

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

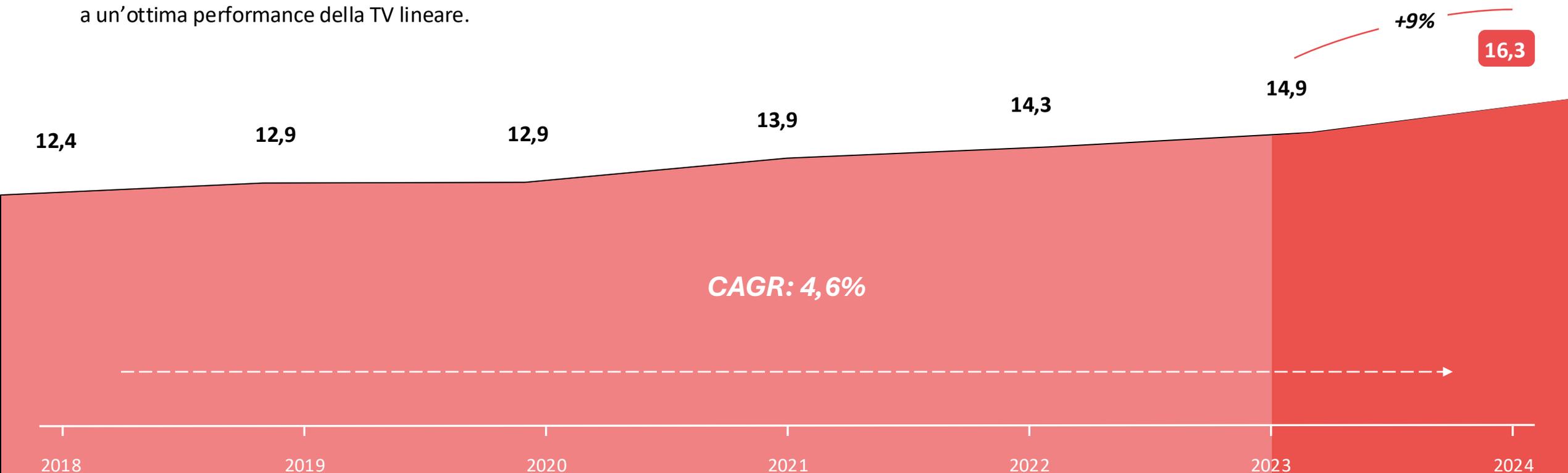
eMedia per APA



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.

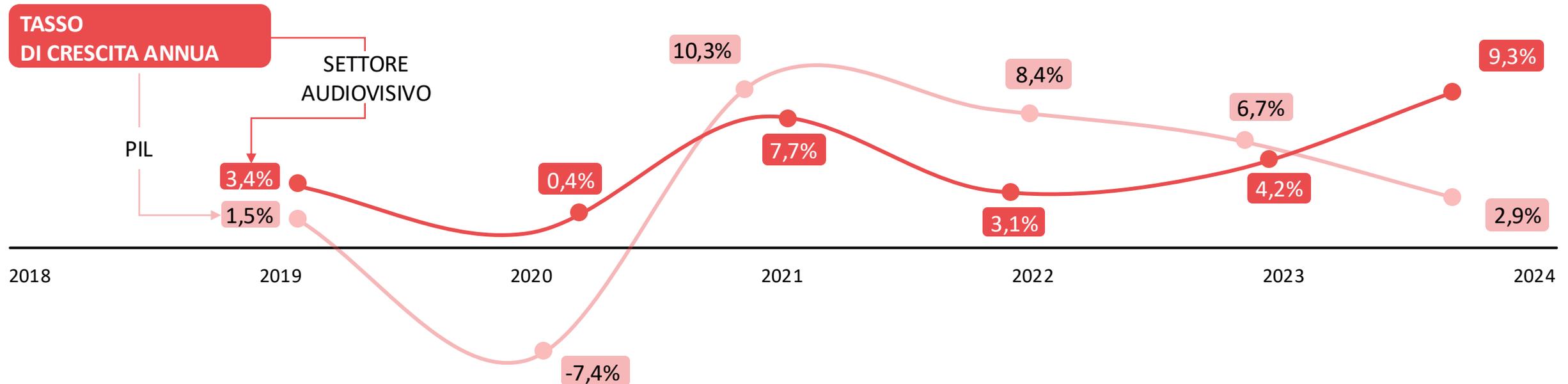
* Complessivamente, le risorse di mercato attratte dalle offerte audiovisive su tutte le piattaforme raggiungono i €16,3 mld, portando il tasso medio annuo composto di crescita (CAGR) nel periodo 2018 — 2024 al 4,6%.



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).

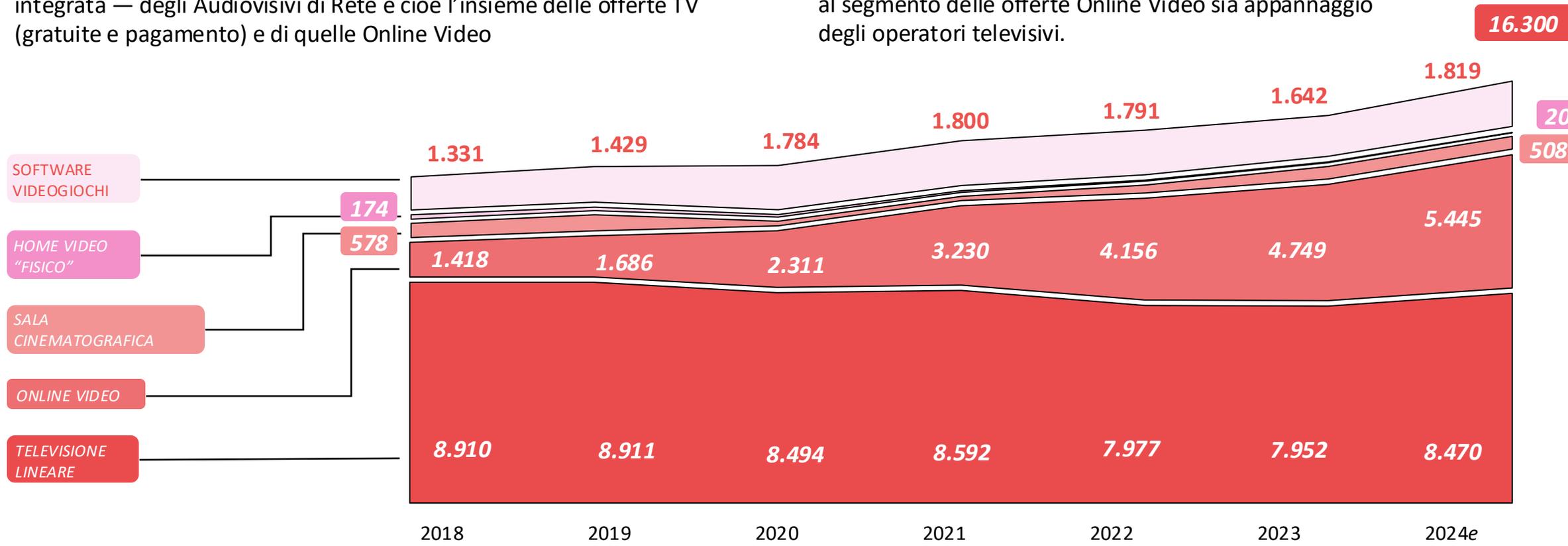
* In termini di crescita annua, fra il 2023 e il 2024, il settore audiovisivo registra una *overperformance* importante rispetto all'andamento PIL nazionale.



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

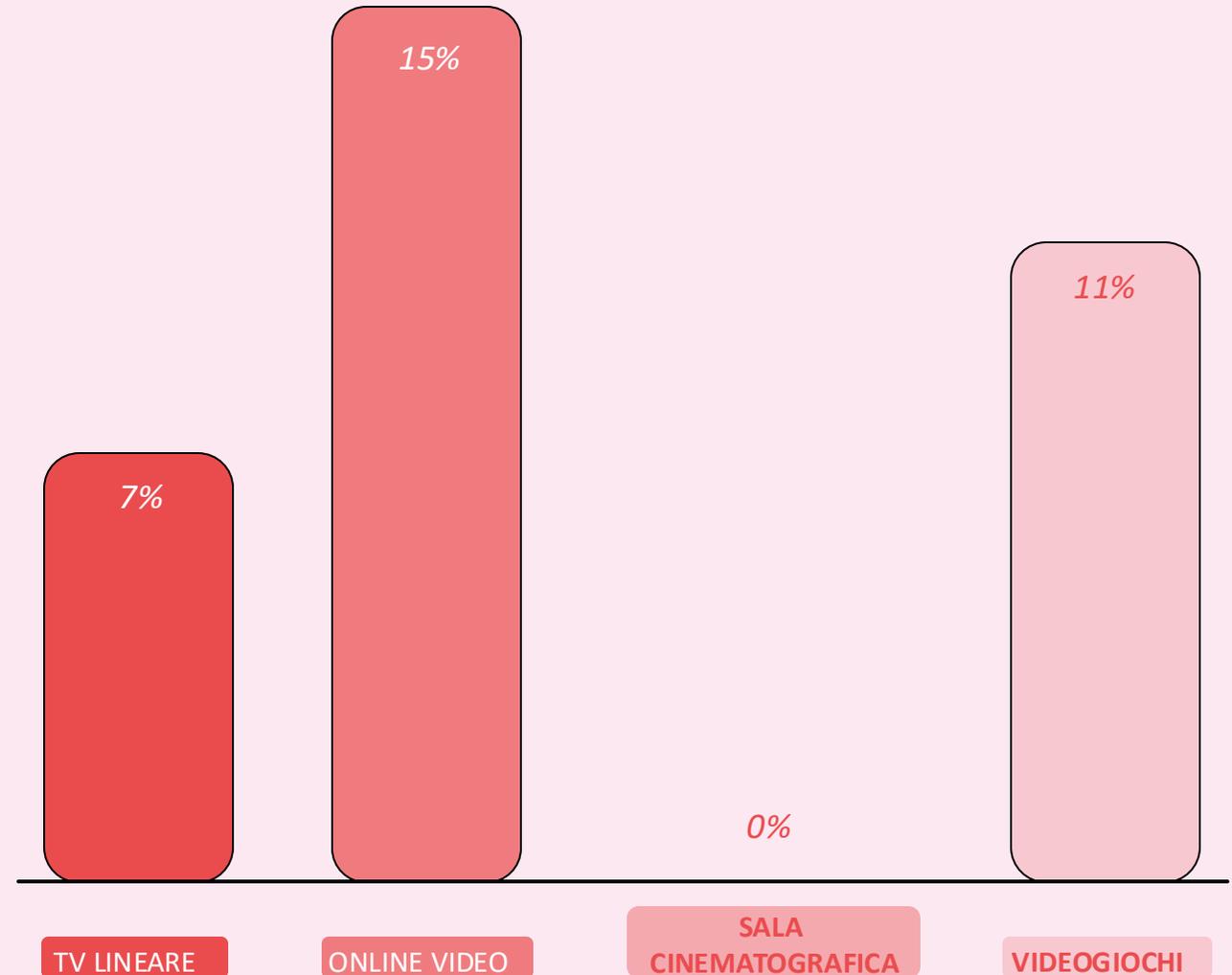
* La Televisione lineare rimane anche nel 2024 il primo mezzo audiovisivo con una quota del 52% sul totale settore (inclusivo dei videogiochi). Considerando soltanto l'area — sempre più omogenea e integrata — degli Audiovisivi di Rete e cioè l'insieme delle offerte TV (gratuite e pagamento) e di quelle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

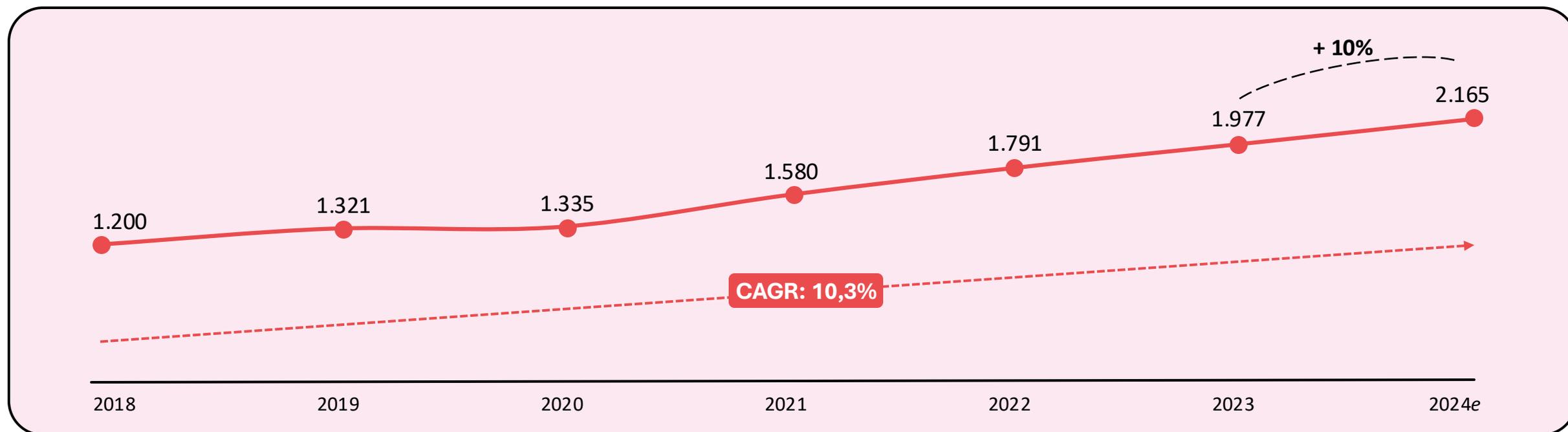
- * La TV registra una crescita importante (soprattutto trainata da un balzo degli investimenti pubblicitari), mentre l'Online Video (gratuito e a pagamento e cioè l'insieme dei servizi SVoD, TVoD, EST e AVoD) mantiene, come accade da anni, un tasso di crescita a due cifre.
- * La Sala Cinematografica 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%).



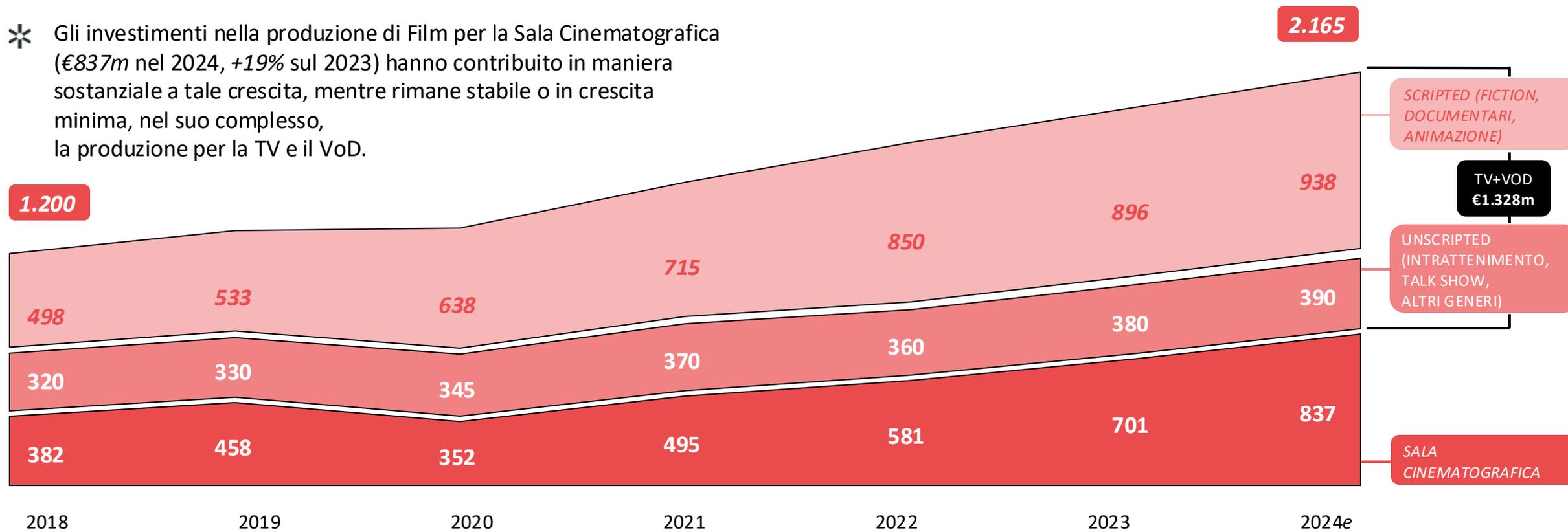
COSTO DI PRODUZIONE DELLE OPERE

AUDIOVISIVE «ITALIAN ORIGINAL» PER LA SALA CINEMATOGRAFICA, LA TV E

IL VOD (€m)

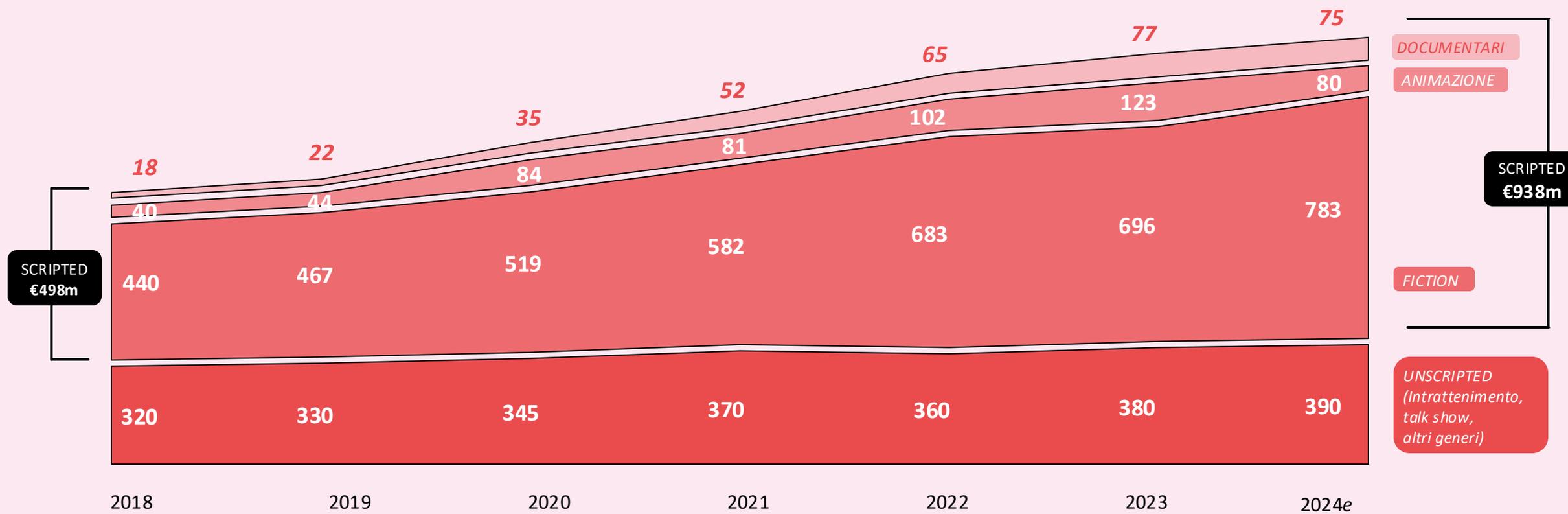
* La somma di opere *scripted* e *unscripted* per la TV e il VOD totalizza un costo di produzione pari a €1.328m, in crescita rispetto al 2023 (+4%).

* 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 %)

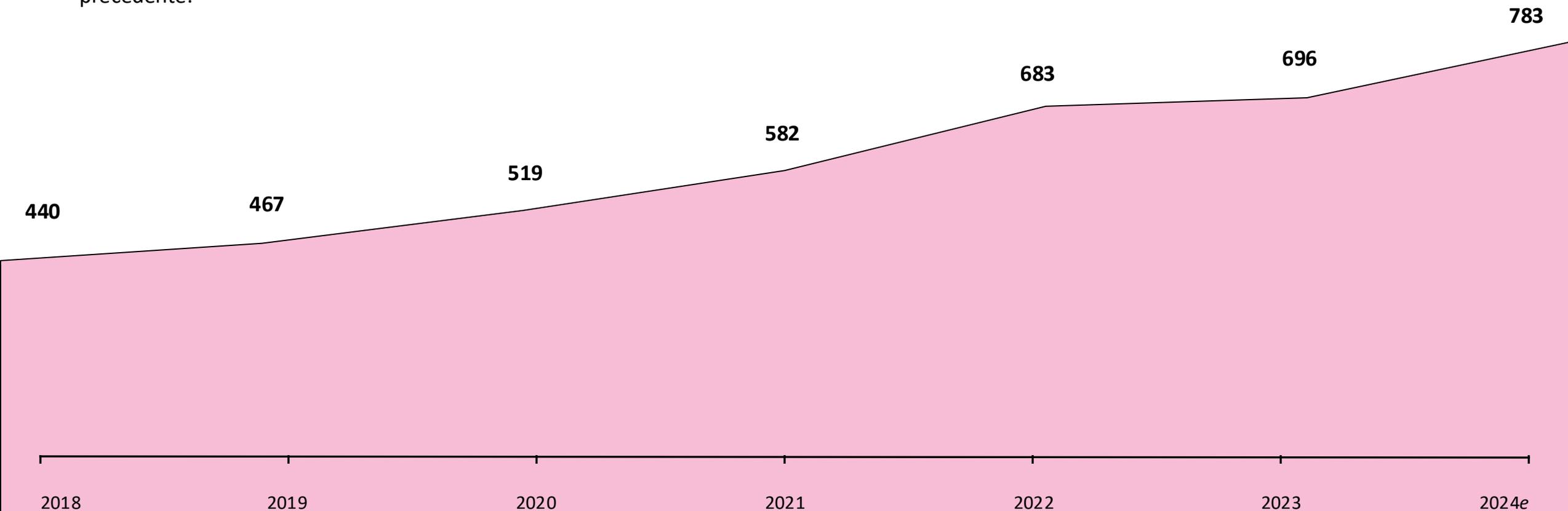
* Con €938m di costo totale di produzione l'area dello *scripted* video-televisivo costituisce la principale area produttiva in termini dimensionali, caratterizzata inoltre da un importante tasso medio annuo di crescita (CAGR: +11%).



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

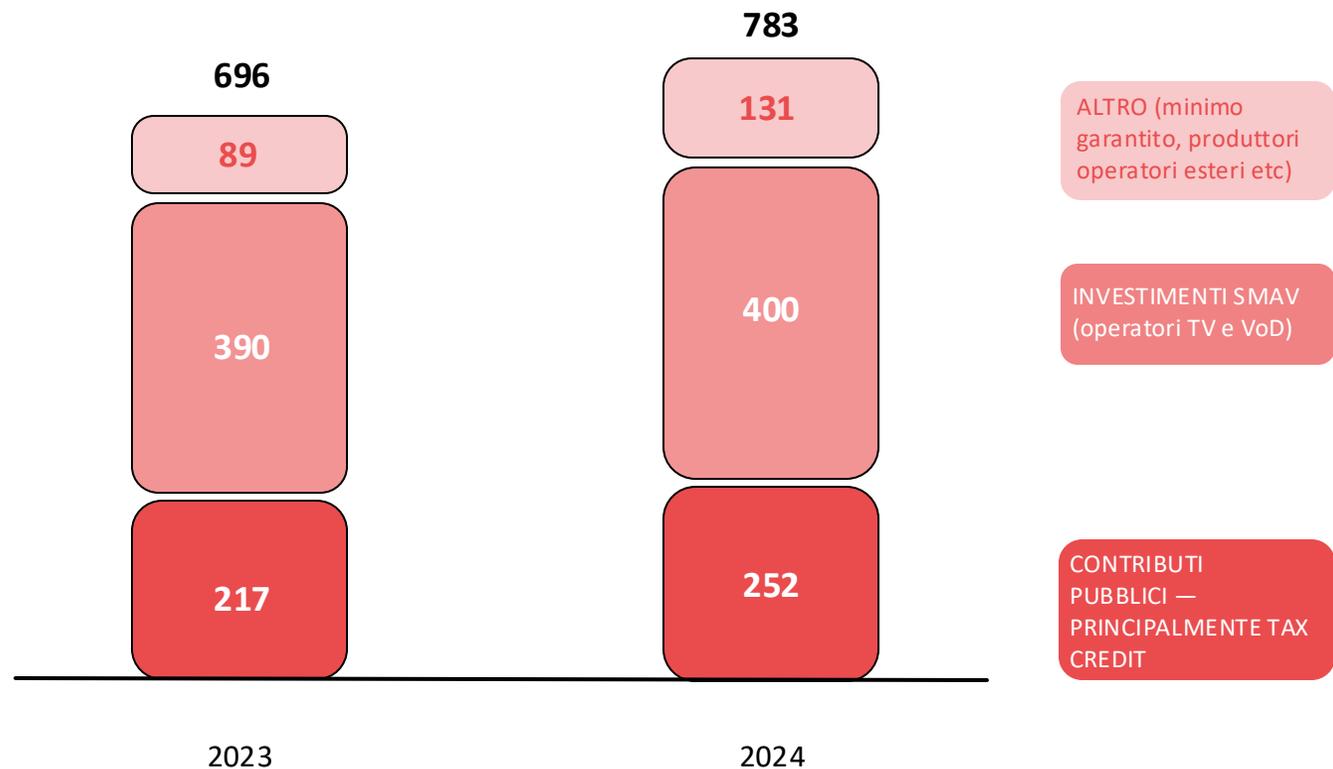
* Nel 2024 la produzione di opere di Fiction (serie e film) per la TV e il VoD registra un'ulteriore crescita raggiungendo i **€783m** e registrando un incremento del **13%** rispetto all'anno precedente.

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



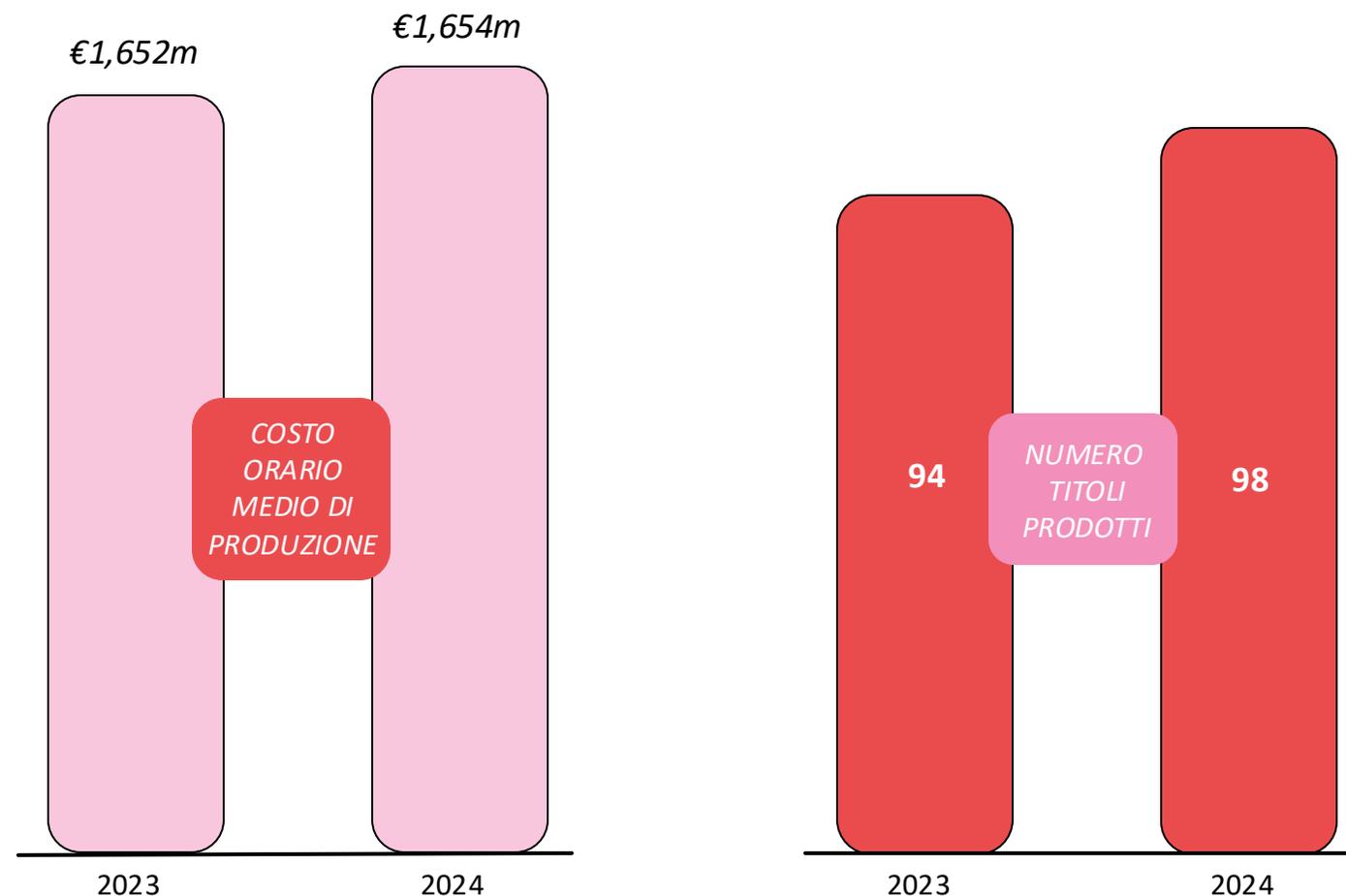
COMPOSIZIONE DEL BUDGET DI PRODUZIONE DELLE OPERE FICTION PER LA TV E IL VOD PER GLI ANNI 2023 e 2024

* 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

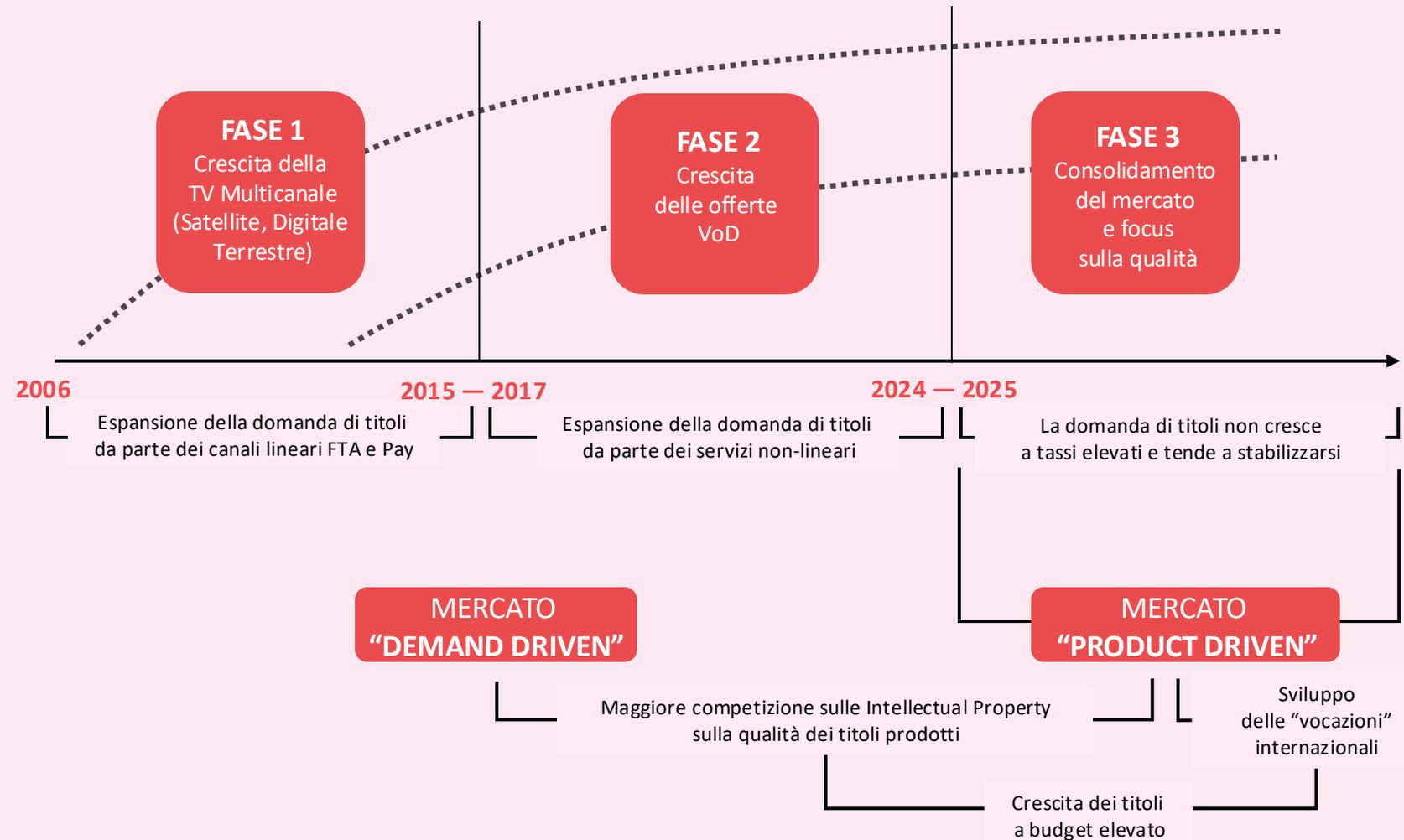
* Nel complesso la produzione di Fiction per la TV e il VoD rimane stabile fra il 2023 e il 2024 non soltanto per i volumi (budget, ore, numero di opere prodotte) ma anche per il costo orario che rimane attorno ai €1,6m, valore doppio rispetto al costo orario registrato nel 2017 e pari a €0,8m.



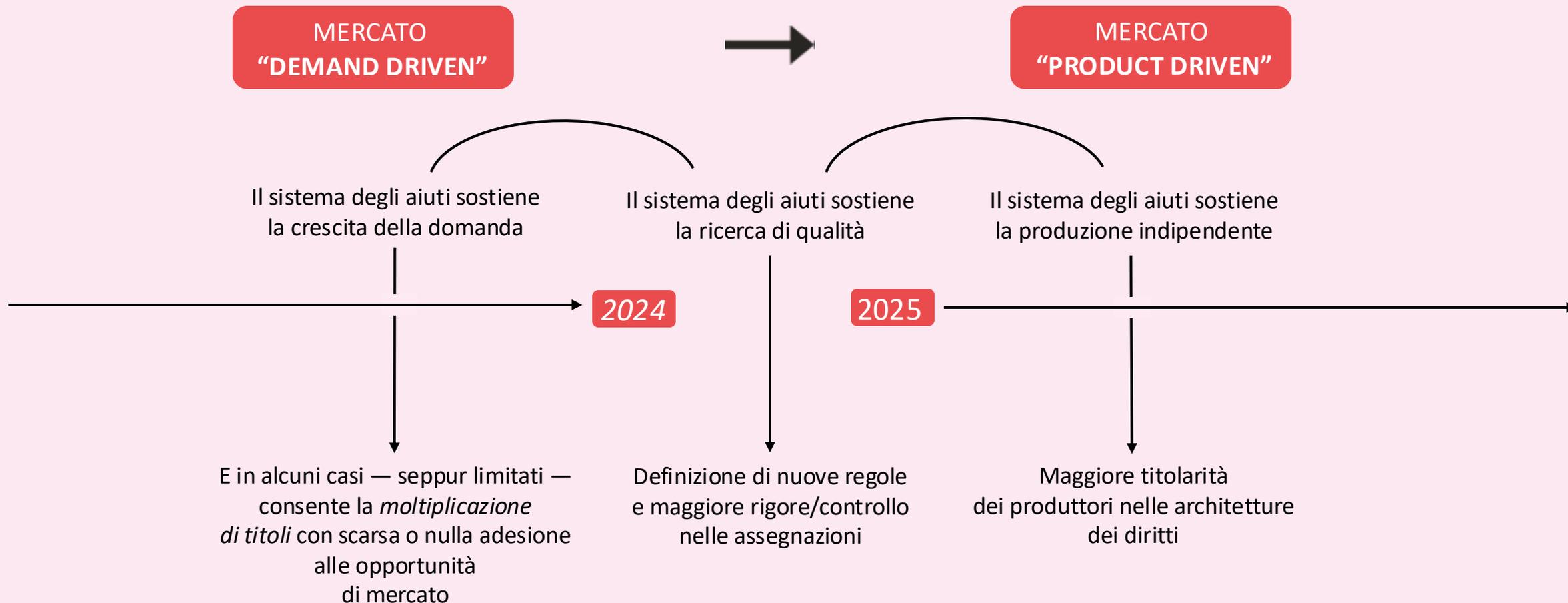
UNA NUOVA FASE PER LA PRODUZIONE DI TITOLI «ITALIAN ORIGINAL»

* 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.

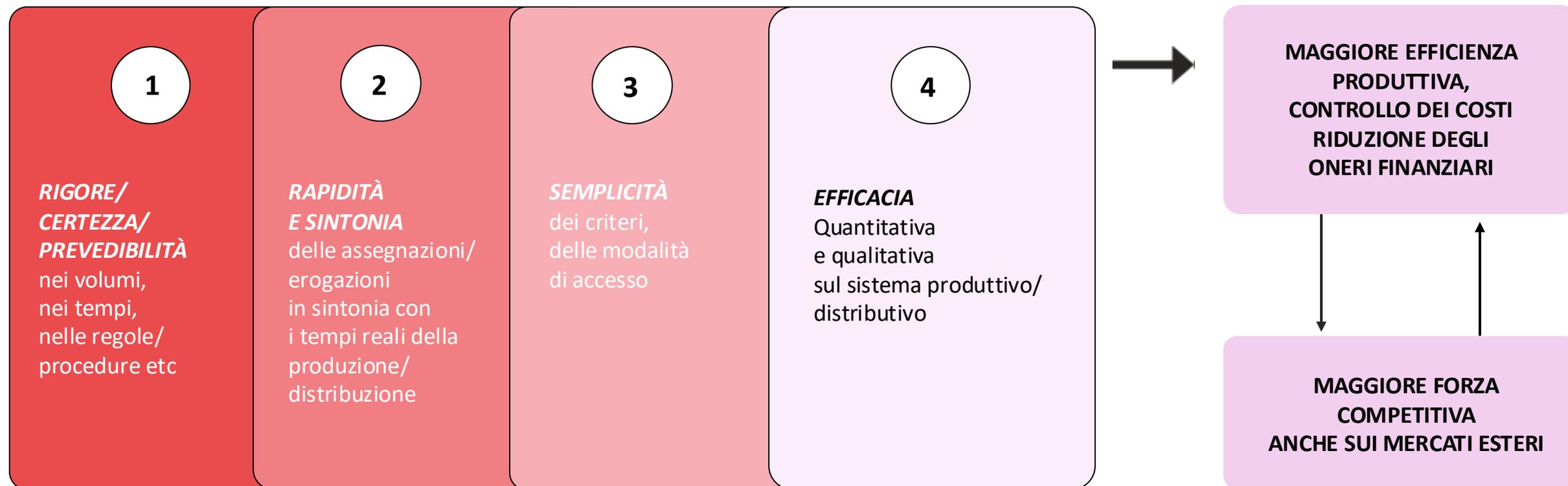


IL SISTEMA DEGLI AIUTI SOSTIENE IL PASSAGGIO ALLA NUOVA FASE DI MERCATO



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:

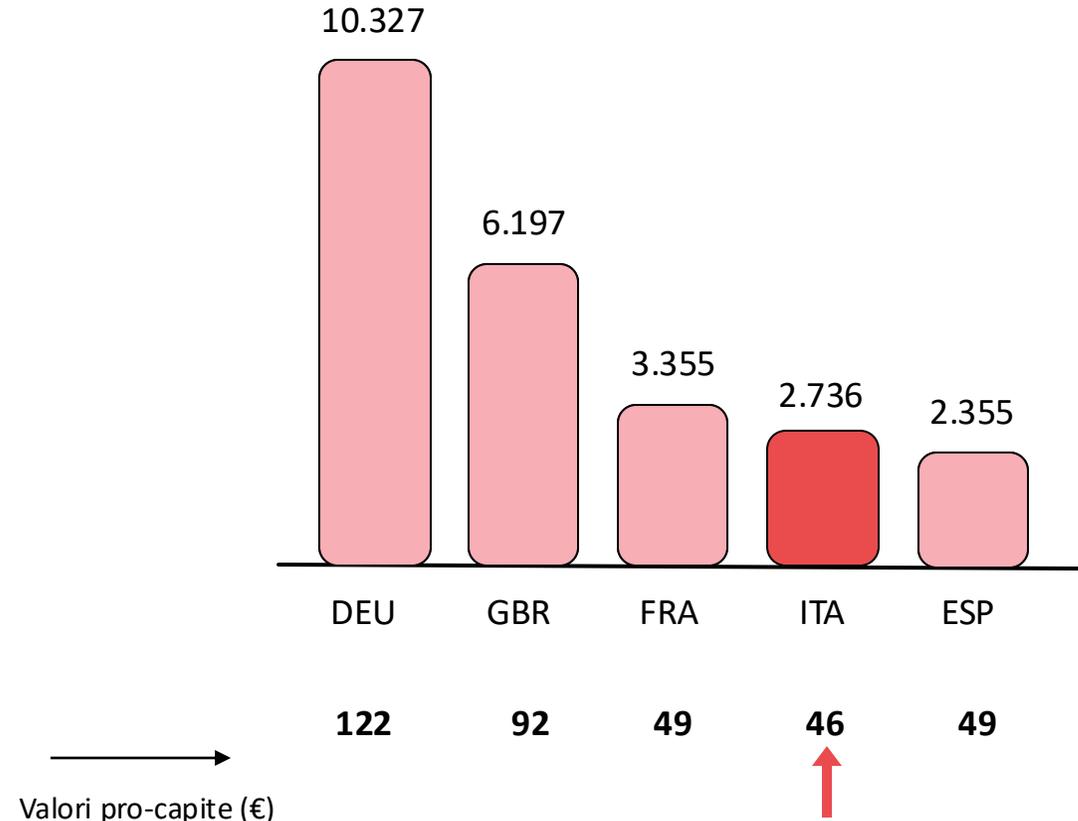


IL RUOLO DELL'OPERATORE PUBBLICO: PILASTRO DELLA PRODUZIONE NAZIONALE

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).

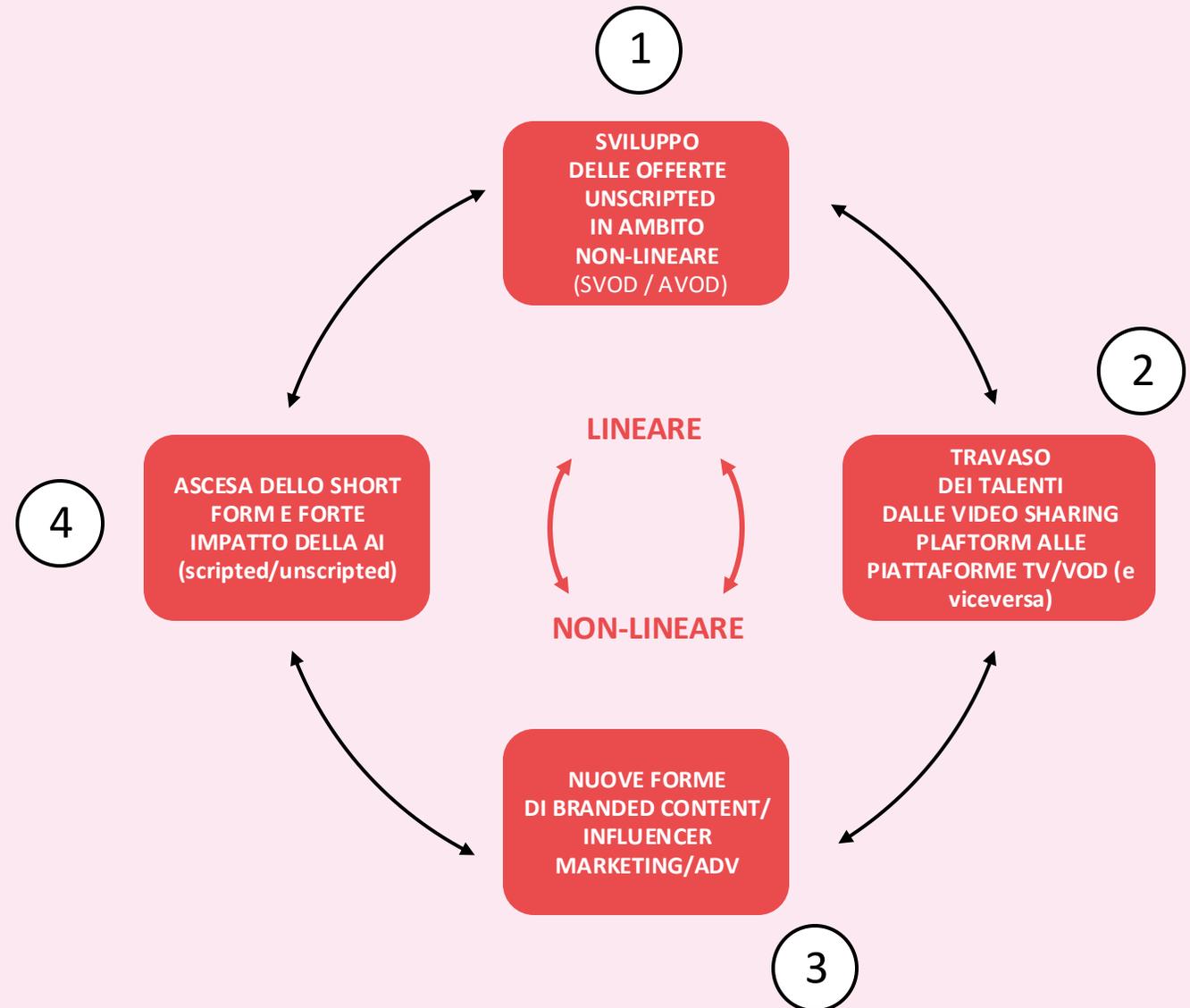
- * Oltre a caratterizzarsi per un canone radio-TV estremamente contenuto (fra i più bassi d'Europa), l'Italia segna un ulteriore primato: la *trattenuta dello Stato sul gettito lordo del canone* (esborso degli utenti per la tassa di scopo) risulta essere la più alta in Europa.
- * In segmenti d'offerta 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.

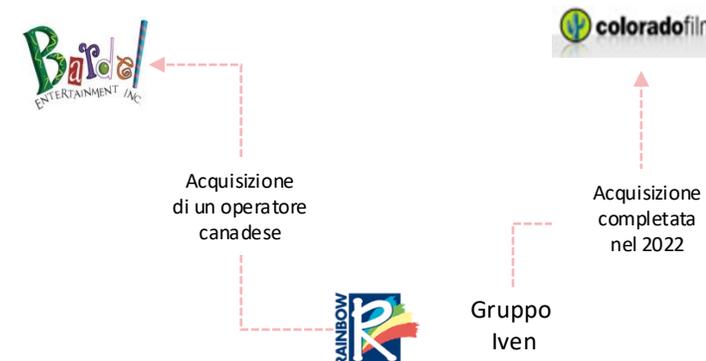
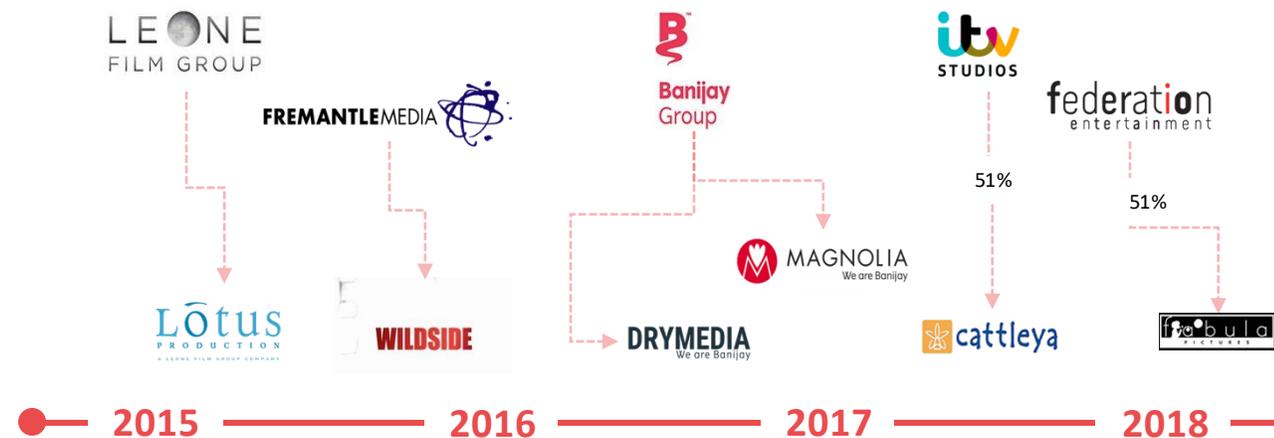
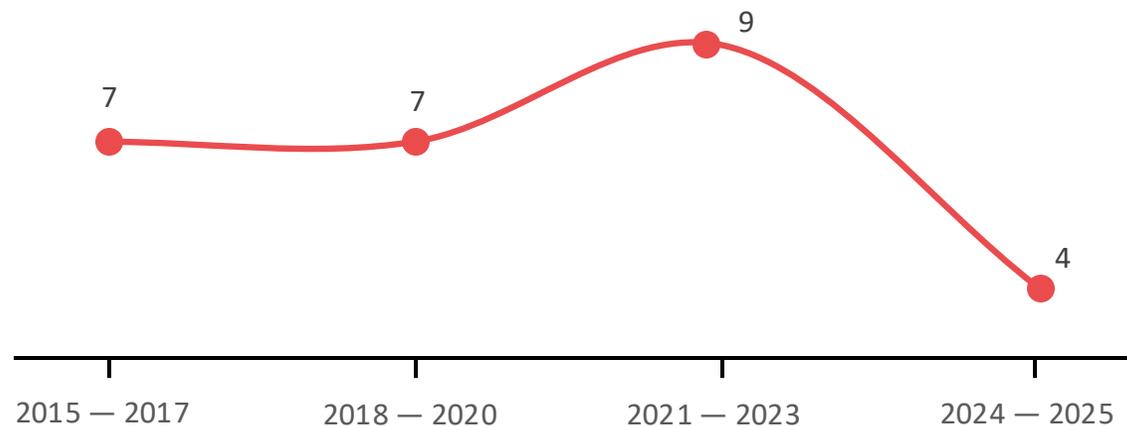


FUSIONI, ACQUISIZIONI E AGGREGAZIONI NEL SETTORE DELLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA

* 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 →

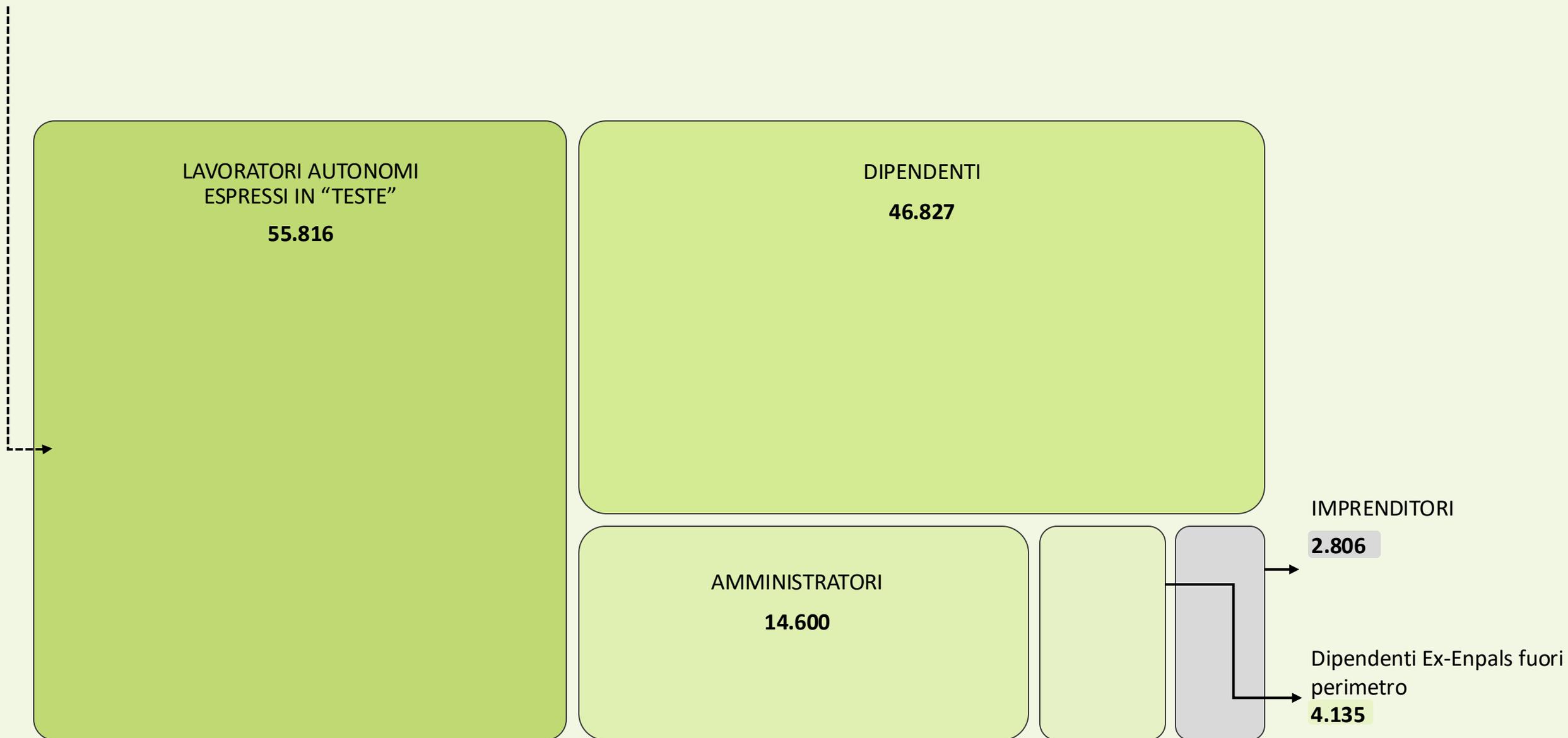
LE ATTIVITÀ AUDIOVISIVE 2024

*

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)

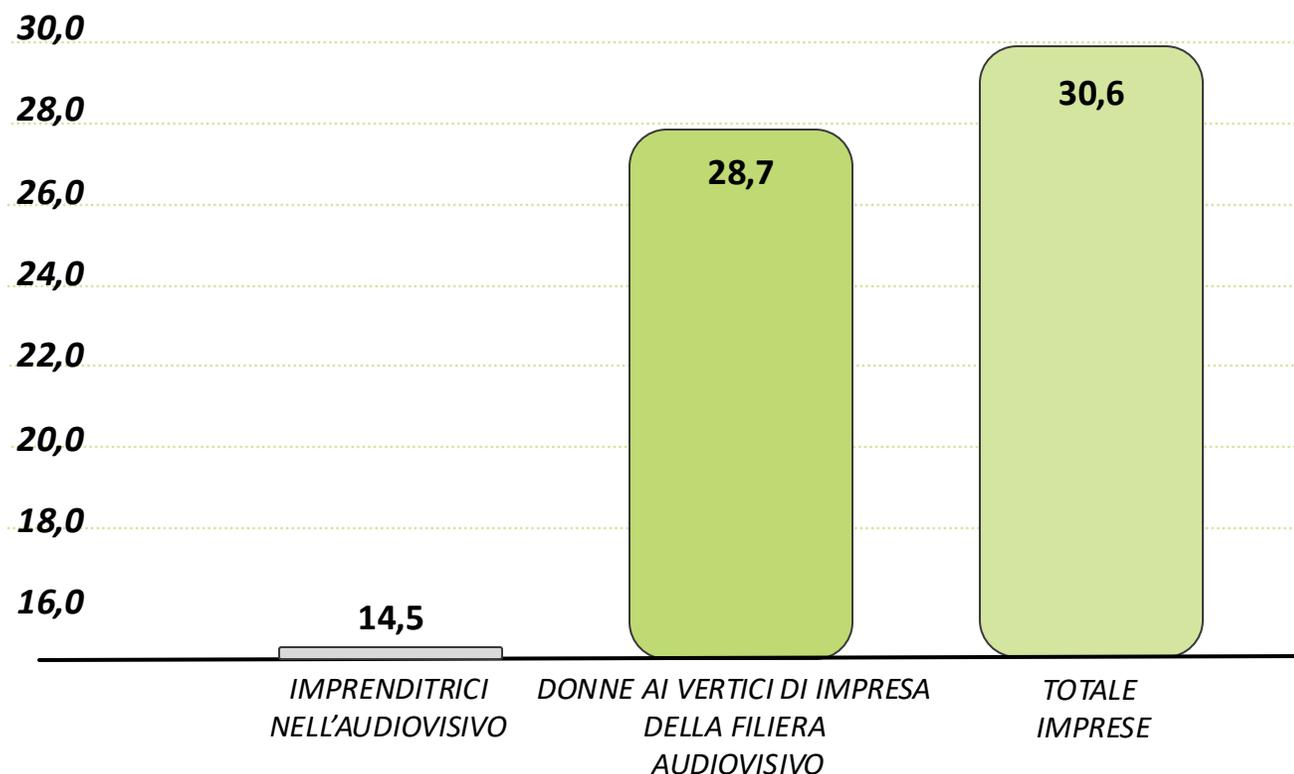


FIGURE DI VERTICE E PROPRIETÀ DEL CORE AUDIOVISIVO PER COMPARTI PRODUTTIVI

ANNO 2024 (valori assoluti e percentuali)

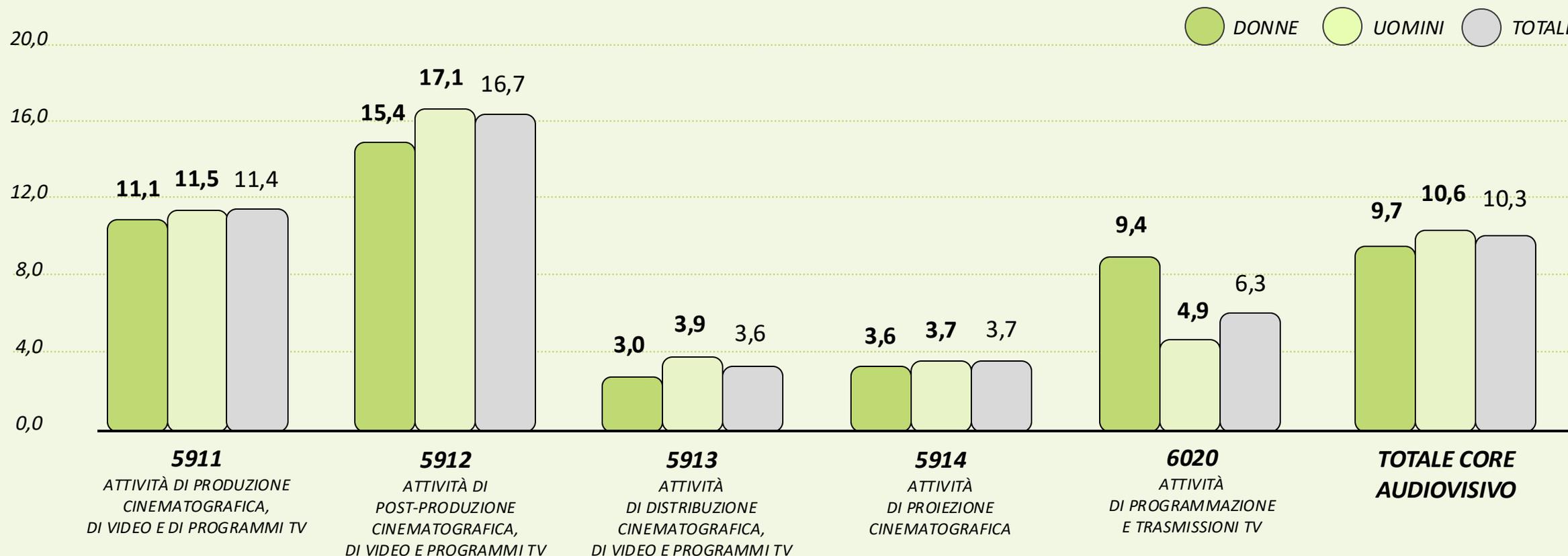
* Nel nostro segmento **la quota di donne è pari solo al 26,7%**.
Per i titolari d'impresa il valore scende al 13,8%,
il minimo all'interno della filiera.

SETTORI		VALORI ASSOLUTI			COMPOSIZIONE %		
		DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
5911	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi tv	3.222	8.829	12.051	26,7	73,3	100,0
5912	Attività di post-produzione cinematografica, di video e di programmi tv	293	847	1.140	25,0	74,3	100,0
5913	Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi tv	164	333	497	33,0	67,0	100,0
5914	Attività di proiezione cinematografica	812	1.256	2.068	39,3	60,7	100,0
6020	Attività programmazione e trasmissione tv	256	556	812	31,5	68,5	100,0
TOTALE CORE AUDIOVISIVO		4.747	11.821	16.568	28,7	71,3	100,0
TOTALE IMPRESE		2.533.159	5.748.775	8.281934	30,6	69,4	100,0

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

ANNO 2024 (valori percentuali)

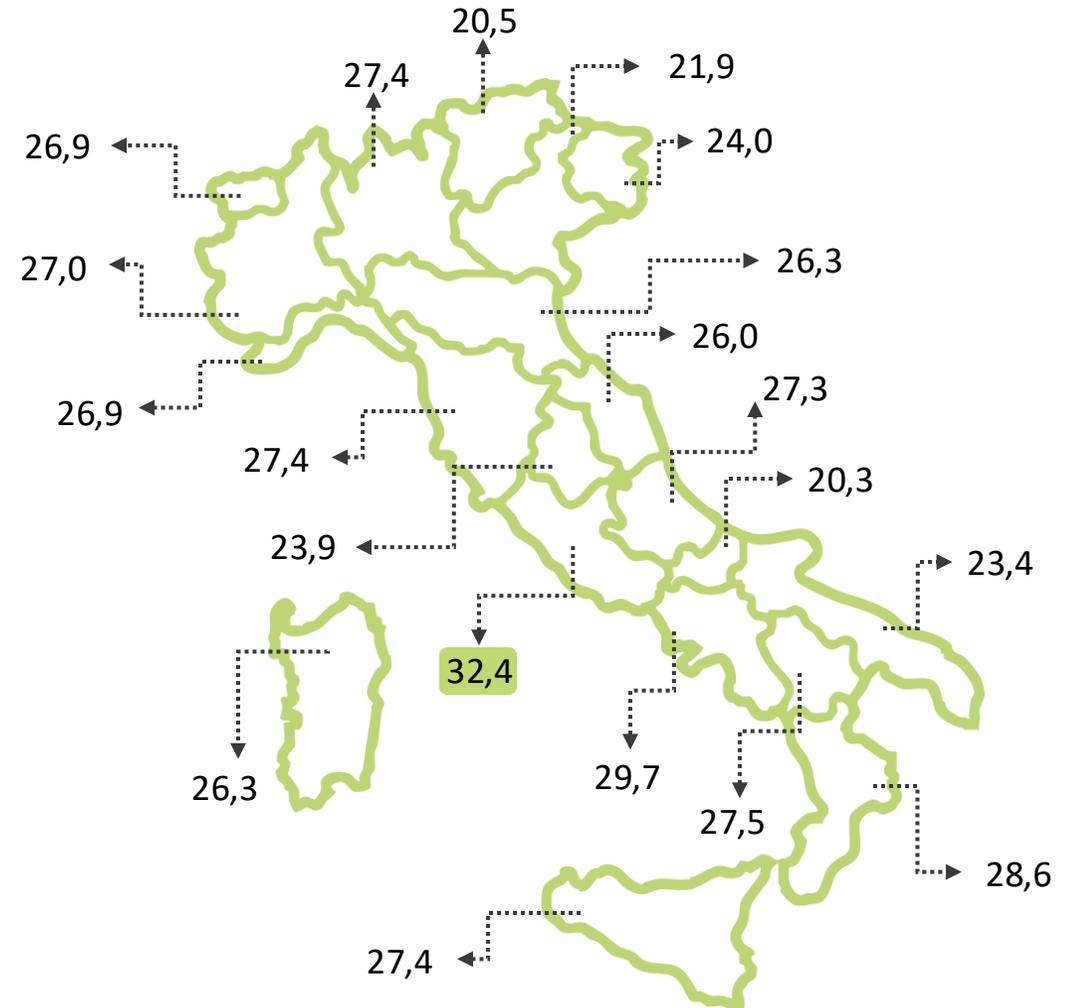
- * Nel 2024 la *quota di imprenditrici under 35* nel core audiovisivo si attesta al 9,7%, in lieve calo rispetto al 9,9% del 2023. Il dato resta comunque vicino a quello riferito agli imprenditori uomini under 35 (10,6%) e a quello medio complessivo del settore (10,3%), segnalando una tenuta complessiva 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%.

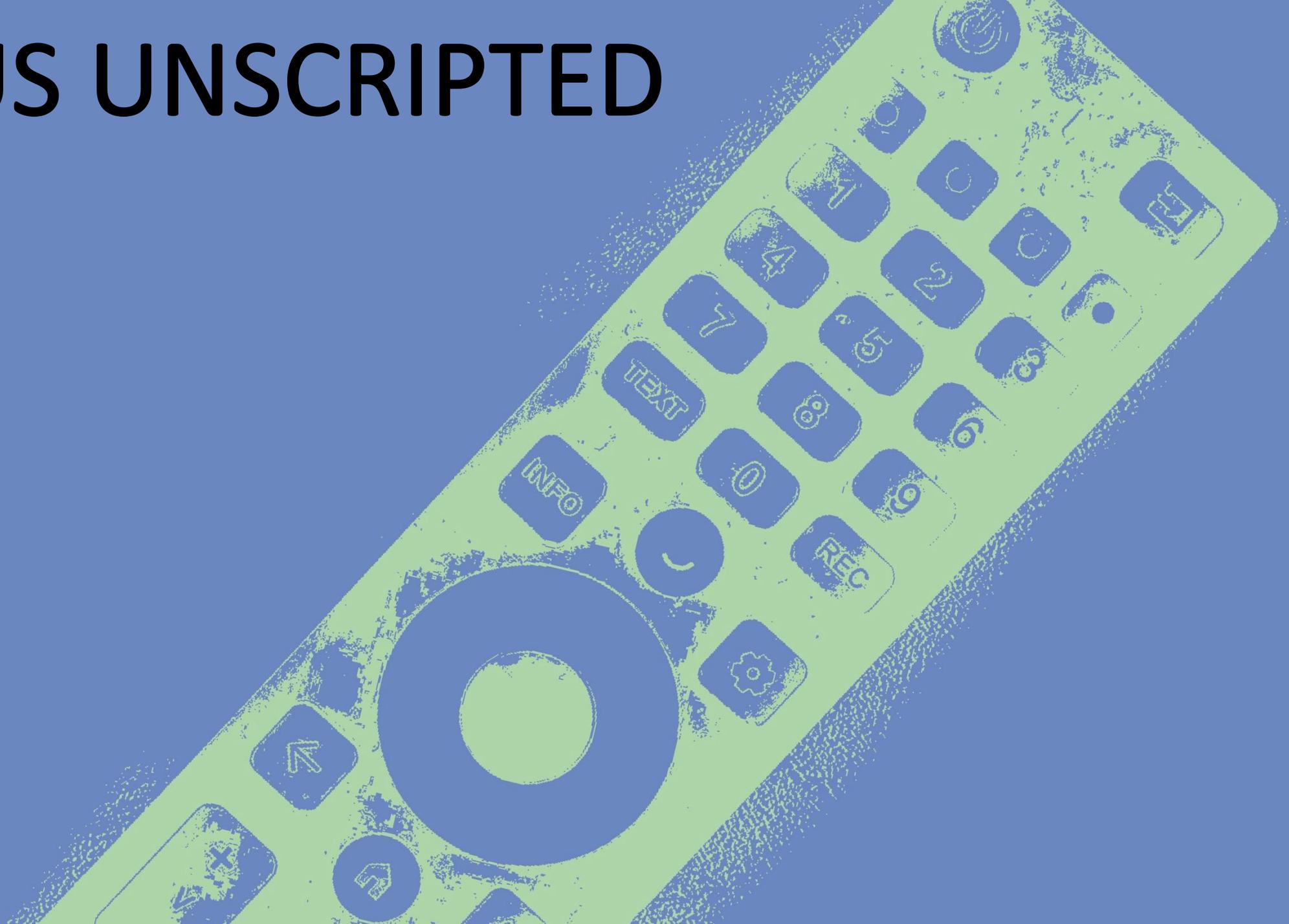


ANALISI DELLA STAGIONE * 2024 — 2025

1 settembre 2024 — 31 maggio 2025

Ce.R.T.A per APA

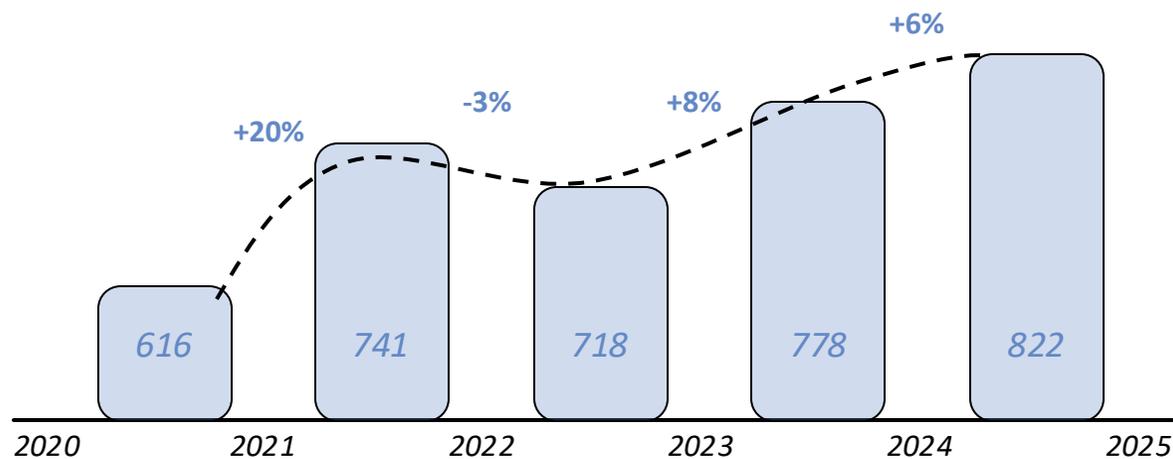
FOCUS UNSCRIPTED



* Crescita nelle reti grazie al portato della produzione indipendente

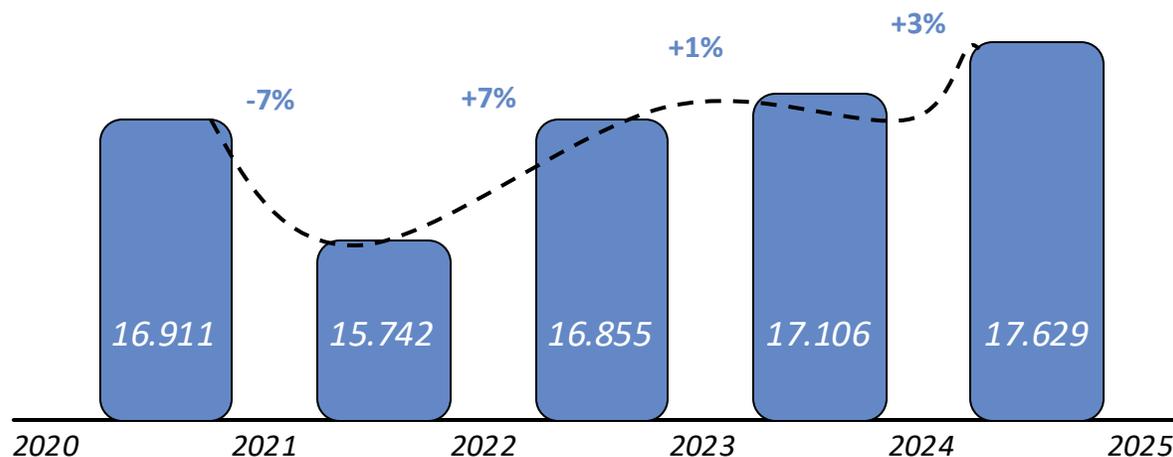
RETI Trend titoli nel quinquennio:

+33%



RETI Trend ore nel quinquennio:

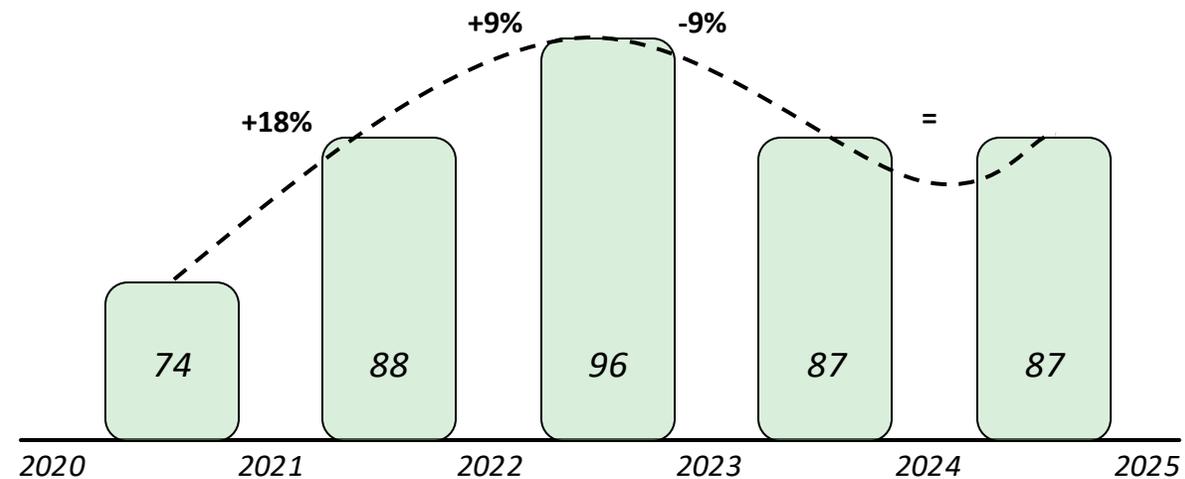
+4%



* Ore di intrattenimento OTT in calo

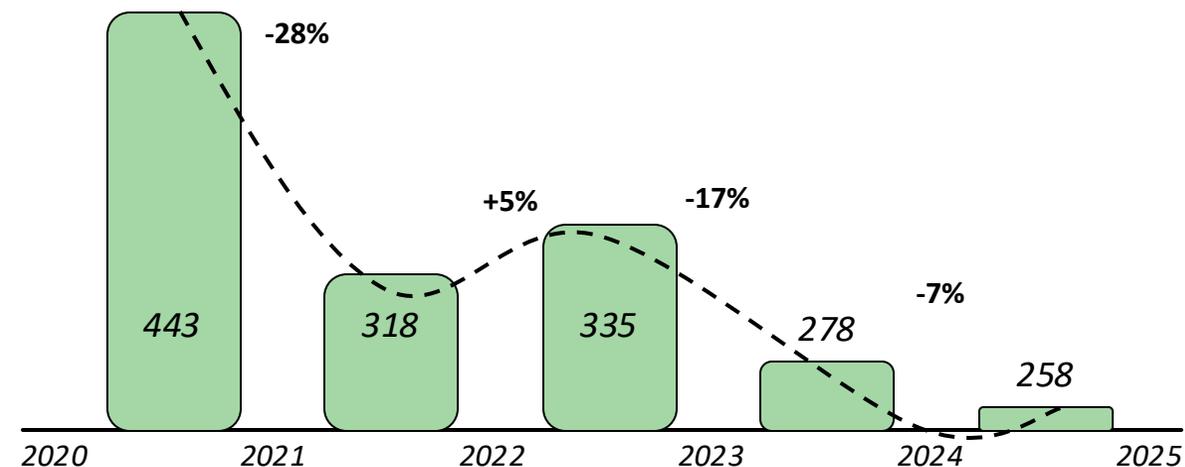
OTT Trend titoli nel quinquennio:

+18%



OTT Trend ore nel quinquennio:

-42%



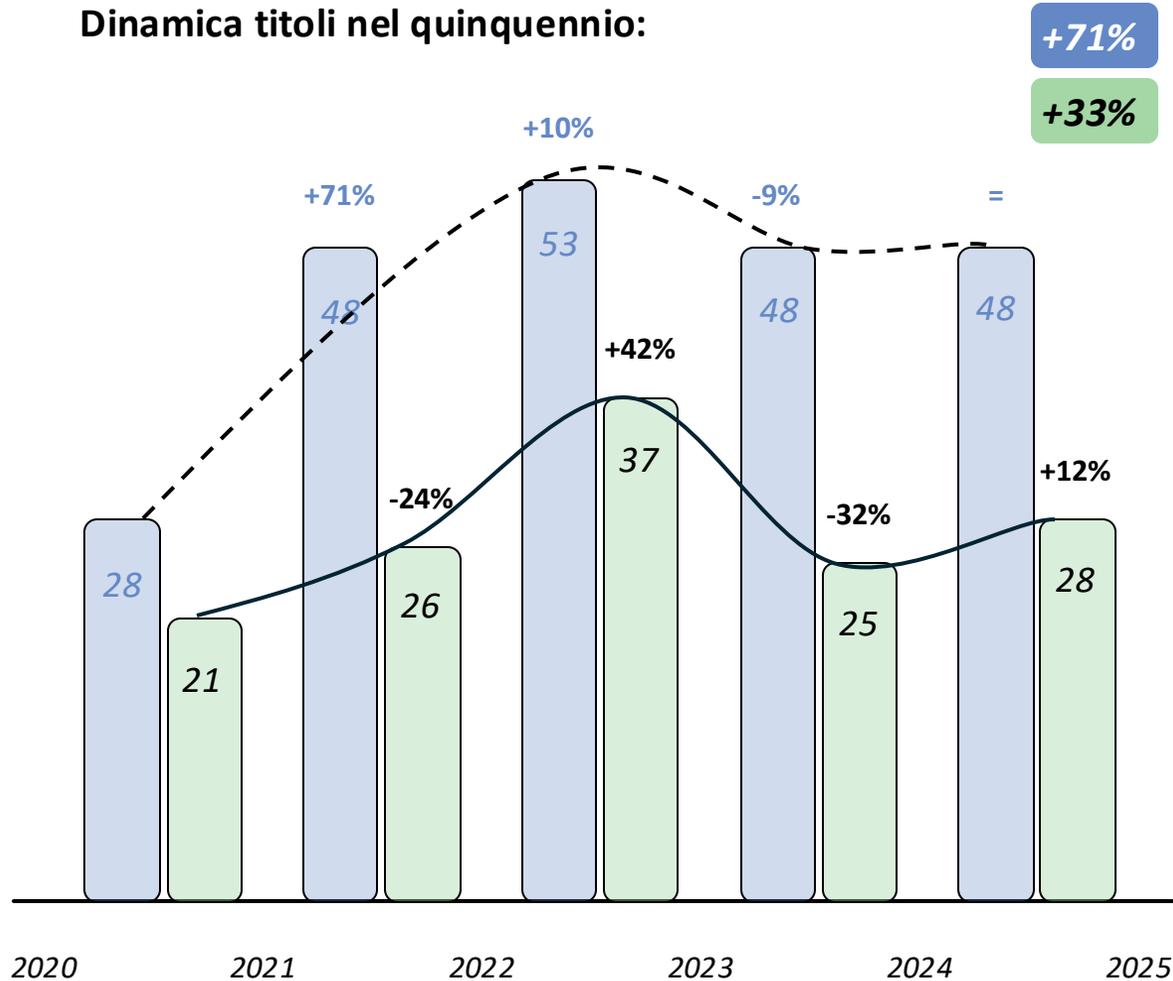
BVOD

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

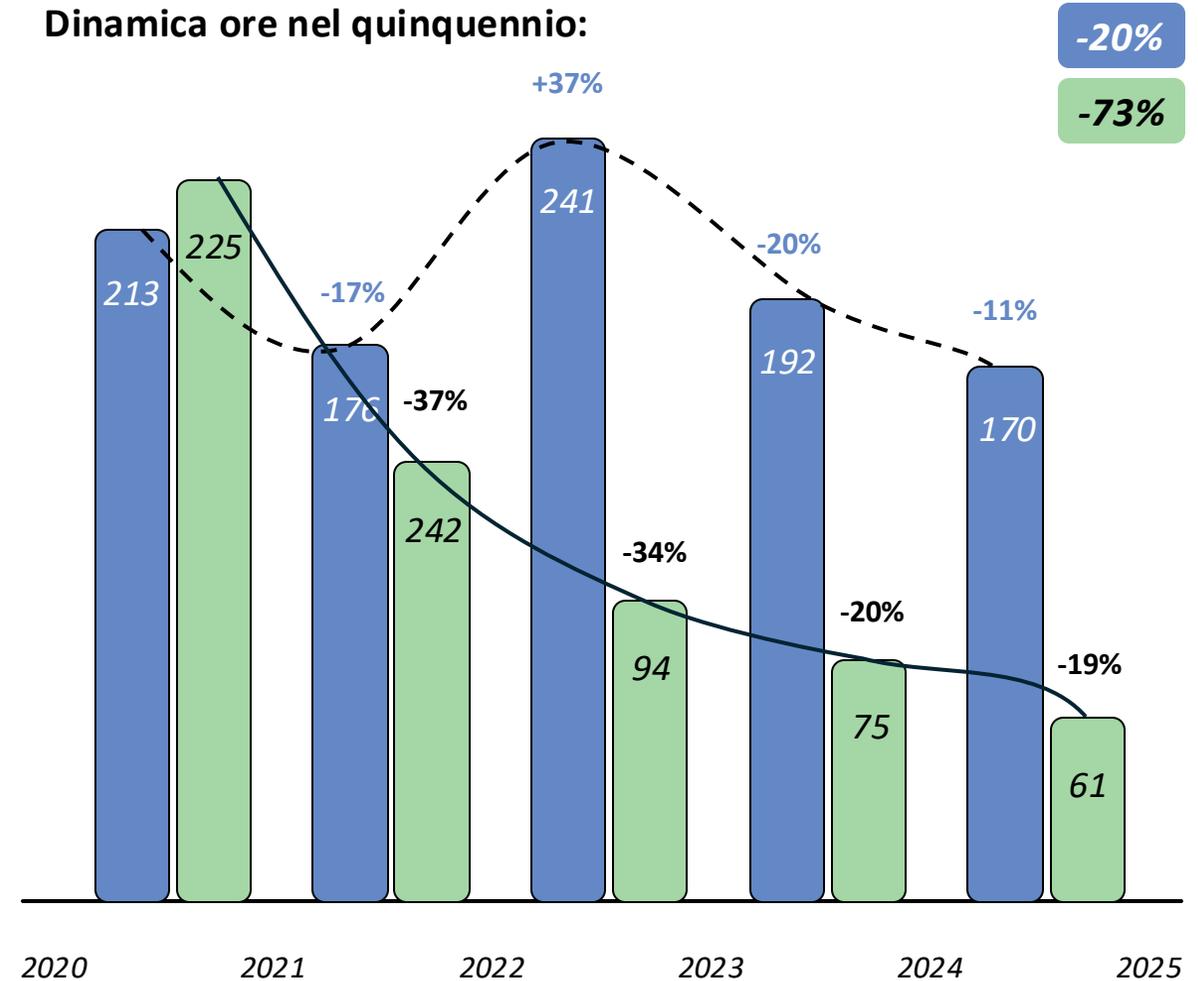
SVOD

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

Dinamica titoli nel quinquennio:

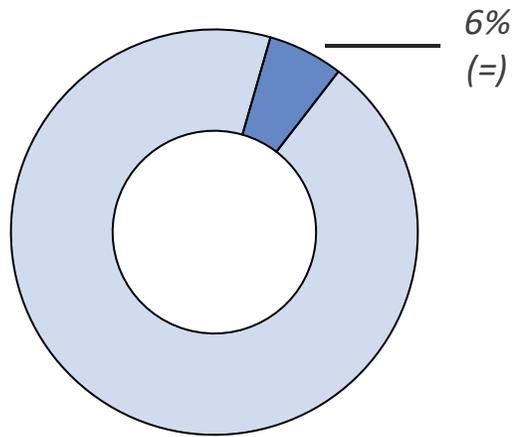


Dinamica ore nel quinquennio:

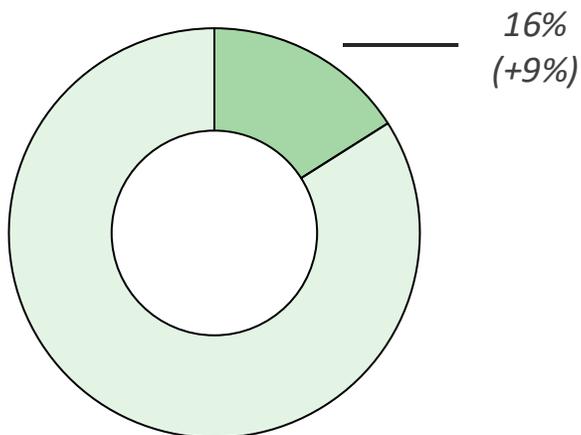


FORMAT INTERNAZIONALI: STABILITÀ NEI TITOLI, IN CRESCITA LE ORE

Titoli

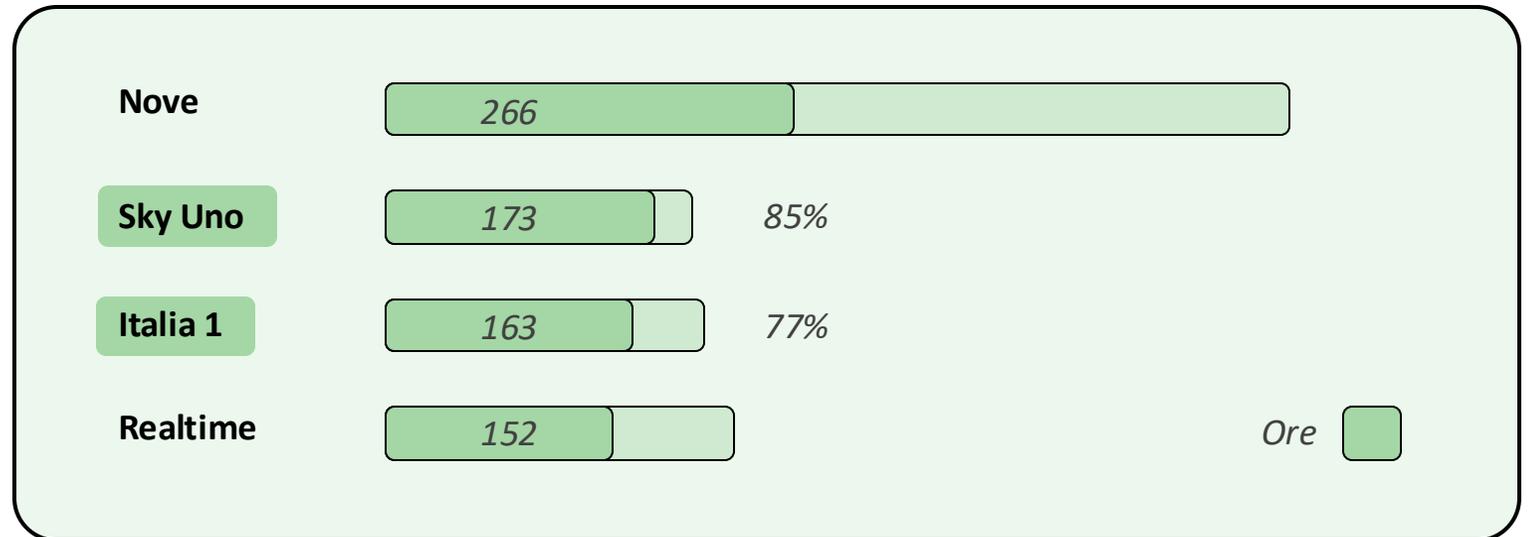


Ore rispetto alla produzione
originale unscripted



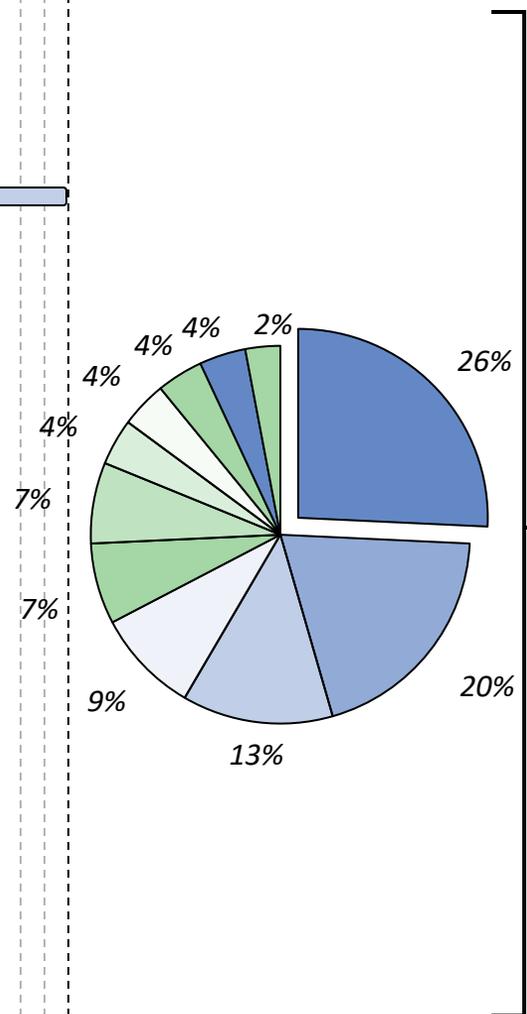
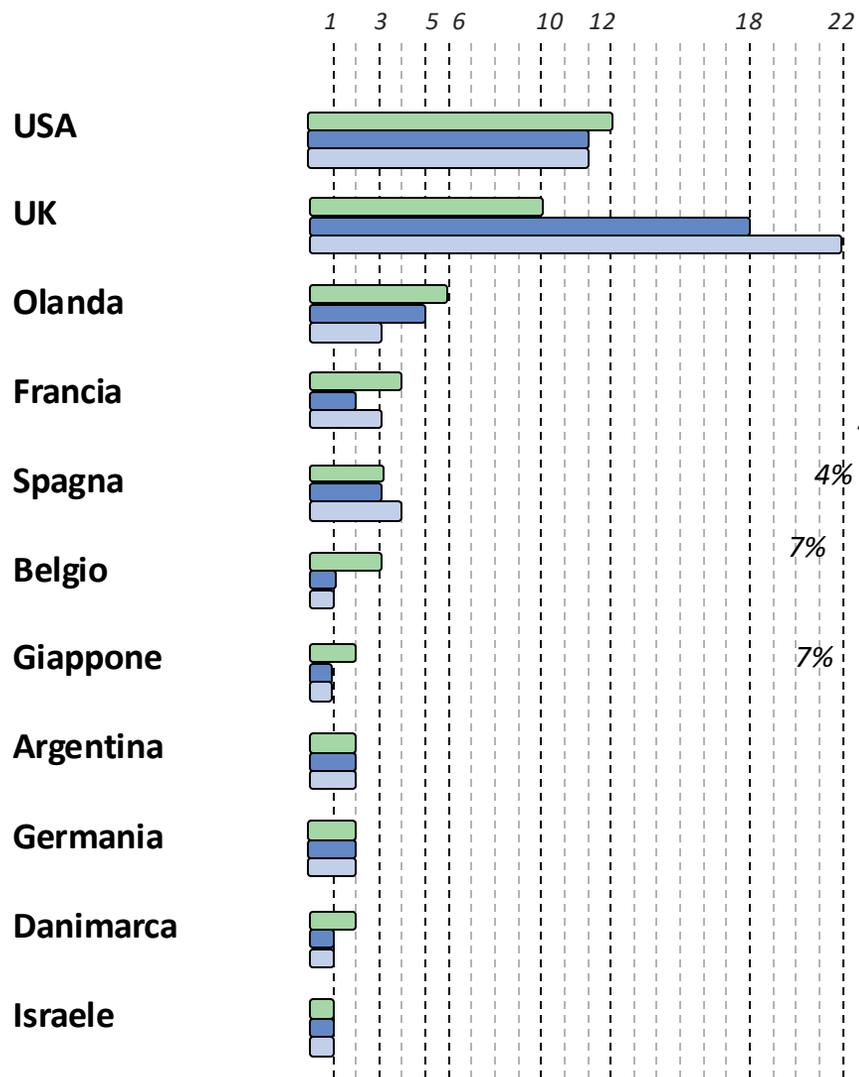
Sky Uno e Italia1:

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



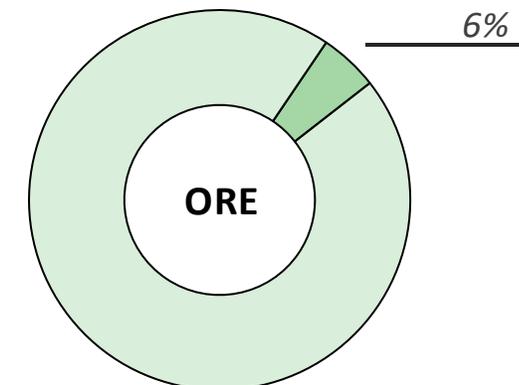
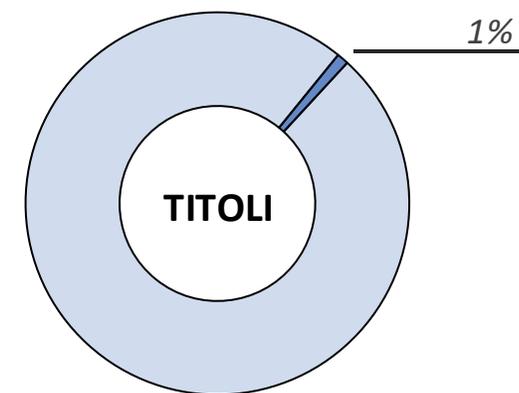
FORMAT INTERNAZIONALI:

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



Format anglosassoni scendono sotto la metà

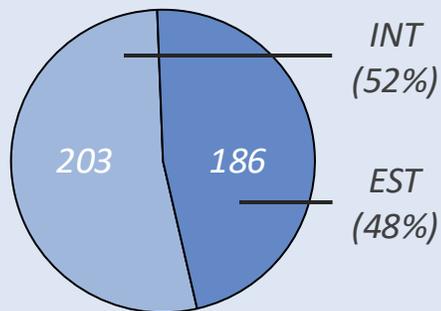
Format italiani sempre residuali



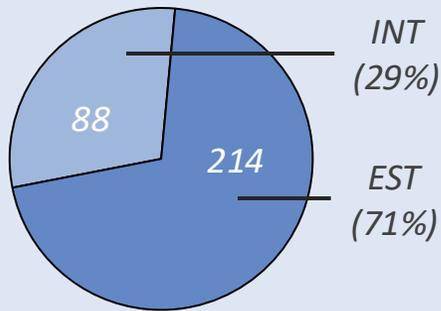
RETI

Generaliste

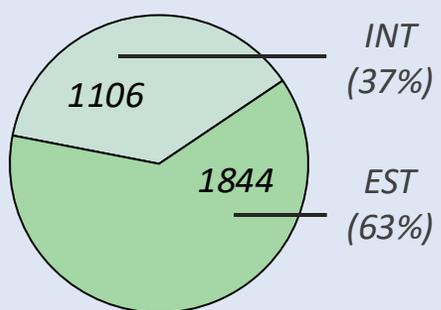
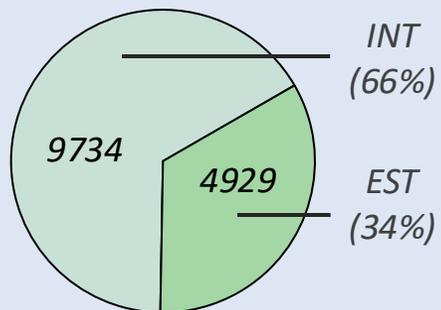
Titoli



Multichannel



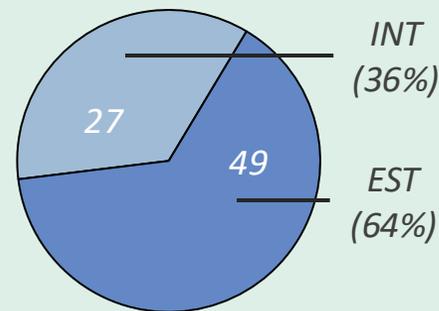
Ore



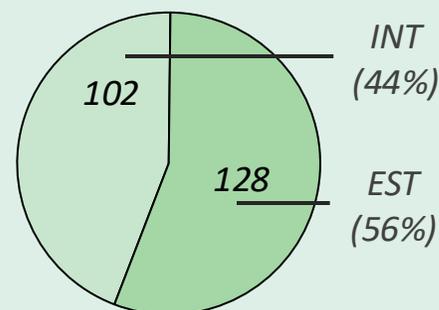
Stagione 2023 — 2024 / Totale reti
TITOLI: 43% — 57% / ORE: 63% — 37%

OTT

Titoli



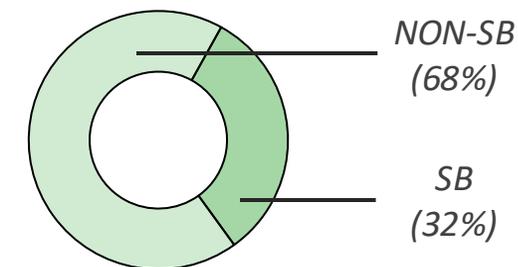
Ore



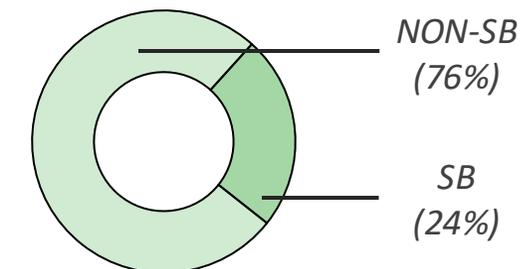
St. 2023 — 2024 / OTT
TITOLI: 35% — 65%
ORE: 31% — 69%

Studio-based VS Non Studio-based

Produzione totale

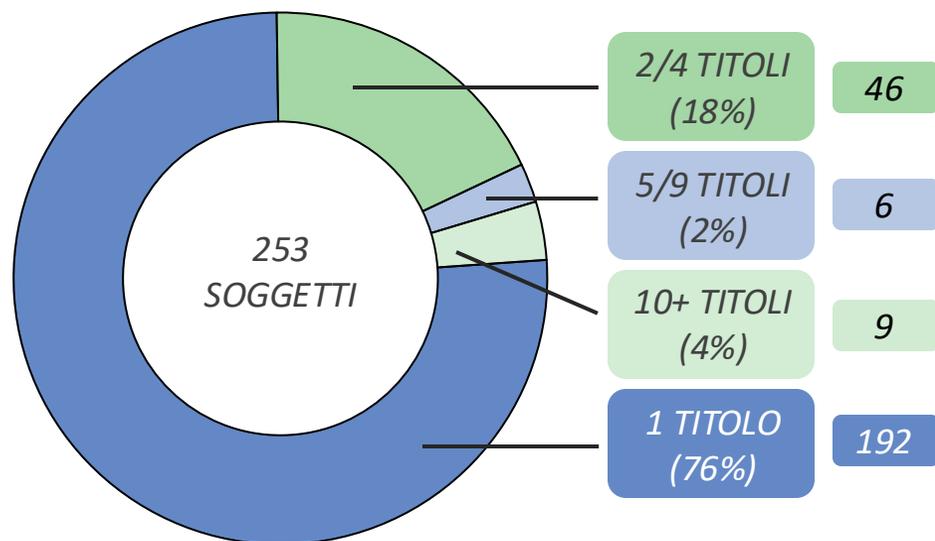


Solo produzione indipendente

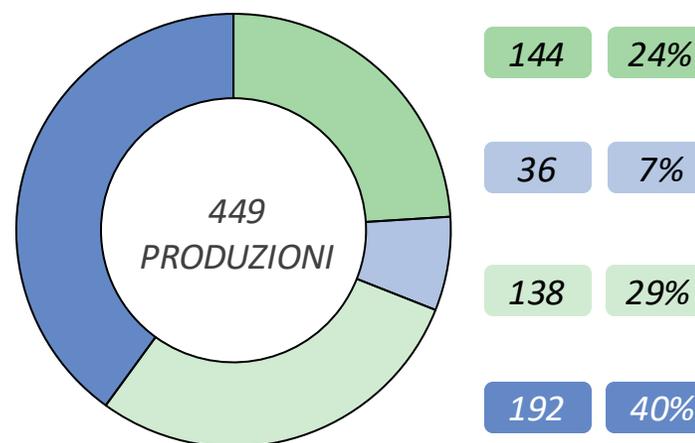


FOCUS SULLA PRODUZIONE INDIPENDENTE: FRAMMENTAZIONE E ITALIANITÀ

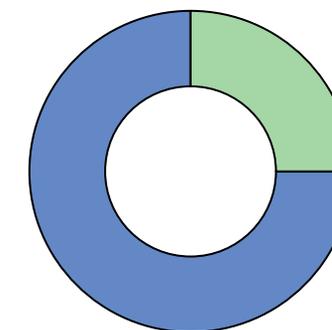
Su 253 soggetti produttivi «censiti»,
3 su 4 producono un solo titolo



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%)

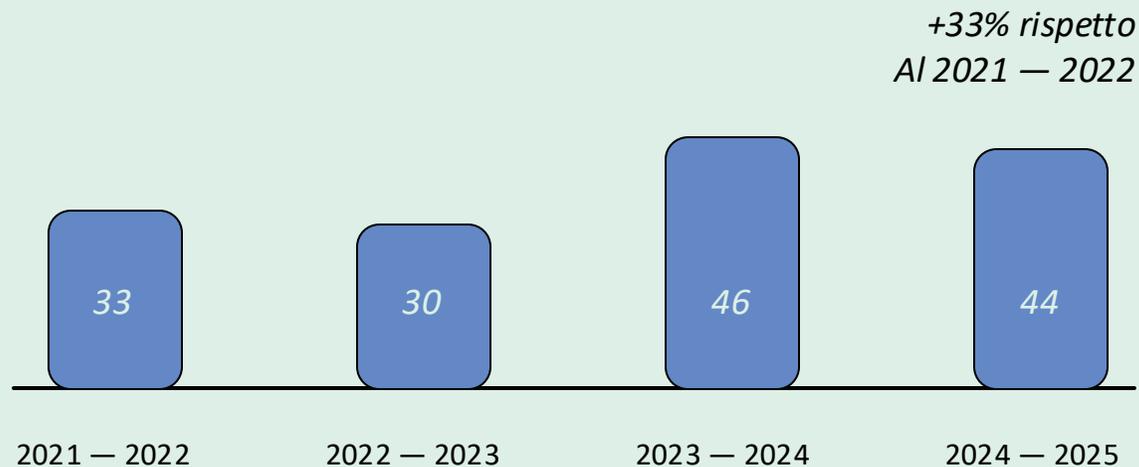
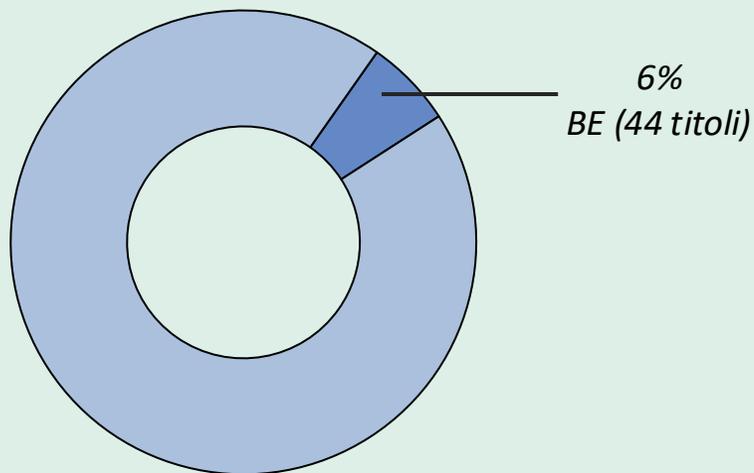
Adattam.
da FORMAT
(26%)

* 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

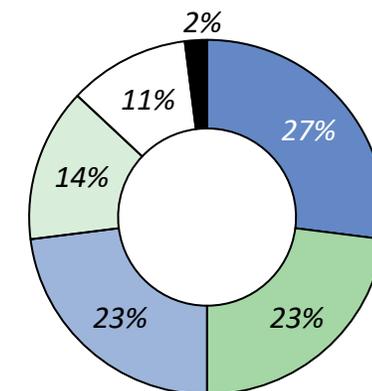
— IN INCREMENTO RISPETTO A TRE STAGIONI FA

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



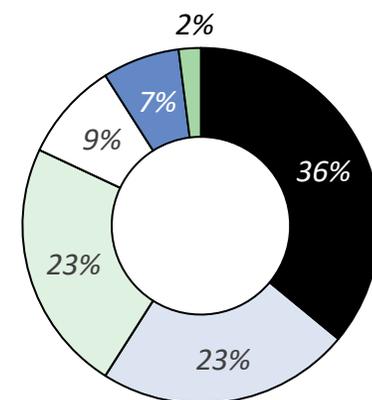
Gruppi editoriali

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



Generi

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



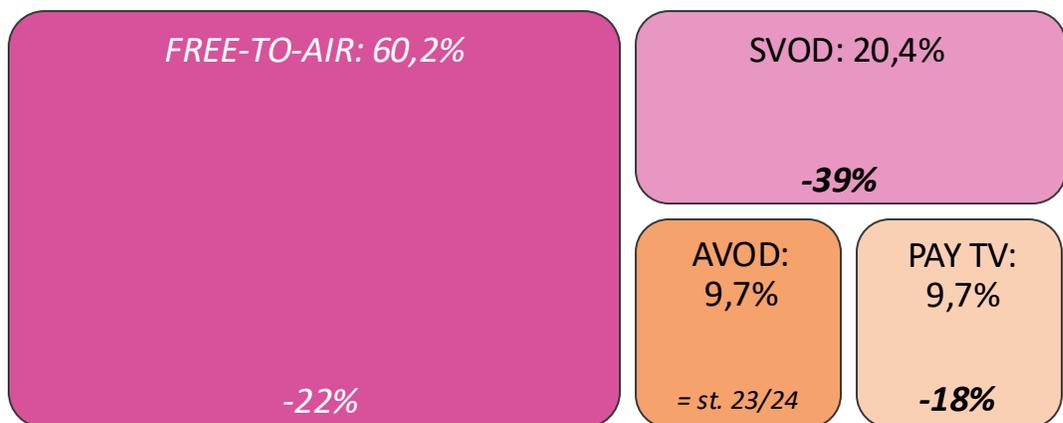
FOCUS SCRIPTED



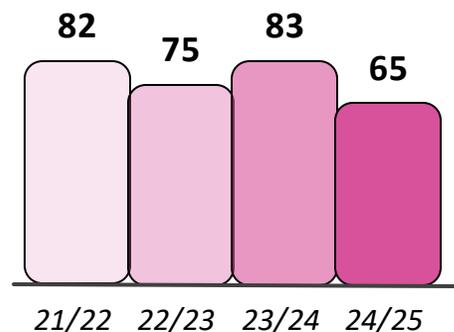
IN CALO LA PROGRAMMAZIONE DI CONTENUTI ORIGINALI SCRIPTED ITALIANI

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

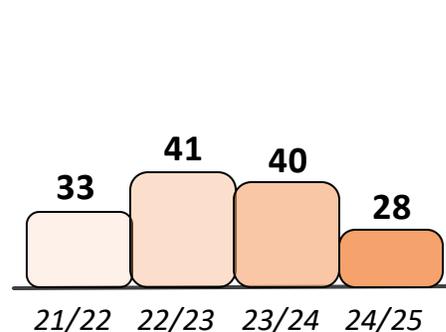
TITOLI: 93
 (-24% VS st.23/24)



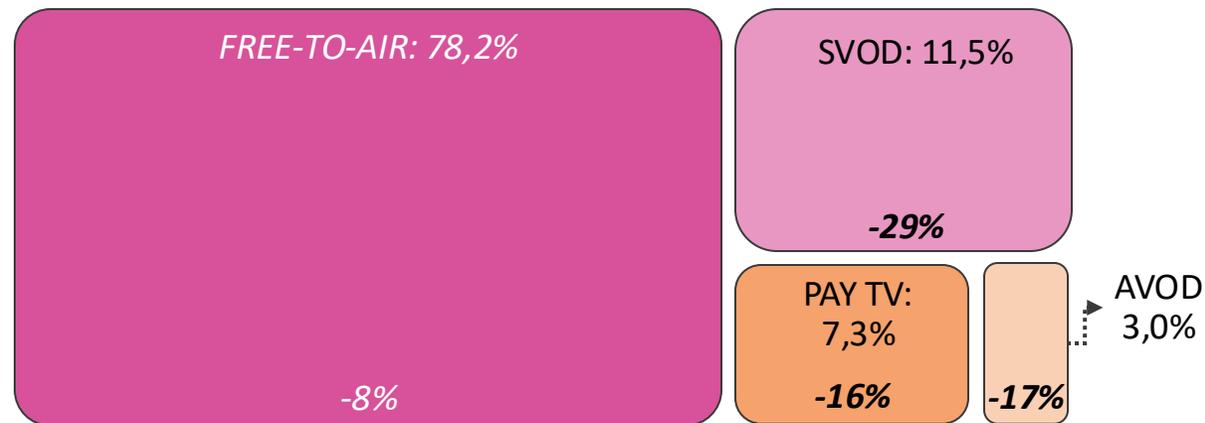
TITOLI RETI: 65 (-22%)



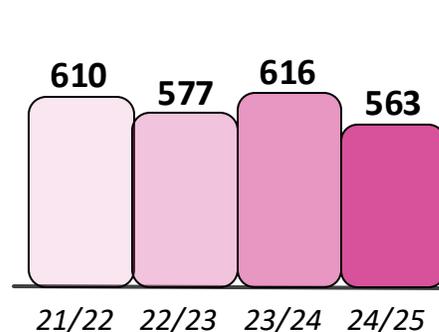
TITOLI OTT: 28 (-30%)



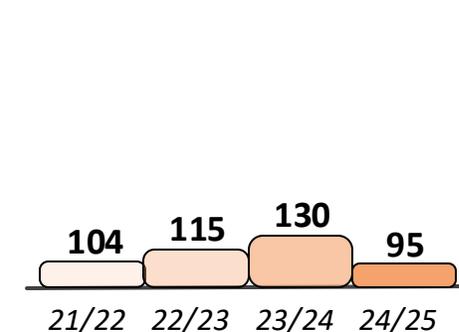
ORE: 658
 (-12% VS st.23/24)



ORE RETI: 563 (-9%)



ORE OTT: 95 (-27%)



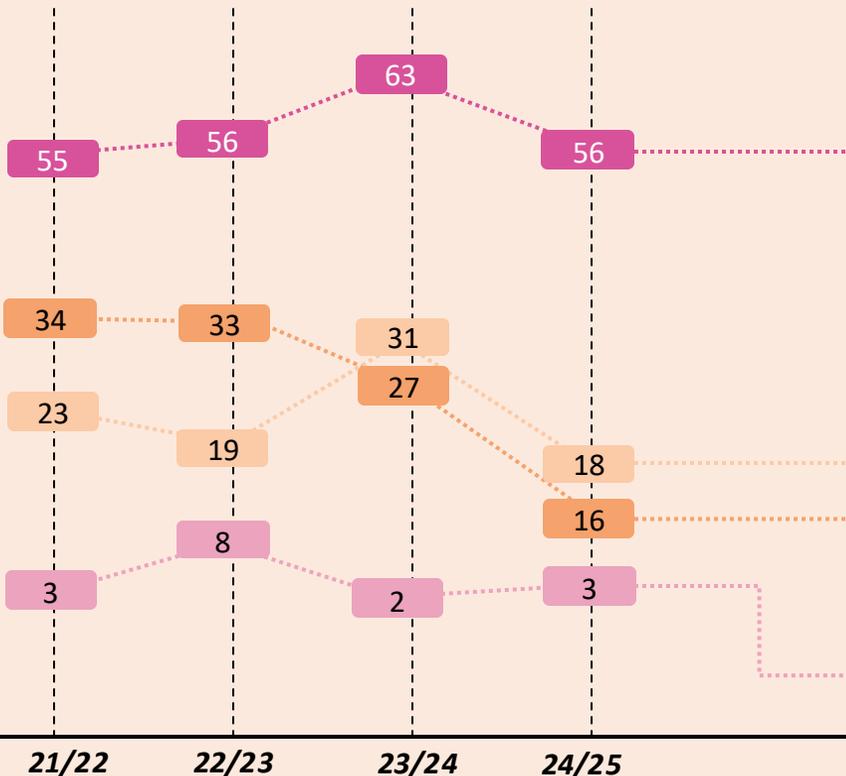
LA STABILIZZAZIONE DELL'EMESSO DOPO

LE STAGIONI DI «PICCO»

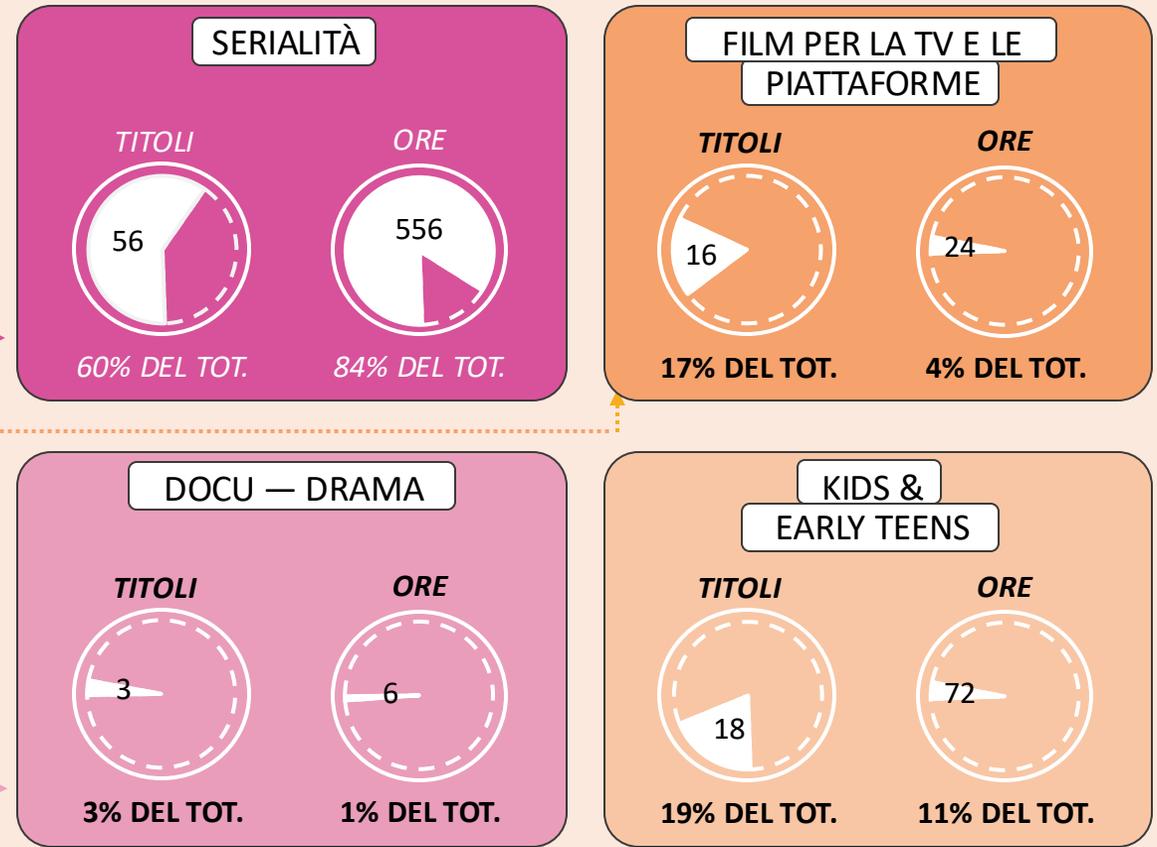
Sia gli editori lineari che quelli OTT puntano su meno titoli originali, rispetto alle precedenti stagioni

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.

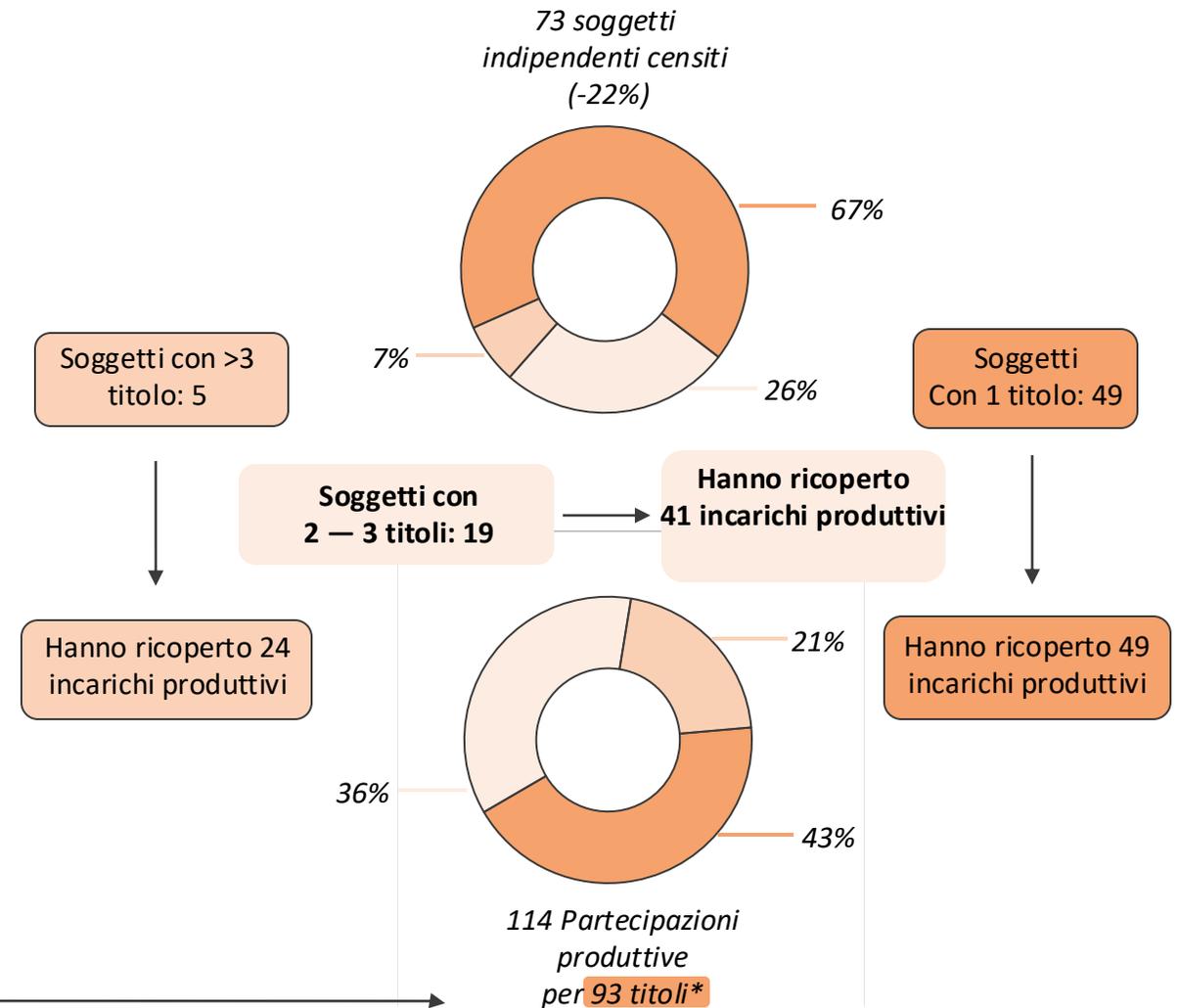


Composizione della stagione 2024 — 2025



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%).

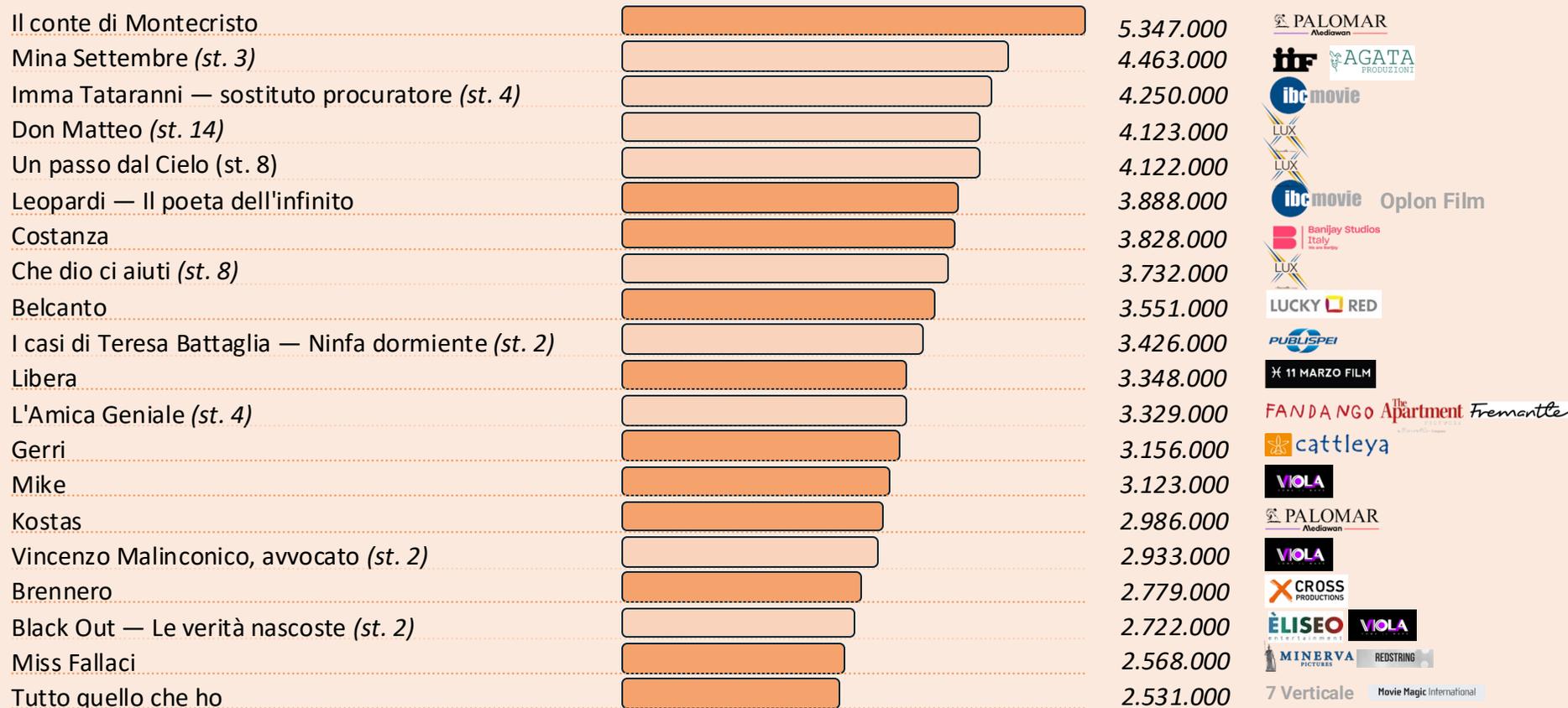


* Il numero di partecipazioni produttive non corrisponde al numero di titoli unici, poiché più soggetti possono essere associati allo stesso contenuto (coproduzioni).

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)

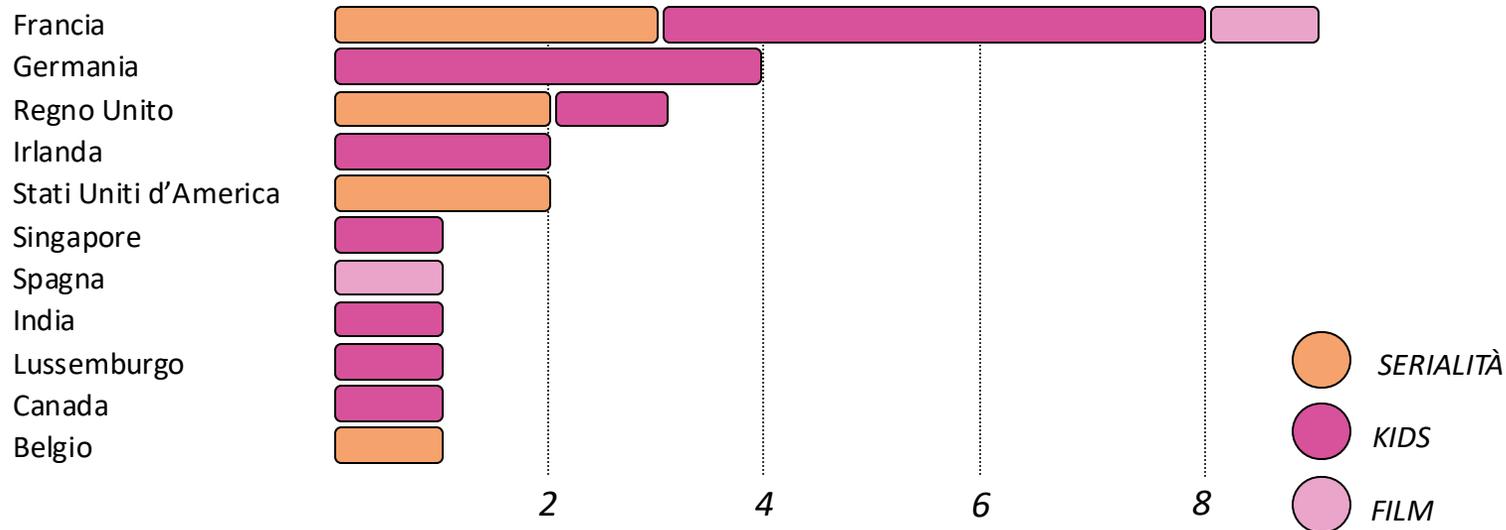
 PICOMEDIA



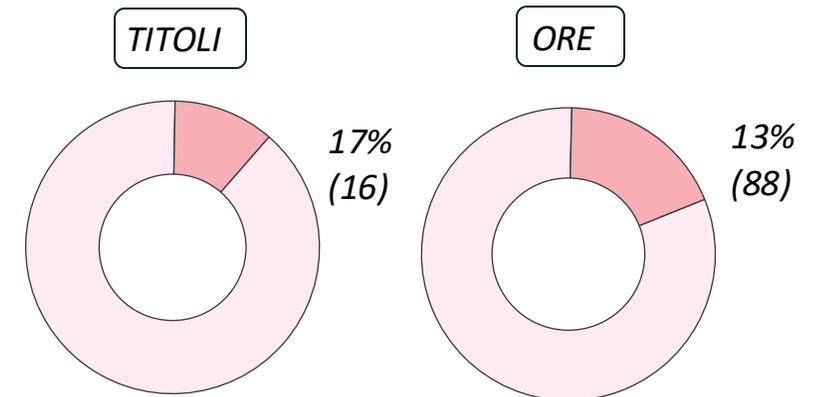
CO-PRODUZIONI INTERNAZIONALI: TRA ANIMAZIONE E PERIOD DRAMA

✳ 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.

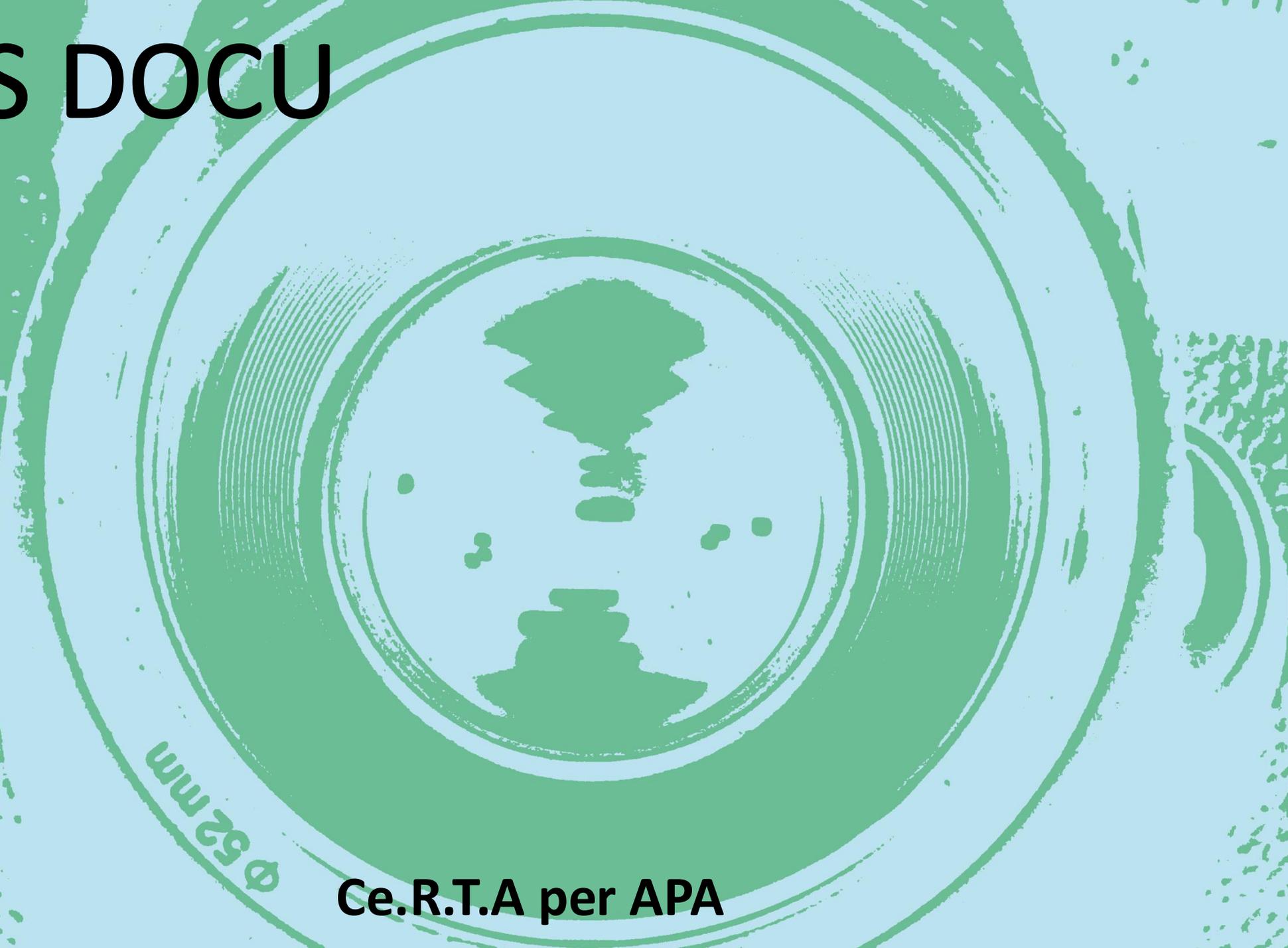
PAESI STRANIERI COINVOLTI NELLA PRODUZIONE PER NUMERO DI TITOLI



PERCENTUALE DI CO-PRODUZIONI INTERNAZIONALI SUL TOTALE SCRIPTED



FOCUS DOCU



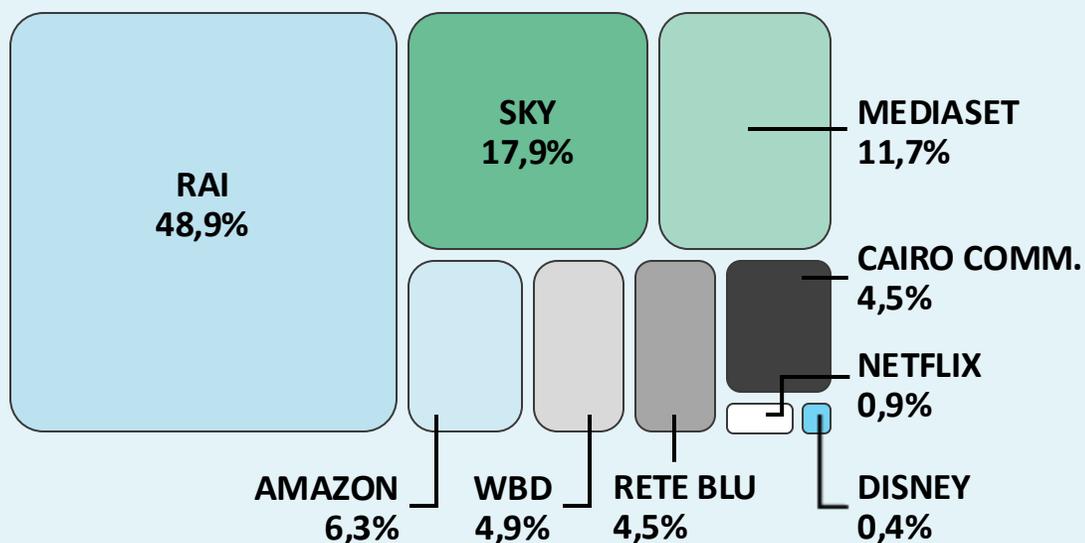
Ce.R.T.A per APA

STABILE L'OFFERTA DI DOCUMENTARI PER GLI SMAV

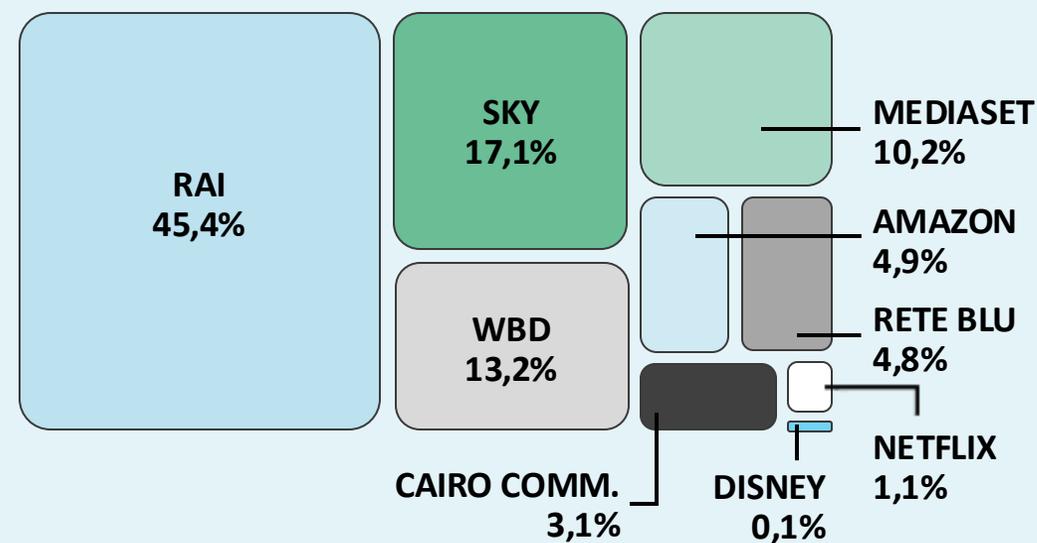
* Rispetto alla stagione 2023 — 2024: 4 titoli in più, ma le ore di programmazione rimangono quasi invariate. Si registra un calo delle reti tradizionali, mentre le OTT sono in ripresa.

* 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.

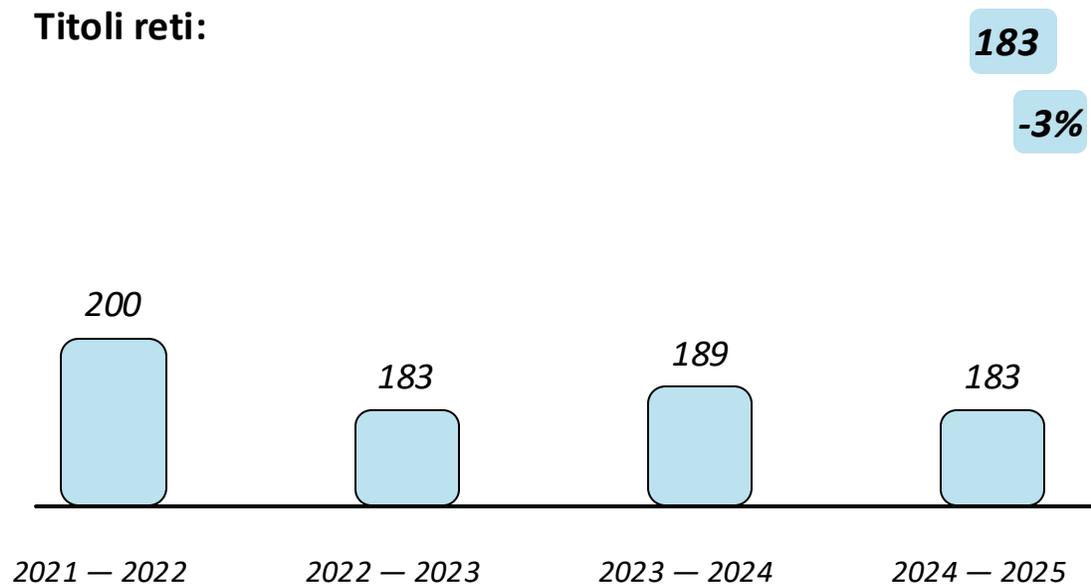
Titoli: 223 (+2% VS st. 23/24)



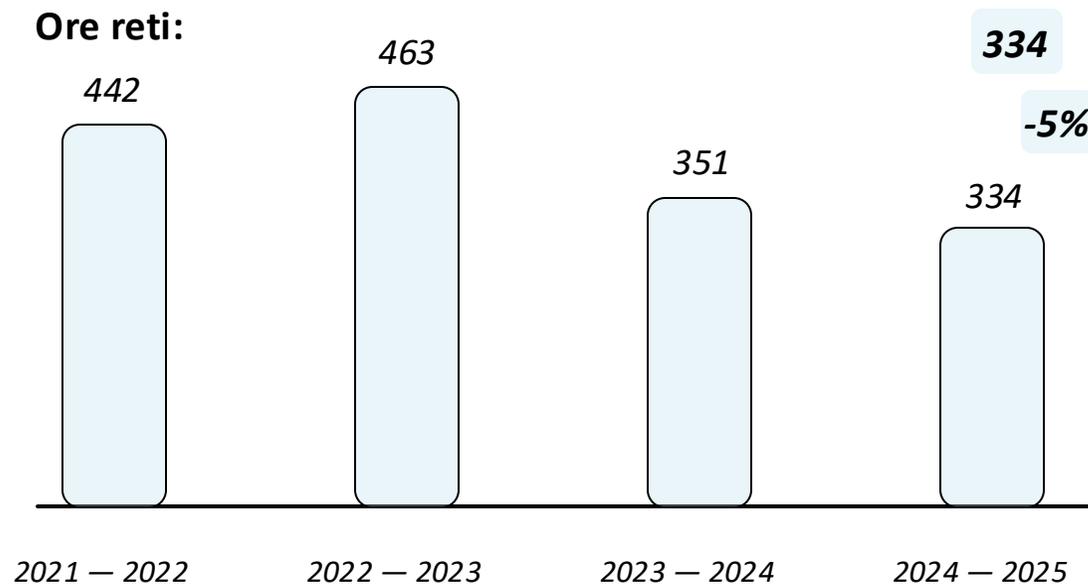
Ore: 401 (-1% VS st. 23/24)



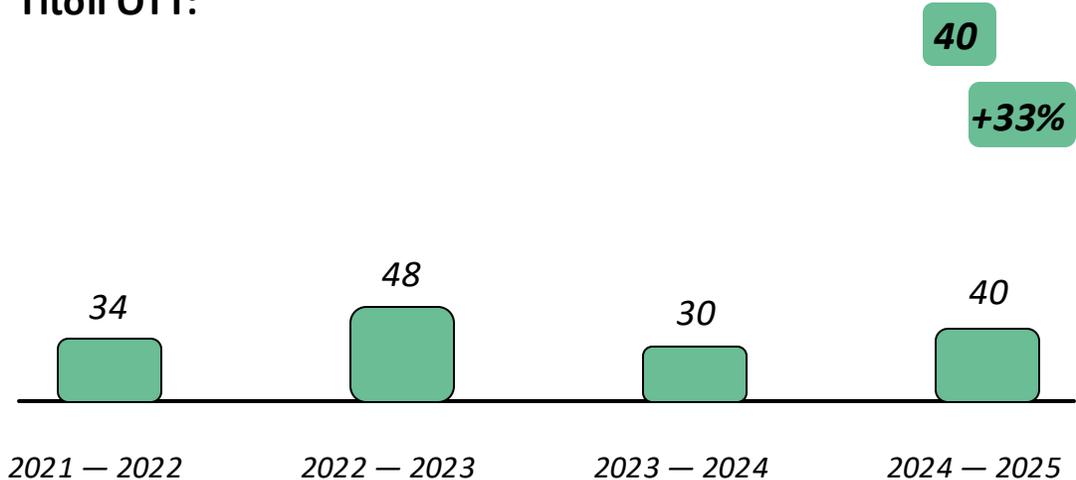
Titoli reti:



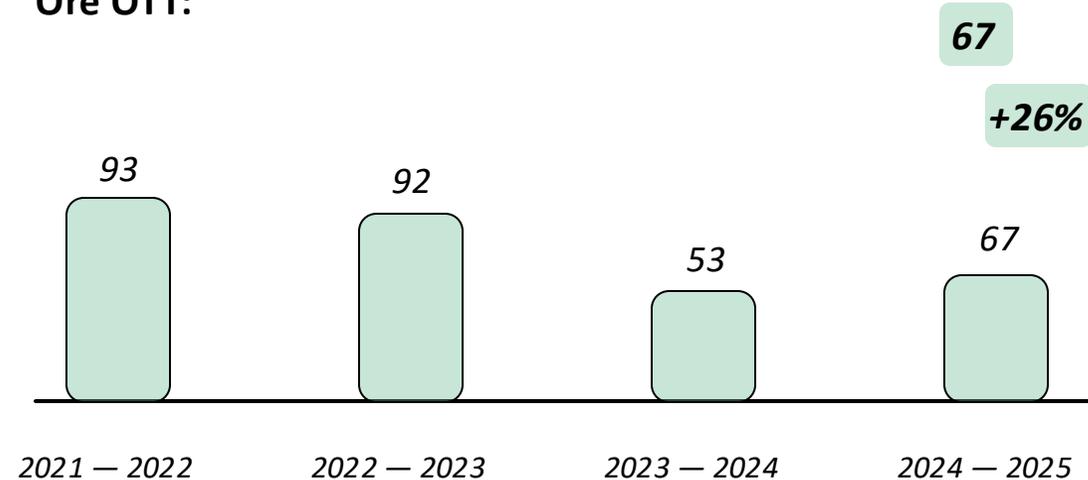
Ore reti:



Titoli OTT:



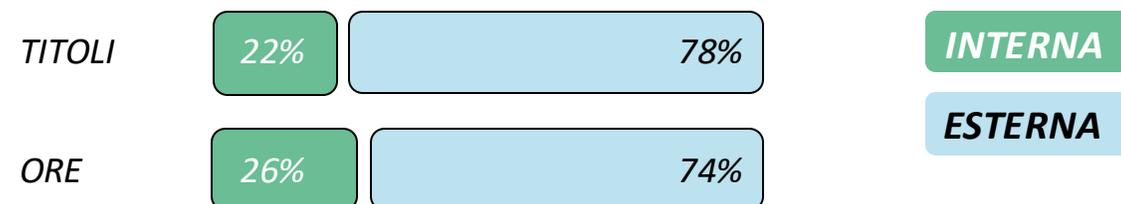
Ore OTT:



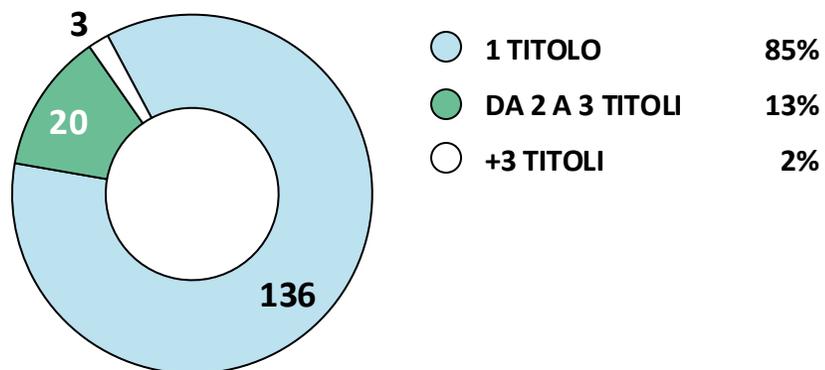
I MODELLI PRODUTTIVI DEL DOCU: TORNA A CRESCERE LA PRODUZIONE INDIPENDENTE

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



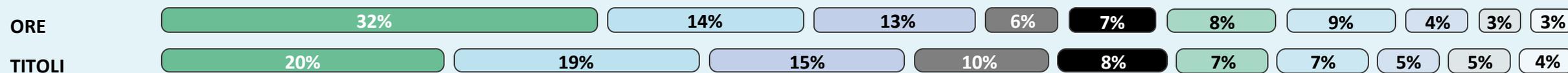
* Rispetto all'anno precedente aumenta del 10% (titoli) e del 9% (ore) la produzione esterna, mentre quella interna segna un decremento del -19% (titoli) e del -21% (ore). I soggetti produttivi censiti nella stagione 2024 — 2025 sono 159, 23 in più rispetto alla precedente annualità (+17%).

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)

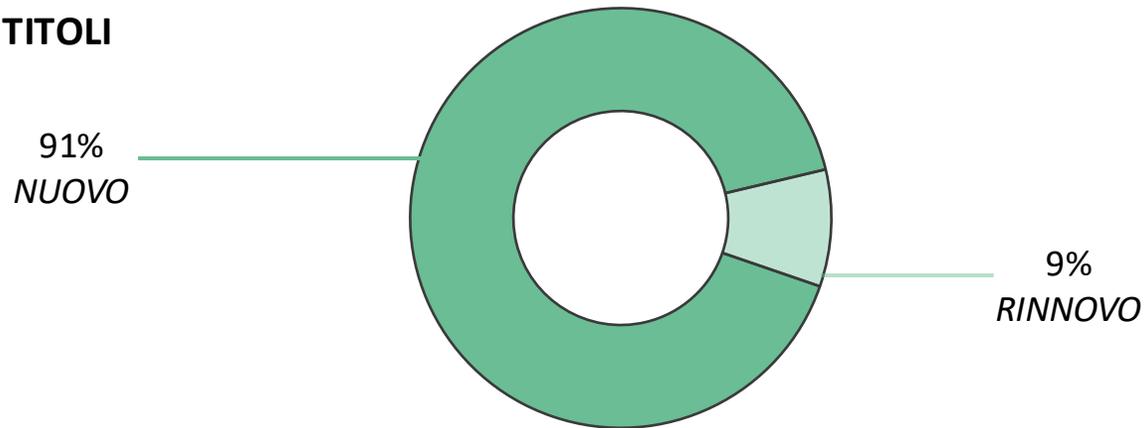
NATURA
Titoli: 11 (+38%)
Ore: 13 (-23%)
(Ragazze
di montagna)

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

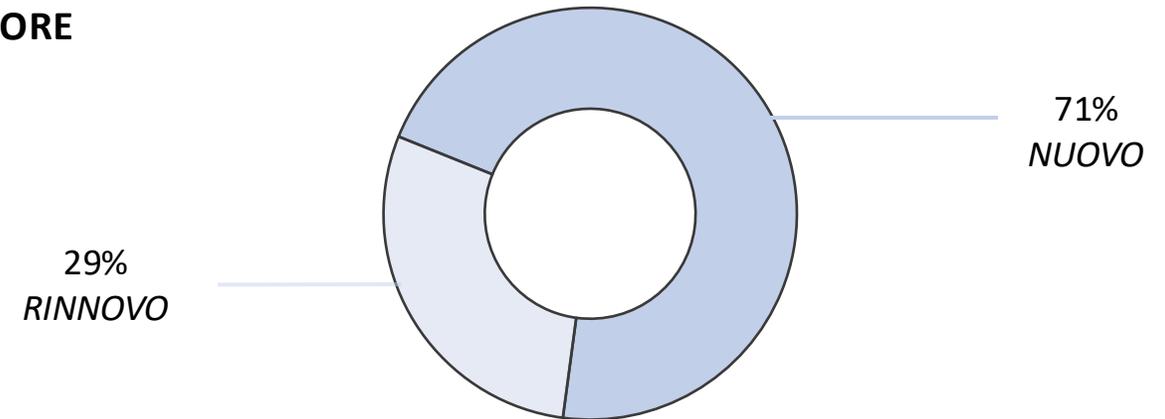


OTT



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

ORE



RETI



OTT



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

FOCUS KIDS



Ce.R.T.A per APA

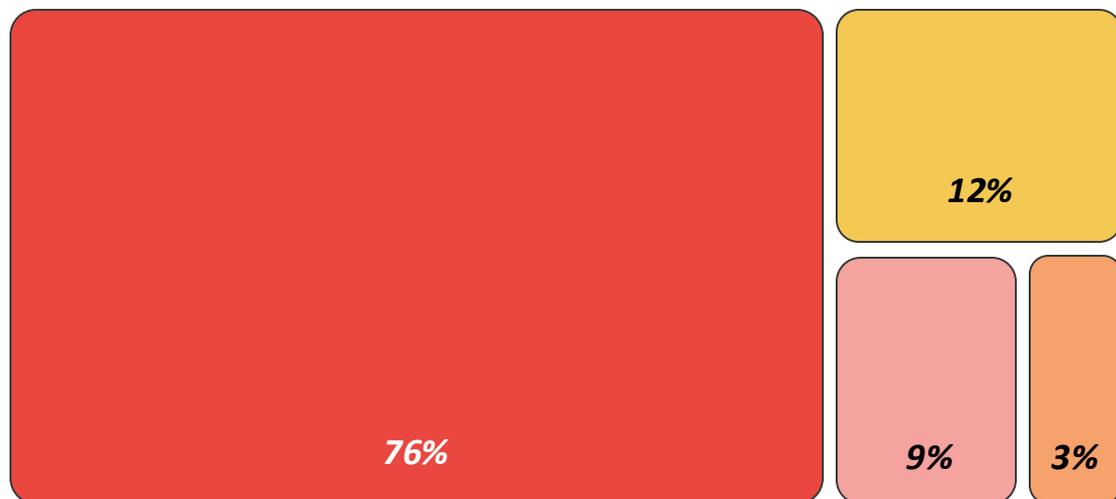
LA PROGRAMMAZIONE ORIGINALE DI KIDS TV SULLE RETI

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

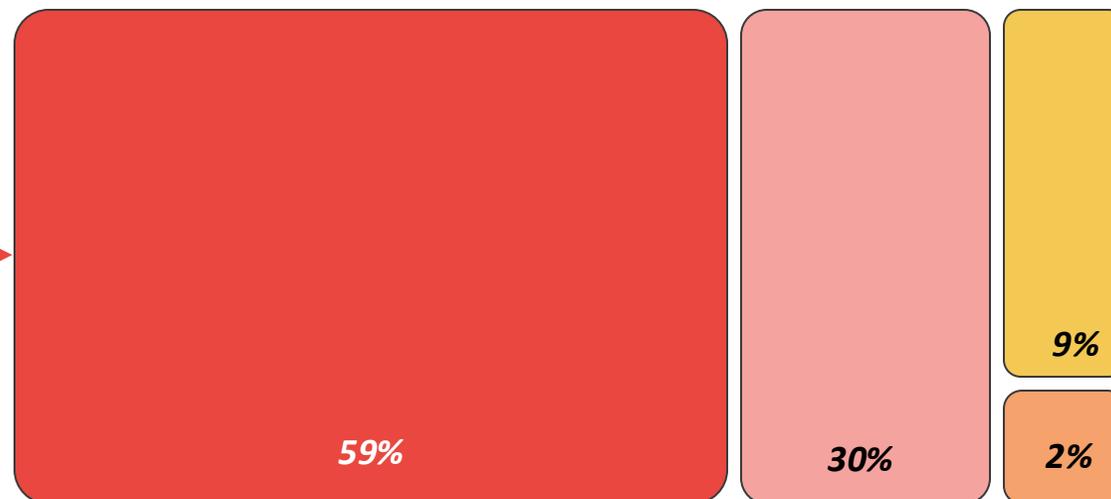


EDITORI

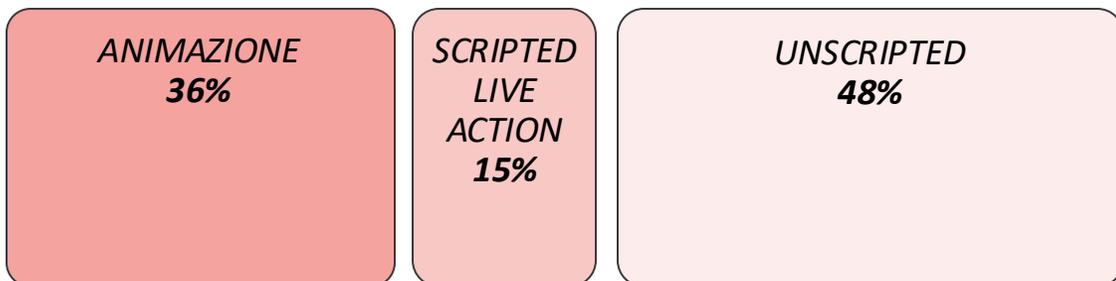
TITOLI: 33



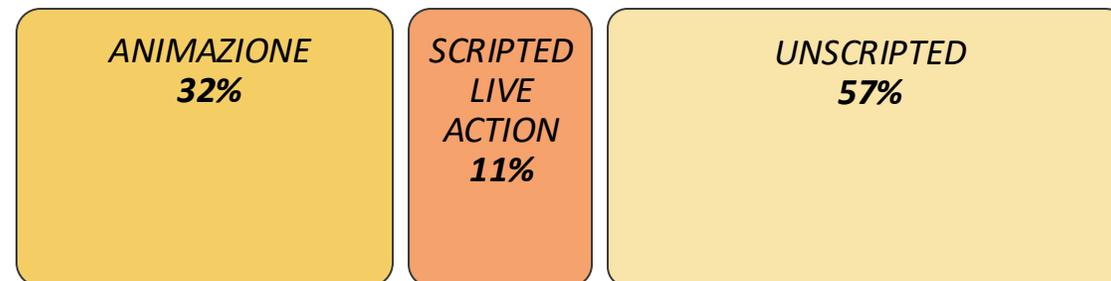
ORE: 157

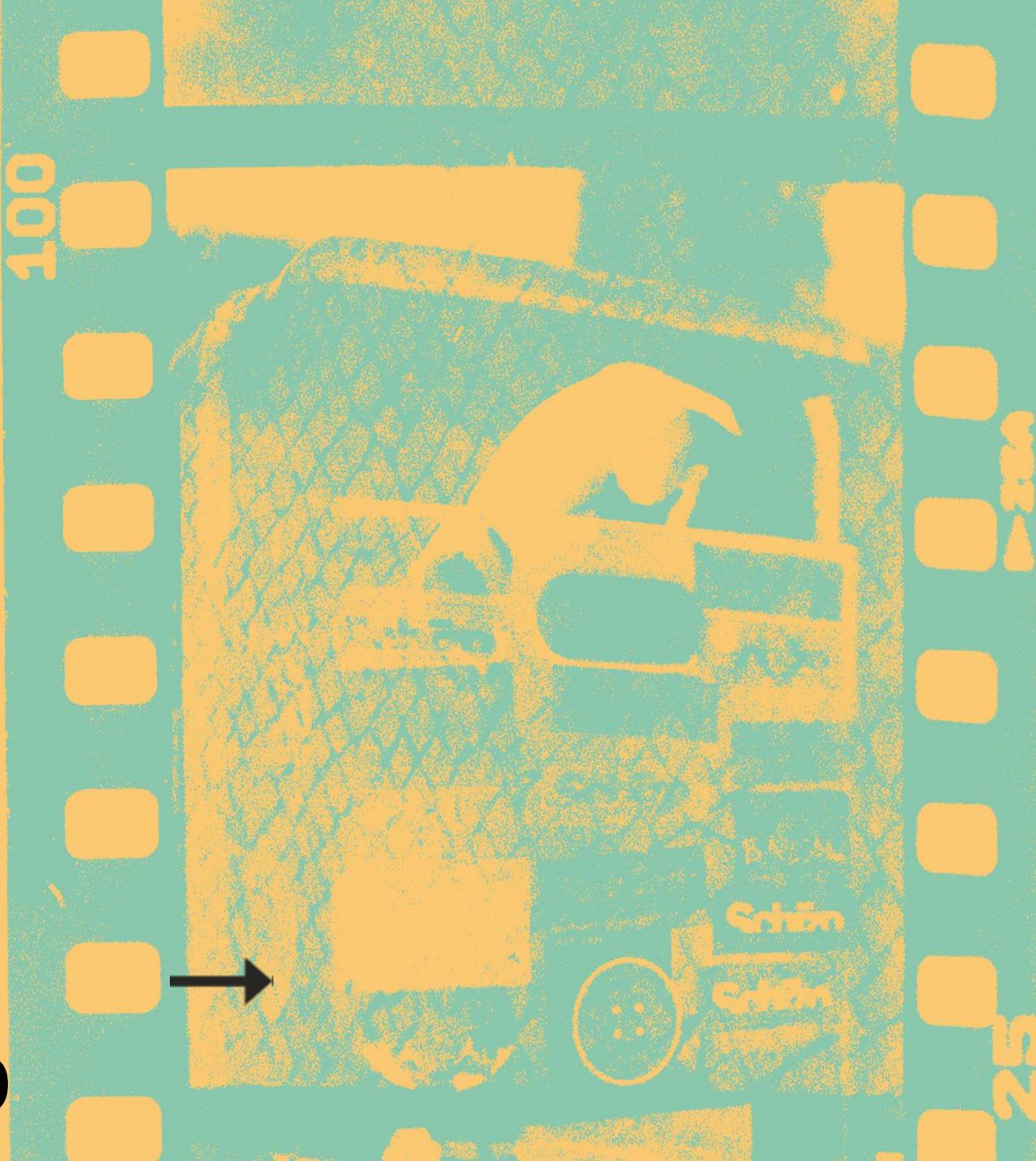


GENERI



GENERI





**CONSULTA
IL RAPPORTO**

