

# 7° RAPPORTO SULLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE



ASSOCIAZIONE  
PRODUTTORI  
AUDIOVISIVI

SERIE • FILM • INTRATTENIMENTO • DOC • ANIMAZIONE

CON IL PATROCINIO DEL



MINISTERO  
DELLA  
CULTURA

# ITALIAN ORIGINAL 2025



VALORI ECONOMICI  
E TENDENZE DI SETTORE

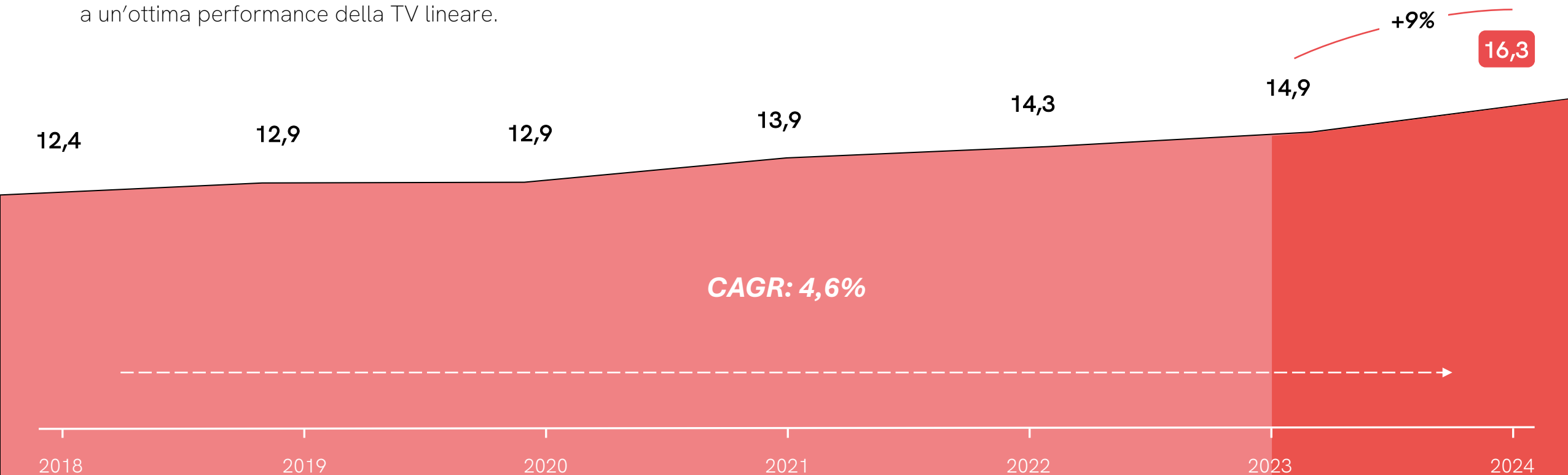
eMedia per APA



# RISORSE DI MERCATO ATTRATTE DAL SETTORE AUDIOVISIVO IN ITALIA 2018 – 2024 / SOMMA DI TUTTI I MEZZI (€mld a valori correnti)

\* Il settore audiovisivo nazionale registra una crescita importante nel 2024 (+9% *sull'anno precedente*). Si tratta di una crescita mai registrata negli ultimi anni e dovuta non soltanto alla continua e costante espansione del segmento Online Video ma anche a un'ottima performance della TV lineare.

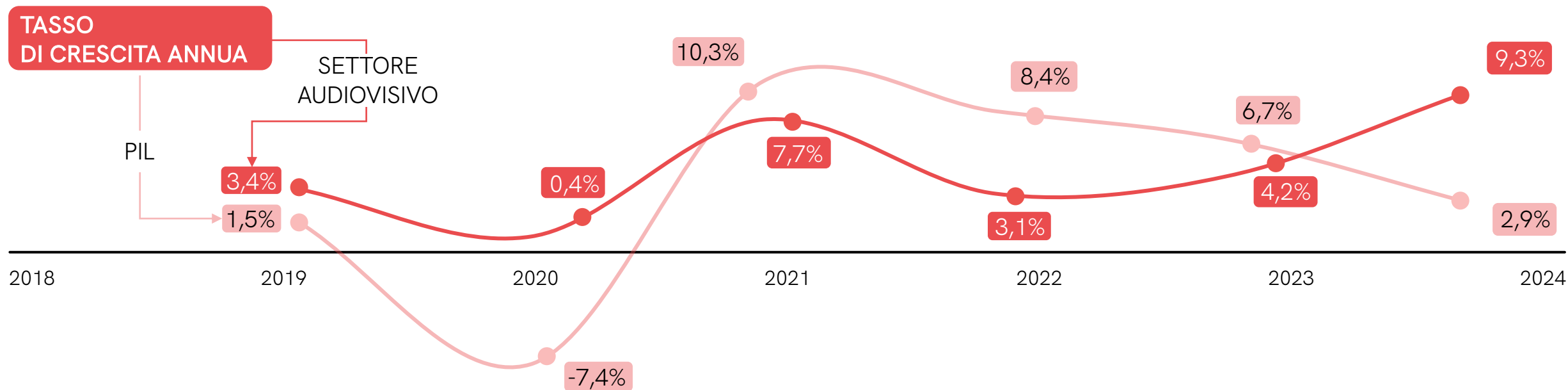
\* Complessivamente, le risorse di mercato attratte dalle offerte audiovisive su tutte le piattaforme raggiungono i **€16,3 mld**, portando il tasso medio annuo composto di crescita (CAGR) nel periodo 2018 — 2024 al **4,6%**.



# RISORSE DI MERCATO ATTRATTE DAL SETTORE AUDIOVISIVO IN ITALIA E IL PRODOTTO INTERNO LORDO: 2018 – 2024 (in % su valori correnti)

\* Sul Prodotto Interno Lordo Nazionale (PIL) il settore audiovisivo (qui stimato sulla base delle risorse lorde attratte dalle offerte all'utente finale) vale circa lo **0,73%** (valore medio fra il 2018 e il 2024).

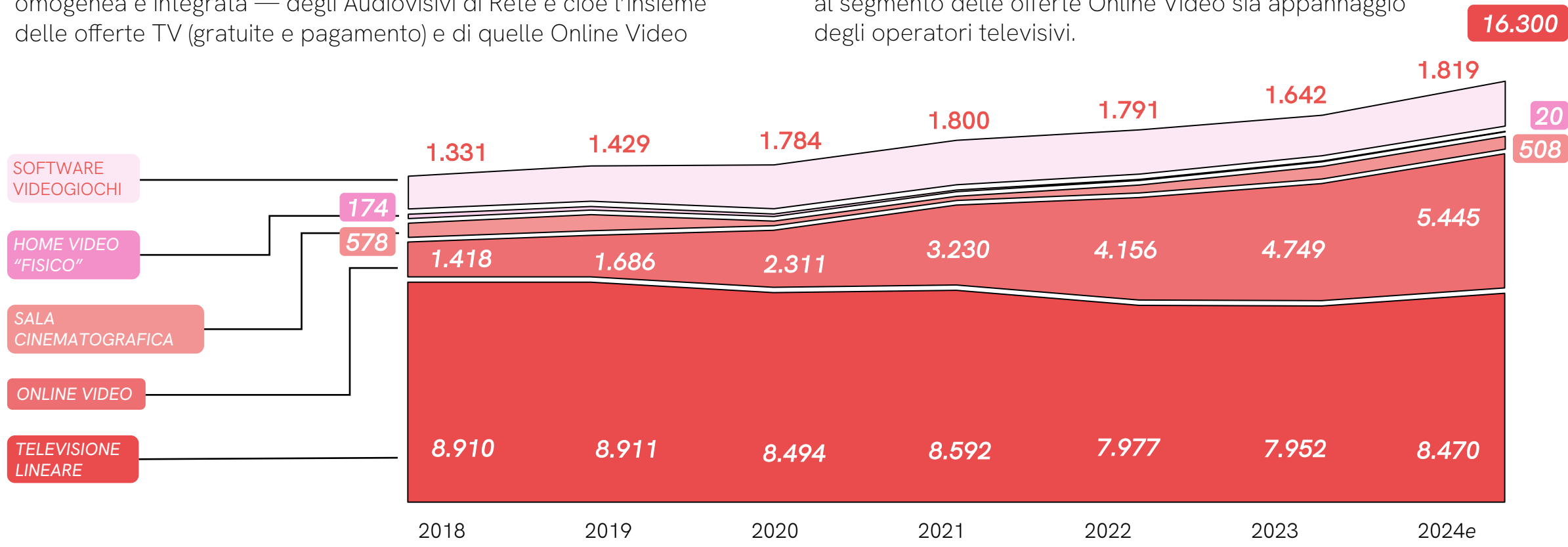
\* In termini di crescita annua, fra il 2023 e il 2024, il settore audiovisivo registra una *overperformance* importante rispetto all'andamento PIL nazionale.



# RISORSE DI MERCATO ATTRATTE DAL SETTORE AUDIOVISIVO IN ITALIA / RIPARTIZIONE PER MEZZI: 2018 – 2024 (€m)

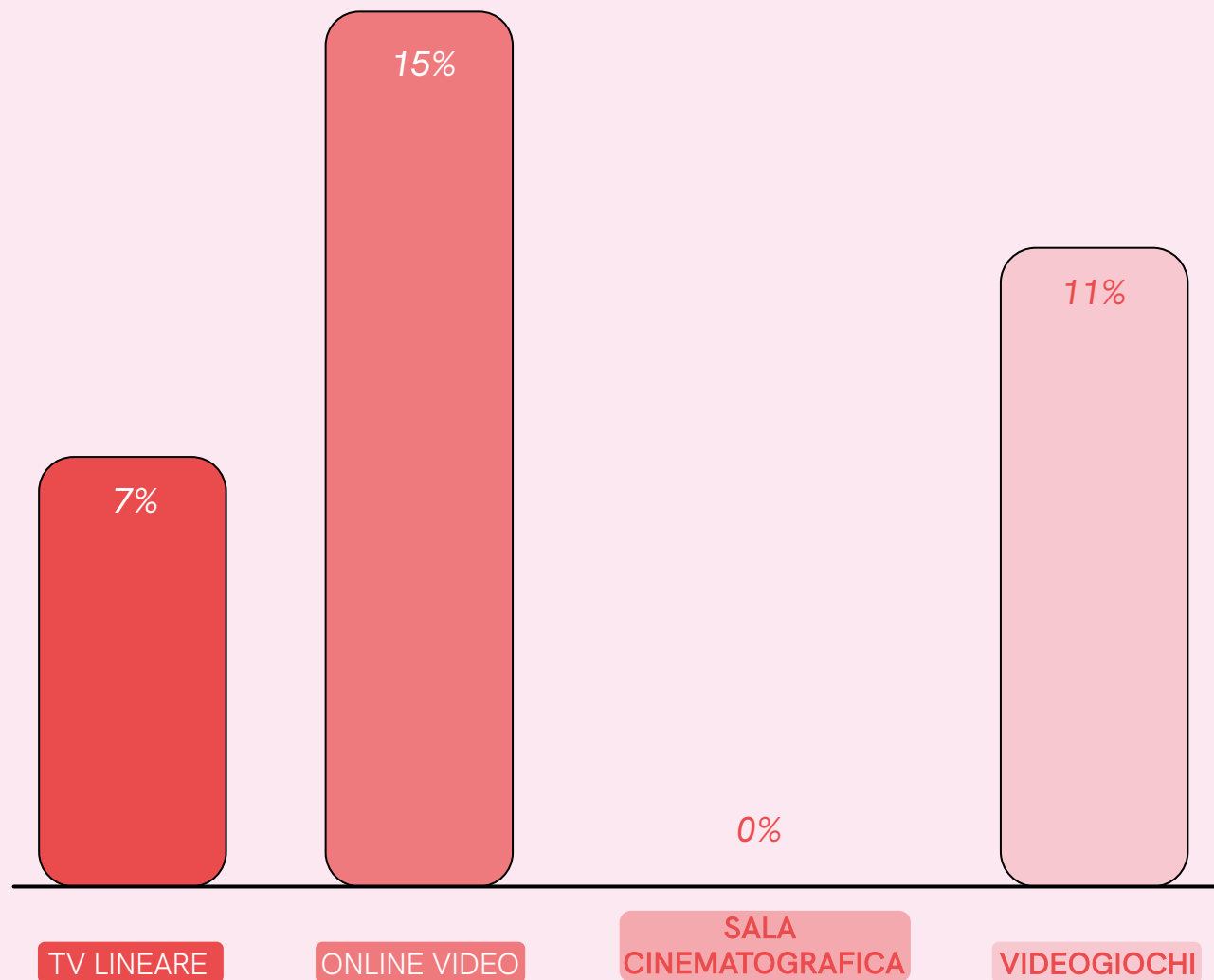
\* La Televisione lineare rimane anche nel 2024 il primo mezzo audiovisivo con una quota del **52%** sul totale settore (inclusivo dei videogiochi). Considerando soltanto l'area — sempre più omogenea e integrata — degli Audiovisivi di Rete e cioè l'insieme delle offerte TV (gratuite e pagamento) e di quelle Online Video

(anche qui gratuite e pagamento in formati lunghi e brevi), la TV lineare pesa il **61%** del totale (**€13.915m**). Risulta importante notare come una parte dei ricavi ascritti al segmento delle offerte Online Video sia appannaggio degli operatori televisivi.



# TASSO DI CRESCITA 2023 – 2024 DEI DIVERSI MEZZI NEL SETTORE AUDIOVISIVO IN ITALIA (%)

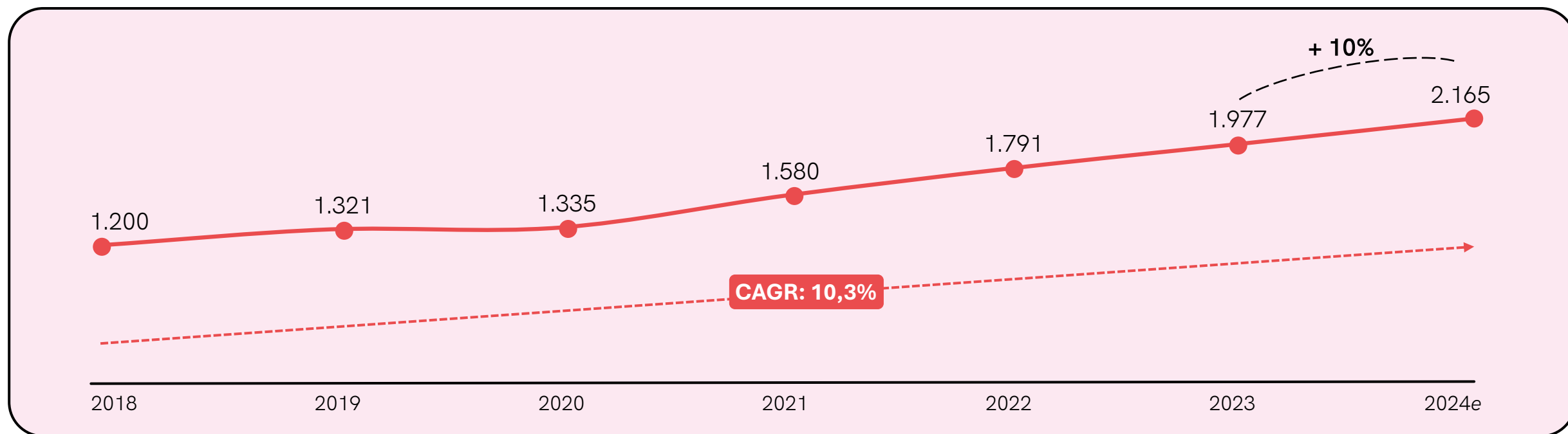
- \* La TV registra una crescita importante (soprattutto trainata da un balzo degli investimenti pubblicitari), mentre l'Online Video (gratuito e a pagamento e cioè l'insieme dei servizi SVoD, TVoD, EST e AVoD) mantiene, come accade da anni, un tasso di crescita a due cifre.
- \* La Sala Cinematografica è l'unico mezzo che **non registra una crescita** in termini di risorse attratte nel 2024 sull'anno precedente.



# COSTO DI PRODUZIONE COMPLESSIVO DELLE OPERE AUDIOVISIVE «ITALIAN ORIGINAL» PER LA SALA CINEMATOGRAFICA, LA TV E IL VOD (€m e %)

\* Il 2024 si caratterizza per una ulteriore crescita (+10%) del costo complessivo di produzione delle opere «*Italian Original*» destinate alla Sala Cinematografica (Film), alla TV e al VoD, in tutti in generi *scripted* (Fiction, Documentari e Animazione) e *unscripted* (Intrattenimento, programmi di approfondimento, talk show, magazine etc).

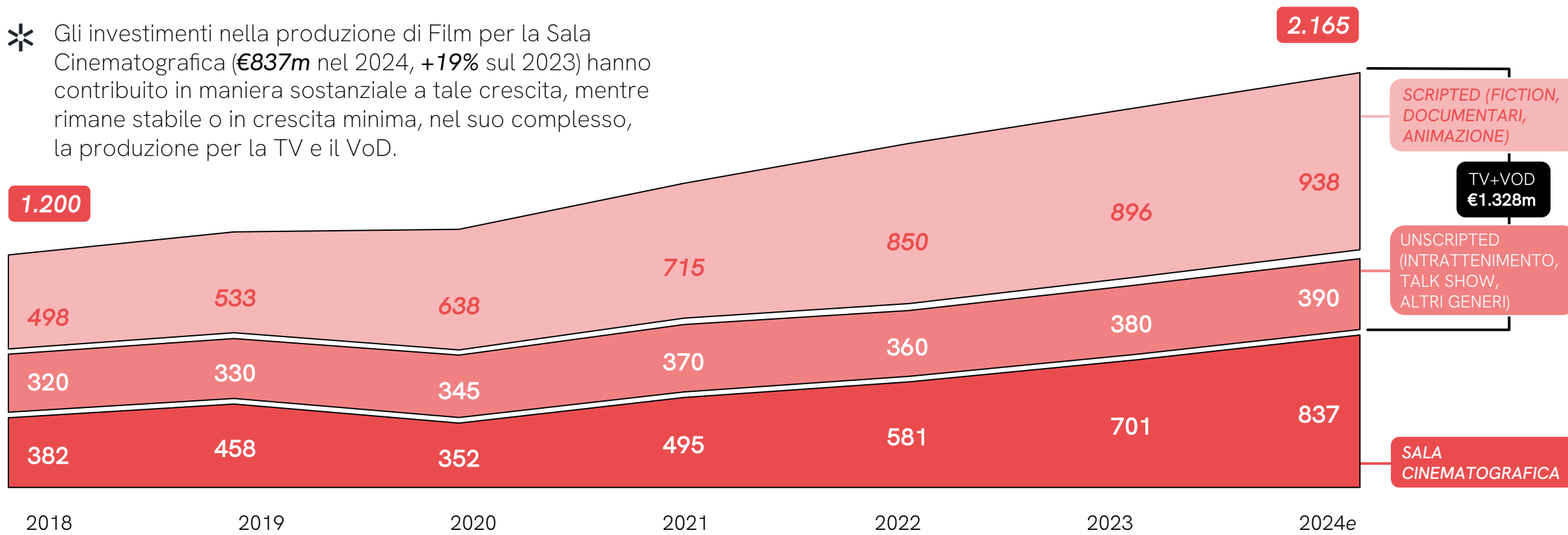
\* La crescita registrata nel 2024 è in linea con quella media composta (CAGR) del periodo 2018 — 2020 (+10,3%).



# COSTO DI PRODUZIONE DELLE OPERE AUDIOVISIVE «ITALIAN ORIGINAL» PER LA SALA CINEMATOGRAFICA, LA TV E IL VOD (€m)

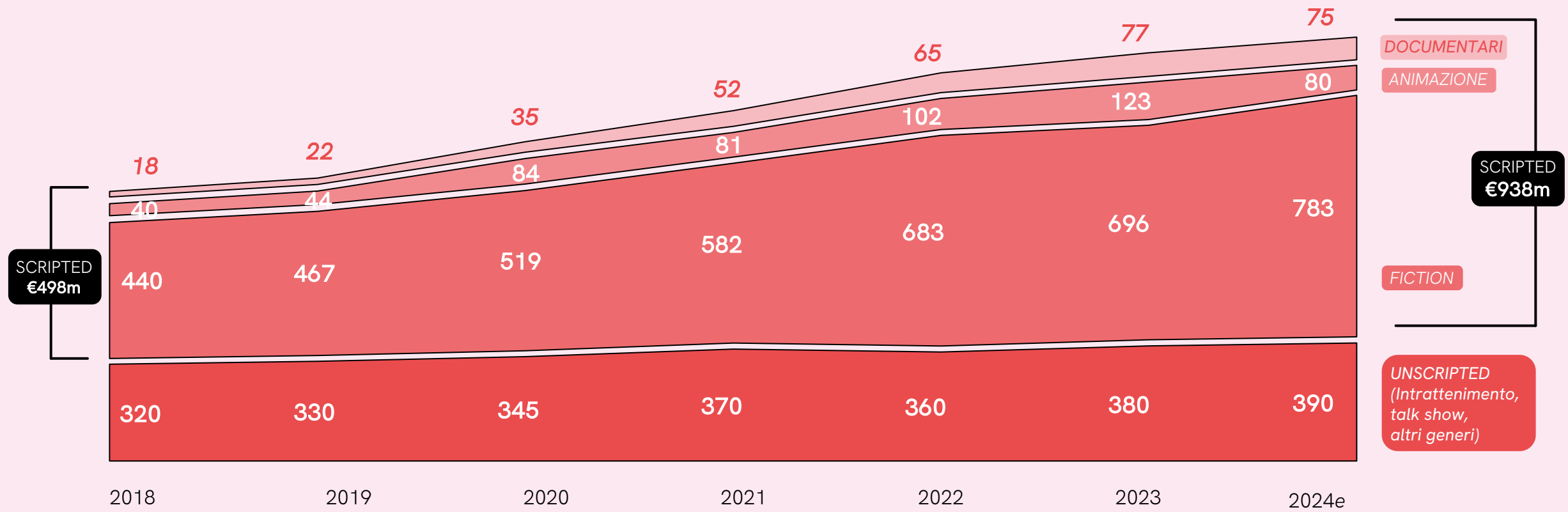
\* La somma di opere *scripted* e *unscripted* per la TV e il VOD totalizza un costo di produzione pari a **€1.328m**, in crescita rispetto al 2023 (+4%).

\* Gli investimenti nella produzione di Film per la Sala Cinematografica (**€837m** nel 2024, +19% sul 2023) hanno contribuito in maniera sostanziale a tale crescita, mentre rimane stabile o in crescita minima, nel suo complesso, la produzione per la TV e il VoD.



# COSTO DI PRODUZIONE DELLE OPERE AUDIOVISIVE «ITALIAN ORIGINAL» PER LA TV E IL VOD PER TIPOLOGIA (€m e %)

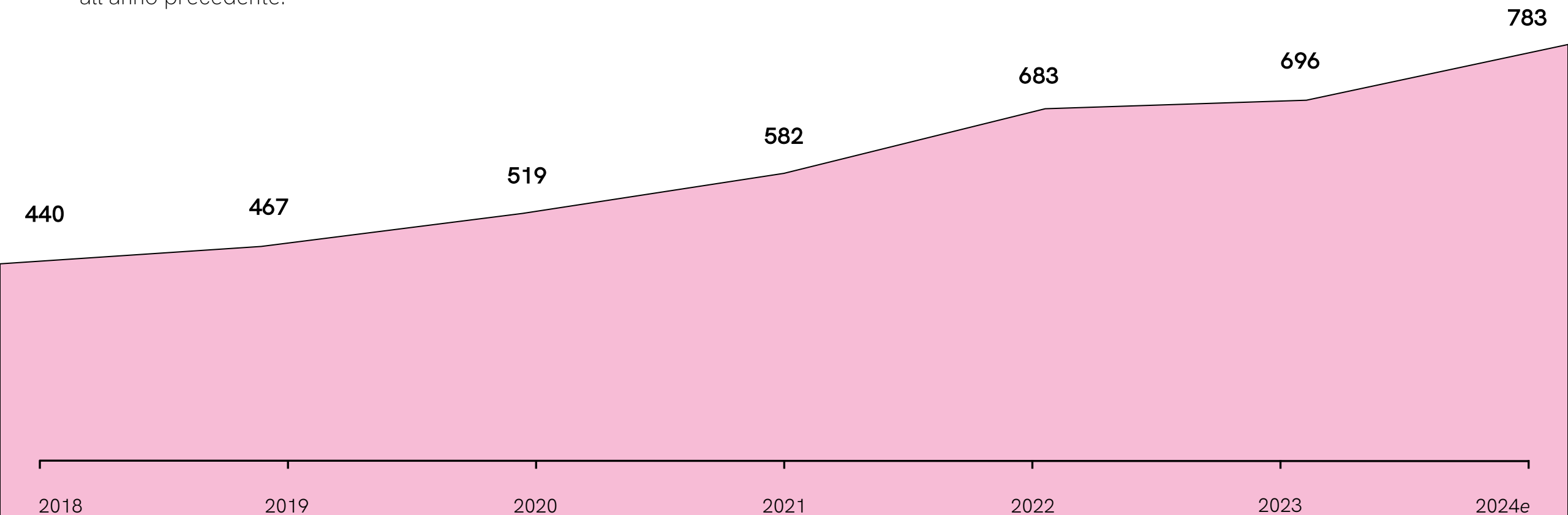
\* Con **€938m** di costo totale di produzione l'area dello *scripted* video-televisivo costituisce la principale area produttiva in termini dimensionali, caratterizzata inoltre da un importante tasso medio annuo di crescita (**CAGR: +11%**).



# COSTO DI PRODUZIONE DI SERIE E FILM DI FINZIONE PER LA TV E IL VOD (€m e %)

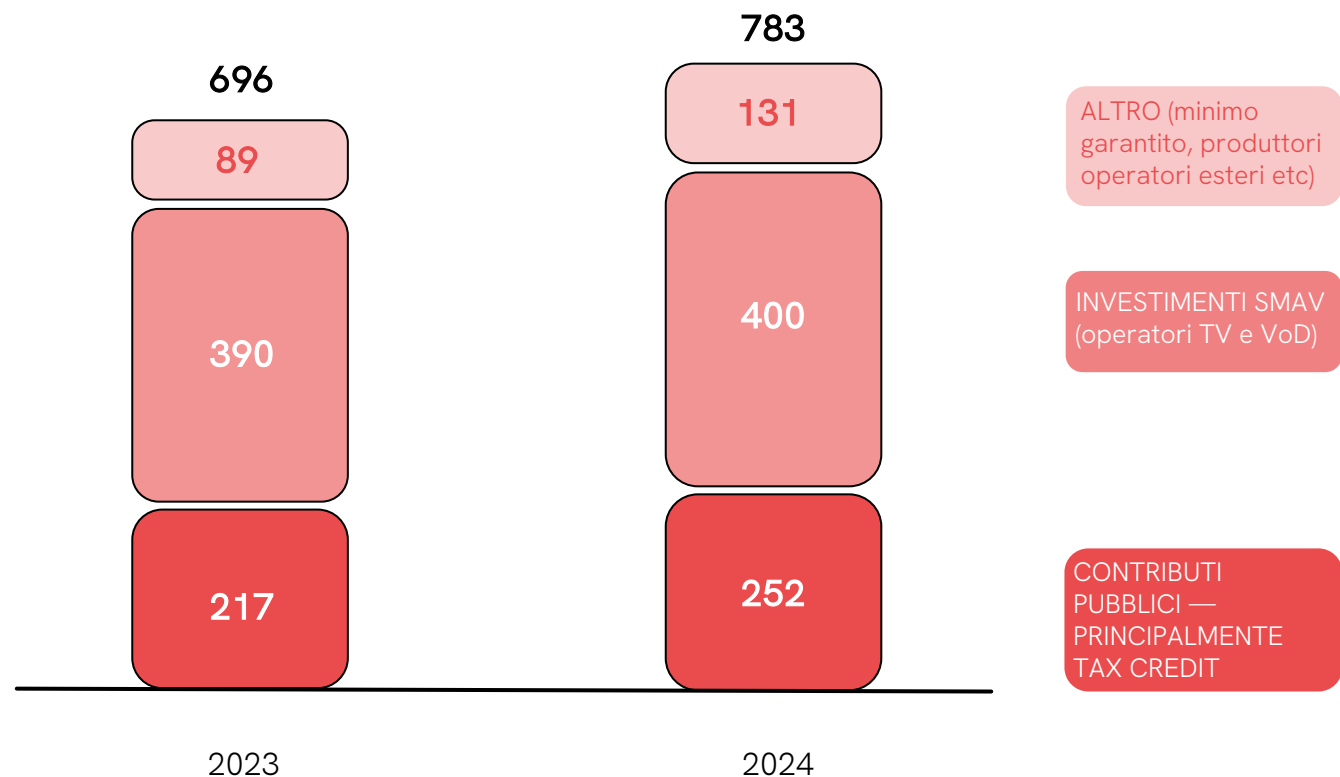
\* Nel 2024 la produzione di opere di Fiction (serie e film) per la TV e il VoD registra un'ulteriore crescita raggiungendo i **€783m** e registrando un incremento del **13%** rispetto all'anno precedente.

\* Complessivamente nel periodo 2018 — 2024 il segmento Fiction è cresciuto a un tasso annuo medio (**CAGR**) del **10%**.



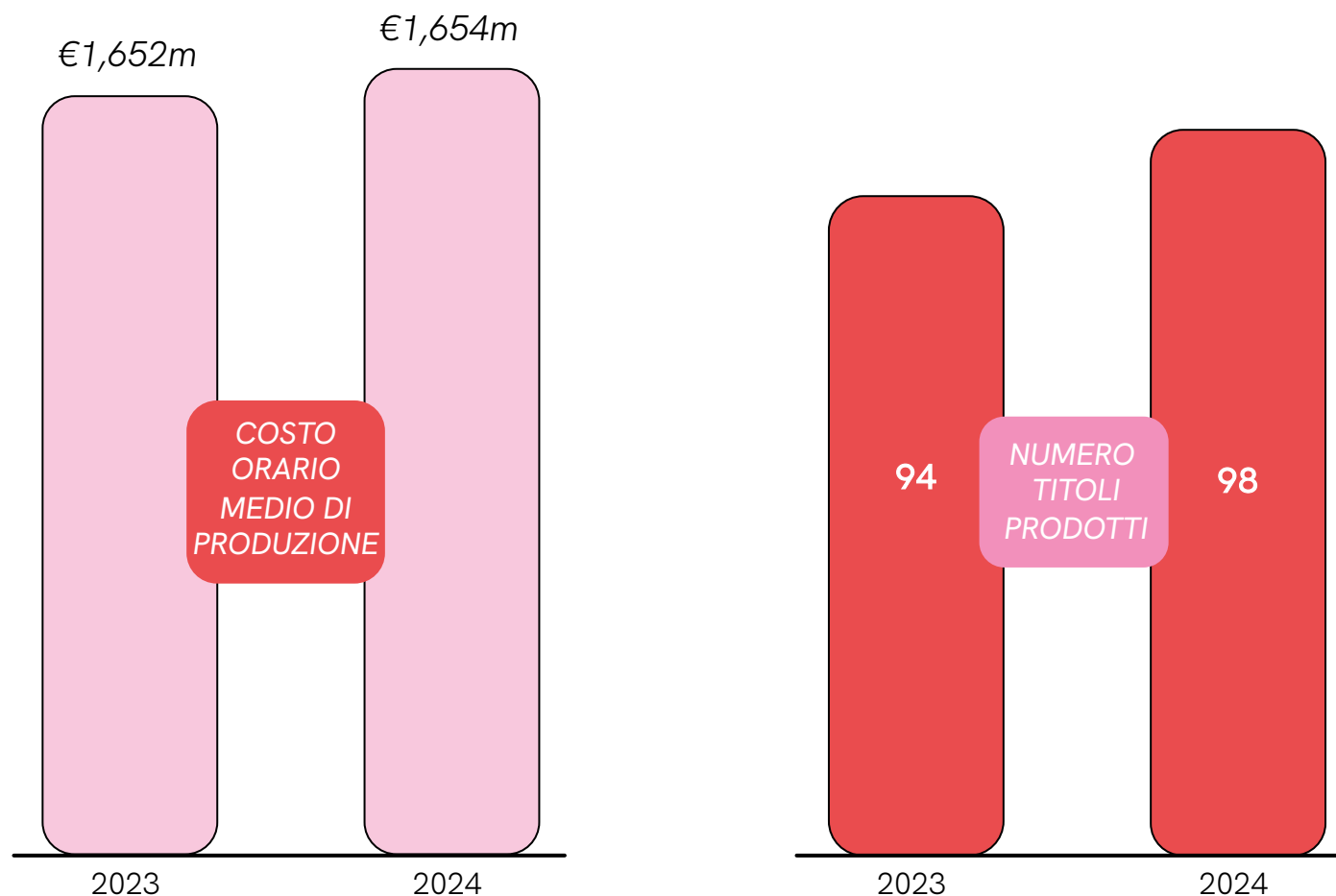
# COMPOSIZIONE DEL BUDGET DI PRODUZIONE DELLE OPERE FICTION PER LA TV E IL VOD PER GLI ANNI 2023 e 2024

\* Gli investimenti degli operatori TV e VoD costituiscono la componente primaria del budget di produzione, seguita di contributi pubblici (in larghissima parte Tax Credit alla produzione) e da altre contribuzioni (investimenti dei produttori indipendenti, minimo garantito, apporti dei produttori esteri).



# NUMERO DI OPERE, DI ORE E RELATIVO COSTO ORARIO DI PRODUZIONE NEL SEGMENTO FICTION PER GLI ANNI 2023 e 2024

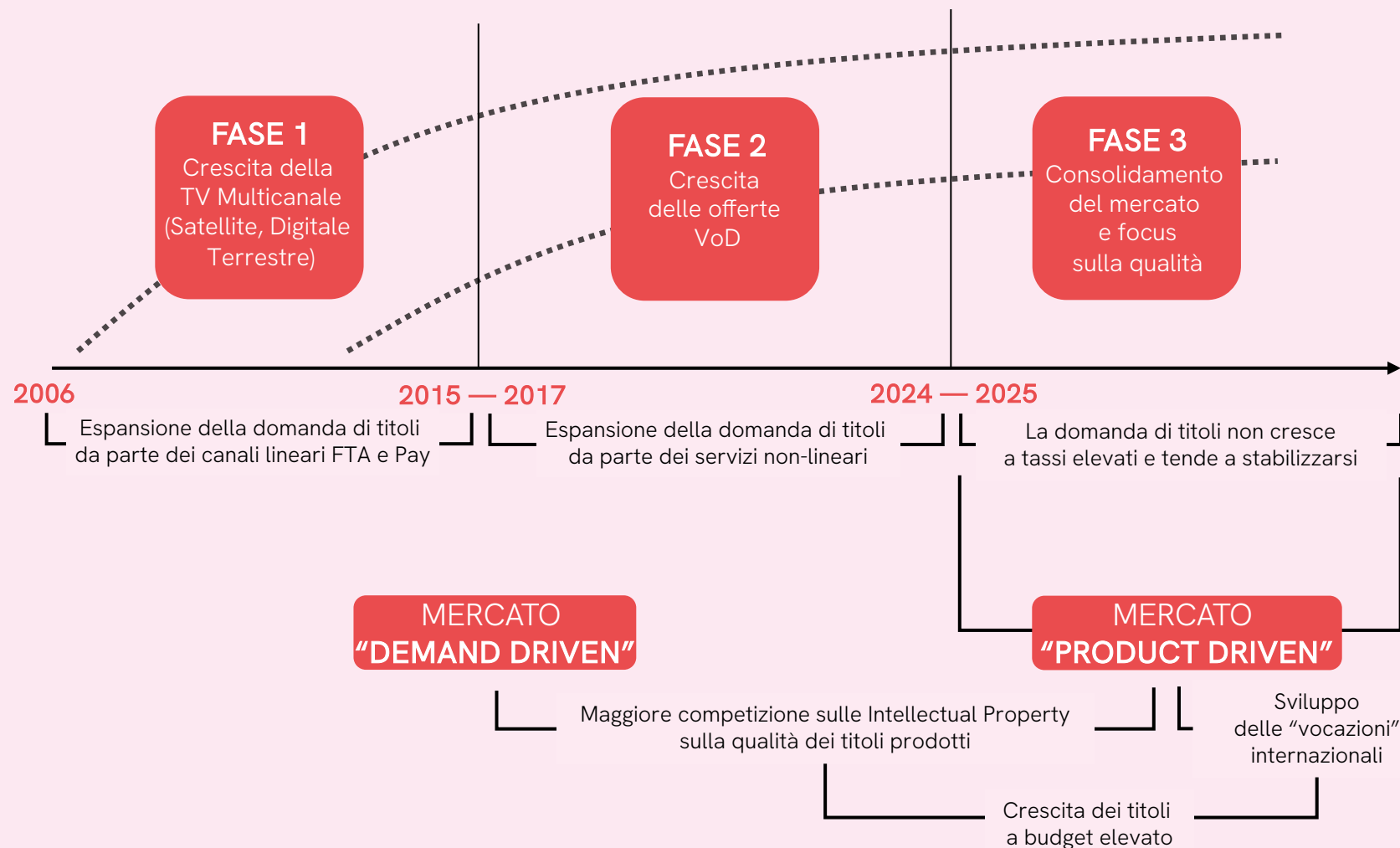
\* Nel complesso la produzione di Fiction per la TV e il VoD rimane stabile fra il 2023 e il 2024 non soltanto per i volumi (budget, ore, numero di opere prodotte) ma anche per il costo orario che rimane attorno ai **€1,6m**, valore doppio rispetto al costo orario registrato nel 2017 e pari a **€0,8m**.



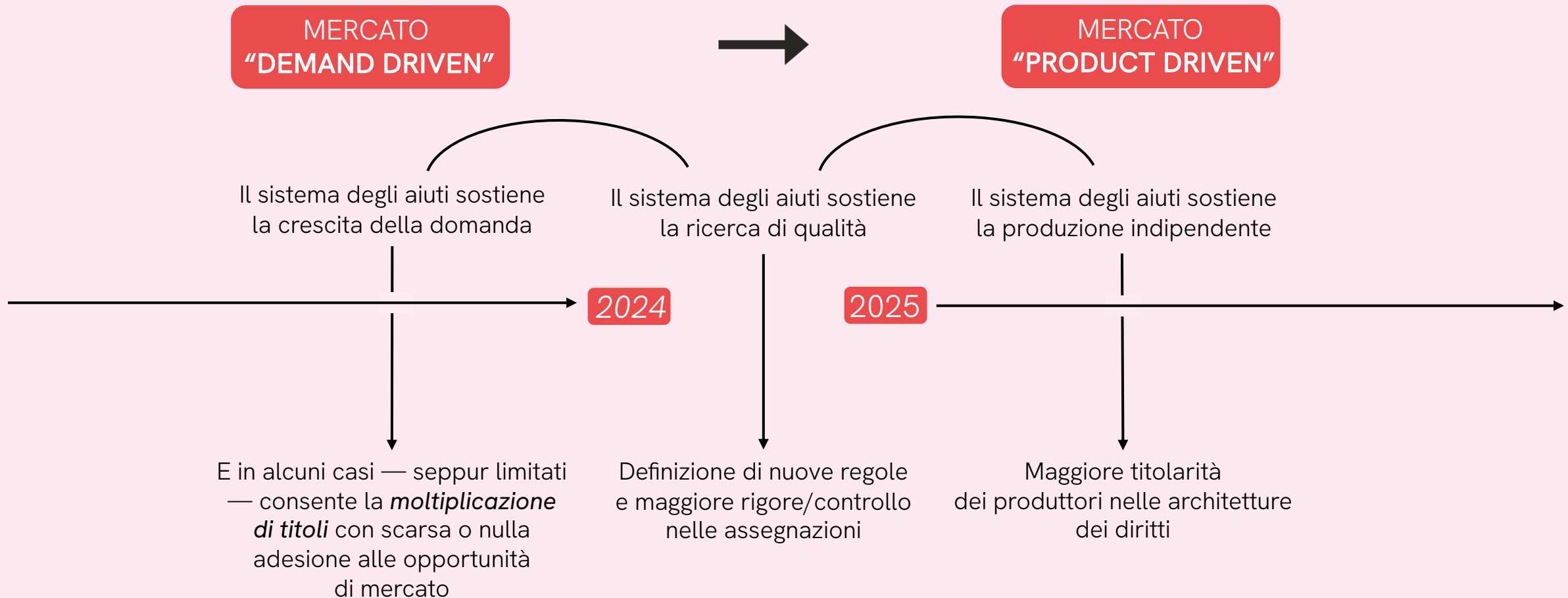
# UNA NUOVA FASE PER LA PRODUZIONE DI TITOLI «ITALIAN ORIGINAL»

\* La crescita della domanda e il Tax Credit (i due elementi che hanno contribuito alla importante crescita dei volumi nel corso degli ultimi anni) **non potranno avere lo stesso effetto espansivo sul settore.**

Nel quadro di un consolidamento generale del mercato si annuncia una maggiore selezione sui progetti e un orientamento alla **qualità** del prodotto e alle sue potenzialità di circolazione oltre i confini nazionali.

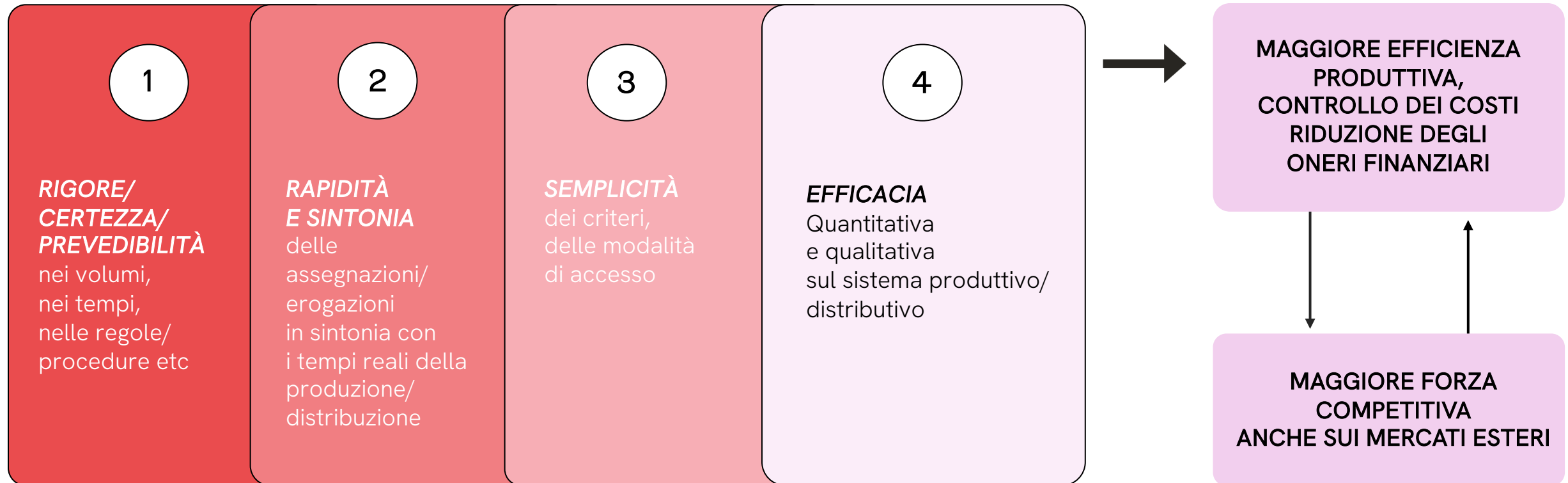


# IL SISTEMA DEGLI AIUTI SOSTIENE IL PASSAGGIO ALLA NUOVA FASE DI MERCATO



# REQUISITI DI BASE PER IL SISTEMA DEGLI AIUTI PUBBLICI

Le imprese operanti nella produzione hanno necessità di un sistema degli aiuti fortemente caratterizzato da alcuni requisiti di base:

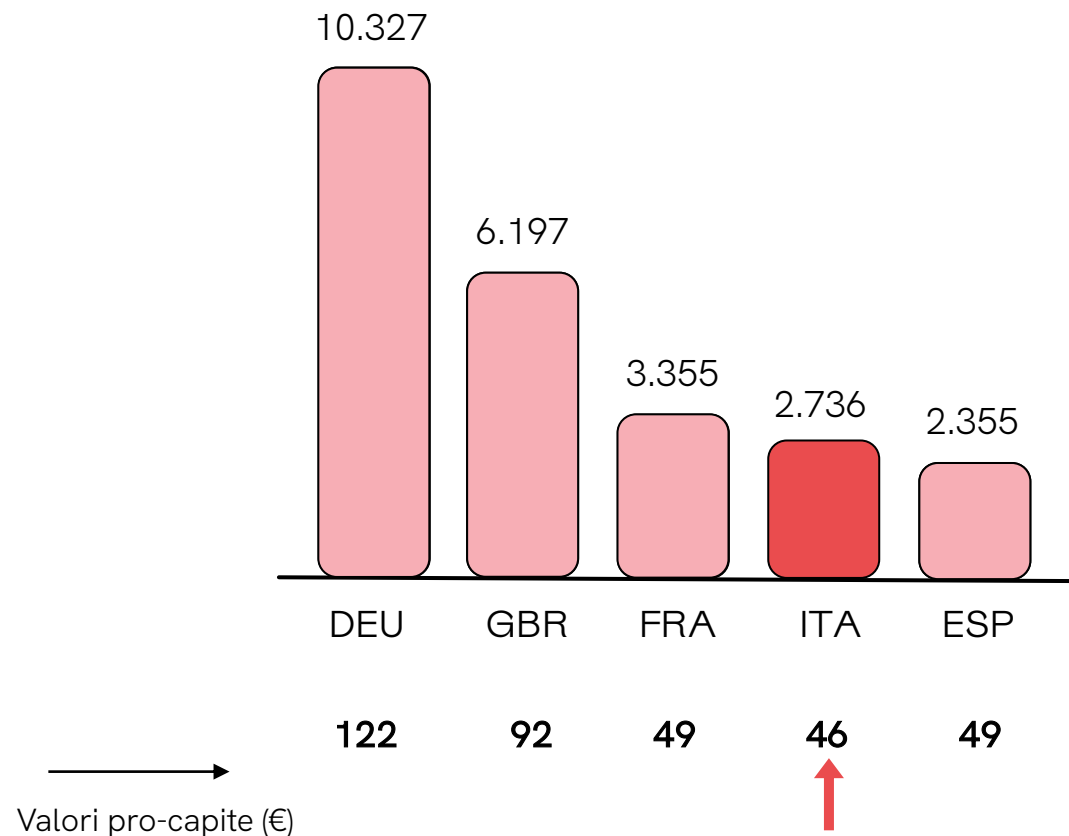


# IL RUOLO DELL'OPERATORE PUBBLICO: PILASTRO DELLA PRODUZIONE NAZIONALE

L'operatore di servizio pubblico (PSM-*Public Service Media*) è di gran lunga il principale investitore nella produzione di titoli «Italian Original» con un impegno annuo in *commissioning* che vale circa un quarto del totale della produzione nazionale (tutte le tipologie).

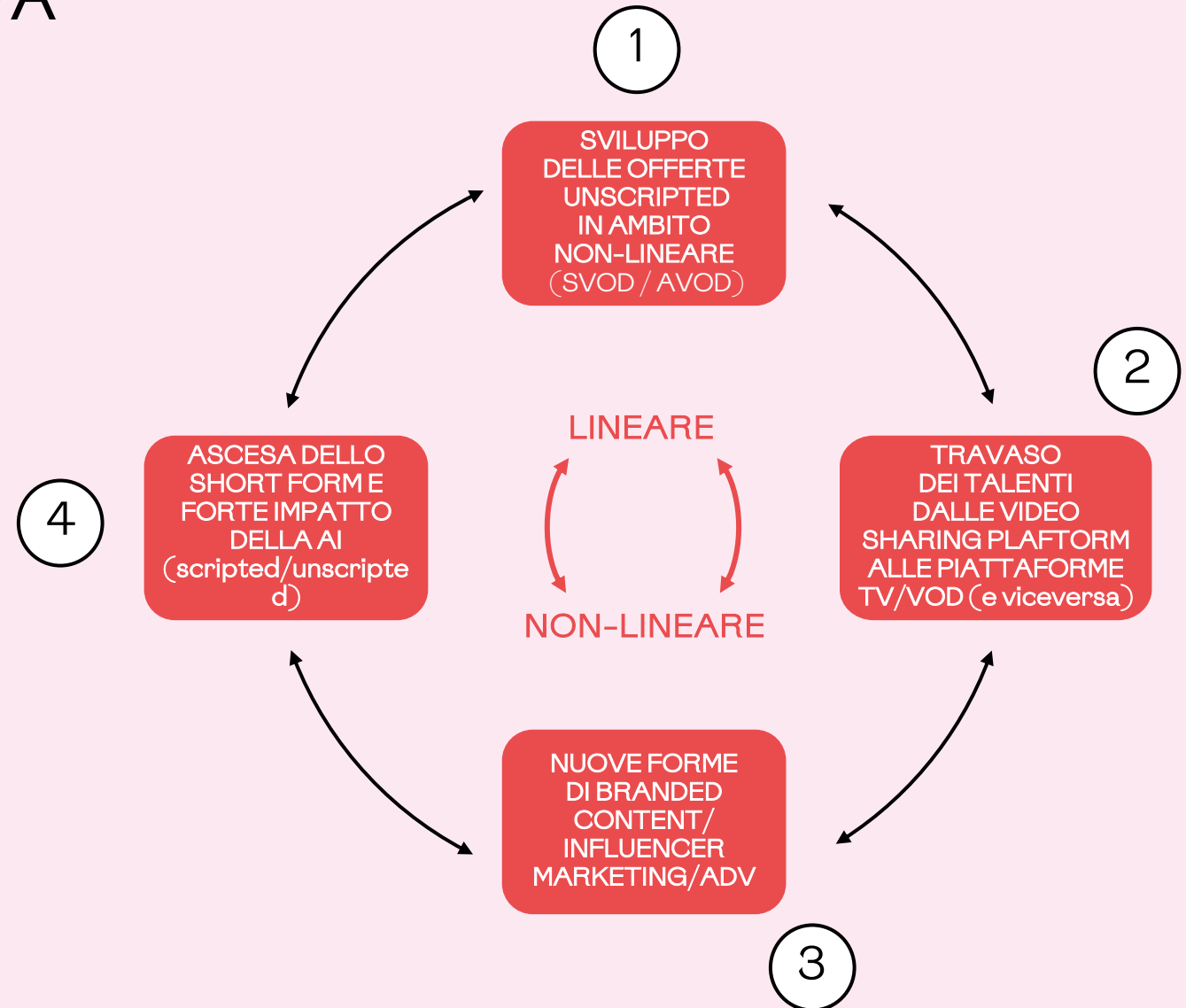
- \* Oltre a caratterizzarsi per un canone radio-TV estremamente contenuto (fra i più bassi d'Europa), l'Italia segna un ulteriore primato: la **trattenuta dello Stato sul gettito lordo del canone** (esborso degli utenti per la tassa di scopo) risulta essere la più alta in Europa.
- \* In segmenti d'offerta strategici come Fiction, Animazione, Documentari, il budget a disposizione dell'operatore PSM non ha registrato incrementi da circa un decennio nonostante le nuove sfide derivanti dall'ascesa delle piattaforme globali.

## \* Ricavi degli operatori di servizio pubblico (PSM) Valori in €m



# TENDENZE E ALERT STRATEGICI PER IL SETTORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA

- \* La crescente integrazione fra offerte lineari e offerte non-lineari (sia nel long-form sia nello short form) determina un progressivo impatto anche nei segmenti a monte della filiera audiovisiva (ideazione/produzione).
- \* Gli operatori del non-lineare «sconfinano» sempre di più nei generi **unscripted** aprendo un nuovo terreno di sfida per i broadcaster storici.
- \* Cresce la forza neo-editoriale delle offerte short form (Instagram, TikTok etc.) che aprono nuove prospettive creative ed economiche anche per gli operatori della produzione.

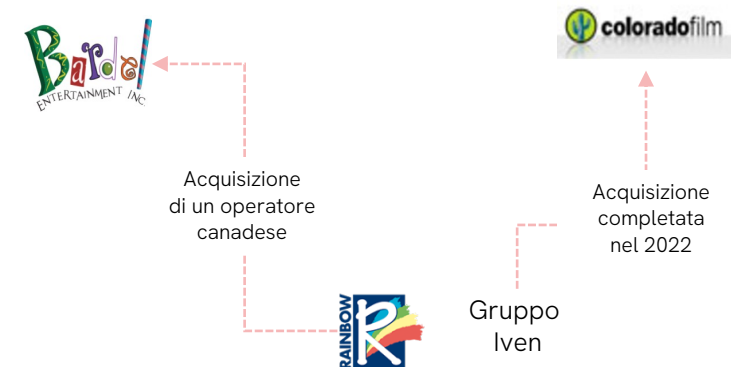
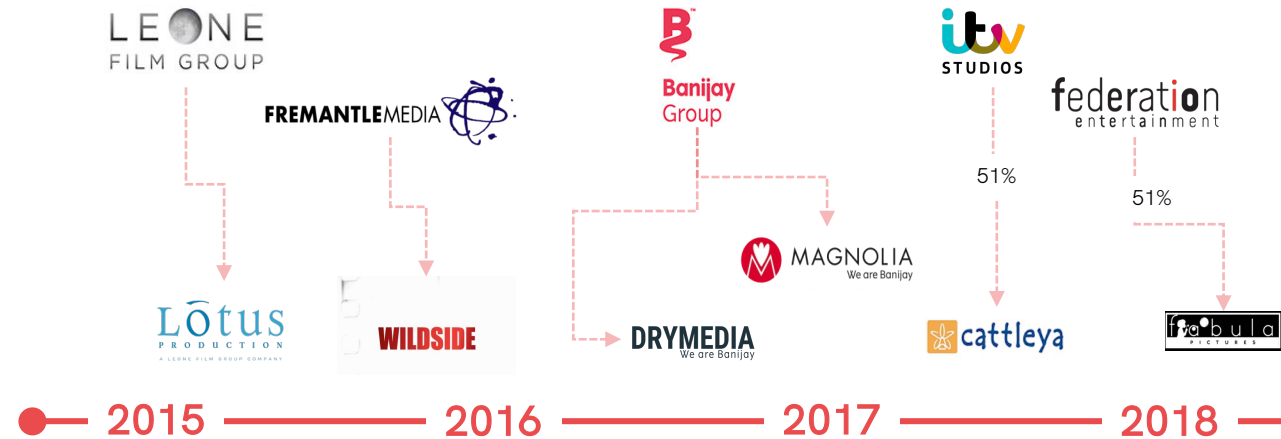
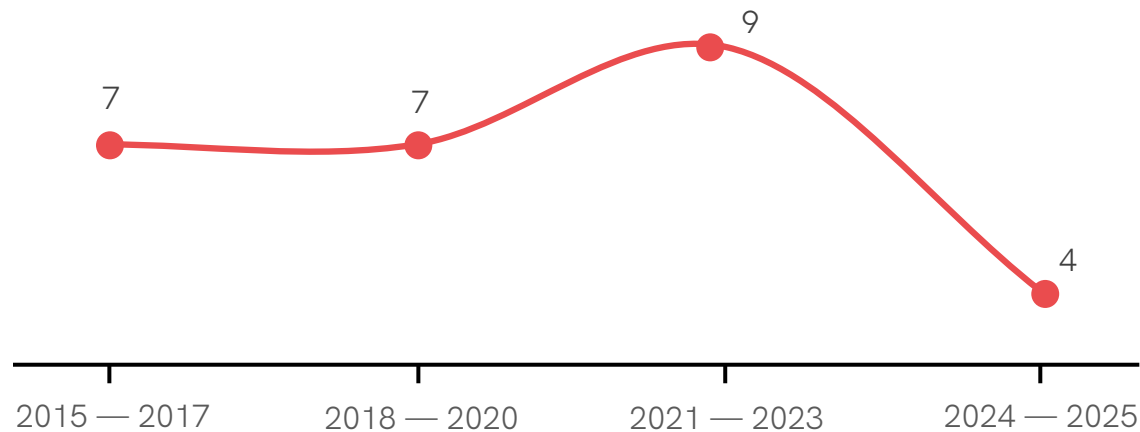


# FUSIONI, ACQUISIZIONI E AGGREGAZIONI NEL SETTORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA

\* Il decennio 2015 — 2024 è stato fortemente caratterizzato da numerose fusioni, acquisizioni e aggregazioni, anche transfrontaliere, di imprese di produzione e audiovisiva. Tale processo ha radicalmente trasformato il settore permettendo la formazione di imprese/gruppi di più grande dimensione, in molti casi a controllo estero.

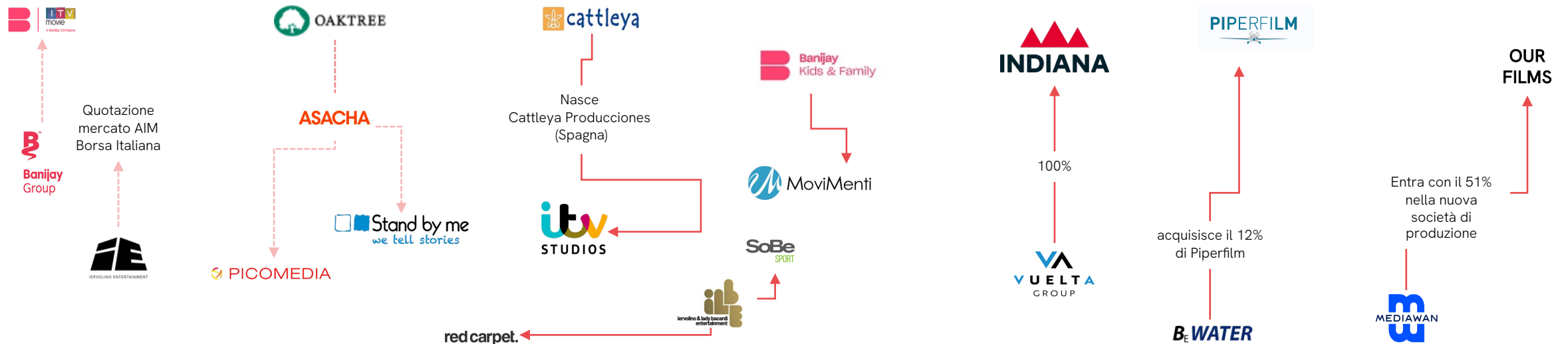
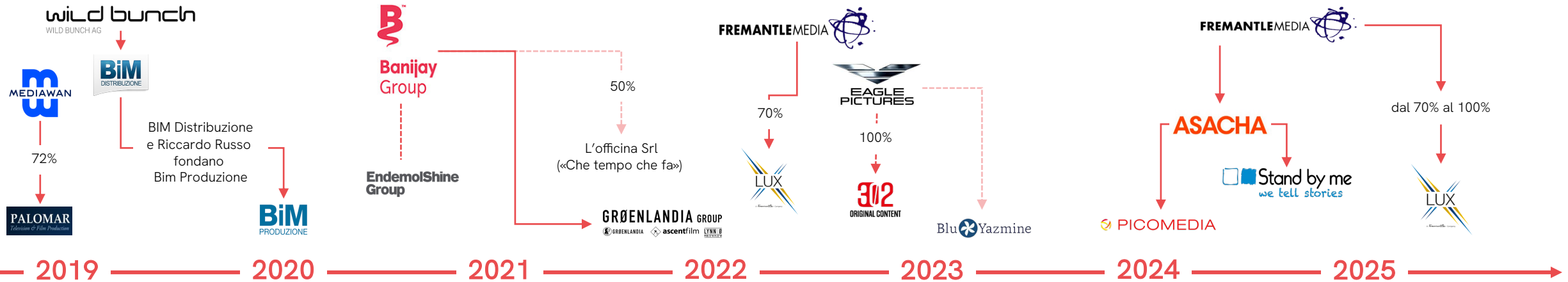
\* Tale tendenza è oggi in fase di assestamento.

**Numero di M&A che hanno coinvolto imprese nazionali di produzione**



CONTINUA →

# FUSIONI, ACQUISIZIONI E AGGREGAZIONI NEL SETTORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA



# LE ATTIVITÀ AUDIOVISIVE 2024

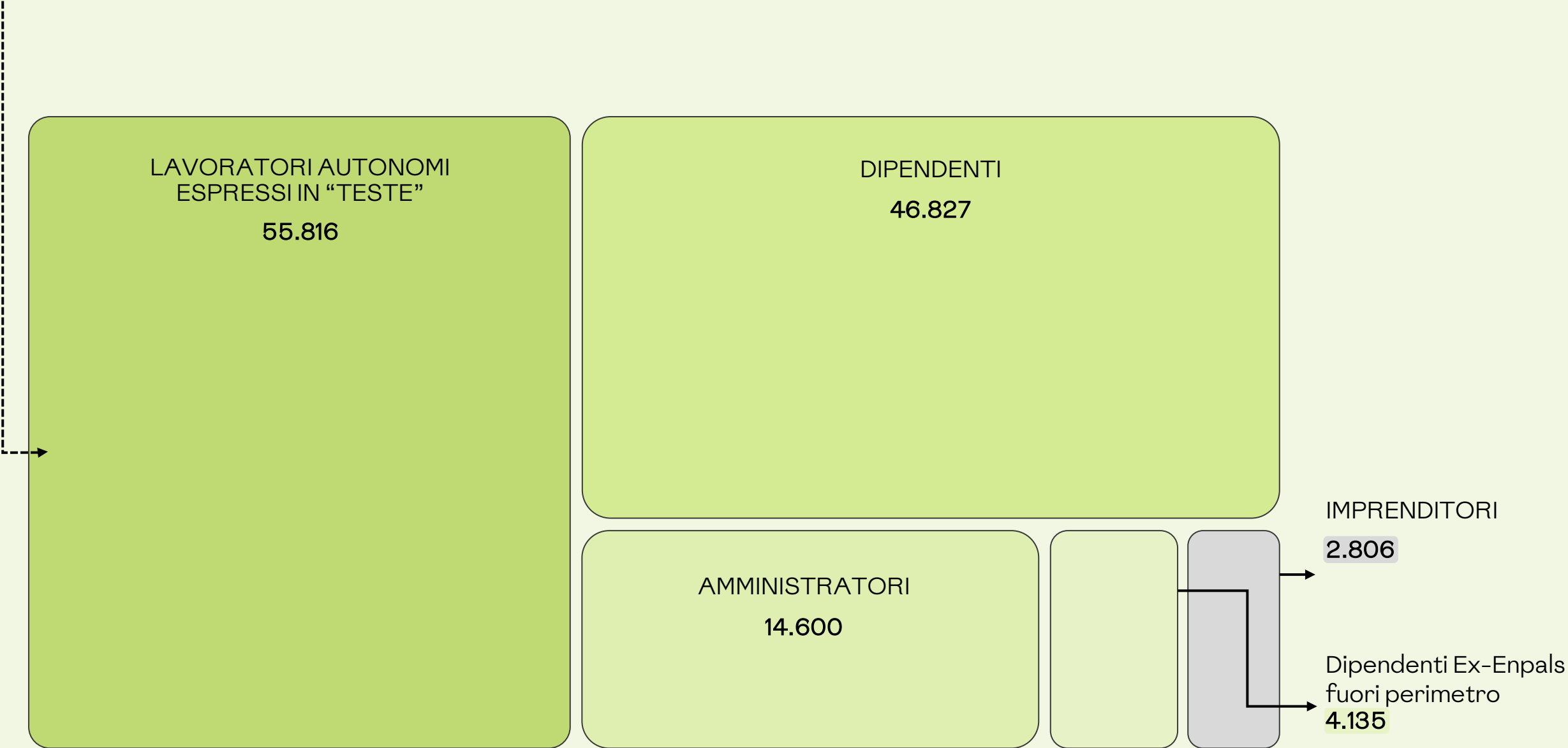


\*

IMPRESE E OCCUPAZIONE

Fondazione Symbola per APA

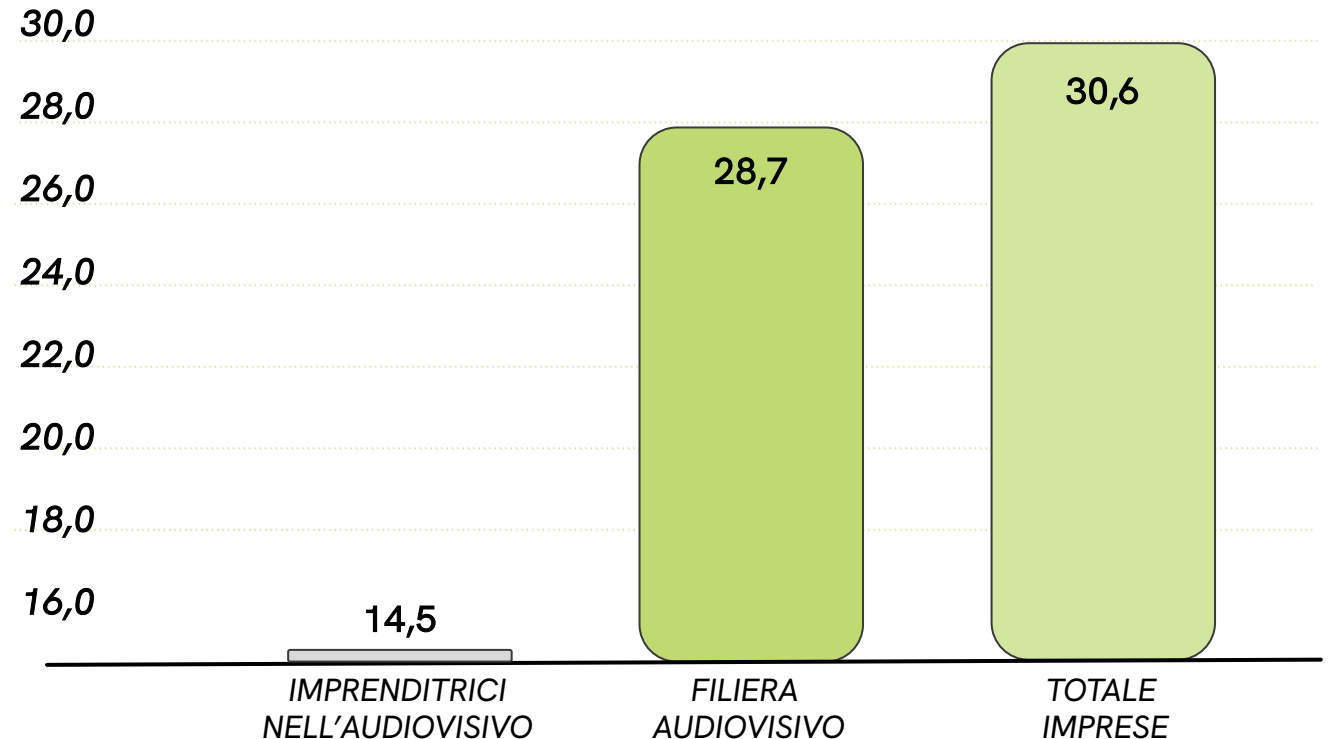
# 124.185 PERSONE COINVOLTE NELLE ATTIVITÀ DELL'AUDIOVISIVO



# 4.747 DONNE AI VERTICI D'IMPRESA, PARI AL 28,7% DEL TOTALE

\* La quota femminile è cresciuta in modo quasi impercettibile rispetto al 2023. Il rapporto tra i sessi è rimasto sostanzialmente stabile, ma nel settore audiovisivo si conferma una maggiore prevalenza maschile rispetto alla media: per ogni imprenditrice ci sono 2,5 imprenditori, contro un rapporto medio di 2,3. **Va sottolineato che questa quota si deve in particolare alle donne socie di capitale (31,0%) e ancor più alle donne socie non di capitale (34,5%), mentre il valore scende drasticamente nel caso delle titolari d'impresa (se ne contano in totale 406, e la quota sul totale uomini e donne è del 14,5%).**

Presenza femminile →  
nell'imprenditoria  
nell'audiovisivo  
e nel totale delle imprese  
Anno 2024 (valori percentuali)



# FIGURE DI VERTICE E PROPRIETÀ DEL CORE AUDIOVISIVO PER COMPARTI PRODUTTIVI

ANNO 2024 (valori assoluti e percentuali)

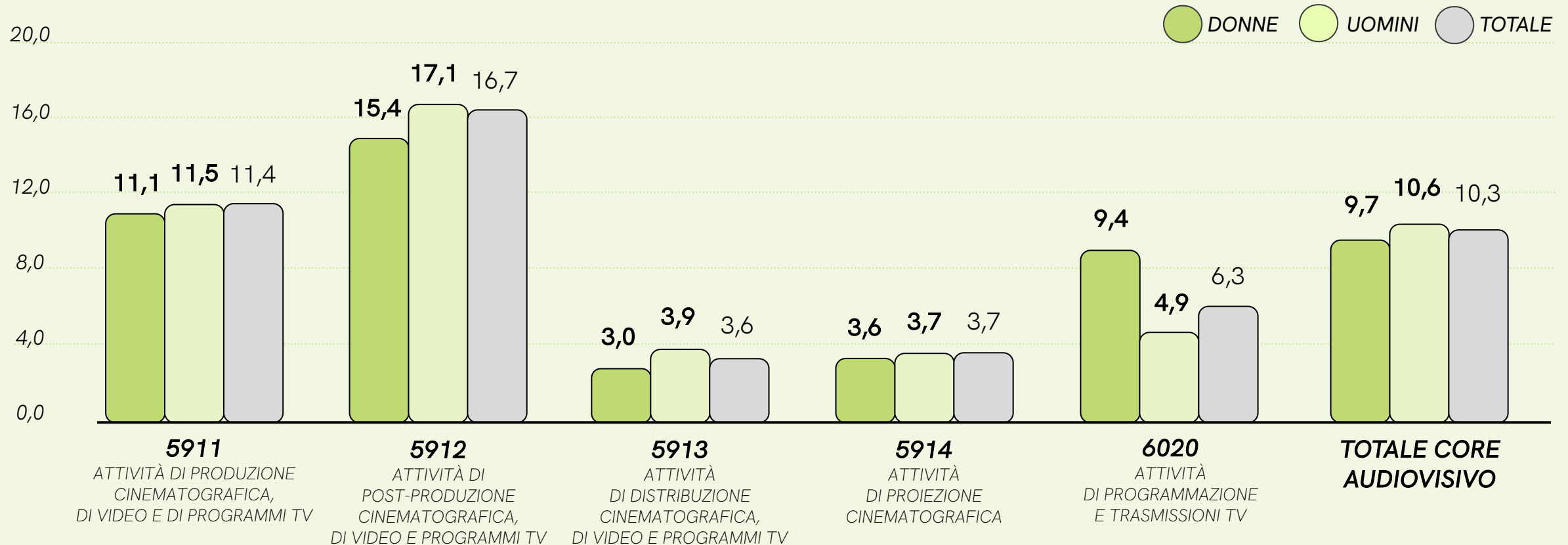
\* Nel nostro segmento **la quota di donne è pari solo al 26,7%**.  
Per i titolari d'impresa il valore scende al 13,8%,  
il minimo all'interno della filiera.

SETTORI		VALORI ASSOLUTI			COMPOSIZIONE %		
		DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
<b>5911</b>	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi tv	3.222	8.829	12.051	<b>26,7</b>	73,3	100,0
<b>5912</b>	Attività di post-produzione cinematografica, di video e di programmi tv	293	847	1.140	25,0	74,3	100,0
<b>5913</b>	Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi tv	164	333	497	33,0	67,0	100,0
<b>5914</b>	Attività di proiezione cinematografica	812	1.256	2.068	39,3	60,7	100,0
<b>6020</b>	Attività programmazione e trasmissione tv	256	556	812	31,5	68,5	100,0
<b>TOTALE CORE AUDIOVISIVO</b>		<b>4.747</b>	<b>11.821</b>	<b>16.568</b>	<b>28,7</b>	<b>71,3</b>	<b>100,0</b>
<b>TOTALE IMPRESE</b>		<b>2.533.159</b>	<b>5.748.775</b>	<b>8.281.934</b>	<b>30,6</b>	<b>69,4</b>	<b>100,0</b>

# INCIDENZA DI UNDER 35 SU FIGURE DI VERTICE E PROPRIETÀ DEL CORE AUDIOVISIVO PER COMPARTI PRODUTTIVI

ANNO 2024 (valori percentuali)

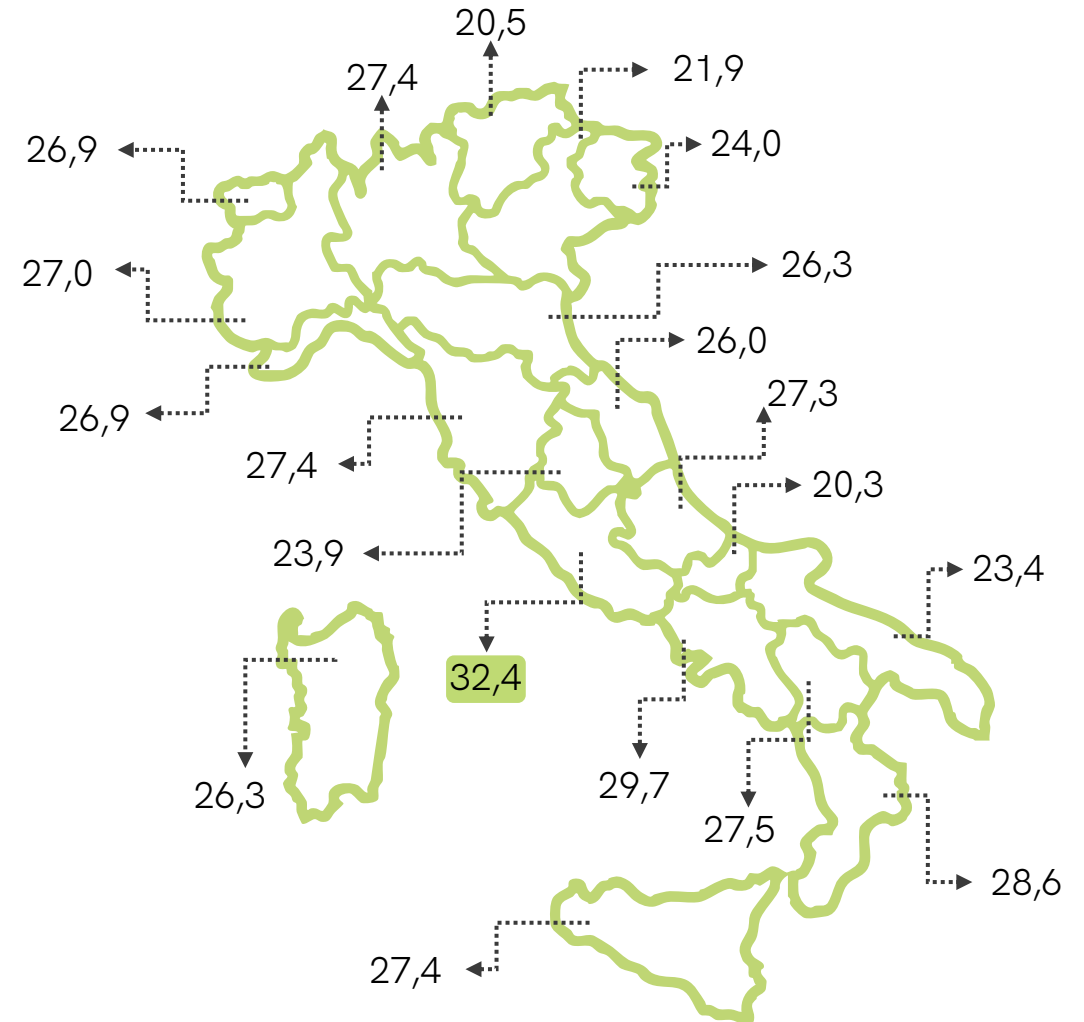
\* Nel 2024 la **quota di imprenditrici under 35** nel core audiovisivo si attesta al **9,7%**, in lieve calo rispetto al 9,9% del 2023. Il dato resta comunque vicino a quello riferito agli imprenditori uomini under 35 (**10,6%**) e a quello medio complessivo del settore (**10,3%**), segnalando una tenuta complessiva della componente giovanile femminile. Colpisce il dato ristretto alle sole 406 titolari d'impresa, tra le quali la quota delle under 35 è del 29,1%.



# INCIDENZA DI DONNE AI VERTICI D'IMPRESA DEL CORE AUDIOVISIVO NELLE REGIONI ITALIANE

ANNO 2024 (valori percentuali)

\* Anche nel 2024 si conferma la **forte concentrazione di imprenditrici dell'audiovisivo nel Lazio**. Con riferimento alle titolari d'impresa spicca sempre il Lazio, che rispetto al 14,5% della media Italia fa segnare una quota di 19,7%.



# ANALISI DELLA STAGIONE \* 2024 – 2025

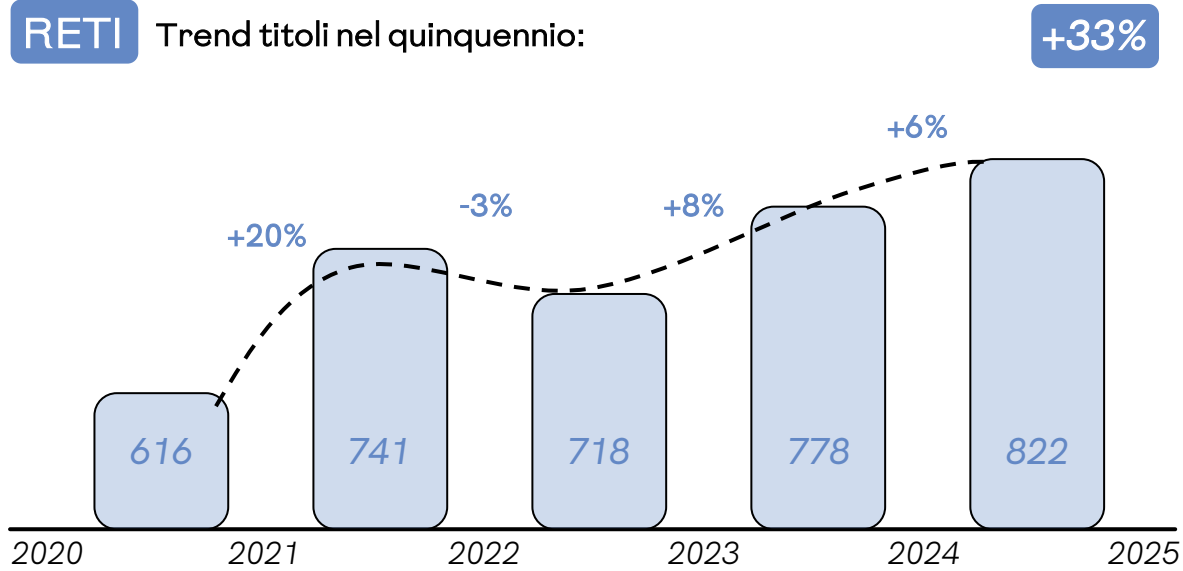
*1 settembre 2024 — 31 maggio 2025*

Ce.R.T.A per APA

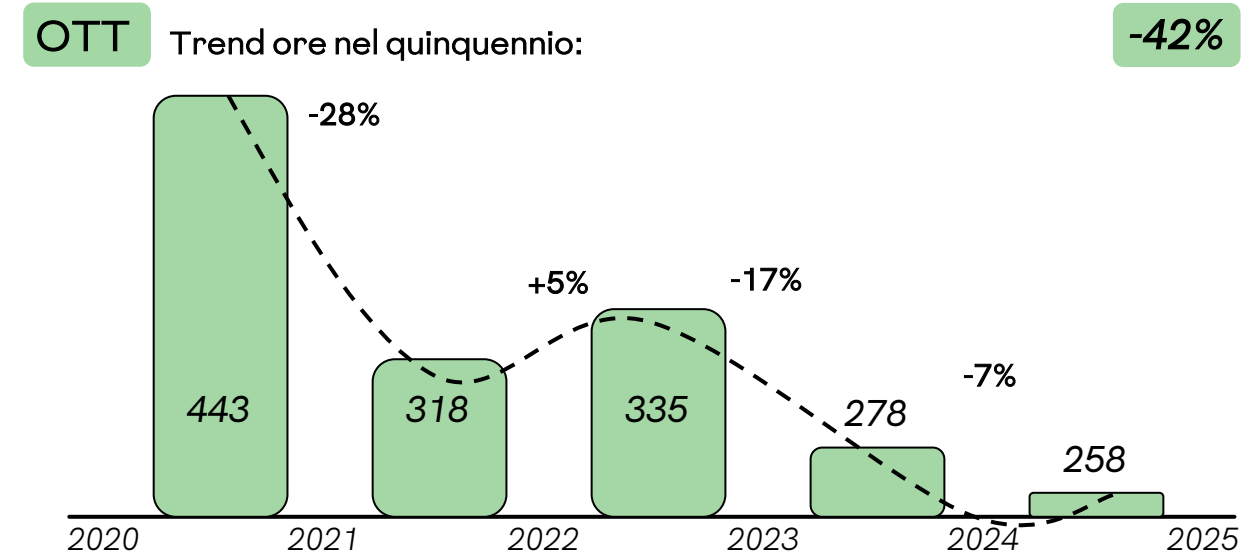
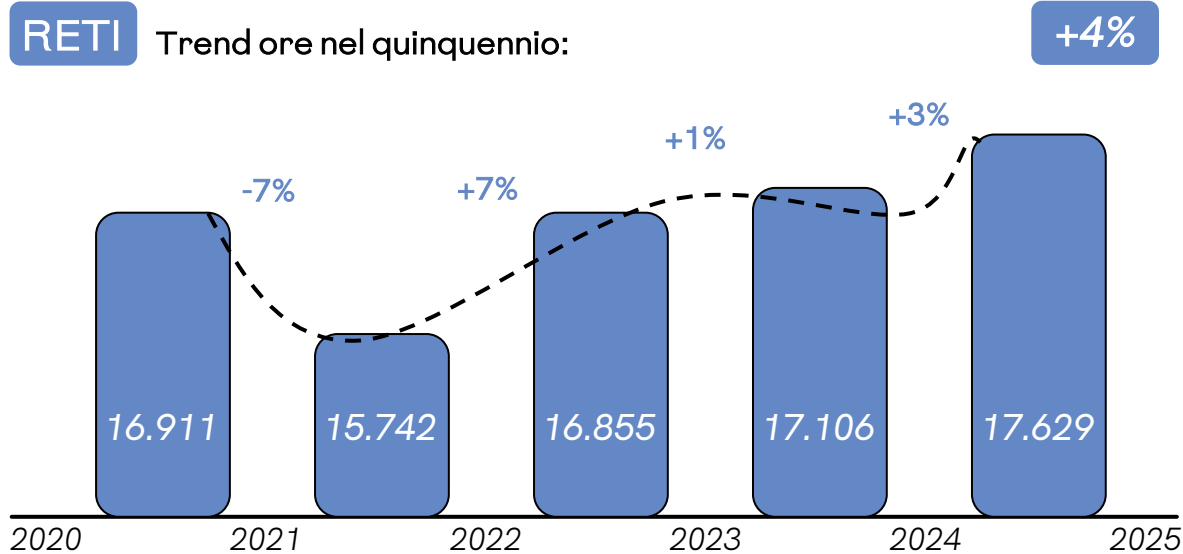
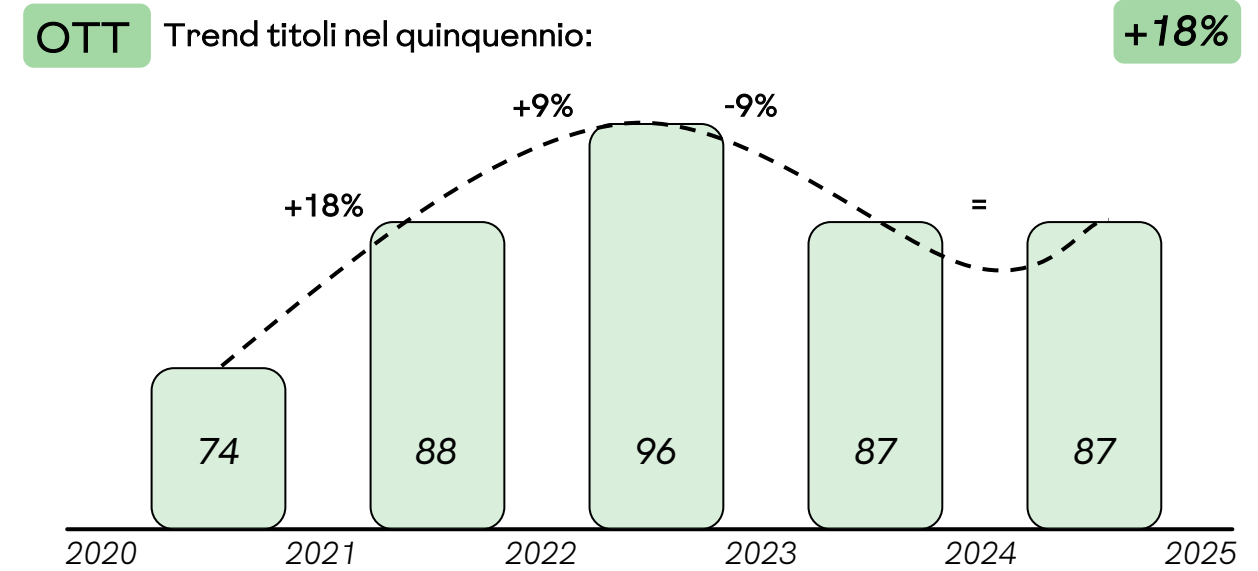
# FOCUS UNSCRIPTED



\* Crescita nelle reti grazie al portato della produzione indipendente



\* Ore di intrattenimento OTT in calo



**BVOD**

Raiplay, Mediaset Infinity, Mediaset Infinity+, Discovery+.

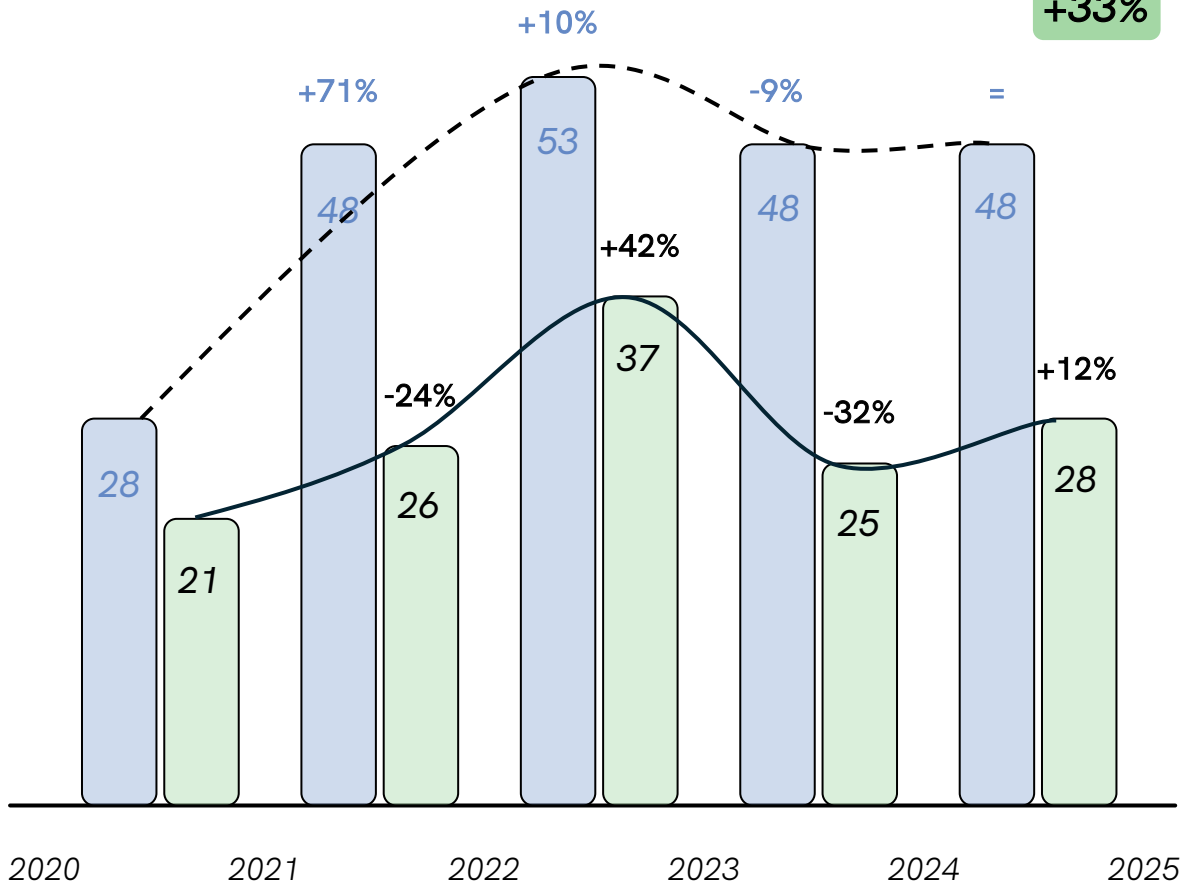
**SVOD**

Amazon Prime Video, Disney+, Netflix, Now, Paramount+, Timvision.

Dinamica titoli nel quinquennio:

+71%

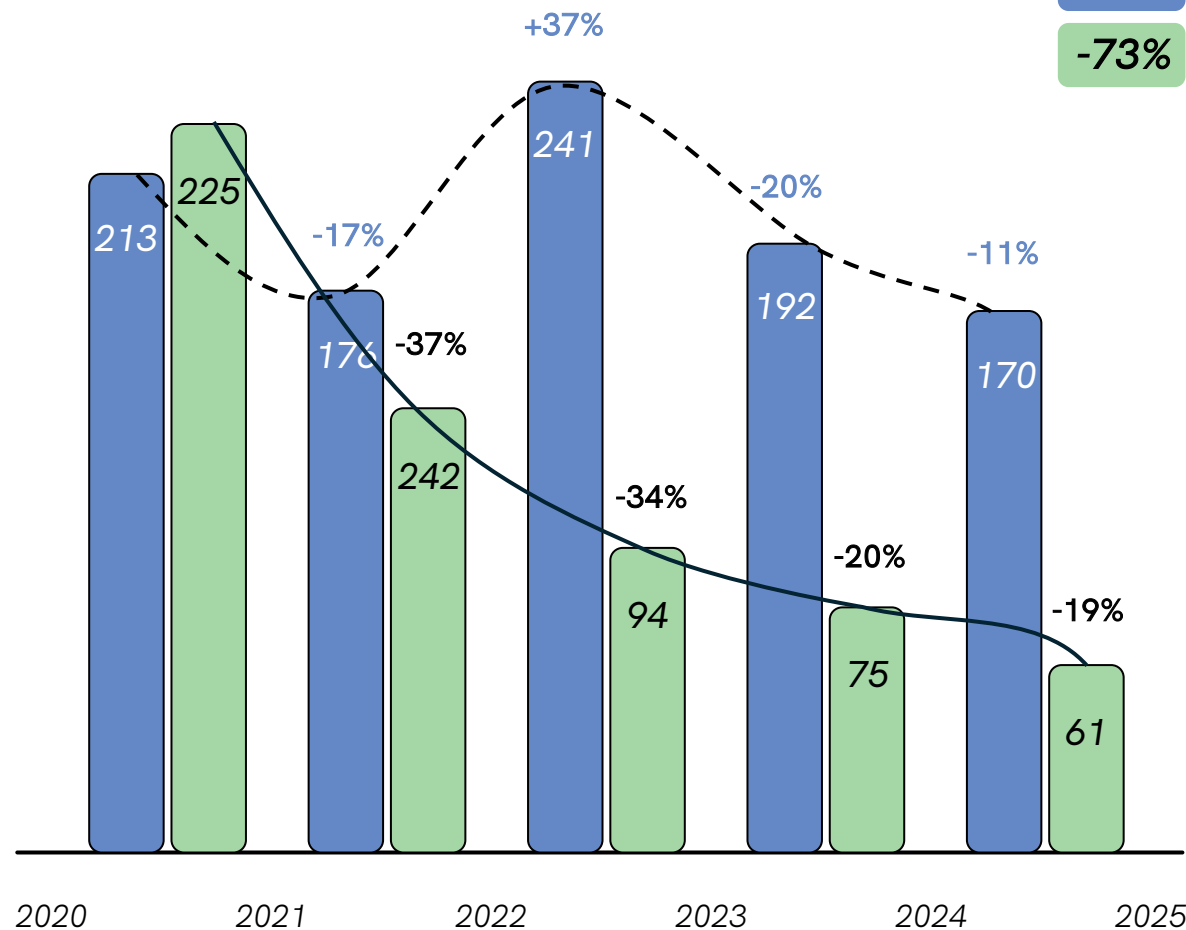
+33%



Dinamica ore nel quinquennio:

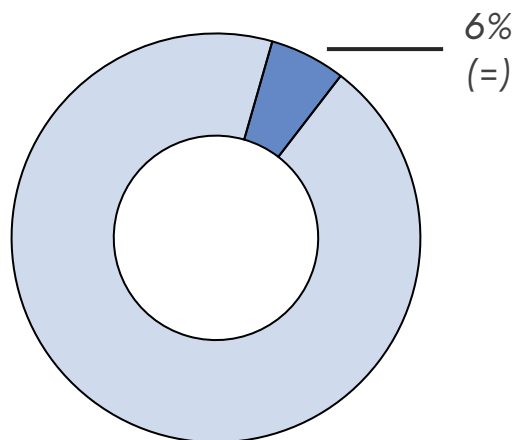
-20%

-73%

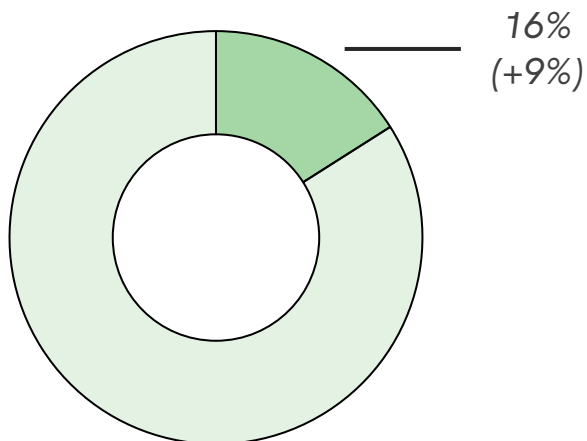


# FORMAT INTERNAZIONALI: STABILITÀ NEI TITOLI, IN CRESCITA LE ORE

Titoli

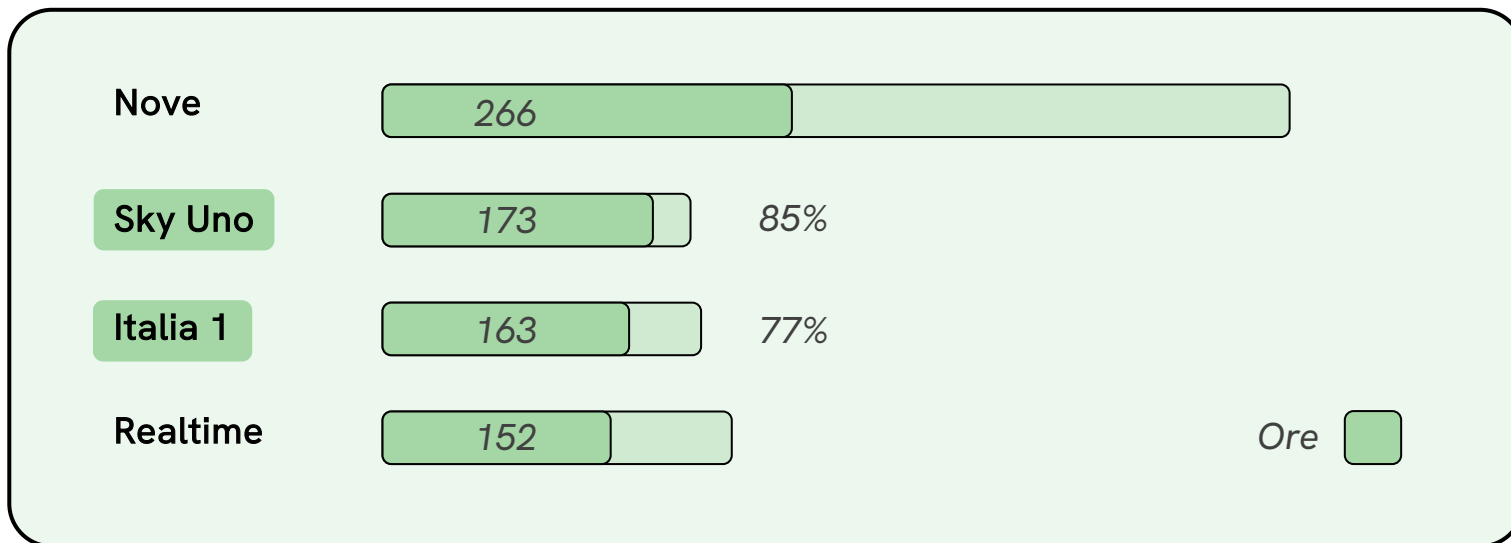


Ore rispetto alla produzione originale unscripted



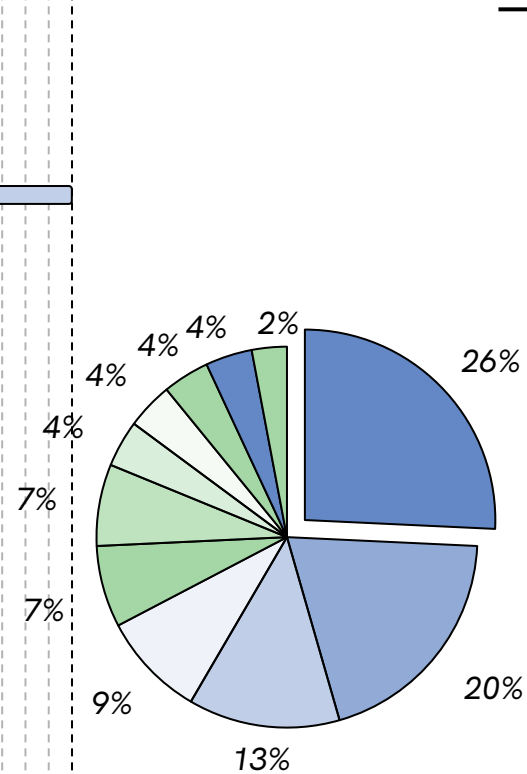
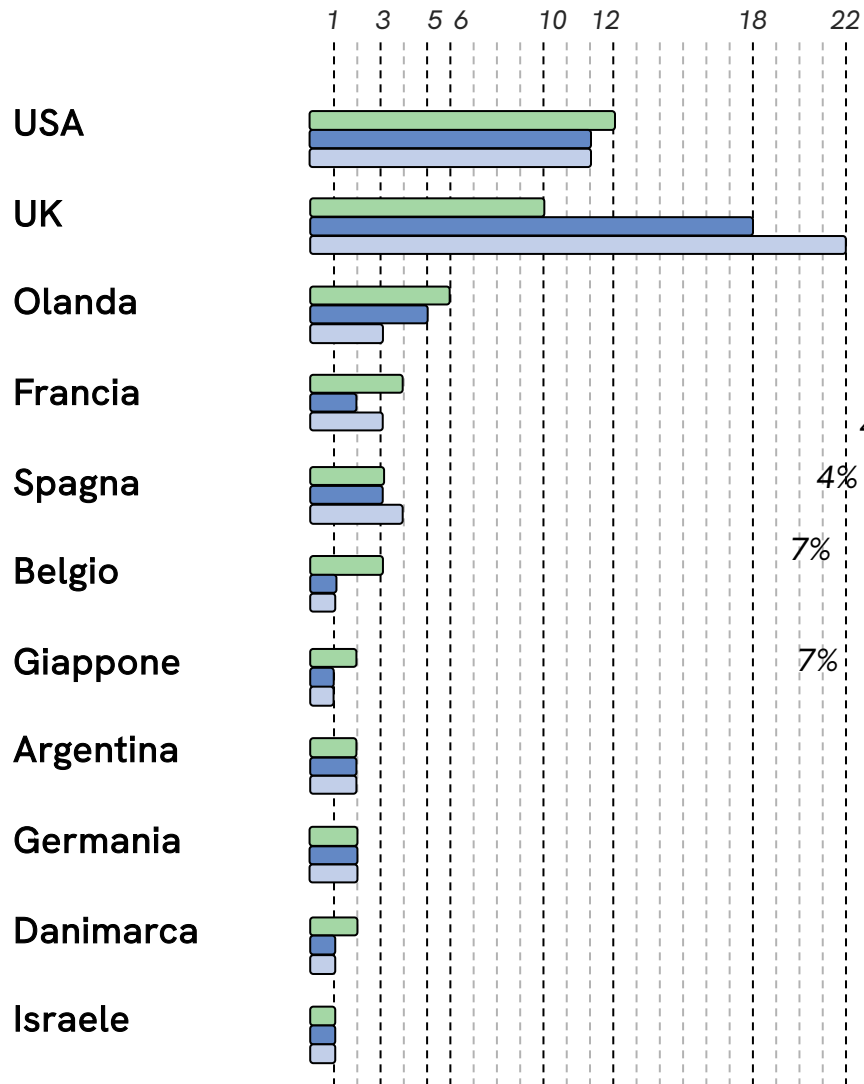
## Sky Uno e Italia 1:

*i due canali col maggior impatto di format sul totale orario di unscripted*



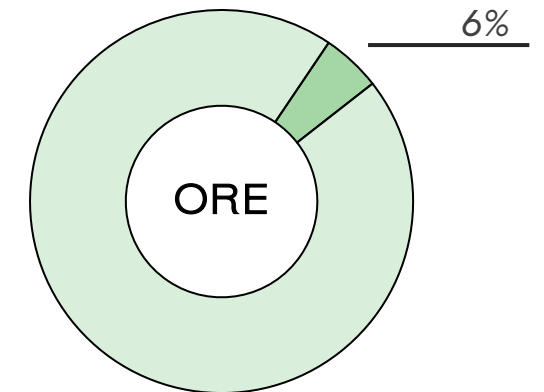
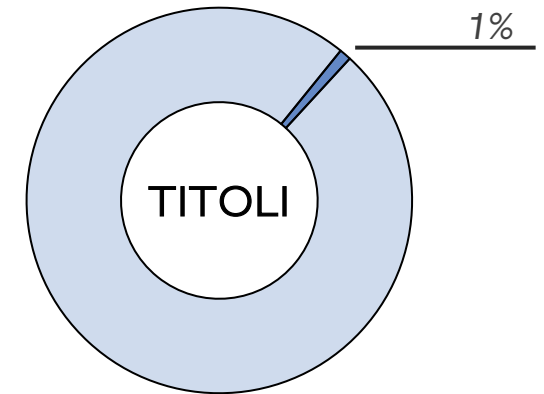
# FORMAT INTERNAZIONALI:

Adattamenti da prodotti USA superano quelli UK, cresce la dipendenza da altri contesti europei – Olanda, Francia, Belgio



**Format anglosassoni scendono sotto la metà**

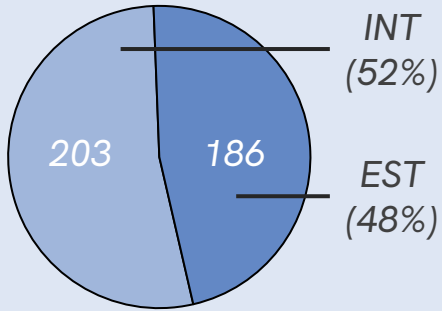
Format italiani sempre residuali



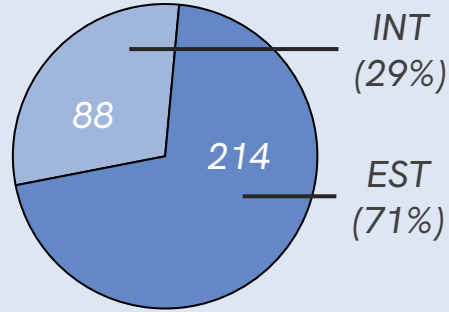
## RETI

### Generaliste

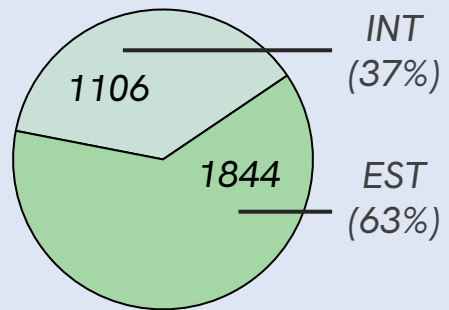
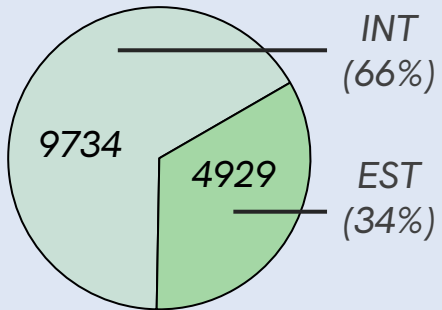
Titoli



### Multichannel



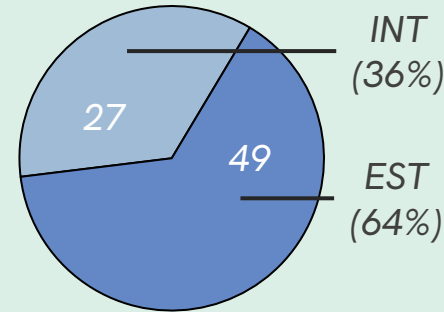
Ore



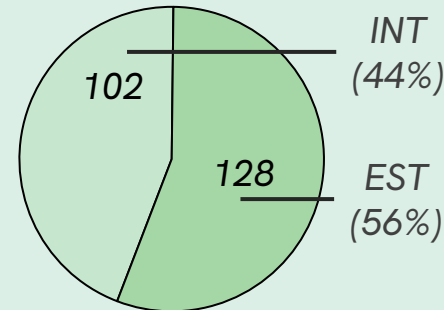
Stagione 2023 — 2024 / Totale reti  
 TITOLI: 43% — 57% / ORE: 63% — 37%

## OTT

Titoli



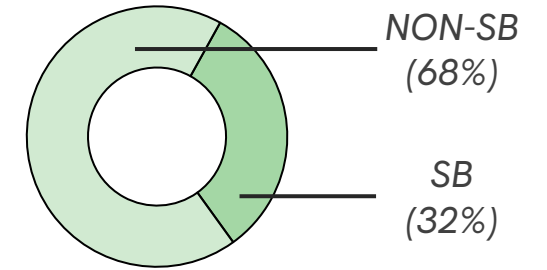
Ore



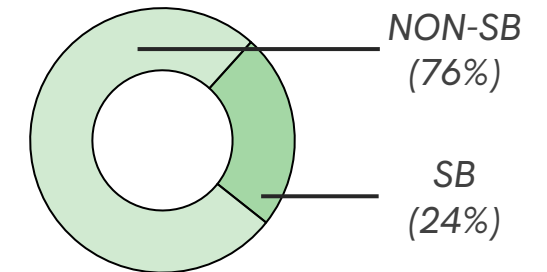
St. 2023 — 2024 / OTT  
 TITOLI: 35% — 65%  
 ORE: 31% — 69%

## Studio-based VS Non Studio-based

Produzione totale

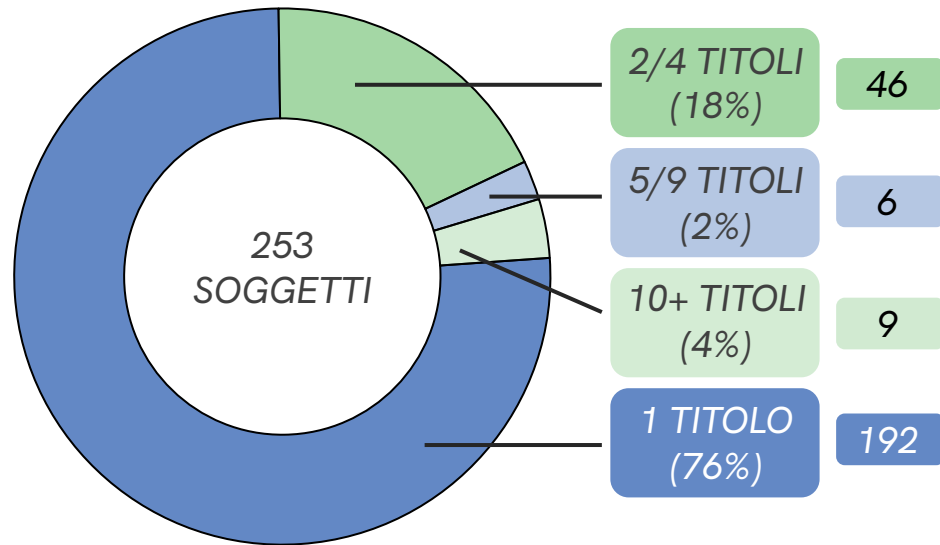


Solo produzione indipendente

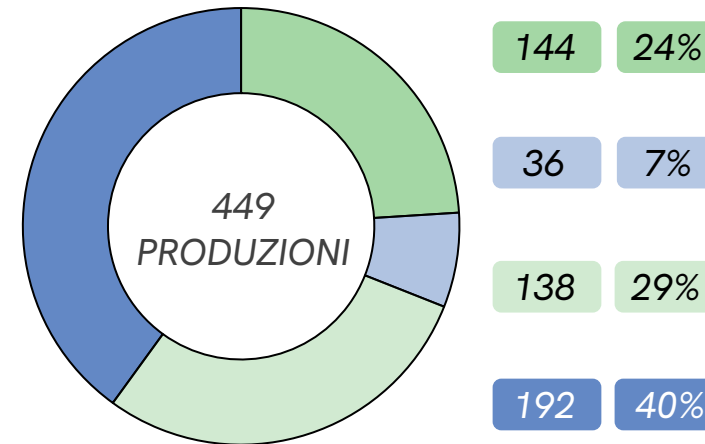


# FOCUS SULLA PRODUZIONE INDIPENDENTE: FRAMMENTAZIONE E ITALIANITÀ

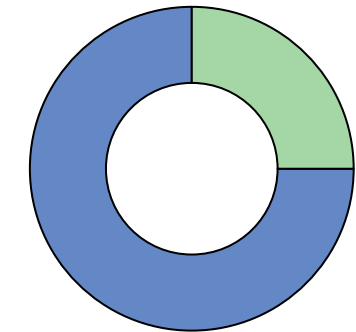
Su 253 soggetti produttivi «censiti»,  
3 su 4 producono un solo titolo



Il 64% dei titoli è realizzato  
da sogg. con 1 – 4 titoli  
nella stagione



Le «big nine»  
– più originalità  
che adattamenti  
da format



**Prod. NATIVE**  
(74%)

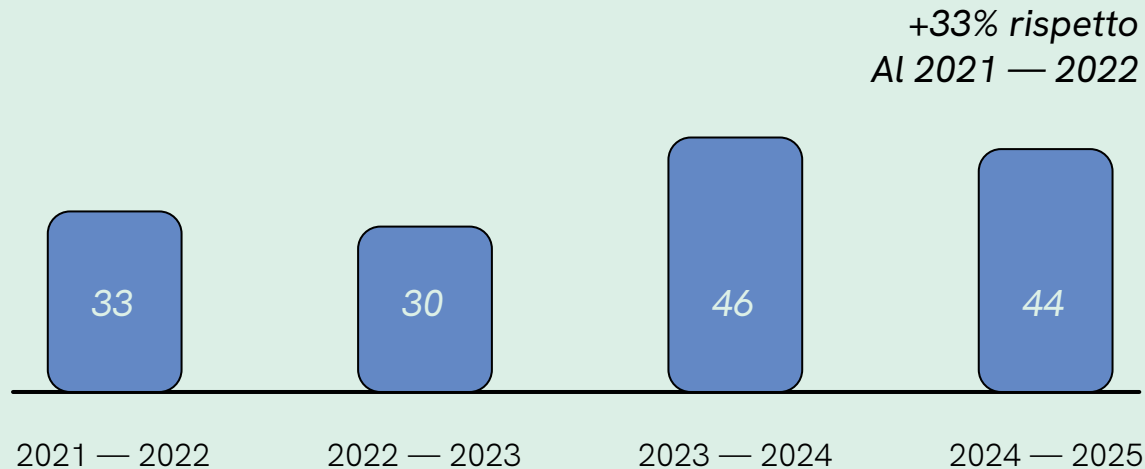
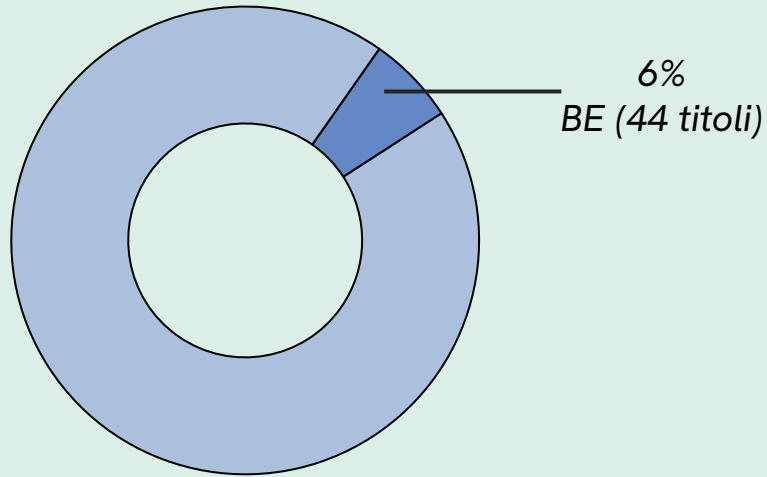
**Adattam.  
da FORMAT**  
(26%)

\* Il numero delle produzioni complessive non corrisponde  
al numero di titoli associati alle categorie delle case di produzione,  
essendo alcuni contenuti realizzati da più soggetti produttivi.

# BRANDED ENTERTAINMENT: 6% DEL TOTALE

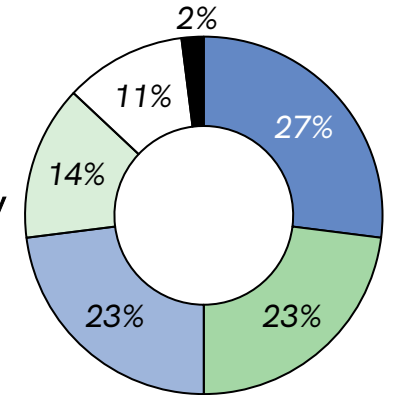
– IN INCREMENTO RISPETTO A TRE STAGIONI FA

(Mediaset il gruppo più attivo, Editoria/Media il settore più rappresentato)



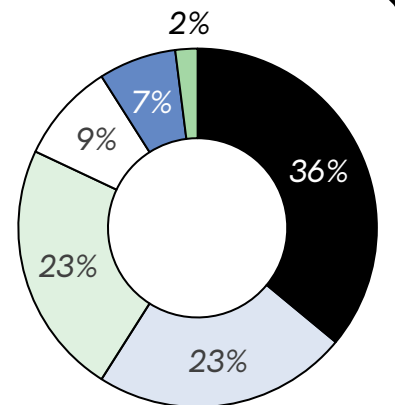
## Gruppi editoriali

- MEDIASET
- RAI
- WARNER BROS discovery
- CAIRO communications
- SKY
- AMAZON



## Generi

- ENTERTAINMENT
- FACTUAL
- INFOTAINMENT
- MAGAZINE
- T.R.D.
- DOCU



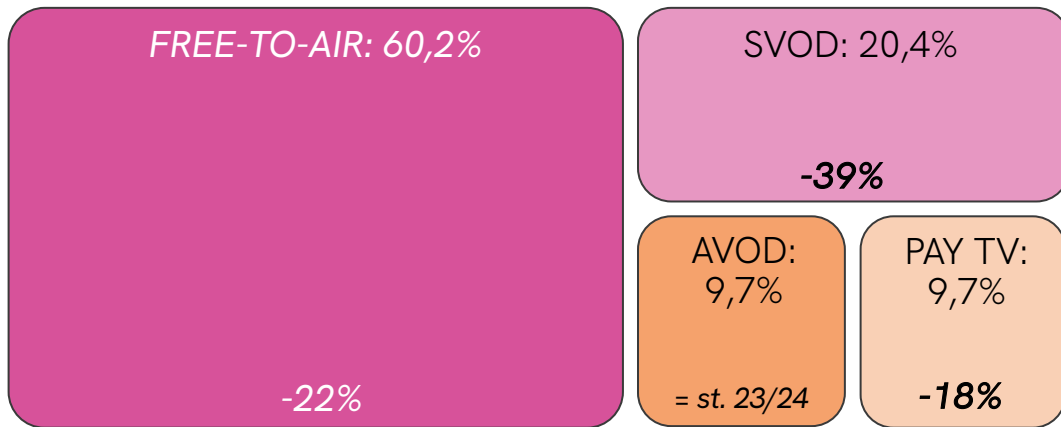
# FOCUS SCRIPTED



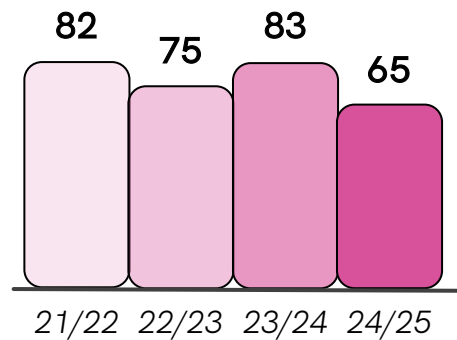
# IN CALO LA PROGRAMMAZIONE DI CONTENUTI ORIGINALI SCRIPTED ITALIANI

Sia gli editori lineari che quelli OTT puntano su meno titoli originali, rispetto alle precedenti stagioni

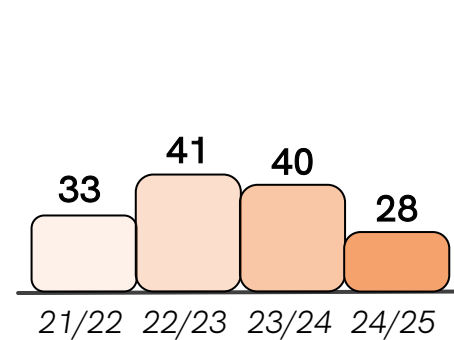
**TITOLI: 93**  
(-24% VS st.23/24)



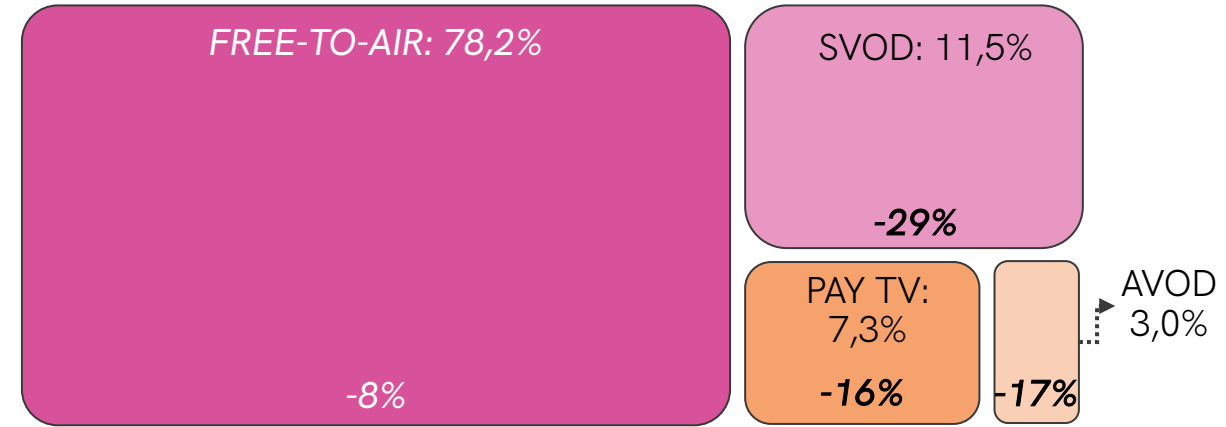
**TITOLI RETI: 65 (-22%)**



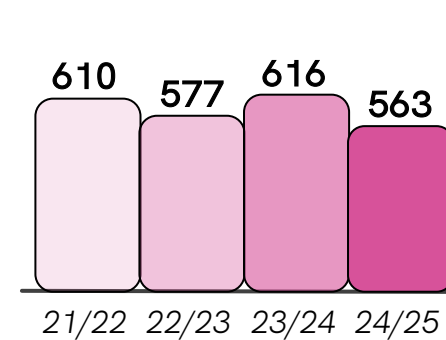
**TITOLI OTT: 28 (-30%)**



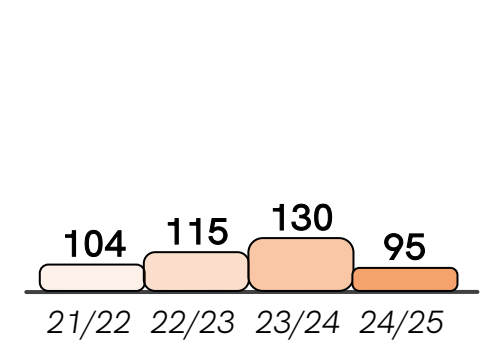
**ORE: 658**  
(-12% VS st.23/24)



**ORE RETI: 563 (-9%)**



**ORE OTT: 95 (-27%)**

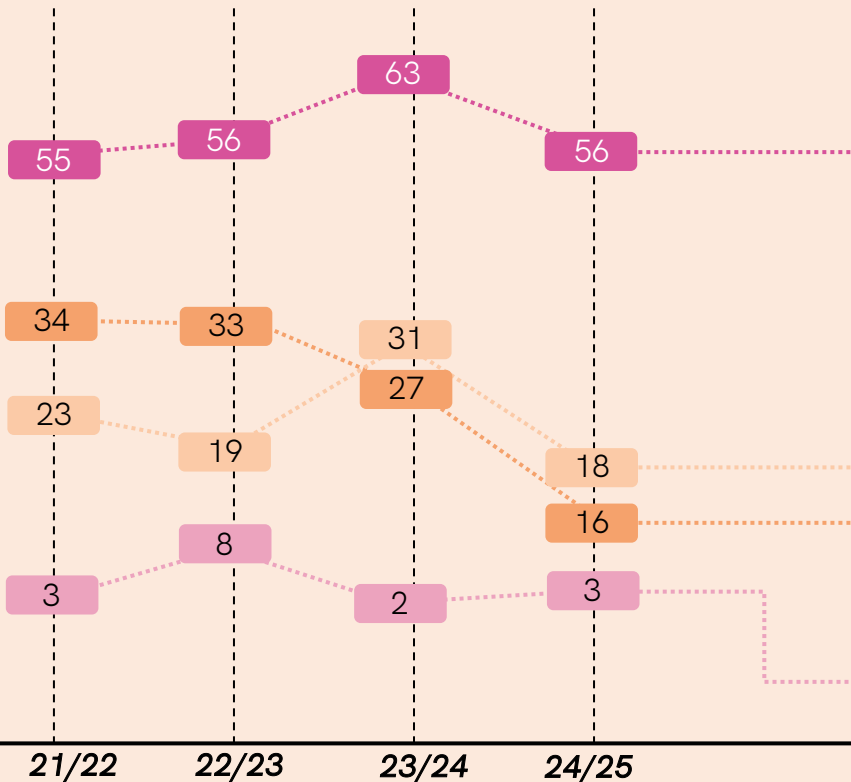


# LA STABILIZZAZIONE DELL'EMESSO DOPO LE STAGIONI DI «PICCO»

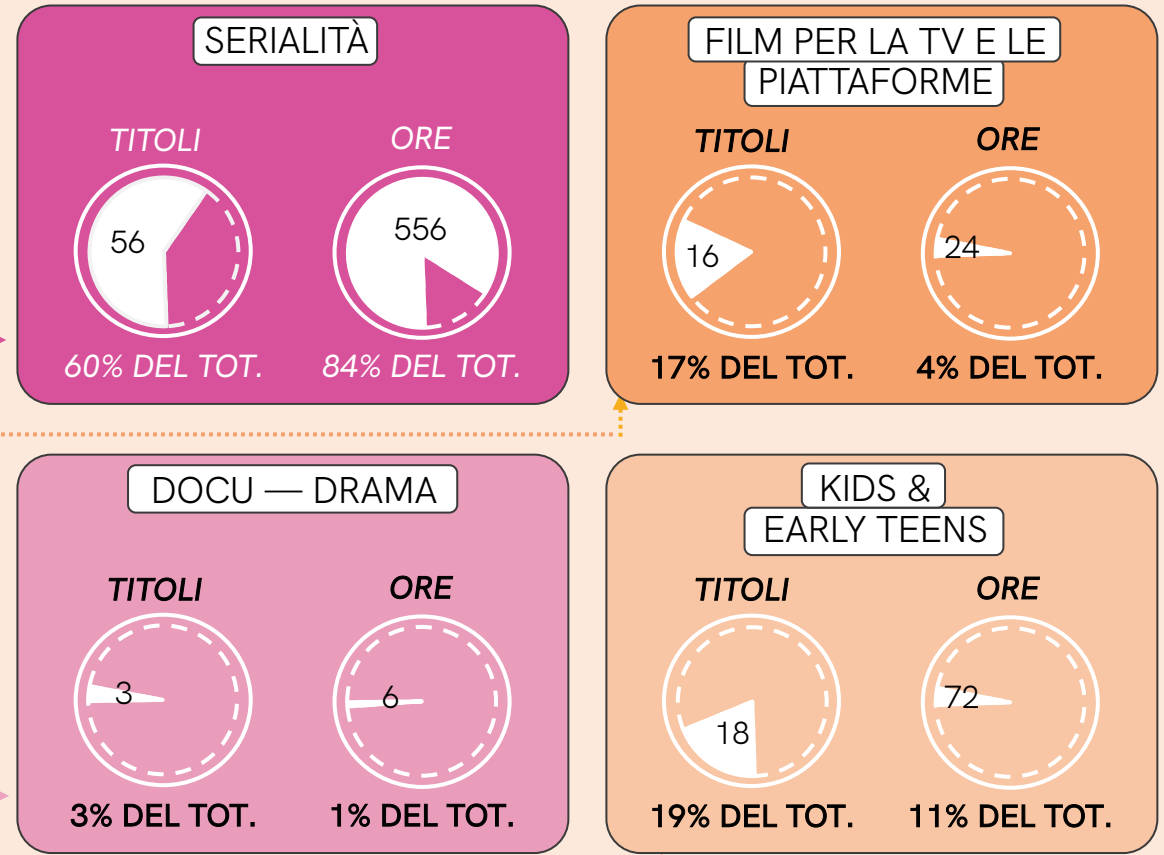
Sia gli editori lineari che quelli OTT puntano su meno titoli originali, rispetto alle precedenti stagioni

## Titoli scripted originali trasmessi (*first run*)

Calano soprattutto i film e i prodotti kids, mentre la serialità rimane in crescita nel Primetime (+7% ore) nonostante la diminuzione di titoli.

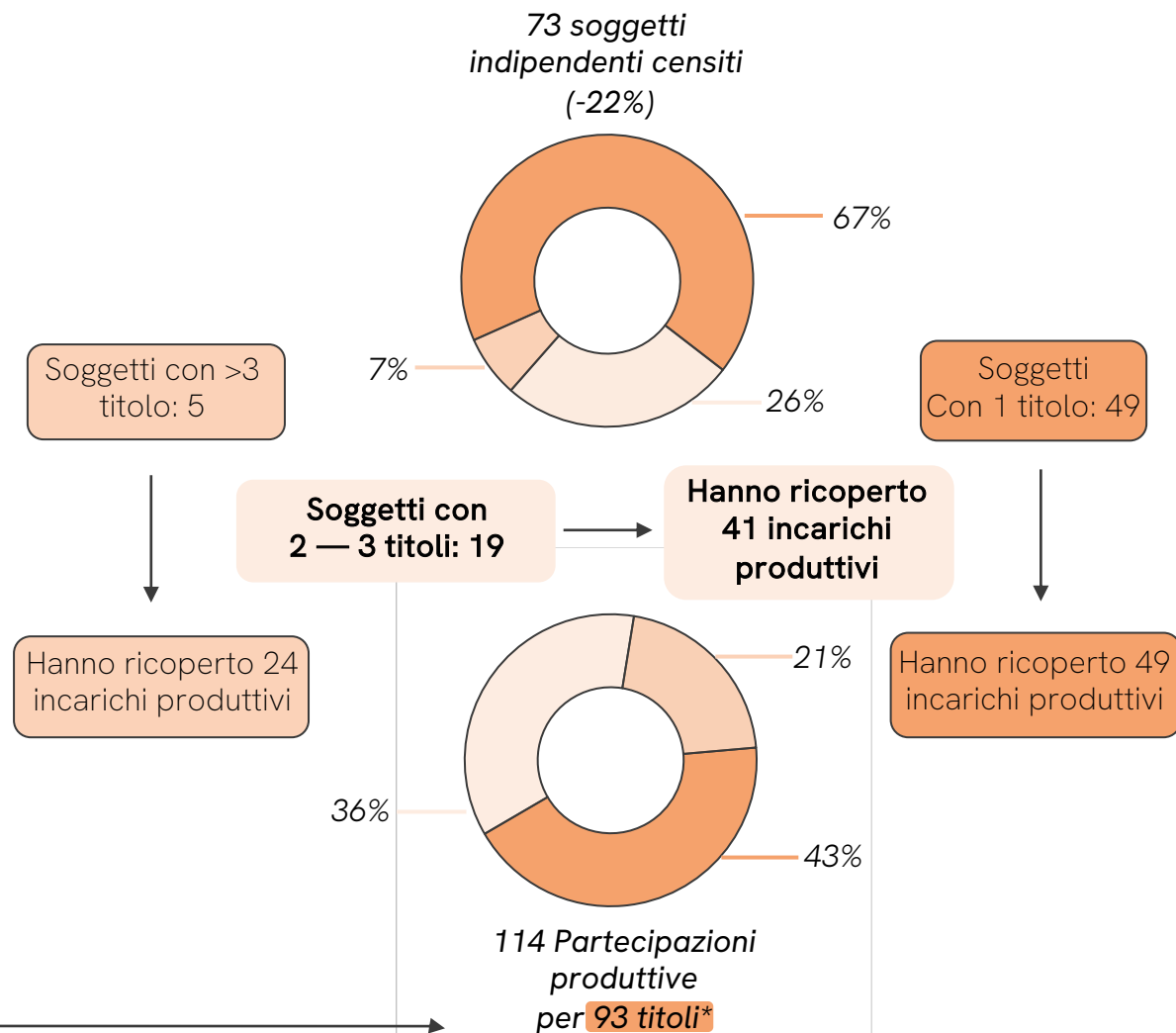


## Composizione della stagione 2024 – 2025



# I SOGGETTI PRODUTTIVI INDIPENDENTI: IN CALO I SOGGETTI CENSITI

\* Contrazione del numero complessivo di soggetti produttivi indipendenti attivi nella stagione **(-22%)**, con una netta prevalenza di realtà coinvolte in un solo titolo **(67%)**.

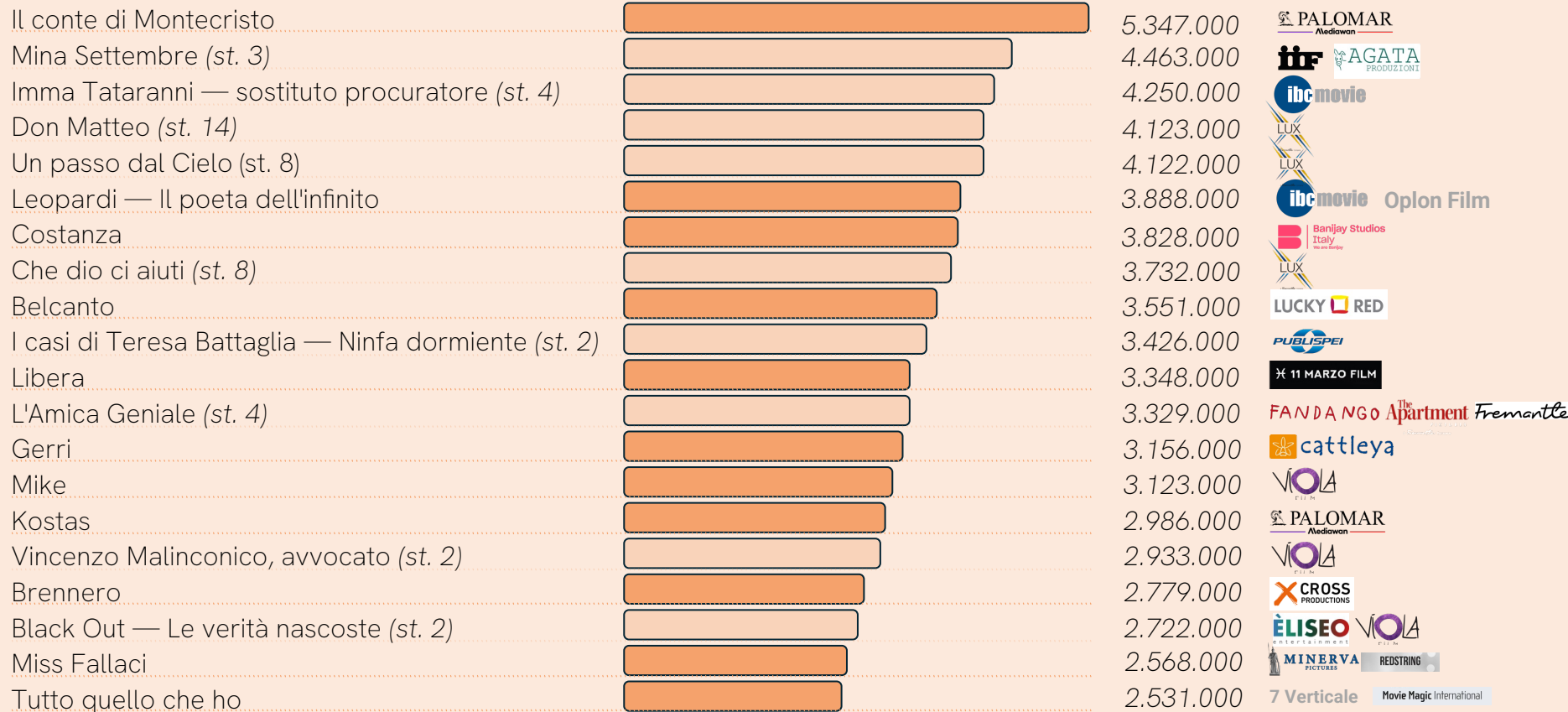


\* Il numero di partecipazioni produttive non corrisponde al numero di titoli unici, poiché più soggetti possono essere associati allo stesso contenuto (coproduzioni).

# GLI ASCOLTI DELLA FICTION: LA FORZA DEI RINNOVI E DELLE MINISERIE PERIOD

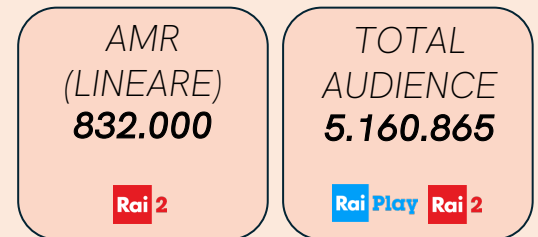
Top 20 stagioni per AMR

● NOVITÀ ○ RINNOVO



## IL CASO DIGITAL FIRST DI MARE FUORI (ST. 5)

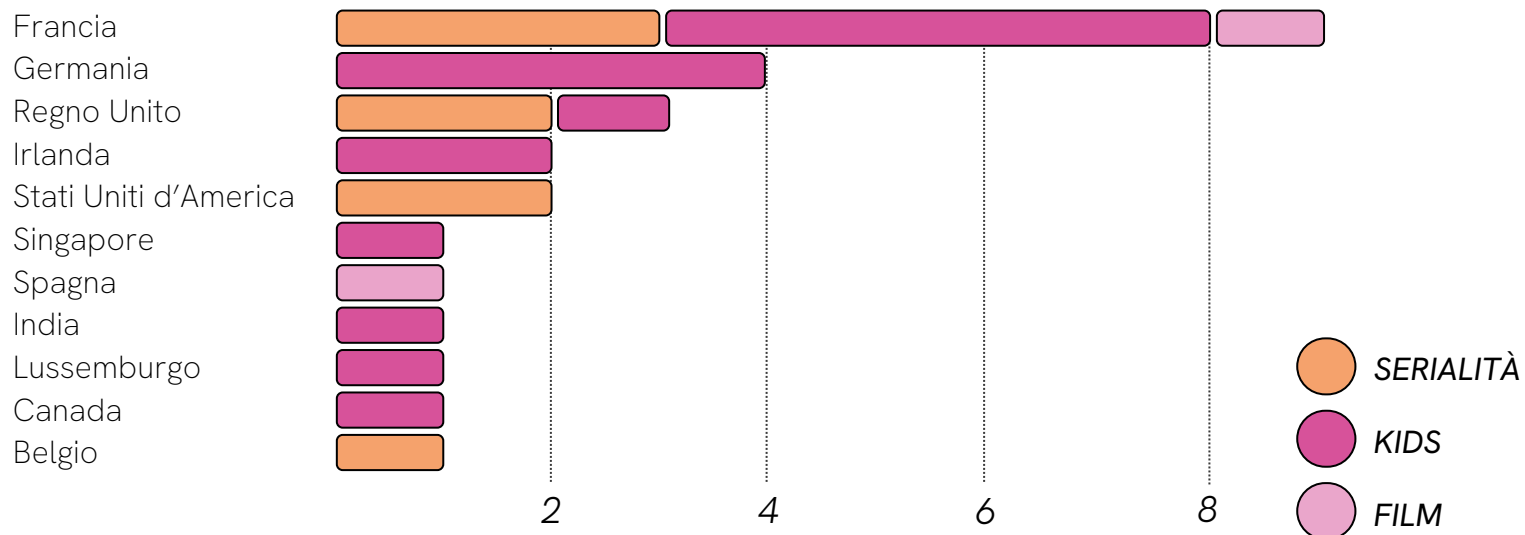
PICOMEDIA



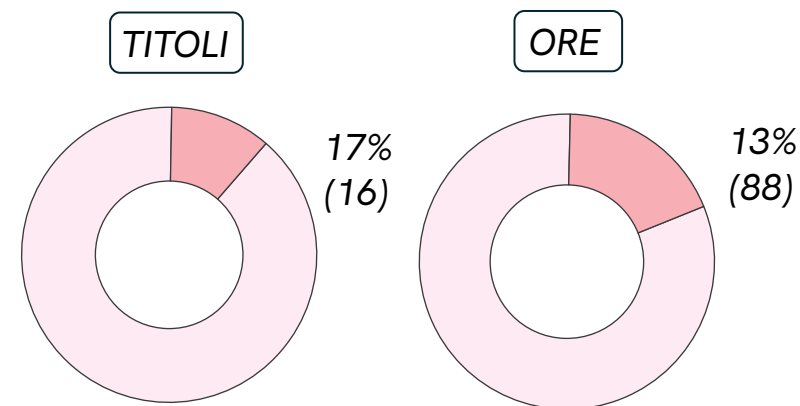
# CO-PRODUZIONE INTERNAZIONALE: TRA ANIMAZIONE E PERIOD DRAMA

\* Le co-produzioni internazionali si confermano una componente rilevante dell'offerta, anche se in leggera flessione. Accanto alla tenuta dei contenuti Kids & Early Teens d'animazione, spicca il consolidamento dei period drama, tra i generi più rappresentati nelle coproduzioni di serialità. La Francia continua a essere un partner privilegiato.

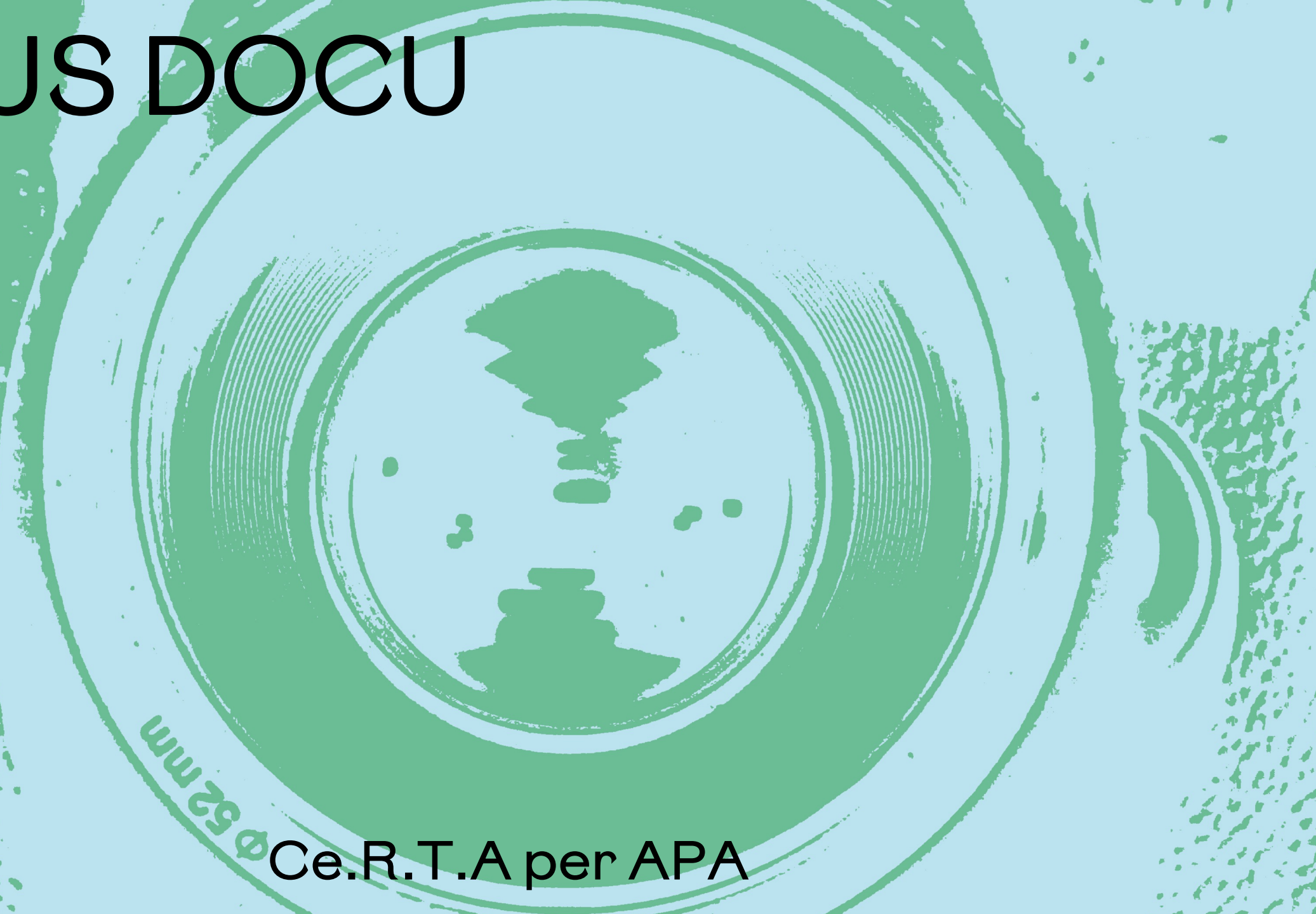
**PAESI STRANIERI COINVOLTI NELLA PRODUZIONE PER NUMERO DI TITOLI**



**PERCENTUALE DI CO-PRODUZIONI INTERNAZIONALI SUL TOTALE SCRIPTED**



# FOCUS DOCU



Ce.R.T.A per APA

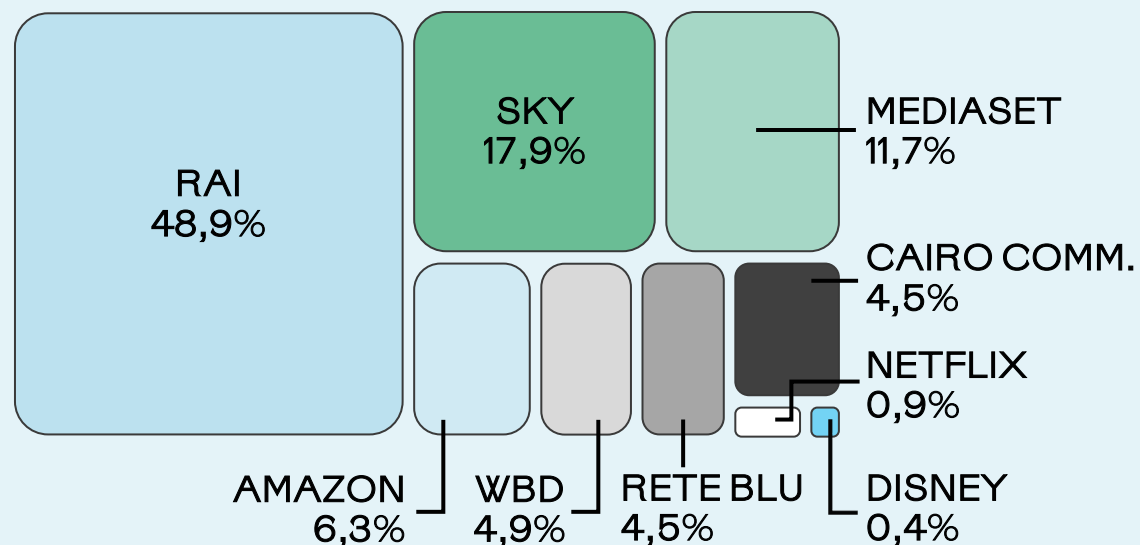
Ø 52 mm

# STABILE L'OFFERTA DI DOCUMENTARI PER GLI SMAV

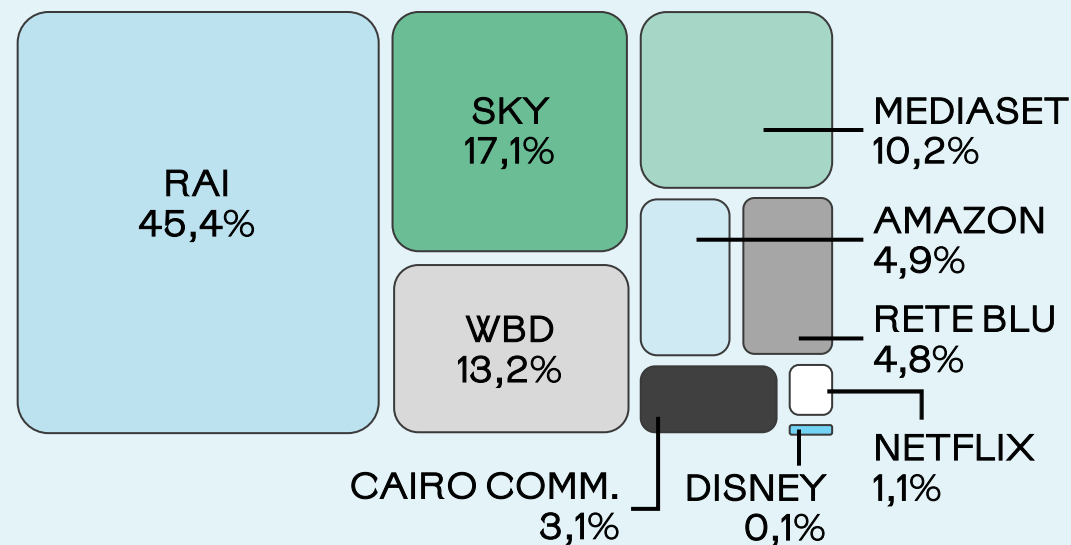
\* Rispetto alla stagione 2023 — 2024: **4 titoli in più, ma le ore di programmazione rimangono quasi invariate**. Si registra un calo delle reti tradizionali, mentre le OTT sono in ripresa.

\* Il monitoraggio prende in considerazione solo i documentari che costituiscono programmi titolati e distinti all'interno dei palinsesti o dei cataloghi, e che sono stati effettivamente trasmessi o pubblicati nel periodo preso in esame dal monitoraggio.

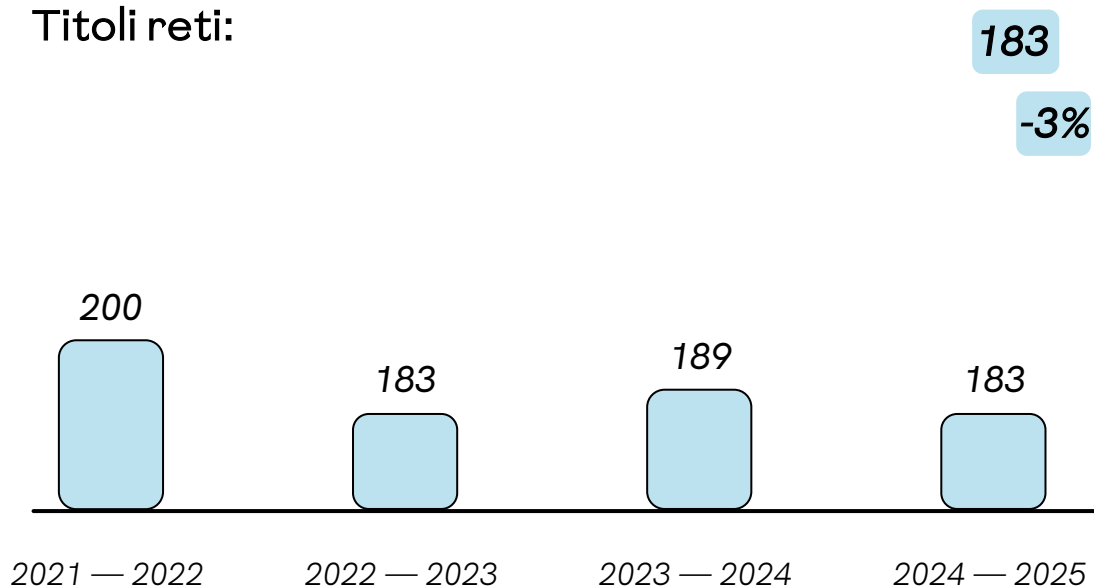
Titoli: 223 (+2% VS st. 23/24)



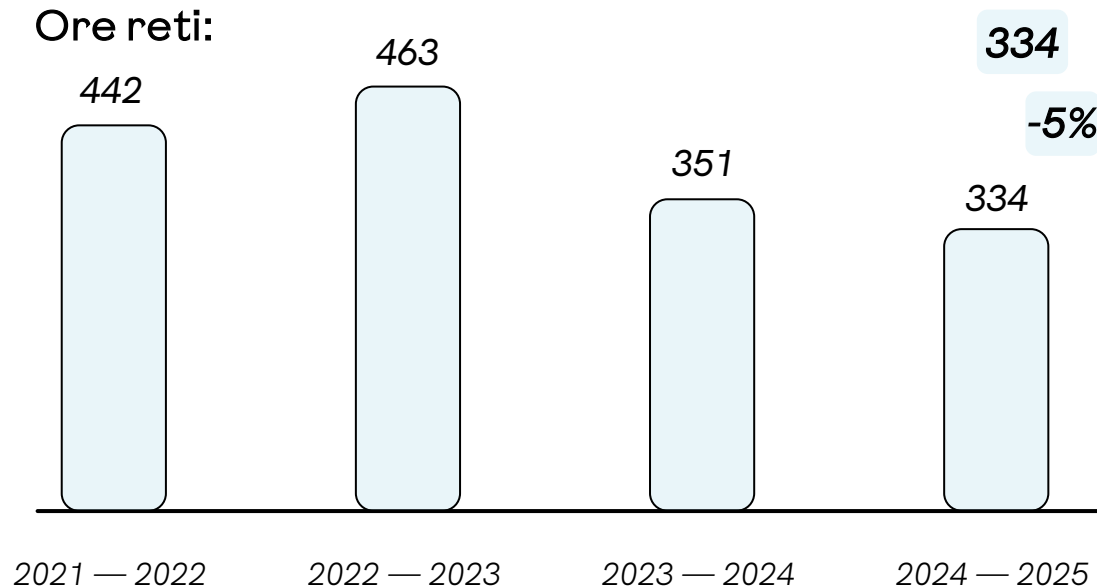
Ore: 401 (-1% VS st. 23/24)



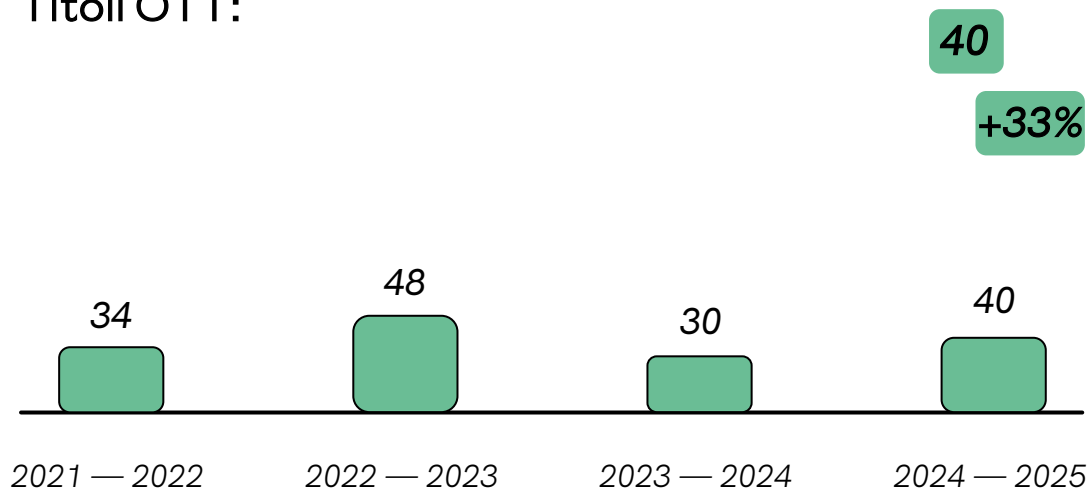
Titoli reti:



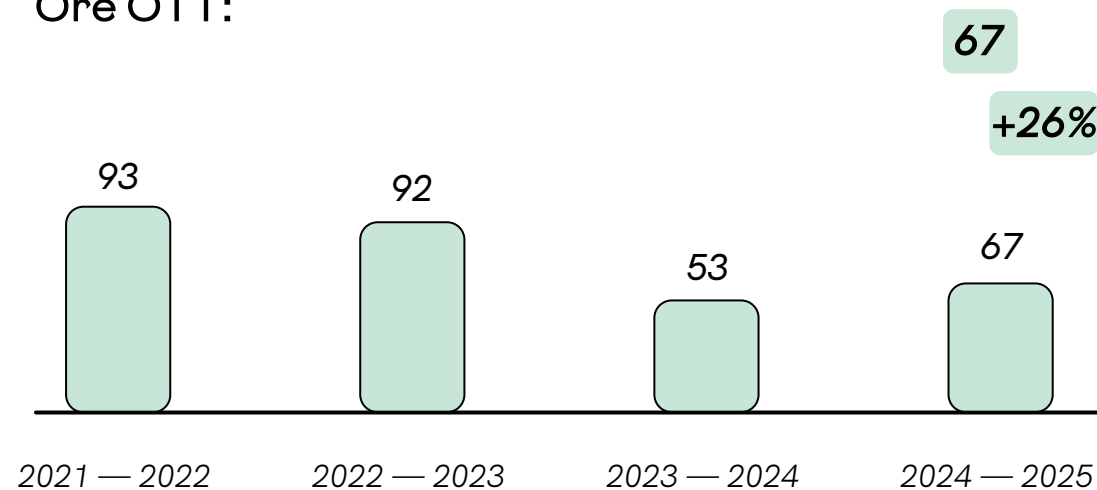
Ore reti:



Titoli OTT:



Ore OTT:



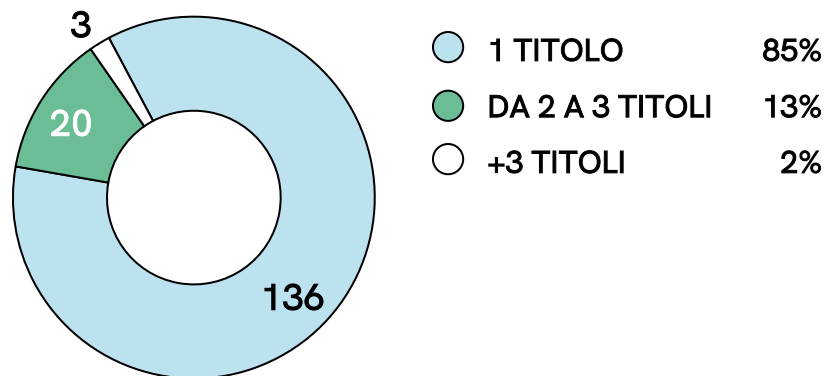
# I MODELLI PRODUTTIVI DEL DOCU: TORNA A CRESCERE LA PRODUZIONE INDIPENDENTE

## Titoli e Ore

\* Nella precedente stagione il rapporto tra produzione esterna e interna era di 72% VS 28% in termini di titoli e di 68% VS 32% in termini orari. **Cresce quindi la produzione indipendente e diminuisce quella interna.** In aumento anche il numero di produttori (+17%).



## Soggetti produttivi indipendenti coinvolti



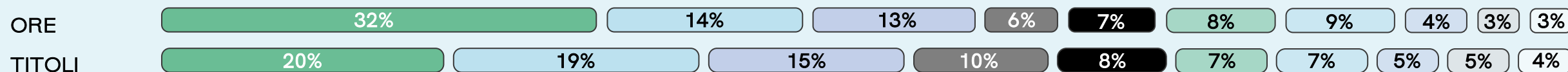
\* Rispetto all'anno precedente aumenta del **10% (titoli)** e del **9% (ore) la produzione esterna**, mentre quella **interna** segna un decremento del **-19% (titoli)** e **del -21% (ore)**. I soggetti produttivi censiti nella stagione 2024 — 2025 sono **159**, 23 in più rispetto alla precedente annualità (+17%).

**AUMENTANO TITOLI E ORE DI PRODUZIONE ESTERNA E IL NUMERO DI SOGGETTI INDIPENDENTI COINVOLTI**

Produzione interna: interamente realizzata da broadcaster o OTT  
Produzione esterna: commissionata o coprodotta assieme a una casa di produzione indipendente

# TRA GLI ARGOMENTI PREVALE L'ATTUALITÀ: IN CRESCITA ANCHE SPORT, TRAVEL E TRUE CRIME

\* Prevale l'offerta di documentari sui temi di attualità e società, mentre arretrano quelli sullo spettacolo, la storia e l'arte. In aumento, anche se minoritari, i titoli con al centro i viaggi, lo sport e il true crime.



**ATTUALITÀ  
E SOCIETÀ**  
Titoli: 45 (+15%)  
Ore: 129 (+28%)  
(I Re del Luna Park)

**CINEMA, SPETTACOLO  
E MUSICA**  
Titoli: 42 (-7%)  
Ore: 56 (-31%)  
(Nanni Ricordi: L'uomo  
che inventò i dischi)

**STORIA**  
Titoli: 33 (-11%)  
Ore: 53 (-5%)  
(Le grandi battaglie  
di Roma)

**ARTE**  
Titoli: 22 (-27%)  
Ore: 24 (-34%)  
(Proserpina e le altre)

**SPORT**  
Titoli: 17 (+31%)  
Ore: 27 (+42%)  
(Trentatré)

**TRAVEL**  
Titoli: 16 (+23%)  
Ore: 33 (+43%)  
(Sulle orme del K2)

**TRUE CRIME**  
Titoli: 15 (+36%)  
Ore: 36 (+6%)  
(Mauro Rostagno,  
l'uomo che voleva  
cambiare il mondo)

**SCIENZA E  
MEDICINA**  
Titoli: 12 (+33%)  
Ore: 17 (-9%)  
(La ricetta  
della lunga vita)

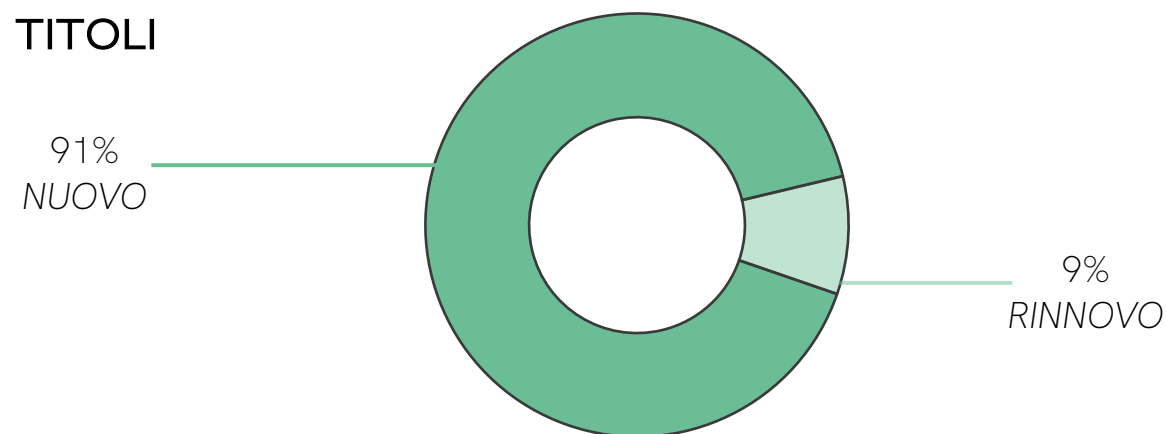
**NATURA**  
Titoli: 11 (+38%)  
Ore: 13 (-23%)  
(Ragazze  
di montagna)

**RELIGIONE**  
Titoli: 10 (-29%)  
Ore: 14 (-27%)  
(Simboli del sacro)

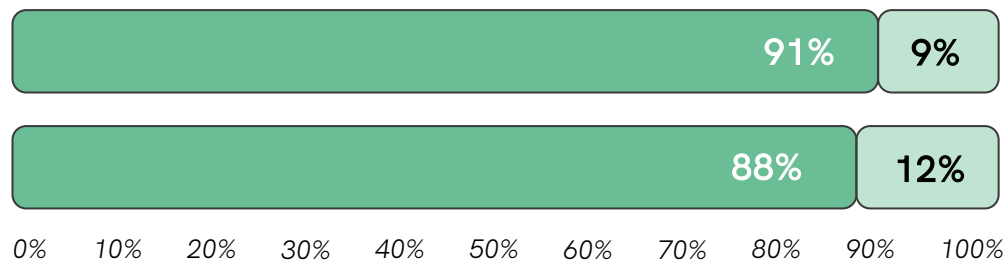
# SEMPRE PIÙ NOVITÀ, MENTRE DIMINUISCONO I RINNOVI

\* In incremento il peso delle novità in entrambe le tipologie di offerte (reti e OTT), in particolare per quanto concerne il numero di titoli: lo scorso anno il rapporto era di 70% novità contro il 30% di rinnovi a livello orario, mentre in termini di titoli la percentuale di novità si attestava all'88%. I rinnovi subiscono una riduzione, passando da 27 a 20 (-9% ore).

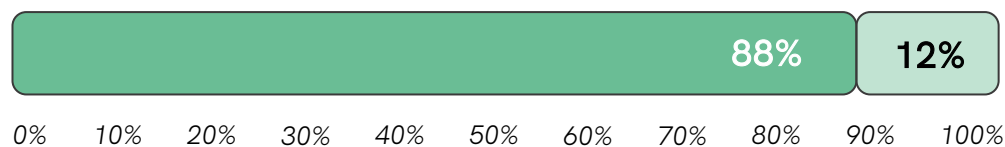
## TITOLI



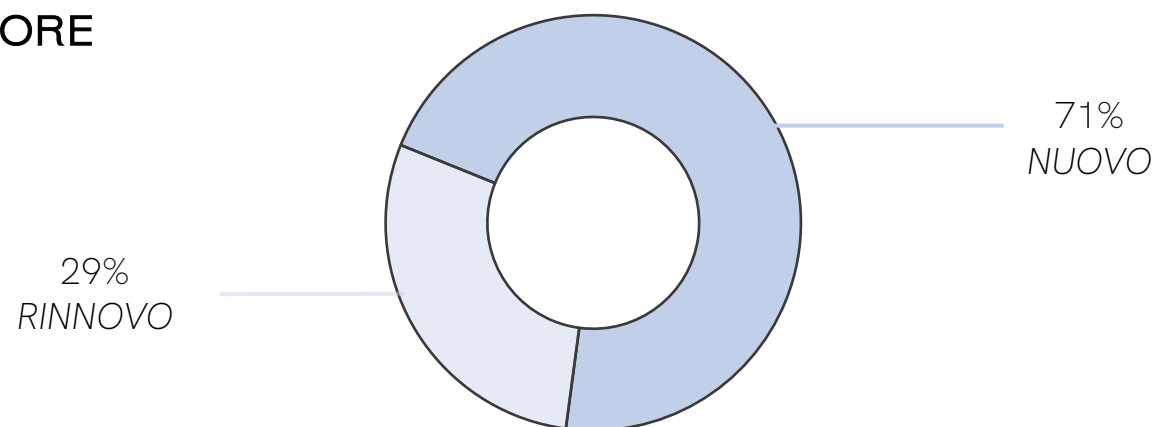
## RETI



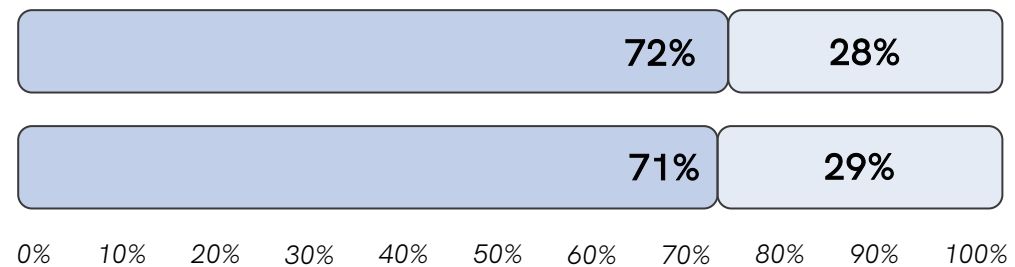
## OTT



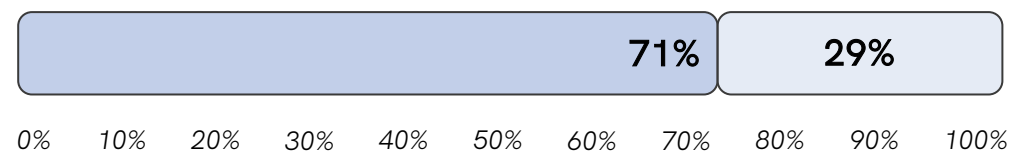
## ORE



## RETI



## OTT



# FOCUS KIDS



Ce.R.T.A per APA

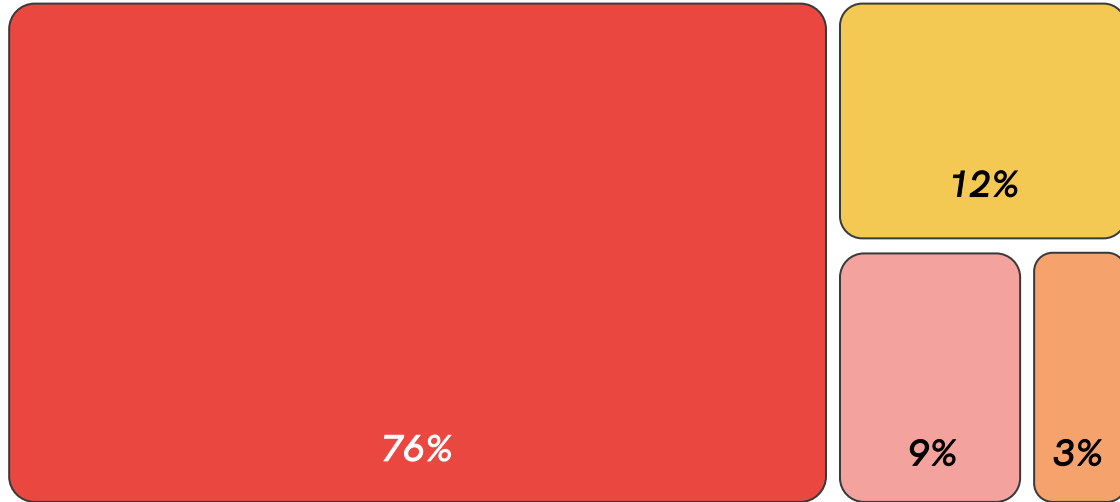
# LA PROGRAMMAZIONE ORIGINALE DI KIDS TV SULLE RETI

Rai è l'editore con più titoli e ore all'attivo. Più della metà delle ore proviene dal macro-genere *unscripted*.

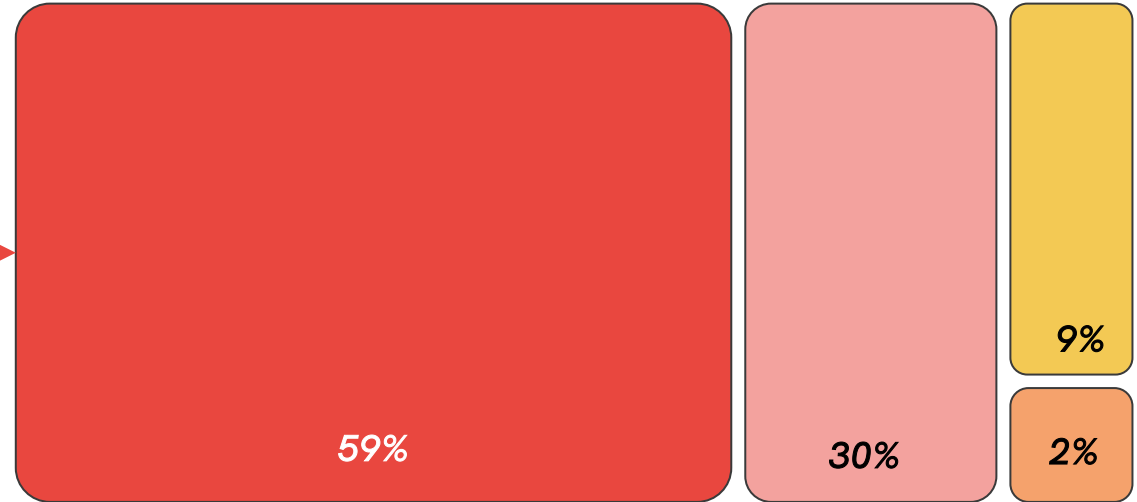
BOING SPA DE AGOSTINI RAI WARNERBROS. DISCOVERY

## EDITORI

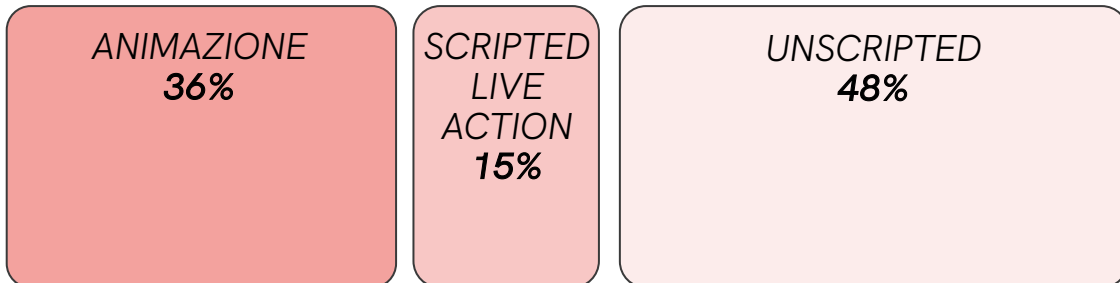
TITOLI: 33



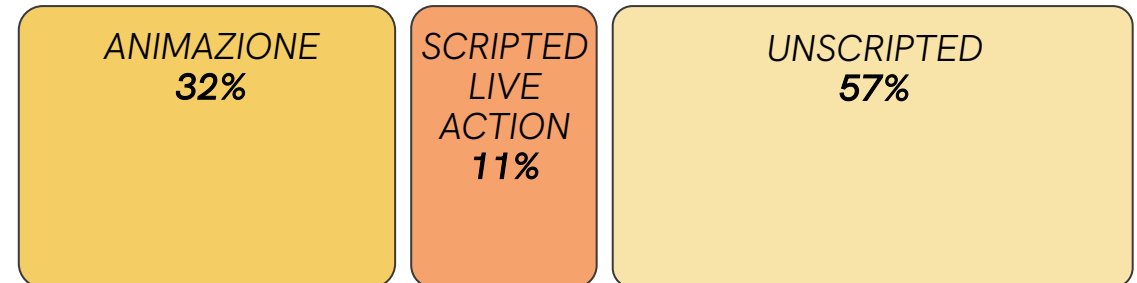
ORE: 157

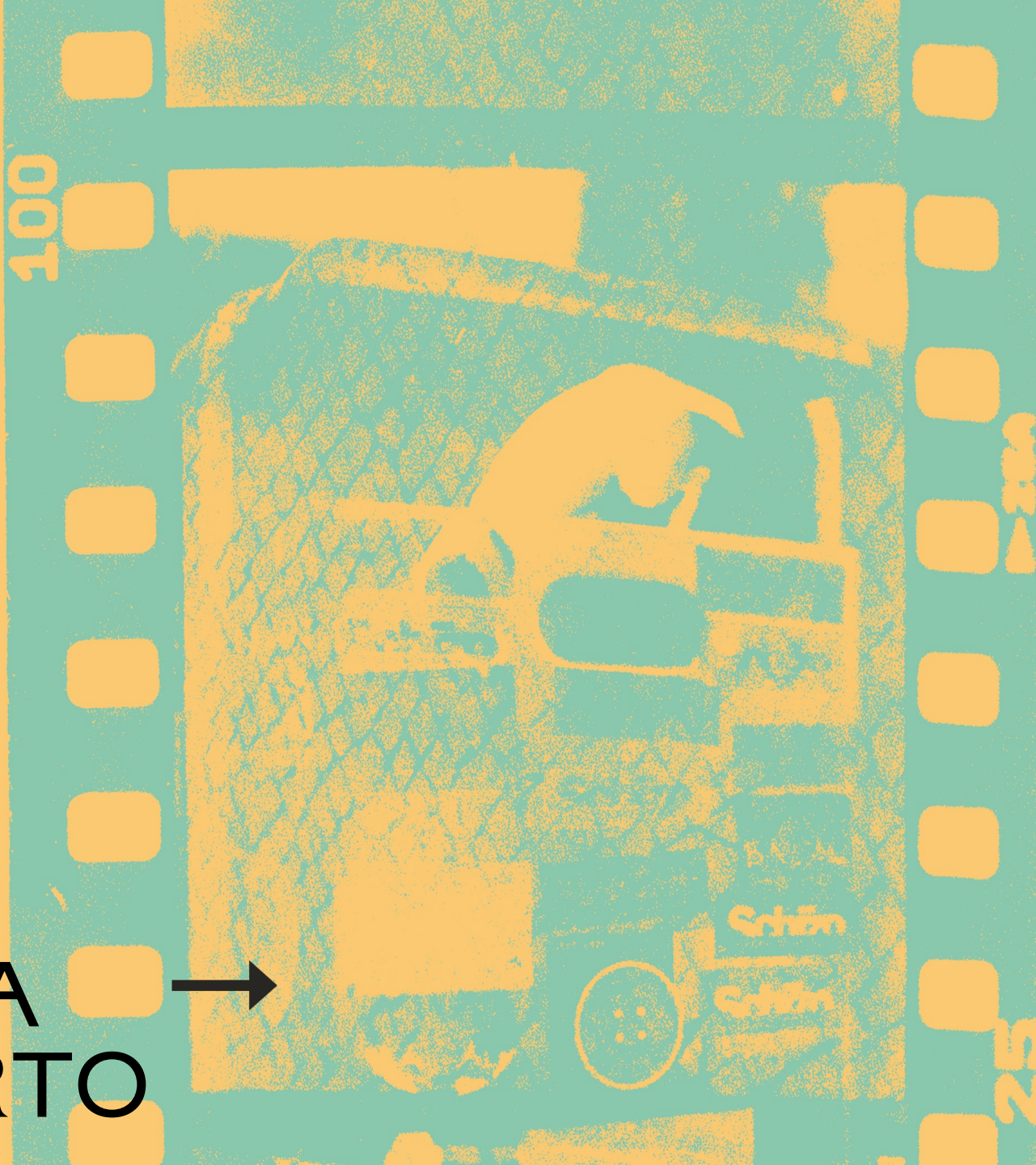


## GENERI



## GENERI





**CONSULTA  
IL RAPPORTO**

