» .....	156
5.4 La televisione digitale e la sua adozione .....	160
5.5 Le opportunità della televisione digitale per i diversi soggetti ..	164
5.6 I caratteri economici della televisione digitale .....	168

## Capitolo sesto

Il mercato della televisione digitale .....	173
6.1 Il mercato mondiale della televisione digitale .....	173
6.2 Il mercato statunitense della televisione digitale .....	175

6.3	Il mercato europeo della televisione digitale .....	179
6.3.1	La Francia .....	184
6.3.2	La Germania .....	188
6.3.3	La Gran Bretagna .....	192
6.3.4	L'Italia .....	196
6.3.5	La Spagna .....	200
6.4	I modelli di <i>business</i> della televisione digitale terrestre .....	203

## Capitolo settimo

BSkyB .....	207
7.1 Introduzione .....	207
7.2 BSKyB e la sua storia .....	211
7.3 L'offerta di BSKyB .....	216
7.3.1 I servizi interattivi .....	220
7.4 La distribuzione .....	230
7.4.1 La distribuzione dei servizi digitali .....	234
7.5 Il <i>marketing</i> e la pubblicità .....	237
7.6 Aspetti economici e finanziari .....	240
7.7 Alcune considerazioni sul caso BSKyB .....	247

Conclusioni .....	261
-------------------	-----

Fonti .....	267
-------------	-----

Allegati .....	273
----------------	-----