

LINK

F.A.S.T. Changing

HD Forum Italia - Roma, 4 novembre 2021

Broadband

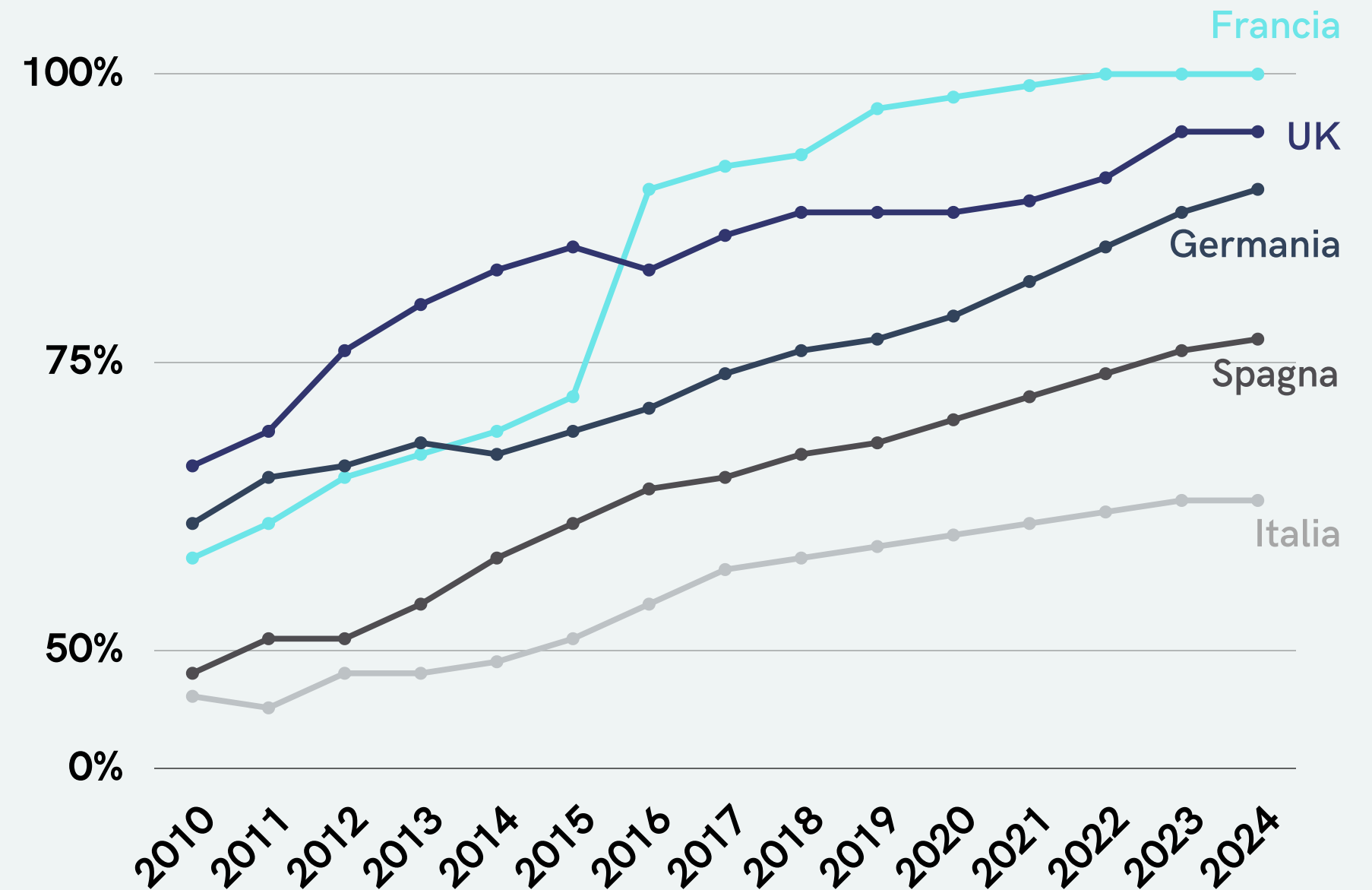
Penetrazione percentuale sulle famiglie tv

Sviluppo non uniforme

Se la Francia ha visto un rapido aumento della penetrazione, l'evoluzione del trend è stata più regolare negli altri Paesi, con l'Italia in ultima posizione tra i big 5.

Con l'approvazione del piano Colao "Italia a 1 Giga" (3,86 miliardi di euro) la penetrazione della banda larga in Italia subirà un'accelerazione rispetto alle stime riportate nel grafico.

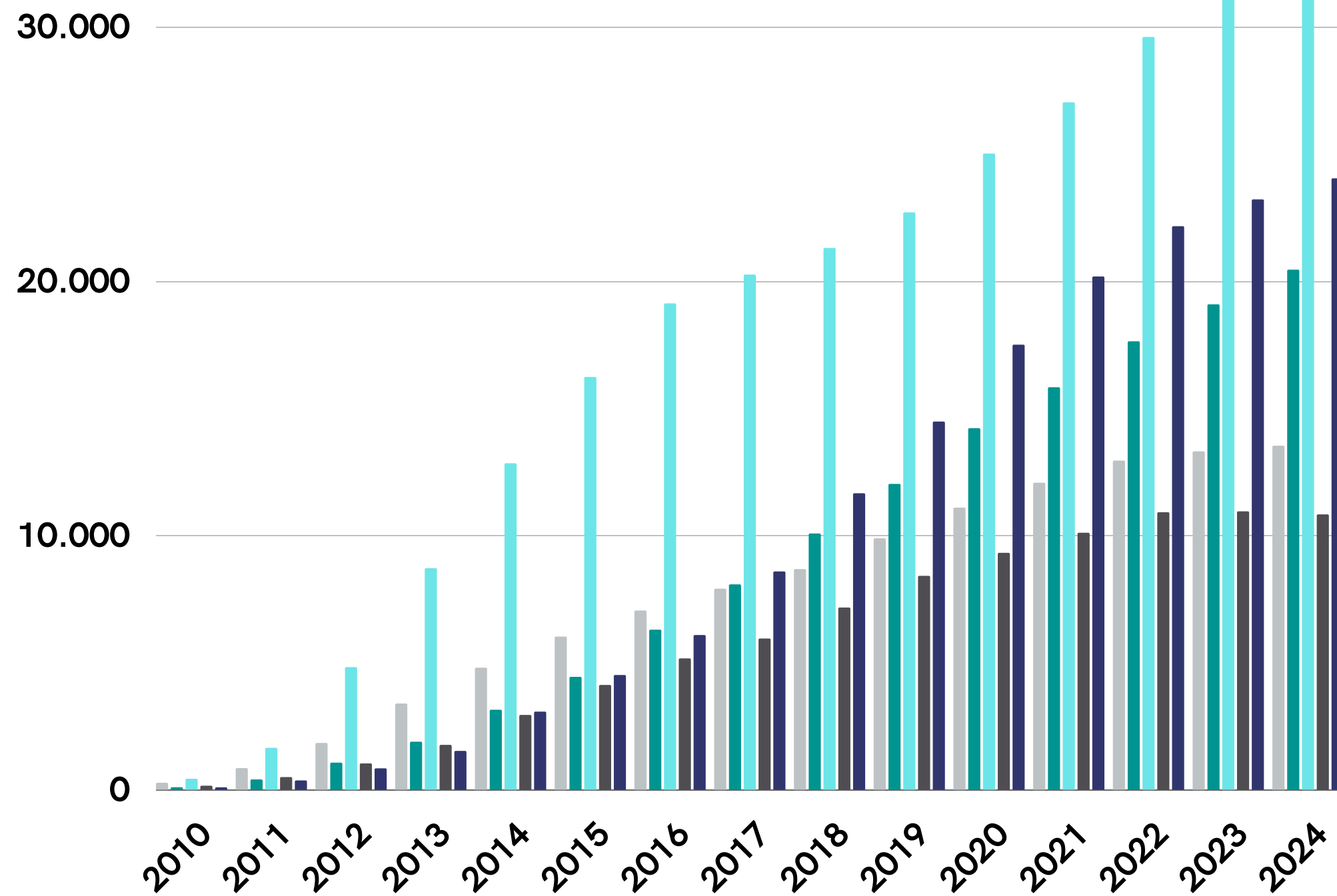
LINK



Fonte: elaborazione su dati OMDIA, aggiornamento marzo 2021

Broadband = internet connection with data transfer speeds of at least 150kbit/s in one direction

Italia Francia Germania Spagna UK



Smart tv connesse

Un trend in crescita

Il trend per le famiglie con televisore connesso è chiaro ovunque: nel giro di un paio di anni almeno metà delle HH (la metà più evoluta nei consumi), avrà almeno un televisore connesso.

Pay tv VS SVoD Italia

Sul mercato italiano il calo della payTV risulta marcato e gli abbonati ai pacchetti Sky (escludendo gli abbonati al servizio OTT di Sky Now TV) sarebbero circa 4 milioni a fine 2020.

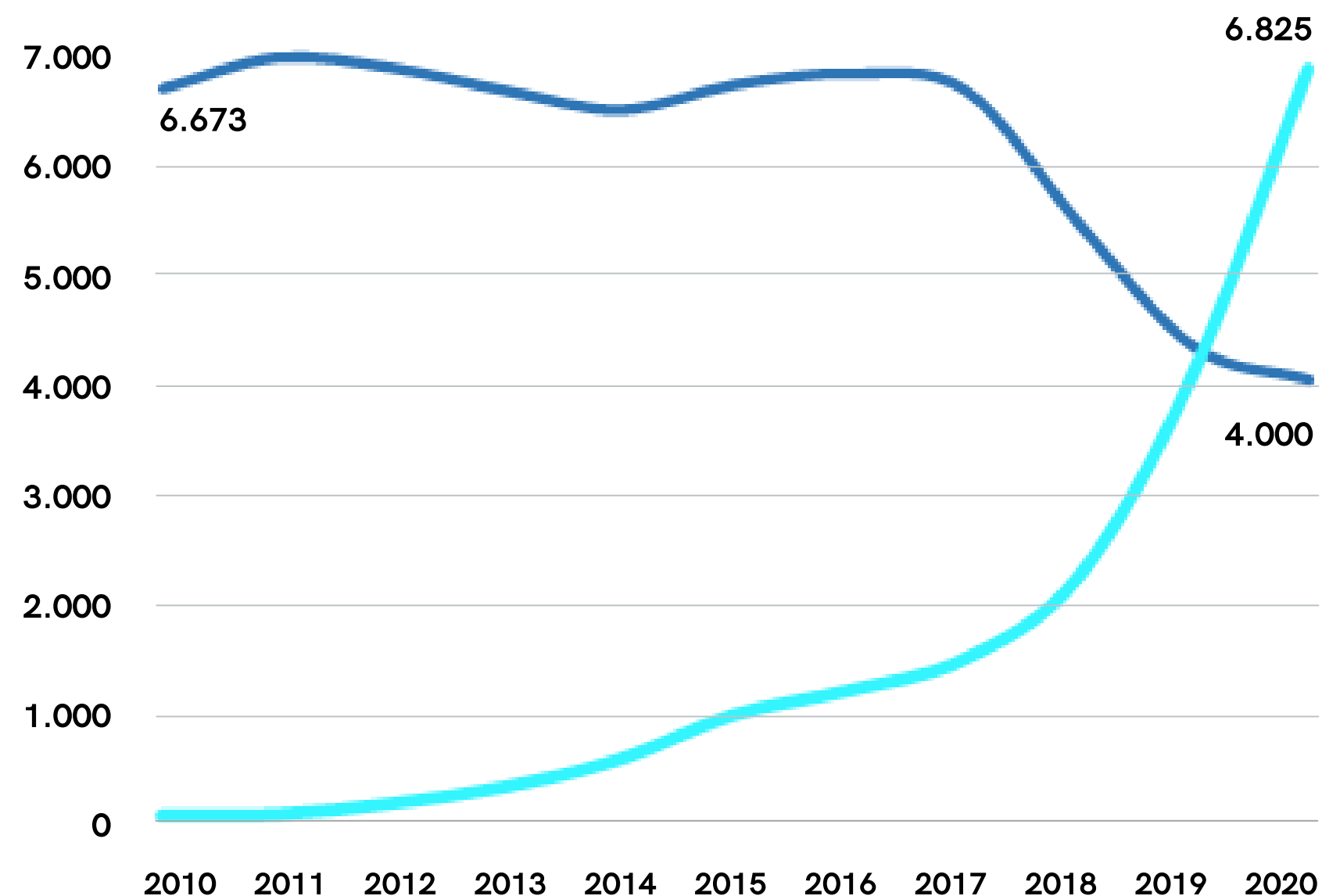
Le offerte SVoD dei diversi operatori (Netflix, Amazon, Disney+, Apple, Sky, TIMVision, Mediaset) totalizzano una penetrazione che fra il 2019 e il 2020 supera quella della payTV lineare.

Il picco di abbonati alle piattaforme payTV si è raggiunto nel periodo di attività di Mediaset Premium e, conseguentemente alla sua chiusura, il processo di diminuzione di abbonati complessivi si è velocizzato, con il sorpasso dei servizi SVOD avvenuto proprio nel 2019.

LINK

Abbonati alla piattaforma di payTV «classica» (lineare)
Famiglie/abitazioni abbonate ad almeno un servizio SVOD

(valori in migliaia)



Fonti: dati Marketing RTI, Digital TV Research, elaborazione su dati OMDIA

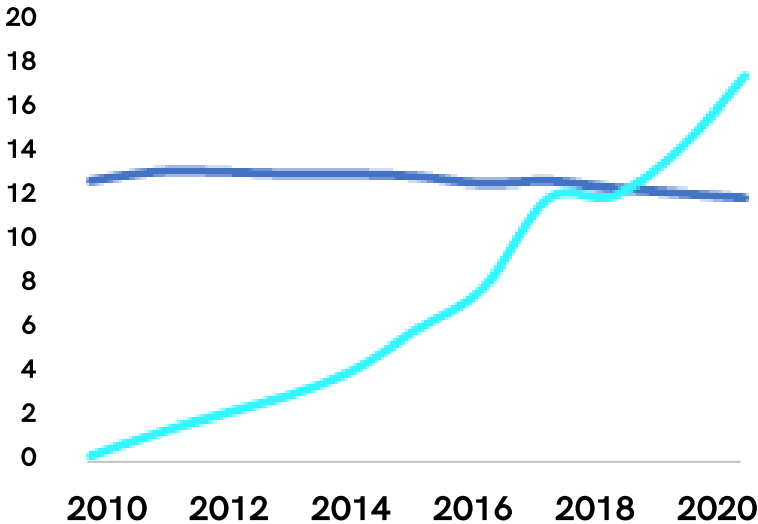
Pay tv VS SVoD

LINK

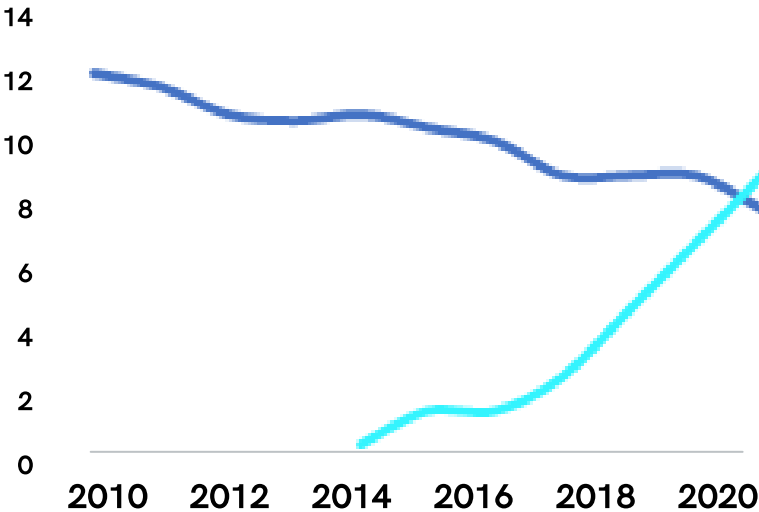
Abbonati alla piattaforma di payTV «classica» (lineare)

Famiglie/abitazioni abbonate ad almeno un servizio SVoD

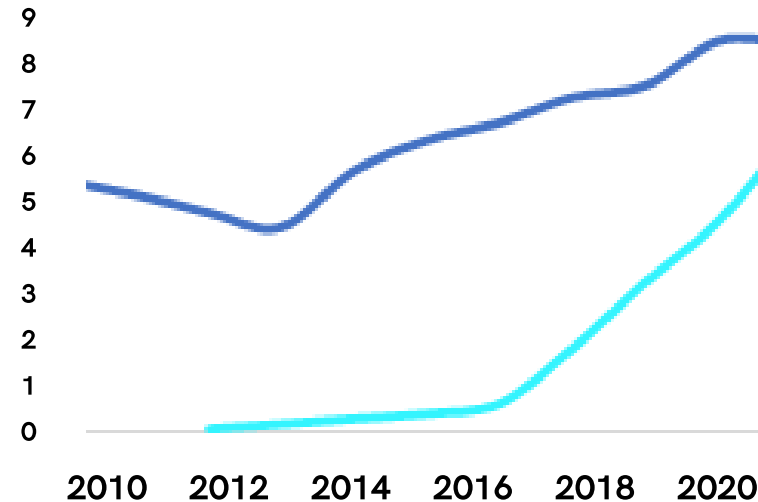
UK



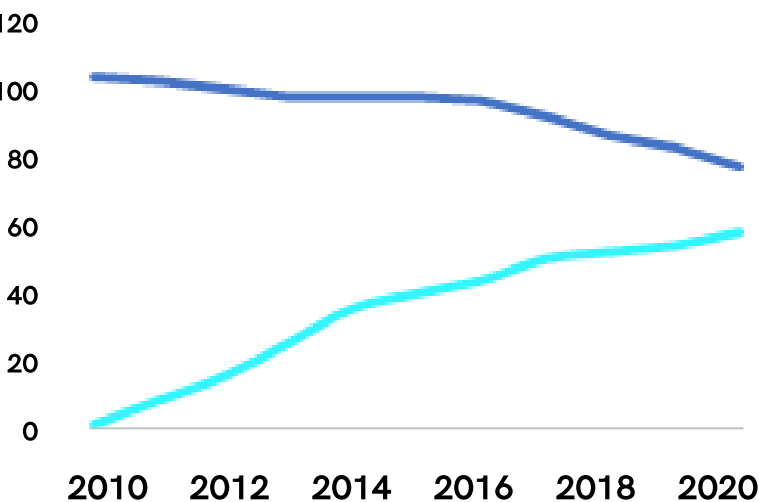
Francia



Spagna



USA



Nel Regno Unito, in USA, così come in gran parte dei mercati considerati la payTV non registra crescita da circa un decennio. È sostenuta dai diritti pregiati di competizioni sportive e dalle offerte triple / quadruple play di tutti gli operatori che sono di fatto tutti attori Telco.

Le offerte OTT / SVoD (Netflix, Amazon, Disney+) hanno determinato i cosiddetti fenomeni di «cord cutting» (disdetta degli abbonamenti) e «cord shaving» (riduzione dei package acquistati).

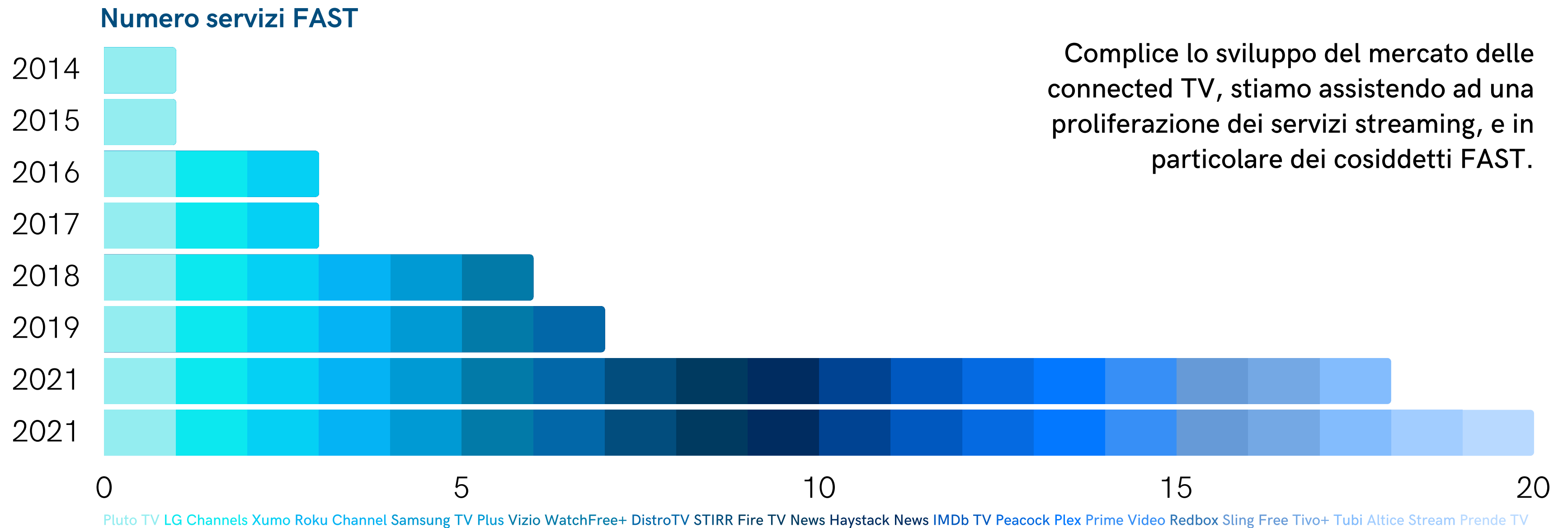
Le offerte SVoD tendono ad ampliare la gamma di generi editoriali puntando anche sul live streaming e cioè sul lineare (grandi eventi editoriali).

Fonti: stime ed elaborazioni eMedia su dati Barb per il Regno Unito; Digital TV Research per Francia e Spagna; per US dati degli operatori e LRG

Il mercato FAST

LINK

Un rapido sviluppo





FAST

Definizione e tipologie

L I N K

Free Ad-supported Streaming Tv e vLinear channels

I FAST sono servizi che mettono a disposizione dei canali lineari "virtuali": offrono accesso gratuito ad una programmazione lineare di contenuti in streaming su TV connesse.

Tipologie

DISPONIBILITÀ

Platform agnostic

Disponibili tramite diversi sistemi operativi

Platform exclusive

Disponibili su un'unica piattaforma

OFFERTA

Pure free

Offrono opzione AVOD e/o canali lineari virtuali

Premium available

Offrono anche opzioni premium (pay-per-view e/o SVOD)

I principali stakeholder

LINK

Ragioni di mercato

Gli utenti

Costo zero e offerta push

I servizi FAST offrono contenuto senza la necessità di sottoscrivere un nuovo abbonamento e evitano lo stress della scelta, proponendo un'offerta che per modalità di fruizione ricorda quella della tv lineare.

Gli hardware manufacturer

Diversificazione

La diversificazione dei ricavi è una necessità per restare competitivi sul mercato. La vendita dei dispositivi è infatti sottoposta a forti pressioni di prezzo e a un forte aumento della concorrenza. I nuovi ricavi derivanti dall'intermediazione e dall'ad-tech vanno a sostenere la marginalità in riduzione, seguendo fra gli altri l'esempio di Roku.

I content owner

Distribuzione, promozione e branding

I FAST permettono di:

- raggiungere i consumatori in un ulteriore ambiente di visione;
- promuovere alcuni titoli disponibili in versione integrale in SVOD;
- rafforzare alcuni brand creando dei canali dedicati.

Utenti e servizi streaming negli USA

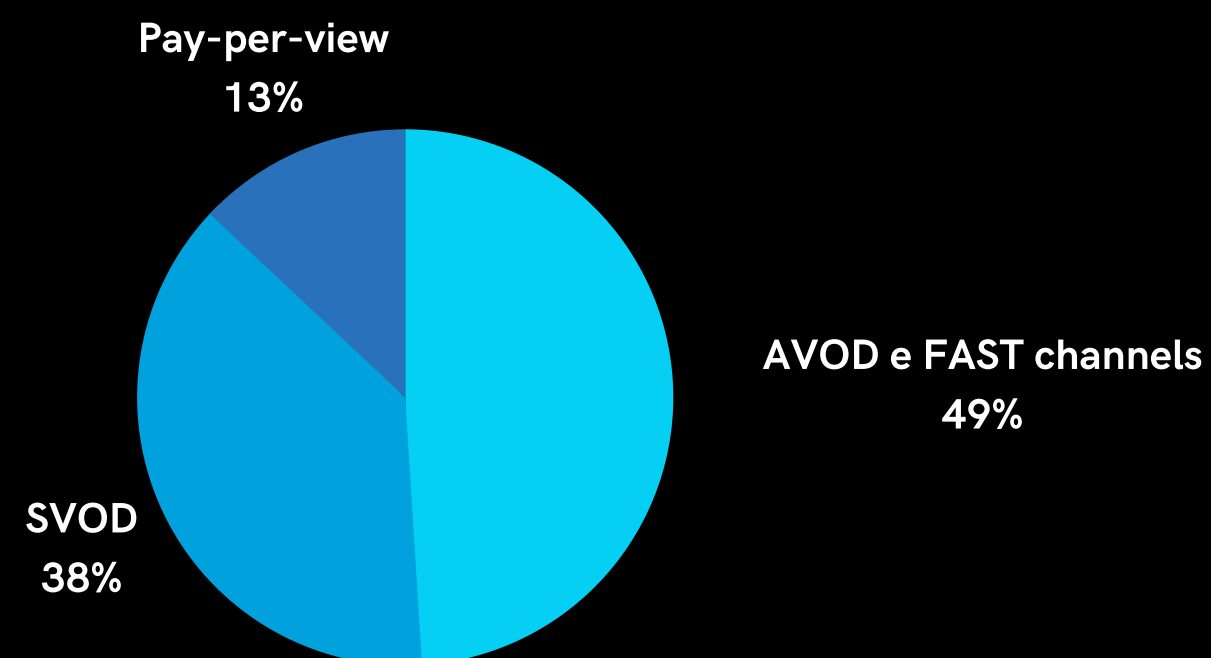
81%

Gli utenti che dichiarano di preferire un servizio free ad-supported alla sottoscrizione a un ulteriore servizio a pagamento.

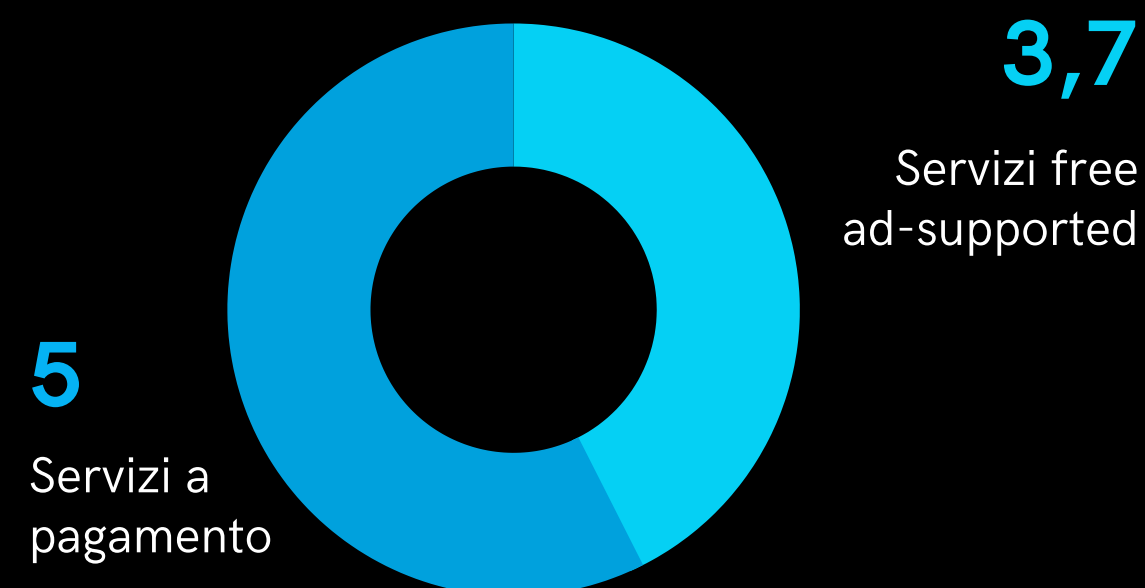
39%

Gli utenti che dichiarano di preferire servizi free che offrono una serie di canali lineari piuttosto che un'offerta on demand.

Gradimento servizi streaming



Numero di servizi a persona



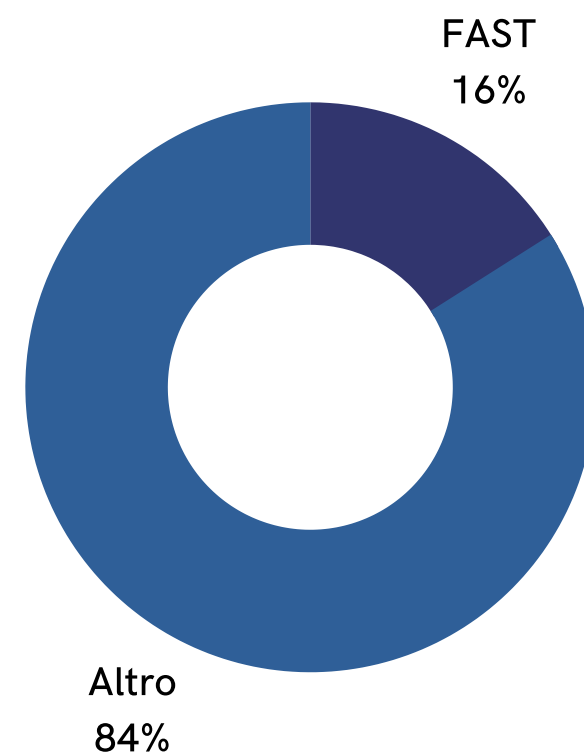
Tempo speso: i servizi FAST come alternativa

USA e Canada

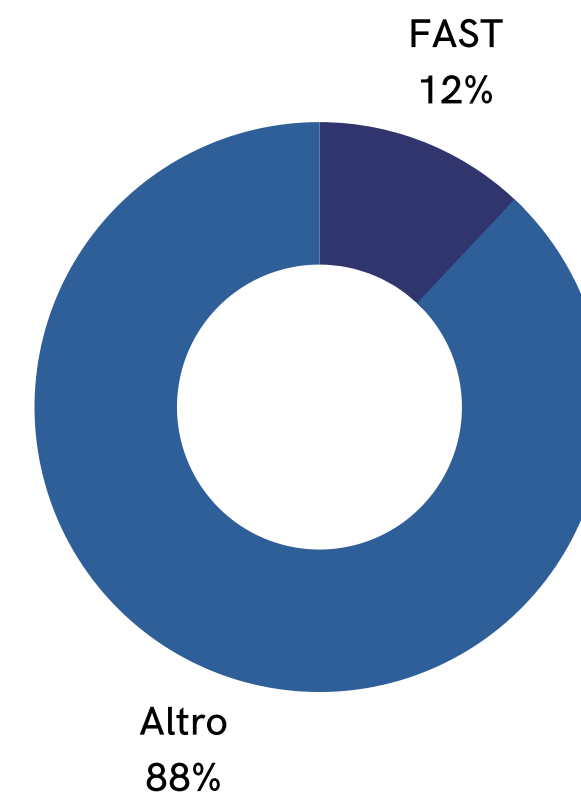
[LINK](#)

Fruizione giornaliera

Peacock,
Roku Channel



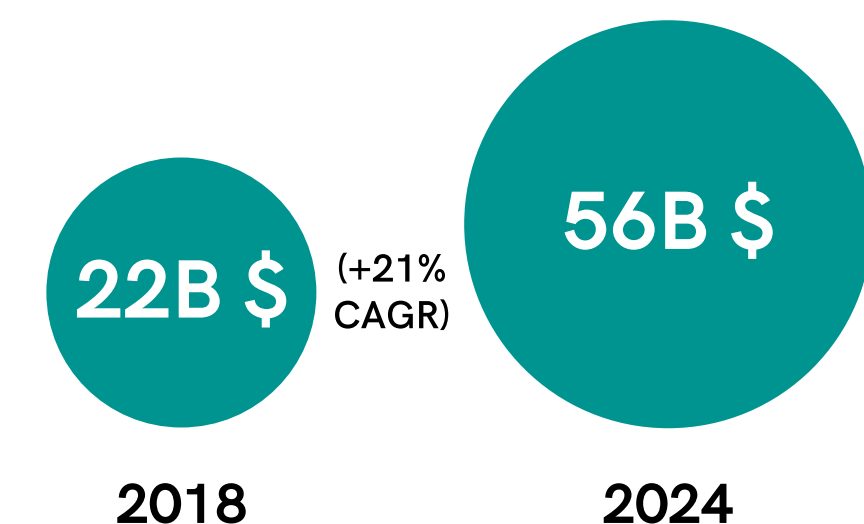
Pluto TV



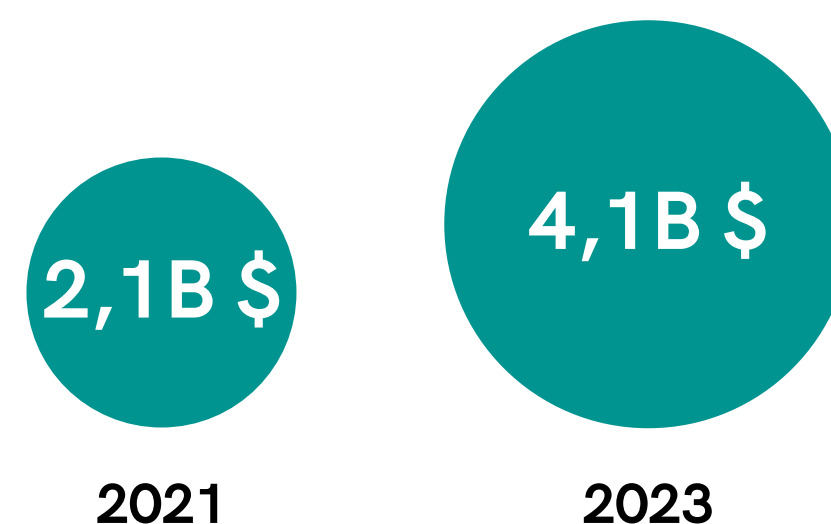
In media l'utente dei servizi FAST fruisce dai 10 ai 15 minuti di contenuto al giorno tramite vLinear channels.

Ricavi e stime ADV e MAU

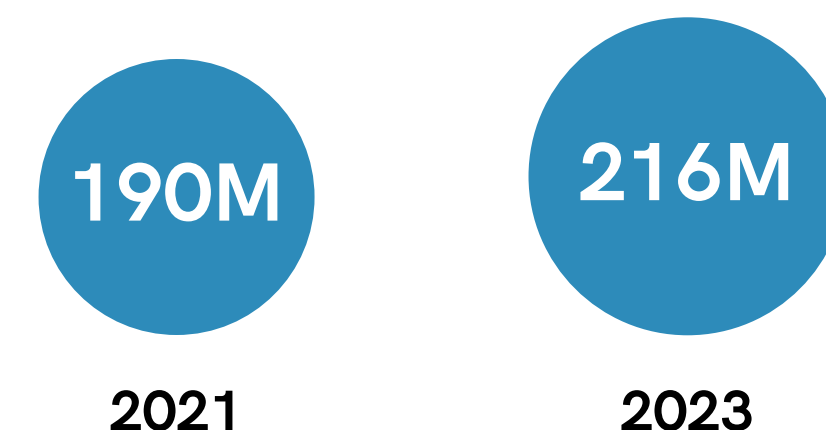
LINK



Global AVOD
total revenue



Stime revenue
vLinear channels *USA*



Global MAU
(Monthly Active Users)

Grandi opportunità derivano dall'espansione del mercato di **connected e smart TV**, e dalle partnership con i manufacturer.

La misurazione dei FAST

Assenza di un sistema condiviso

Non esiste attualmente un sistema di misurazione delle performance univoco e utilizzato da tutti gli operatori.

Reticenza nella diffusione dei dati

Gli operatori, in particolar modo quelli quotati in borsa, non condividono con piacere i dati relativi a utenti, tempo speso e revenue.

Mancanza di trasparenza

Una pratica diffusa è quella di ingigantire i dati riportando soltanto il numero di utenti a livello globale o il numero di abbonati a tutti i servizi disponibili piuttosto che quello degli utenti dei canali FAST. La mancanza di dati per singola nazione rende il peso della dimensione generale molto più relativo.

Disponibile su



Android, iOS, Apple TV, Amazon Kindle/Fire tablet, Amazon Fire TV e Fire TV Stick, dispositivi e TV Roku, Google Chromecast, TiVo Stream 4K, Android TV, web browsers.

Android, iOS, Smart TV (Android TV, Hisense, Magnavox, Panasonic, Philips, Samsung, Sanyo, Sharp, Sony e VIZIO), Amazon FireTV, Apple TV, Roku, Xfinity Flex, Xfinity X1.

Android, iOS, Roku, Apple TV, Amazon Fire TV, Xfinity X1, Xbox, Samsung Smart TV, Sony Smart TV, PlayStation, web browser.

Android, iOS, Apple TV, Android TV, Google Chromecast, Xbox One, VIZIO SmartCast TV, LG Smart TV, Xfinity X1, Xfinity Flex, PlayStation 4 e PlayStation 4 Pro.

Android, iOS, Apple TV, Android TV, Google Chromecast, Xbox One, VIZIO SmartCast TV, LG Smart TV, Xfinity X1, Xfinity Flex, PlayStation 4 e PlayStation 4 Pro.

Android, iOS, Amazon FireTV, RokuTV, Apple TV, Smart TV Samsung, LG e Vizio, PlayStation 4, XBoxOne), web browser.



Smart TV Samsung, Android e web browser.

Smart TV LG.

Smart TV Vizio.

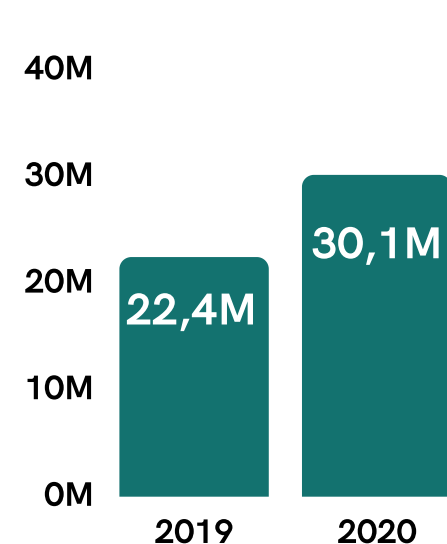


Gli operatori del mercato:

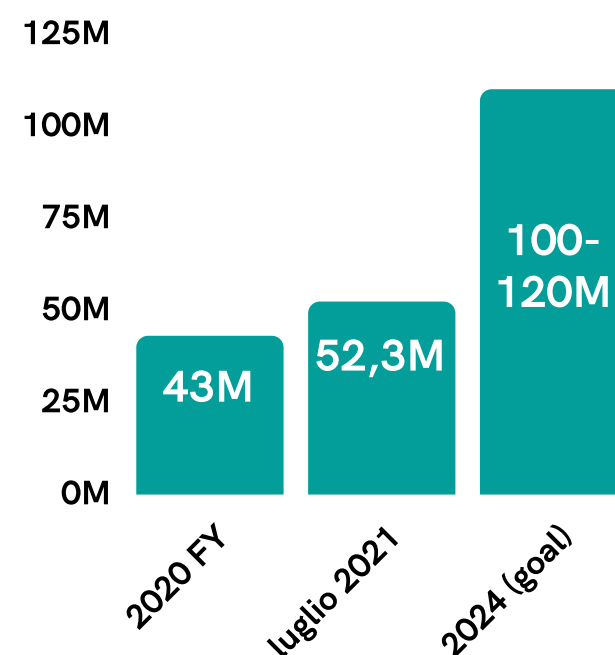


L I N K

Domestic MAU



Global MAU



In quali Paesi è disponibile?

USA, America Latina, UK, Francia, Germania e Spagna.
Disponibile in Italia dal 28 ottobre 2021 con 40 canali.



Cosa offre?

312 canali tematici, con contenuti, tra gli altri, di
Lionsgate, Minerva Pictures, KidsMe, Banijay, Cineflix.

Ownership
ViacomCBS

Gli operatori del mercato:

Xumo

>24M

MAU US
ottobre 2021

Opera anche come aggregatore di pacchetti e fornitore di canali per altri servizi FAST, tra cui LG Channels.



In quali Paesi è disponibile?

USA, Canada, Brasile, Messico, UK, Germania, Francia, Spagna e Italia.



Cosa offre?

224 canali tematici e la possibilità di organizzarli e fruirli attraverso 12 macro-aree tematiche, ordine alfabetico o popolarità.

L I N K

Ownership
Comcast

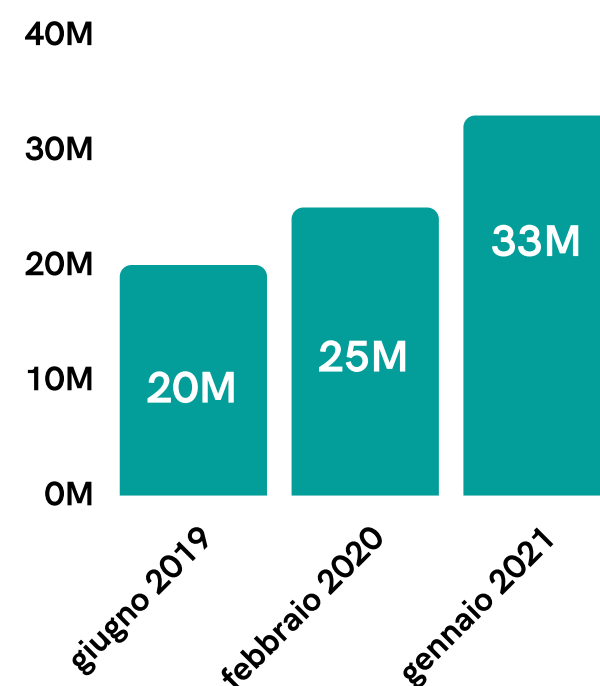
Gli operatori del mercato:

tubi

900M
di ore

Total
viewing time

Global MAU



In quali Paesi è disponibile?

USA, Canada, Australia e Messico.
Non è disponibile in Europa.



Cosa offre?

88 canali con una selezione di contenuti di library (Lionsgate, Paramount, MGM, A&E, Lifetime, Starz).
Non offre attualmente contenuti originali, live programming e live sports.

L I N K

Ownership
Fox

Gli operatori del mercato:

peacock

A un anno dal lancio

54M

Abbonati
totali alla
piattaforma

20M

MAU



In quali Paesi è disponibile?

USA, Canada e Australia.

Entro la fine del 2021 arriverà anche in UK, Irlanda, Germania, Svizzera, Austria e Italia (nel pacchetto Sky).



Cosa offre?

L'offerta FAST è inclusa nell'opzione BASE dell'offerta on demand, nella forma di circa 50 canali accessibili da una sezione dedicata all'interno dell'app.

L I N K

Ownership
Comcast

Gli operatori del mercato:



55,1M

Account
attivi

Sebbene non ci siano dati ufficiali condivisi, Roku dichiara che The Roku Channel è responsabile di gran parte delle sue revenue complessive.



In quali Paesi è disponibile?

USA, Canada e UK, esclusivamente su dispositivi Roku.



Cosa offre?

209 canali: film, serie, show e un'offerta kids dedicata. Fanno parte della library contenuti dei grandi studios e di alcuni publisher. Confluiscono nel servizio anche i Roku Originals (circa 30 titoli).

L I N K

Ownership
Roku

Gli operatori del mercato:

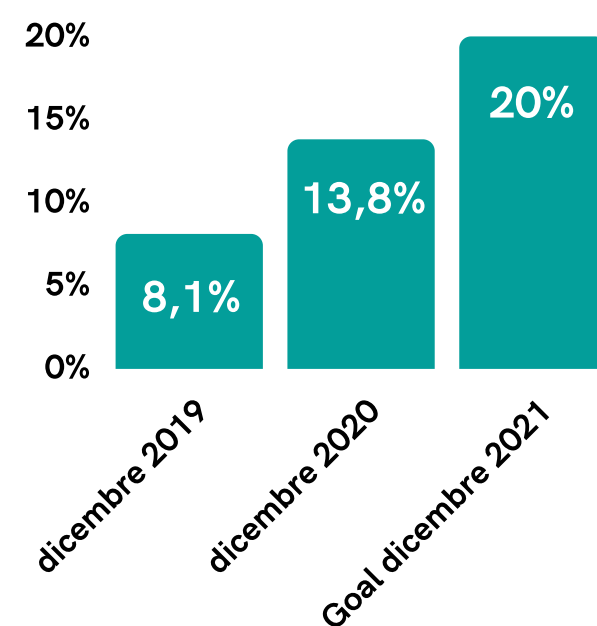
CRACKLE PLUS

LINK



Revenue

Chicken Soup for the Soul Entertainment



Originali su tot ore di streaming

18



In quali Paesi è disponibile?

USA.



Cosa offre?

7 canali tematici free: Crackle, Popcornflix, Popcornflix Comedy, Popcornflix Kids, Españolflix, Frightpixe Truli. Il 12% della library proviene da società di produzione e distribuzione proprietarie. Sono attualmente disponibili 53 produzioni originali.

Ownership

Chicken Soup for the Soul Entertainment-Sony

Gli operatori del mercato:



Dicembre 2020

60M

Samsung
Smart TV

15M

MAU



In quali Paesi è disponibile?

23 Paesi, di cui 16 europei. Il servizio è integrato direttamente nelle smart TV Samsung.



Cosa offre?

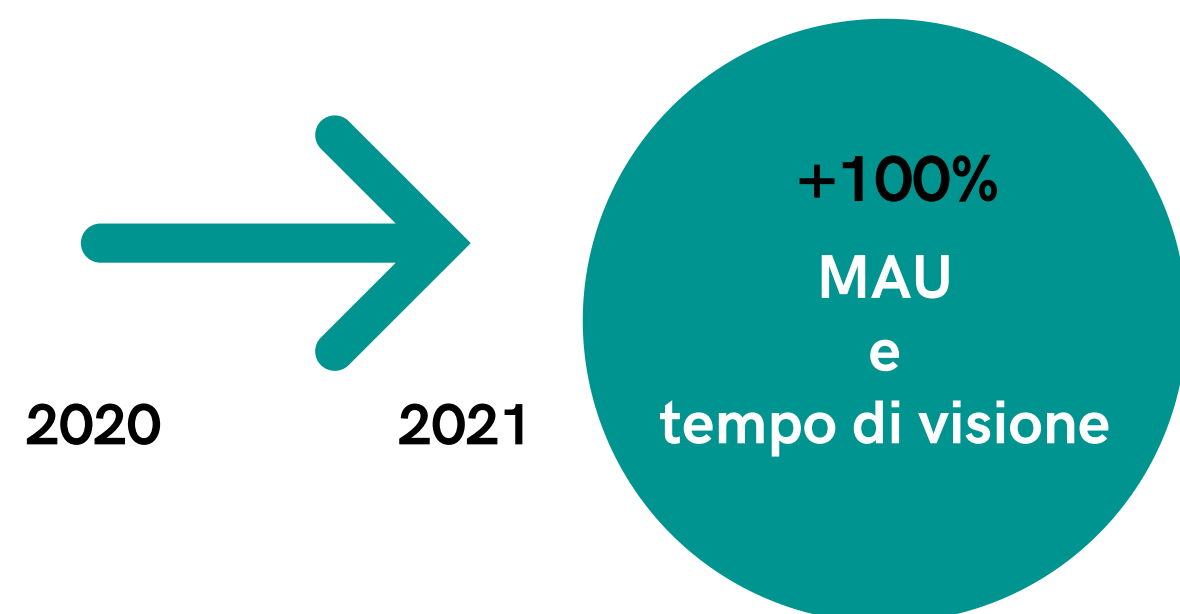
Offre attualmente 184 canali in USA e 46 canali in Italia.

I canali sono sintonizzati sul televisore come canali lineari tradizionali.

L I N K

Ownership
Samsung

Gli operatori del mercato:



L I N K

In quali Paesi è disponibile?

9 Paesi, di cui 5 europei. L'obiettivo di LG è raggiungere 25 Paesi entro la fine del 2021.

Cosa offre?

309 canali (circa 40 in Italia), disponibili grazie alla partnership con Xumo e accessibili tramite l'app da installare sulle smart tv LG.

Ownership
LG

FAST, le caratteristiche

Palinsesto lineare

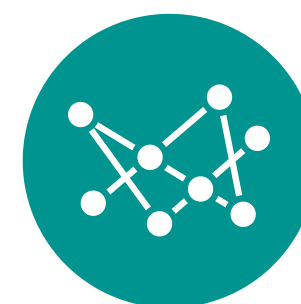
In comune con i broadcaster tradizionali
(Comunanza per mimesi)

Mezzo trasmissivo (IP)

In comune con i servizi on demand

L I N K

Ma cosa significa operare attraverso
il mondo IP?



Un mondo
di operatori
dal carattere globale



Un sistema editoriale
in larga parte
non regolamentato

Conclusioni

L I N K

I broadcaster nazionali

Sono sottoposti a una regolamentazione molto stringente e a obblighi di trasparenza significativi (si pensi ai dati di consumo).

Gli operatori globali

Sono liberi da questo tipo di vincoli. Per esempio:

- affollamento pubblicitario.
- responsabilità editoriale sui contenuti e tutela dei minori.
- Non sono sottoposti al vincolo delle quote di produzione nazionale e di proposizione dei contenuti europei.

Oltre alla convergenza tecnologica e dei contenuti è importante che si operi a livello comunitario al fine di garantire anche un **sistema normativo convergente**.

Così come deve essere chiaramente distinto e regolato il posizionamento dei canali IP dei FAST all'interno dell'ordinamento canali lineari (**LCN nazionale**) nelle CTV.