

Il Comitato Regionale per le Comunicazioni della Toscana, disciplinato dalla legge regionale 25 giugno 2002 n. 22, è organo di consulenza e di gestione della Regione in materia di comunicazione, organo funzionale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, e svolge anche compiti istruttori per conto del Ministero delle Comunicazioni.

Tra le funzioni gestionali si segnalano quelle relative all'accesso radiofonico e televisivo regionale e la tenuta e l'aggiornamento dell'elenco regionale delle imprese radiotelevisive e di editoria locale. Di particolare delicatezza sono i compiti di istruttoria e di controllo sul rispetto della legge 28/2000 ("par condicio") in occasione delle campagne elettorali e referendarie.

Ogni anno il Corecom presenta al Consiglio regionale il Programma di attività per l'anno successivo, contenente l'indicazione delle indagini, delle ricerche, dei seminari e delle manifestazioni che intende realizzare per svolgere un'attività conoscitiva d'ausilio per la formazione delle politiche di comunicazione in Toscana e che consenta una conoscenza approfondita del comparto delle comunicazioni nel quadro della società e dell'economia regionali.

Dopo un triennio di sperimentazione, dal 1 gennaio 2007 il Corecom esercita in via definitiva le funzioni delegate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di tutela dei minori, esercizio del diritto di rettifica, vigilanza sulla diffusione dei sondaggi e risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di telecomunicazioni.

I componenti del Corecom della Toscana in carica dall'ottobre 2006 sono:

Marino Livolsi (*Presidente*), Leopoldo Provenzali (*Vice Presidente*), Vincenzo Caciulli, Cristina Gimignani, Michele Magnani, Enzo Martinelli, Daria Giorgina Risaliti.

Il Settore Assistenza al Corecom è composto da:

Marinella Romoli (responsabile), Giacomo Amalfitano (posizione organizzativa), Maurizio Ciaccheri, Mario Ginanni, Elisabetta Gonnelli, Antonella Gori, Daniela Mischi, Marzia Montalti, Loredana Zanolla.



I palinsesti delle televisioni locali della Toscana

Questa pubblicazione è il risultato di un'indagine affidata nel 2006 dal Corecom della Toscana al Dipartimento di Scienza della Politica e Sociologia dell'Università di Firenze. L'indagine è stata progettata dalla Professoressa Milly Buonanno e realizzata dal Dott. Fabrizio Lucherini.

© 2007 by Corecom Toscana
Piazza San Lorenzo, 5
50123 Firenze
www.corecom.toscana.it

Coordinamento editoriale
Giacomo Amalfitano

Editing
Nicola Della Pergola
Laura Rinnovati

Impaginazione
Tiziana Pierri

Progetto grafico
Rauch Design

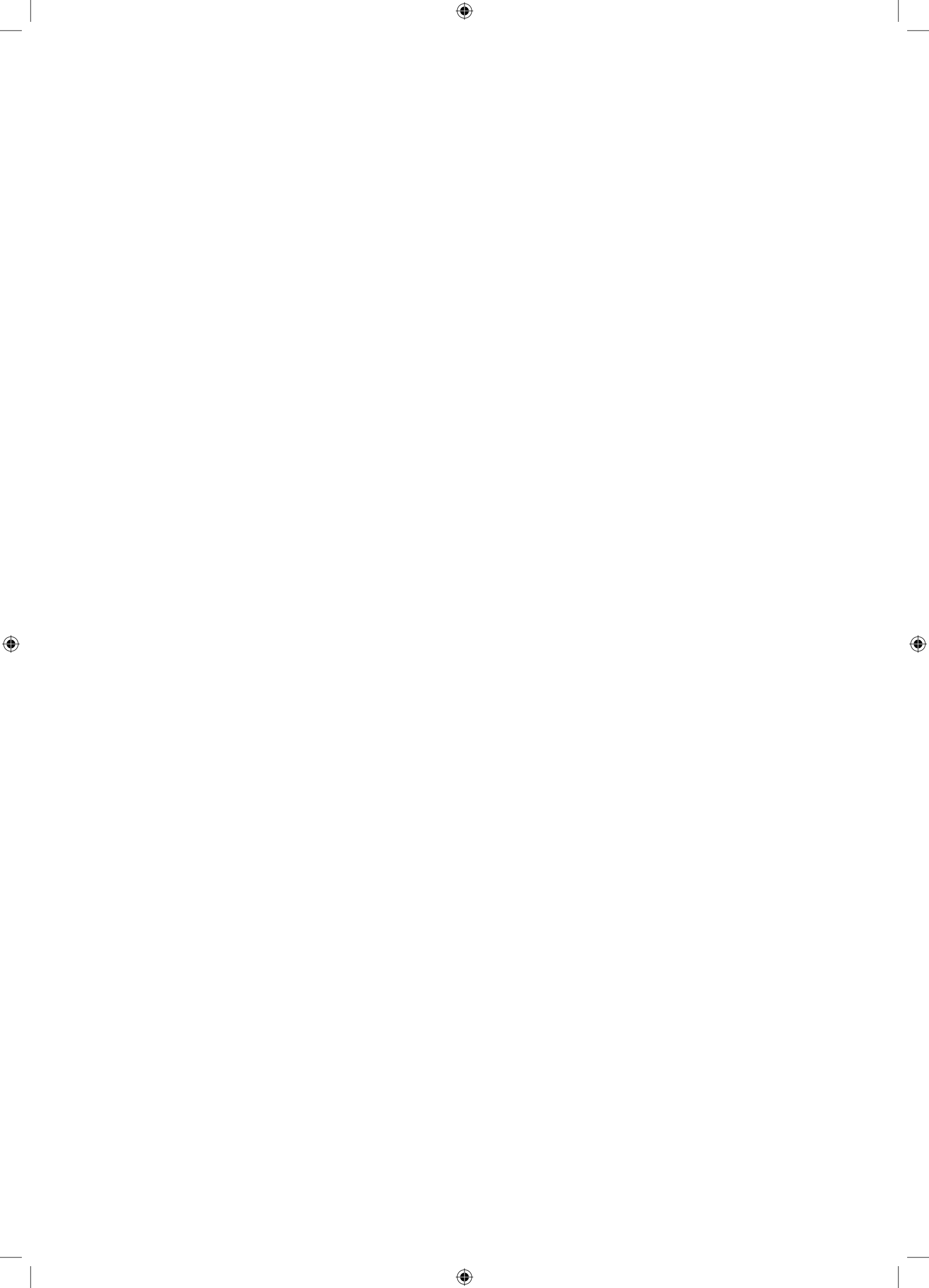
Stampa
Tipografia Robuffo
Via Benedetta 12r – 50123 Firenze

Indice

9	Introduzione
13	Nota metodologica
17	La programmazione delle emittenti televisive della Toscana
17	1. I generi
17	1.1 Uno sguardo comparativo
19	1.2 TG
19	1.3 Informazione
20	1.4 Sport
20	1.5 Intrattenimento
20	1.6 Film
21	1.7 Fiction
21	1.8 Cartoni animati
22	1.9 Documentari
22	1.10 Programmi musicali
22	1.11 Consigli personali
23	1.12 Altro
23	1.13 Televendite
23	1.14 Pubblicità
24	2. Autoproduzione e acquisto
27	3. Le repliche
30	4. Le fasce orarie
35	5. La fascia protetta
35	6. Tipologie di emittenti
37	7. Il sottosistema provinciale dell'emittenza regionale
41	Conclusioni
45	Appendice
45	Verifica dei dati autocertificati tramite registrazioni a campione



Introduzione



Introduzione

Scopo della ricerca è quello di ricostruire e analizzare l'offerta televisiva delle emittenti locali della Toscana.

A differenza di quel che accade con le emittenti nazionali, per i palinsesti delle televisioni locali non ci sono fonti pubbliche attendibili da cui desumere la programmazione. Si è quindi fatto ricorso al sistema dell'autocertificazione, chiedendo direttamente alle emittenti di fornire il proprio palinsesto.

Delle 43 televisioni locali attive in Toscana al momento dell'indagine, 33 hanno fornito il palinsesto della settimana campione scelta per la rilevazione. Dunque i dati e le analisi contenute nel rapporto si riferiscono ai tre quarti (il 77% per la precisione) delle tv che compongono il sistema delle emittenti locali della Toscana. Si tratta evidentemente di un campione ampiamente rappresentativo, anche perché tutti i principali canali toscani vi sono presenti. Una volta ottenute le informazioni, il primo passo è stato quello di ricostruire e analizzare i palinsesti a partire dalla valutazione di alcuni parametri fondamentali: la composizione per genere, la provenienza dei programmi (produzione o acquisto), l'incidenza delle repliche e della pubblicità.

I dati così ottenuti hanno permesso:

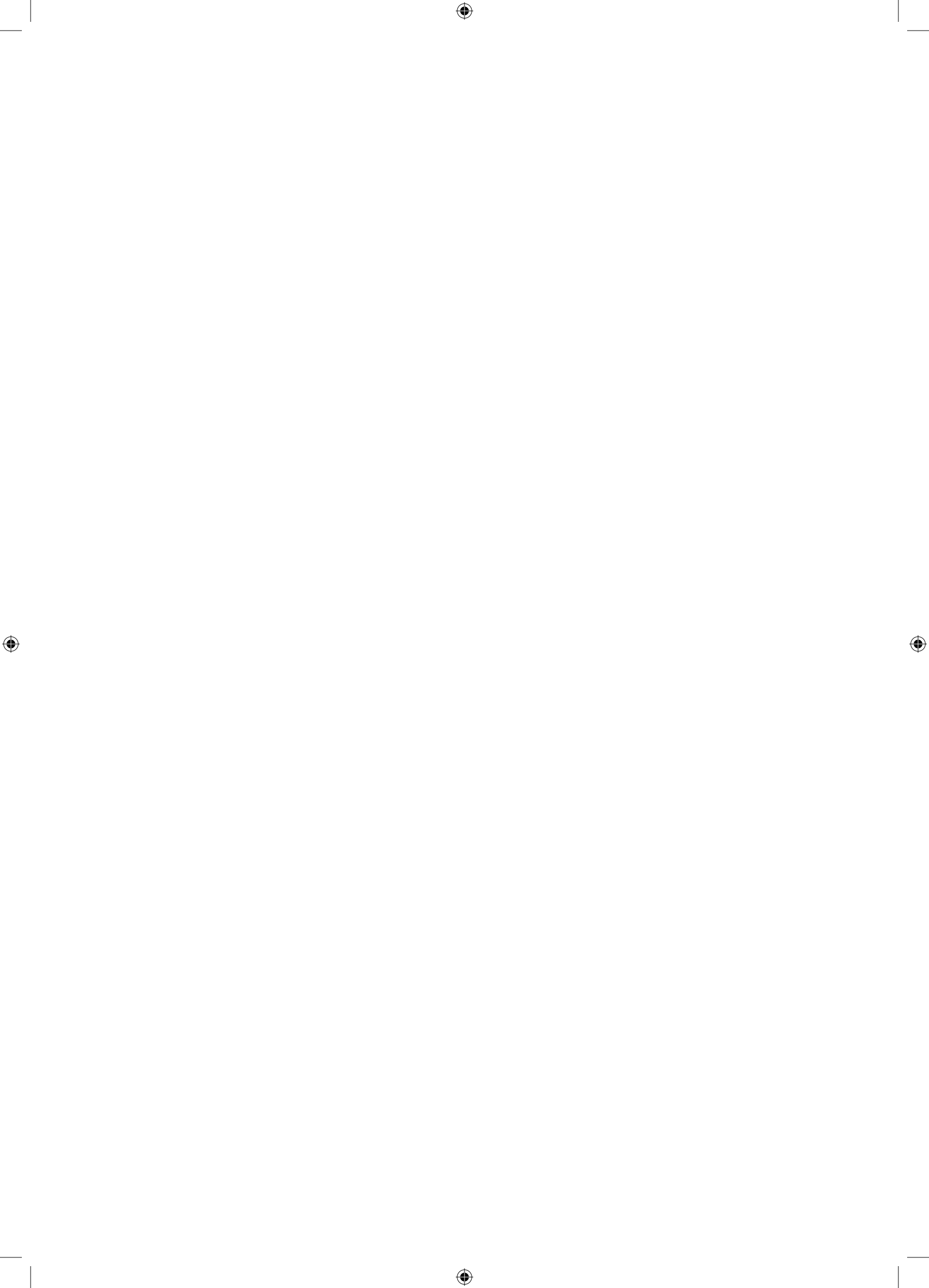
- a) di valutare la struttura dell'offerta delle varie televisioni in base a criteri di congruenza fra tipologie di programmi e fasce orarie;
- b) di tracciare una mappa delle televisioni locali, suddividendo le varie reti in base alla tipologia del palinsesto.

Infine si è cercato di valutare il panorama dell'emittenza locale nel suo complesso, in base a indici di qualità - pluralismo dei generi, identità e riconoscibilità della programmazione, diversificazione per microsistema provinciale - mutuati dalla letteratura internazionale sull'argomento.

TABELLA 1 – LE TELEVISIONI LOCALI TOSCANE PRESENTI NELLA RILEVAZIONE E QUELLE ASSENTI

Province	Presenti (33)	Assenti (10)
Arezzo	Tele San Domenico Teletruria TV1 Radio Casentino 102	Linea Uno TVA Arezzo
Firenze	Antenna 5 Canale 10 Italia 7 Rete 37 RTV2 RTV38 Teleiride Tele37 TGR Telegrosseto Toscana Tv TVR Teleitalia Videofirenze	Sesta Rete Teleregione Toscana
Grosseto	Teletirreno TV 9 - Telemaremma	
Livorno	Granducato TV	Telecentro 1 Telecentro 2
Lucca	Jolly Tv Noi Tv Tiesse	Reteversilia News Tele Nuovi Orizzonti
Massa Carrara	Antenna 3 Teleriviera	Teleapuana
Pisa	Canale 50 Telemondo	
Prato	TV Prato 39	
Pistoia	TVL - TV Libera	
Siena	Canale 3 Reporter Tv Telegolfo Teleidea Uno Tv – Canale 39	Tele Val Di Magra

Nota metodologica



Nota metodologica

I dati sulla programmazione delle televisioni locali della Toscana presentati nel rapporto sono relativi ad una settimana campione (11-17 dicembre 2006) e sono stati rilevati tramite autocertificazione.

Alle emittenti locali attive in Toscana è stato sottoposto un questionario in cui, per ciascun programma trasmesso, venivano richieste le seguenti informazioni:

- il titolo;
- l'orario di inizio e di fine ;
- il genere;
- se, per il canale, il programma era una prima visione o una replica;
- se il programma era autoprodotta o acquistata.;
- una stima dell'ammontare giornaliero della pubblicità.

Per la rilevazione dei generi è stata utilizzata una classificazione comprendente 12 categorie: Telegiornali, Informazione, Sport, Documentari, Film, Fiction, Cartoni animati, Programmi musicali, Intrattenimento, Consigli personali, Televendite, Altro.

Nel caso dei programmi non autoprodotti era richiesta la provenienza dell'acquisto, da classificare all'interno di una delle seguenti categorie: rete regionale toscana, rete regionale non toscana, rete nazionale, rete estera.

Le informazioni ottenute attraverso le autocertificazioni sono state organizzate in forma di database.

Visti i dati di partenza, la durata dei programmi è stata calcolata al lordo della pubblicità. Pertanto i volumi orari riportati nel testo sono comprensivi della pubblicità eventualmente inserita all'interno dei programmi.

Per quel che riguarda la classificazione dei generi, i dati autocertificati sono stati sottoposti ad una verifica tesa a eliminare le incongruenze all'interno dei singoli questionari e fra un questionario e l'altro, in modo che tutti i programmi fossero classificati in modo univoco.

Il palinsesto è stato suddiviso in cinque fasce orarie:

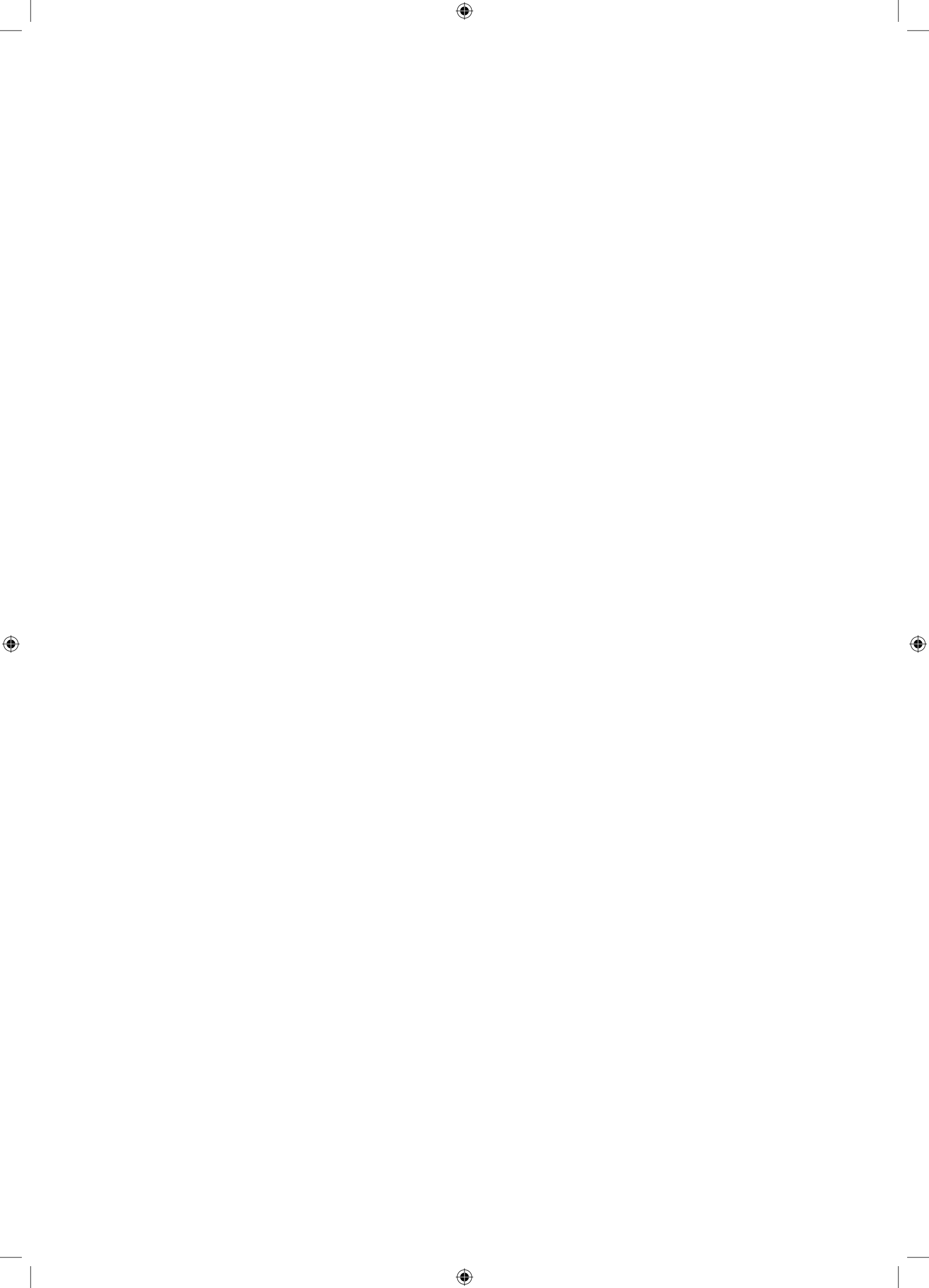
- Mattina (7:00 – 12:00)
- Pomeriggio (12:01 – 18:00)
- Preserale (18:01 – 20:30)
- Prime time (20:31 – 22:30)
- Notte (22:31 – 6:59)

I volumi orari dei programmi trasmessi a cavallo di due diverse fasce orarie sono stati attribuiti alla fascia in cui è andato in onda la maggior parte del programma.

Lo stesso criterio è stato adottato nella rilevazione dei programmi trasmessi all'interno della fascia protetta (16:00 – 19:00)



La programmazione delle emittenti televisive della Toscana



La programmazione delle emittenti televisive della Toscana

1. I generi

1.1. Uno sguardo comparativo

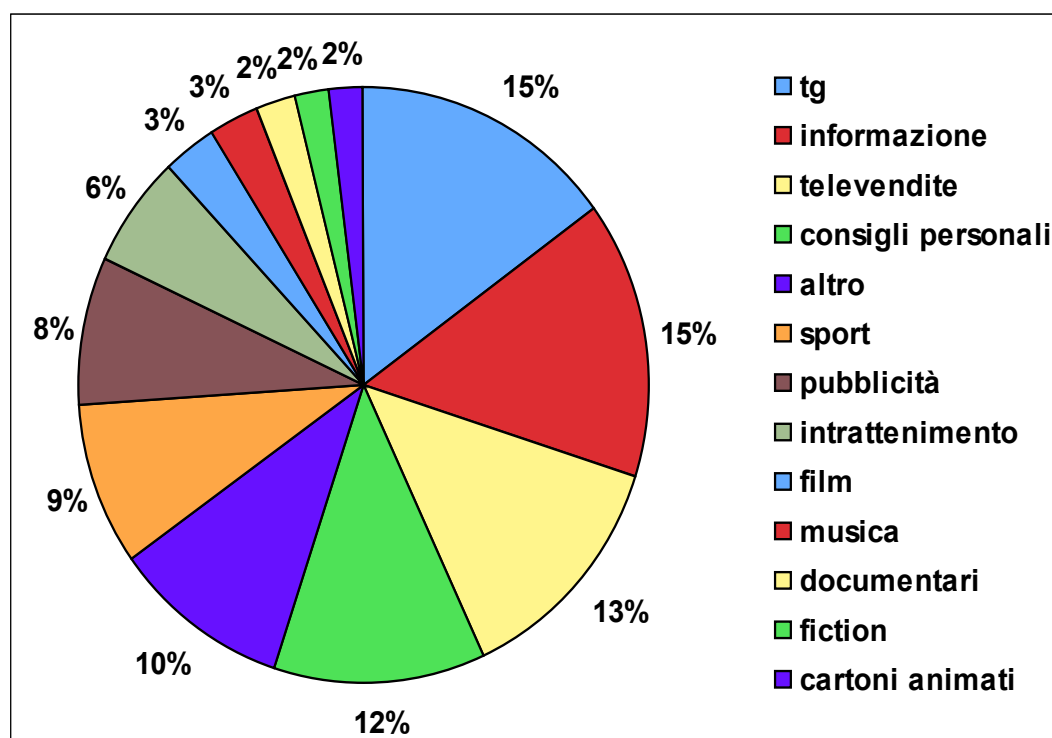
Per tracciare un quadro complessivo della programmazione delle emittenti locali toscane cominciamo con il valutare la composizione per genere dei 33 palinsesti rilevati.

Telegiornali e programmi di informazione rappresentano da soli il 30% del volume orario dell'intera programmazione (graf. 1). Altri due generi, le televendite e i "consigli personali" (numeri del lotto e simili), assieme contribuiscono ad un altro 25% all'offerta delle tv locali toscane. Il quinto genere in ordine di consistenza è la categoria residuale "altro". Sotto questa etichetta sono classificati vari programmi, ma perlopiù si tratta delle promozioni cinematografiche di *Coming Soon* (presente in gran parte dei palinsesti rilevati), delle previsioni del tempo o di rubriche a tema religioso.

Questi cinque generi coprono il 65% dell'intera programmazione, cui i restanti otto contribuiscono in maniera decisamente minoritaria. In particolare i cosiddetti generi di stock – musica, documentari, film, fiction, cartoni animati – rappresentano complessivamente solo il 12% dell'offerta.

L'impressione che emerge da questi primi dati è che siano due ragioni fondamentali che determinano una distribuzione dei generi come quella sopra indicata.

GRAFICO 1 – DISTRIBUZIONE PER GENERE (TOTALE EMITTENTI)



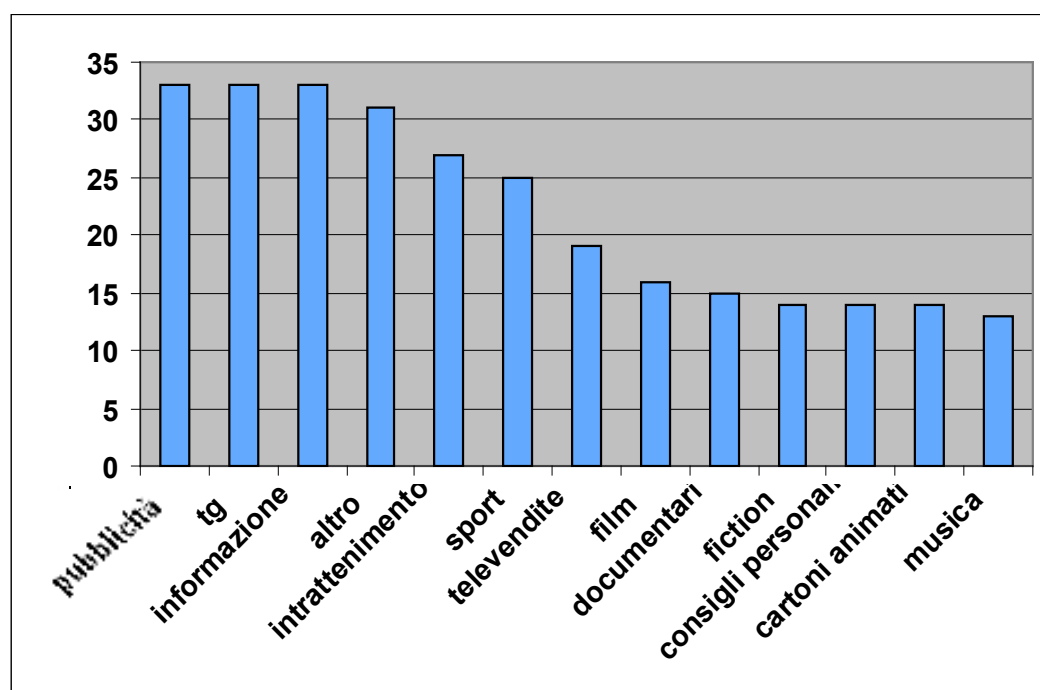
Da un lato si tratta di scelte editoriali guidate dalla (ovvia) preferenza per i contenuti locali, di cui Tg e programmi d'informazione sono il veicolo più immediato. Dall'altro, con ogni probabilità, pesano in modo decisivo fattori di ordine economico. I generi di stock (a differenza dei generi di flusso, come l'informazione e in generale i programmi da studio), sono quelli più costosi e maggiormente complessi da realizzare (e proprio in virtù dei più elevati valori di produzione incorporati, diventano programmi di magazzino che possono essere venduti). Per cui le emittenti toscane, non avendo le possibilità economiche per produrre direttamente questi generi, li comprano, dedicando a musica, documentari, film, fiction e cartoni animati una quota marginale della loro programmazione.

Oltre ai volumi complessivi dell'offerta, è interessante verificare il numero di canali in cui ciascun genere è presente (grafico 2)¹.

Telegiornali e informazione sono programmati da tutte e 33 le televisioni rilevate, a conferma del fatto che questi due generi costituiscono l'asse portante dell'offerta delle emittenti locali della Toscana. Solo un altro genere è onnipresente: la pubblicità. Oltre alla categoria "altro", del gruppo dei generi più frequenti fanno parte l'intrattenimento e lo sport, presenti in più dei due terzi dei palinsesti rilevati.

Le televendite sono programmate dal 57% delle televisioni del campione, mentre gli altri generi sono presenti più o meno nella metà dei palinsesti in esame.

GRAFICO 2 - DISTRIBUZIONE DEI GENERI PER CANALE



Alcuni generi occupano la medesima posizione in entrambe le gerarchie: volume orario (graf. 1) e diffusione della presenza (graf. 2). Tg e informazione sono i più voluminosi e i più presenti, mentre i generi di stock (film, fiction documentari, musica) occupano i gradini bassi di entrambe le scale.

I dati relativi ad altri generi invece mostrano un relazione inversa fra volume orario e diffusione della presenza.

¹ Per essere conteggiato, un genere deve essere presente nel palinsesto di una determinata rete almeno con una quota dell'1% dell'offerta complessiva del canale.

Sport e intrattenimento sono presenti nei palinsesti di quasi tutte le televisioni, evidentemente con bassi livelli di concentrazione, visto che il volume orario complessivo non supera il 15% del totale.

Esattamente il contrario di quello che accade con i consigli personali e le televendite presenti in un numero più ridotto di reti (graf. 2) ma in dosi consistenti, visto che rappresentano il 25% dell'offerta complessiva delle emittenti locali toscane.

1.2. TG

I tg rappresentano il 15% dell'offerta complessiva e sono presenti nei palinsesti di tutte le 33 televisioni monitorate in concentrazioni relativamente irregolari (tab. 2). A fare la differenza è essenzialmente l'uso più o meno estensivo delle repliche.

TAB. 2 - TG – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
-	12	10	8	-	3

Di fatto i Tg sono l'elemento che maggiormente accomuna le tv locali toscane, sia nella modalità della messa in onda che nella sua funzione. I telegiornali sono il genere la cui programmazione è maggiormente regolare: la scansione per appuntamenti quotidiani con il notiziario costituisce uno dei cardini della struttura del palinsesto delle tv locali toscane. A livello di contenuti, il notiziario costituisce il principale elemento di identità locale (e quindi provinciale) del canale. Non a caso sono alcune delle emittenti con una maggiore proiezione multiprovinciale/regionale (Italia 7, Rete 37, Tele 7, RTV 38) a presentare le concentrazioni più basse (fra l'1% e il 4%).

1.3. Informazione

Al pari dei Tg, i programmi di informazione sono presenti nei palinsesti di tutte le 33 tv monitorate e rappresentano il 15% dell'offerta complessiva.

TAB. 3 - INFORMAZIONE – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
-	16	8	3	3	3

Valgono per questi genere molte delle osservazioni fatte per i notiziari. Si nota innanzitutto una distribuzione diseguale fra le reti (tab. 3) che oscilla fra il 2% e il 50%. Incidono su questo dato sia il diverso tasso di repliche che la maggiore o minore diversificazione di programmi informativi presenti nei diversi palinsesti. A parte qualche evento ("CL, Giornata contro l'Aids", "Premio Frajese 2005"), si tratta soprattutto di approfondimenti quotidiani ("Linea diretta", "I fatti di cui si parla", "Obbiettivo su", "Rassegna stampa", ecc.) e rubriche a tema ("Soldi e finanza") spesso di carattere locale ("Parliamone in Valdelsa", "Sapori di Toscana", "Eventi di Toscana"). Vi sono poi spazi di informazione politico - istituzionale, anch'essi di taglio locale ("Parlamento Toscana", "Provincia informa", "Comune informa"...). Poche le eccezioni, ad esempio "Piazza Montecitorio" o "Euronews", queste ultime massicciamente presenti su Teleiride, non a caso la rete con il più alto tasso di programmi di informazione.

1.4. Sport

Eventi e programmi sportivi sono presenti nei palinsesti di 25 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 9% dell'offerta complessiva. La concentrazione è relativamente irregolare (tab. 4) e oscilla fra il 2% (RTV 38) al 22% (102 tv, Antenna 5). A determinare queste differenze sono tre fattori: la maggiore o minore varietà degli sport coperti, la presenza o meno di eventi (partite di calcio, gare di ciclismo, ecc.), l'uso più o meno estensivo delle repliche.

TAB. 4 - SPORT – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
8	7	14	4	-	-

Il grande protagonista di questo genere è ovviamente il calcio, presente sia con la messa in onda delle partite della squadra locale (si va dalla serie A ai dilettanti) che con programmi da studio ("Centrocampo", "Curva Ovest", "Golden Goal"). Seguono volley e basket, gare ciclistiche e di podismo. Quale che sia il formato – rubriche (a tema o generaliste) o trasmissione di eventi - lo Sport è il terzo pilastro dell'identità locale delle reti in esame, visto che solo una quota marginale dei programmi sportivi ha contenuti non legati alla dimensione provinciale o, al limite, regionale.

1.5. Intrattenimento

I programmi di intrattenimento sono presenti nei palinsesti di 27 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 6% dell'offerta complessiva.

TAB. 5 - INTRATTENIMENTO – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
6	20	4	2	1	-

La distribuzione di questo genere è più polarizzata di quanto non risulti dalla tabella 5, visto che 17 canali non superano la soglia del 4%. Le reti che programmano le quote maggiori di intrattenimento (fra il 17% e il 24% dei rispettivi palinsesti) sono quelle che fanno parte di un circuito (Rete 37, Tele 37, Italia 7, RTV 38) e quindi hanno maggiori risorse, sia in termini di capacità produttive che di accesso a programmi di magazzino. All'interno di questo genere si trovano differenti tipologie di programmi: giochi, talk show, altri programmi da studio a tema (moda, bellezza, benessere) e contenitori anonimi ("Estate notte repliche", "Odeon", "Intrattenimento", "Telemondo notte").

1.6. Film

I film sono presenti nei palinsesti di 16 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 3% dell'offerta complessiva. Come si vede dai dati della tabella 6, si tratta di una presenza polarizzata: o assenza o debole presenza.

TAB. 6 - FILM – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
17	12	3	1	-	-

In totale le emittenti in esame hanno trasmesso 103 film per un totale di 86 diversi titoli. Si

tratta perlopiù di film classici (“Arsenico e vecchi merletti” con Cary Grant, “Avventura a Val-lechiara” con Stan Laurel e Oliver Hardy, alcuni film di Totò), complice forse anche il periodo prenatalizio, e di titoli più recenti e poco noti. In alcuni casi non è stato indicato il titolo ma la dicitura generica “film”.

La presenza massima si registra su Tele 37 con 22 emissioni settimanali dedicate al cinema (per un totale di 11 titoli) e TV Prato 39, con 22 differenti film. Come nel caso dei programmi di intrattenimento, sono le reti appartenenti a circuiti ad avere le maggiori disponibilità di magazzino: da sole Rete 37, Tele 37, Italia 7, RTV 38 programmano il 47% delle emissioni cinematografiche.

1.7. Fiction

La fiction televisiva è presente nei palinsesti di 14 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 2% dell’offerta complessiva. In modo ancora più netto di quanto verificato per il cinema, la presenza di fiction sulle reti locali della Toscana si caratterizza per la dicotomia assenza/debole presenza (tab. 7).

TAB. 7 - FICTION – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
19	12	2	-	-	-

Nella settimana campione sono andati in onda in tutto 25 titoli seriali, di solito uno, massimo 2 per emittente. Unica eccezione i 6 titoli proposti da TV Prato 39, la televisione con la più alta concentrazione di fiction fra quelle rilevate (12%). L’offerta di fiction, per quanto ridotta, appare eterogenea: serie per ragazzi (“Qua la zampa”, 1990; “Ocean Girl”, 1994), una telenovela, il Maigret di produzione francese, vecchie serie (“Charliie’s Angels, 1976; “Le spie”, 1965) e sitcom (“L’albero delle mele”, 1979, “Una famiglia si fa per dire”, 1967), il serial storico “Radici” (1977). La presenza di fiction italiana è limitata a due titoli: “Don Matteo”, in onda su due differenti reti, e “Il vigile urbano” (1990).

1.8. Cartoni animati

I cartoni animati sono presenti nei palinsesti di 14 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 2% dell’offerta complessiva.

TAB. 8 – CARTONI ANIMATI – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
19	13	1	-	-	-

Anche in questo caso il modello di presenza è quello dicotomico assenza/debole presenza (tab. 8). La maggior parte delle reti (dieci per l’esattezza) che li programmano, affidano ai cartoni animati una quota della propria offerta fra il 2% e il 4%. La concentrazione più alta di questo genere si rileva su Canale 10, che ha in palinsesto un contenitore dedicato ai ragazzi, “K2”, al cui interno vanno in onda produzioni Fox Kids, e Antenna 5. Quest’ultima è associata al circuito Supersix, che evidentemente può contare su un discreto magazzino, visto che il canale presenta concentrazioni sopra la media sia per quanto riguarda la fiction che i cartoni animati. Perlopiù gli spazi dedicati all’animazioni sono indicati nei palinsesti con etichette generiche (“Cartoni animati”, “Cartoon”, “Cartoon Classic”). Fra i titoli rilevati si notano soprattutto classici: “Braccio di ferro”, “Superman”, “Gli antenati”, “Mordillo”, qualche produzione giapponese e un recente cartoon europeo (“Renada”).

1.9. Documentari

I documentari sono presenti nei palinsesti di 15 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 2% dell'offerta complessiva. Come per gli altri generi di stock, la programmazione è polarizzata fra assenza e debole presenza (tab. 9).

TAB. 9 - DOCUMENTARI – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
18	12	3	-	-	-

I documentari programmati dai canali toscani si dividono essenzialmente in due categorie: quelli di contenuto e produzione locale (“Alpi Apuane”, “Maremma da amare”, “Viaggio in Toscana”) e quelli nazionali e internazionali quanto a soggetti e provenienza, come “Planet” o “National Geographic”. Quest’ultimo rappresenta il 20% dei documentari trasmessi dalle tv toscane nella settimana campione. Le emittenti che presentano la più alta concentrazione di documentari in palinsesto (Tv Libera e TSD) offrono un mix di titoli in cui la quota maggioritaria è rappresentata proprio dalla serie “National Geographic”. TV Prato 39, terza nella classifica relativa all’offerta di questo genere cui dedica il 10% del proprio palinsesto, programma vari titoli fra cui la serie italiana di respiro internazionale “Destination” (documentari geografici). Infine segnaliamo le serie “Tesori d’arte sacra” e “Una salute da ragazzi”, in onda su più di un canale.

1.10. Programmi musicali

I programmi musicali sono presenti nei palinsesti di 13 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 3% dell’offerta complessiva. Si tratta in assoluto del genere presente nel minor numero di canali toscani, e in concentrazioni relativamente irregolari (tab. 10)

TAB. 10 – PROGRAMMI MUSICALI – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
20	9	3	1	-	-

Perlopiù la programmazione si limita ad un titolo per emittente e di solito si tratta di un programma contenitore (“Music Box”, “Romagna mia”, “Made in Italy”, presenti in più di un canale) la cui programmazione più o meno estensiva determina i diversi livelli di concentrazione.

1.11. Consigli personali

I “consigli personali” (essenzialmente trasmissioni di cartomanzia e consigli su numeri del Lotto) sono presenti nei palinsesti di 14 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 12% dell’offerta complessiva.

TAB. 11 – CONSIGLI PERSONALI – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
19	5	-	-	6	3

La presenza è fortemente polarizzata fra due modalità: assenza (o presenza sotto il 5%) e programmazione estensiva (concentrazioni fra il 39% e il 62%) realizzata con la messa in onda di uno, massimo due programmi per canale.

In tutto si tratta di una decina di trasmissioni, spesso presenti in più di una tv. In particolare il programma “Tiziana lotto”, presente in dieci reti e quattro diverse province, rappresenta il 78% del volume orario complessivo del genere.

1.12. Altro

I programmi classificati all'interno della categoria “altro” sono presenti nei palinsesti di 31 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 10% dell'offerta complessiva.

TAB. 12 - ALTRO – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
2	20	9	2	-	-

Le anticipazioni cinematografiche di “Coming Soon” rappresentano da sole il 34% dell'offerta di questo genere, cui si aggiunge un altro 3% di trailer cinematografici messi in onda sotto altra etichetta. Il 18% è invece rappresentato da trasmissioni dedicate alle previsioni del tempo. Per il resto si tratta soprattutto di rubriche ed eventi a carattere religioso e di programmi dedicati a hobby e affini (modellismo, pittura, viaggi).

1.13. Televendite

Le televendite sono presenti nei palinsesti di 19 delle 33 tv monitorate e rappresentano il 13% dell'offerta complessiva.

TAB. 13 - TELEVENDITE – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
14	9	-	3	4	3

Anche le televendite, sebbene in modo meno netto rispetto ai consigli personali, presentano concentrazioni polarizzate fra assenza (o debole presenza) e programmazione estensiva.

1.14. Pubblicità

La pubblicità è presente nei palinsesti di tutte le 33 tv monitorate e rappresenta l'8% dell'offerta complessiva, frutto di una distribuzione relativamente irregolare (tab. 14).

TAB. 14 - PUBBLICITÀ – SOGLIE DI CONCENTRAZIONE PER RETE

Assente	Sotto 10%	10%-19%	20%-29%	30%- 39%	40% e oltre
-	22	9	1	1	-

Valutando congiuntamente la concentrazione nei singoli palinsesti di pubblicità e televendite, notiamo molto spesso una relazione inversa. Salvo due eccezioni, tutte le televisioni che hanno una concentrazione pubblicitaria sopra il 10% non programmano televendite. Al contrario, i canali che dedicano più del 30% del proprio palinsesto alle televendite, con l'unica eccezione RTV 38, hanno concentrazioni pubblicitarie al di sotto del 10%.

2. Autoproduzione e acquisto

Quanta parte dell'offerta delle tv locali toscane è frutto di autoproduzione e quanta invece è realizzata con programmi acquistati? E, in questo secondo caso, qual è la provenienza dei programmi non autoprodotti?

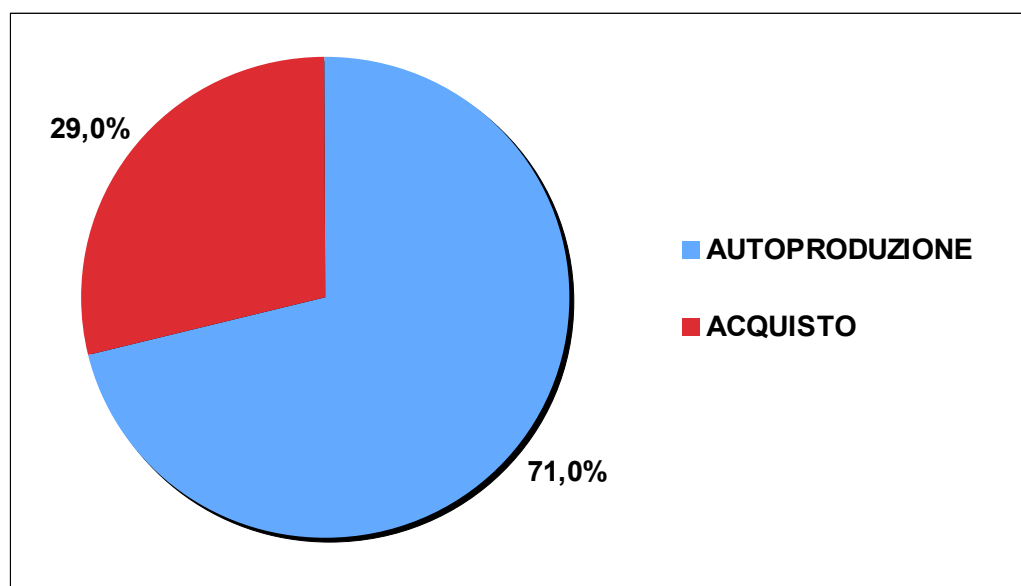
Diciamo subito che la rilevazione di questa variabile è stata quella più problematica. Vediamo comunque i risultati che, pur con qualche approssimazione, sono attendibili e decisamente interessanti.

Una quota nettamente maggioritaria dei programmi trasmessi delle emittenti toscane risulta autoprodotta (graf. 3). Questo dato comprende anche le televendite che, secondo i dati raccolti, risultano autoprodotte al 96%. Anche scorporando dal campione il volume orario delle televendite, il cui statuto di "programma" televisivo quantomeno è peculiare, si ottiene una percentuale di autoproduzione comunque molto elevata (67%).

In ogni caso, è probabile che, a causa delle procedure di rilevazione, l'incidenza dell'autoproduzione risulti un po' sovradimensionata. Per fortuna l'ampiezza del campione (quasi 6.000 ore di programmazione) consente di ridurre al minimo l'incidenza distorsiva delle lacune riscontrate a livello di autocertificazione².

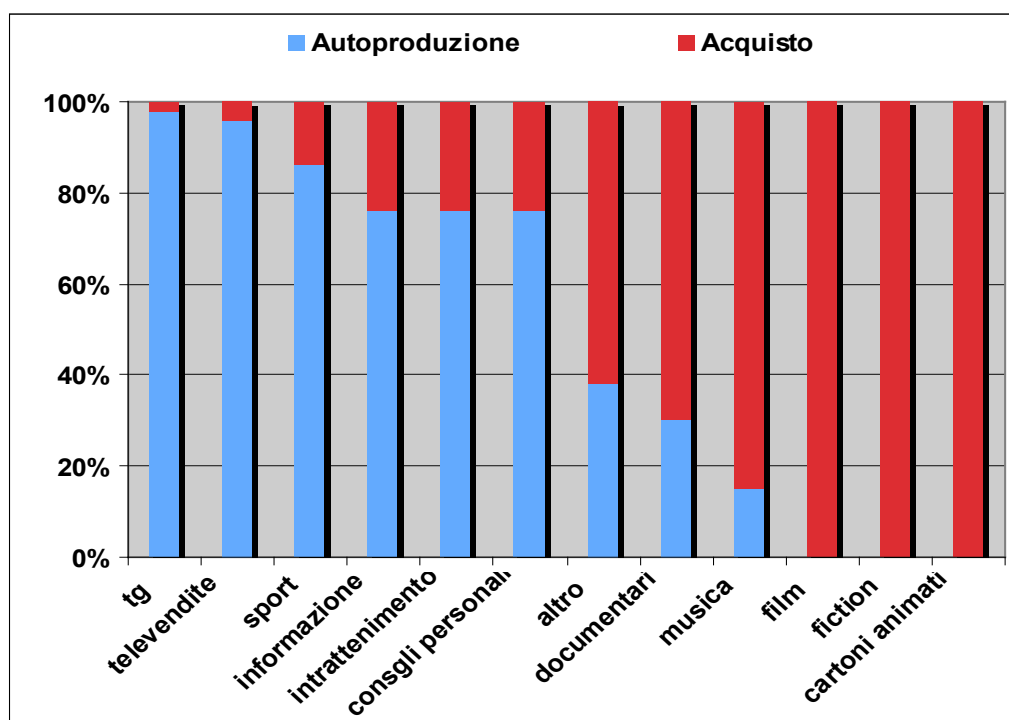
Osservando il rapporto fra autoproduzione e acquisto a livello dei singoli generi (graf. 4), si ottiene una conferma indiretta dell'attendibilità complessiva della rilevazione. Com'era logico attendersi i notiziari (e le già citate televendite) sono quasi totalmente autoprodotti. La piccola quota di acquisto riguarda i tg nazionali di Italia 7 e RTV 38 (forniti dai circuiti cui le due reti appartengono) e dal Tg di Sat 2000 presente in cinque reti.

GRAFICO 3 – RAPPORTO AUTOPRODUZIONE - ACQUISTO



² Alle emittenti era stato richiesto di segnalare i programmi autoprodotti semplicemente lasciando in bianco la casella relativa agli acquisti. In un ridotto numero di questionari l'intera colonna è stata lasciata in bianco, di fatto certificando un tasso di autoproduzione del 100%. Dato non lontano dal vero, poiché si trattava delle reti con l'offerta meno ricca e quasi tutta concentrata in notiziari e consigli personali ma evidentemente non del tutto veritiero (ad esempio era stata lasciata in bianco anche l'indicazione relativa a *Coming Soon*). Nei casi di in cui l'incongruenza dell'autocertificazione fosse empiricamente evidente, si è provveduto a correggere la classificazione (il caso già citato di *Coming Soon*, o anche qualche film e cartone animato di cui non era indicata alcuna provenienza, sottintendendo una irrealistica autoproduzione).

GRAFICO 4 – RAPPORTO AUTOPRODUZIONE – ACQUISTO PER GENERE



In larghissima maggioranza autoprodotti sono i programmi sportivi (4 ore su cinque) e poi l'informazione, l'intrattenimento e i consigli personali (per tutti e tre la quota di autoproduzione è del 76%).

Per quanto riguarda lo sport, gli acquisti sono limitati a due programmi nazionali del circuito di Italia 7 e a un certo numero di programmi dedicati a sport minori (ippica, baseball, tennis) alcuni dei quali presenti su più di una rete ("Hard trek", "Obiettivo motori", "Supersea", "Biker explorer"). I programmi d'informazione non autoprodotti, a parte le "Euronews", hanno perlopiù dimensione regionale, che si tratti di comunicazione istituzionale ("Toscana parlamento", "Provincia di Firenze") o meno ("Agrisapori"). Quanto ai programmi di intrattenimento, gli acquisti più consistenti sul piano dei volumi orari riguardano "Odeon" (su RTV 38), "Play boy" (Rete 37) e due programmi di Sat 2000, "Il grande Talk" e "Formato famiglia" trasmessi rispettivamente da 2 e 4 reti toscane.

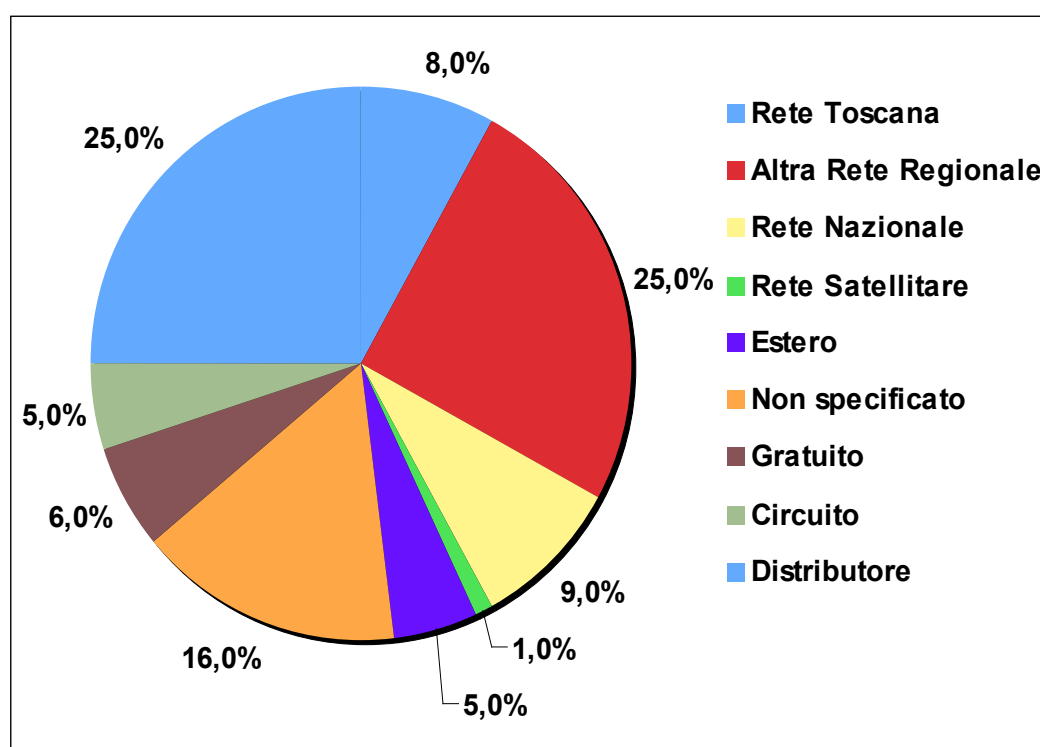
Passando ai generi cosiddetti di stock, quelli cioè il cui processo di realizzazione presuppone l'esistenza di un'industria audiovisiva (musica, documentari, film, fiction, cartoni animati), vediamo che essi sono quasi completamente acquistati (graf. 4). Il passo successivo è quindi chiedersi quale sia la provenienza di quella quota del palinsesto (poco meno di un terzo dell'offerta complessiva) che le tv toscane programmano con prodotti d'acquisto.

Occorre dire che i problemi maggiori, a livello di rilevazione, sono emersi proprio con i dati relativi alla provenienza degli acquisti. A fronte della richiesta di una classificazione in quattro categorie (altra rete toscana, rete regionale non toscana, rete nazionale, estero) i questionari hanno prodotto una rilevazione comprendente 21 diverse etichette. Al di là della giungla delle sigle, abbastanza agevolmente ricondotta in sede di analisi ad una classificazione a 8 variabili, quello che è importante sottolineare è che fra gli intenti della rilevazione e i dati autocertificati si è prodotto uno slittamento dal piano della produzione e quello della distribuzione. Per chiarire questo punto, vediamo qualche esempio. Suddividendo gli acquisti in base al criterio della produzione, classificheremo i documentari del National Geographic

sotto l'etichetta "estero" e la fiction di Raiuno "Don Matteo" come prodotto di una rete nazionale. Al contrario, nelle autocertificazioni in nostro possesso entrambi questi prodotti risultano come acquisti da altra rete regionale. Che cosa è successo? Molto semplicemente le emittenti, in modo tutto sommato legittimo, hanno indicato la fonte da cui hanno acquistato il programma, a prescindere da quella che era la sua origine. Chiarito questo punto, possiamo passare all'analisi dei dati.

La metà degli acquisti proviene da un qualche distributore o da un'altra rete regionale (graf. 5). Visto che l'estrema eterogeneità dei programmi, appartenenti a tutti i generi presi in considerazione, che caratterizza gli acquisti attribuiti a queste due categorie, possiamo ragionevolmente sostenere che in effetti si tratta di fonti analoghe. E' altamente probabile che con l'etichetta R (prevista per acquisto da altra rete regionale non toscana) le emittenti abbiano inteso indicare un distributore regionale. In conclusione, la quota più consistente di programmi acquistati dalle tv toscane proviene da un qualche distributore che opera a livello di canali locali. In un numero ridotto di casi si tratta di società che distribuiscono i loro prodotti (ad es. Casadei Sonora) ma perlopiù sono imprese specializzate esclusivamente nella funzione di distribuzione. Lo si capisce dai titoli acquistati presso questi distributori, che vanno dalla fiction internazionale al documentario locale³.

GRAFICO 5 – PROVENIENZA ACQUISTI



Per quanto riguarda l'altra metà degli acquisti, vi è un 16% di programmazione che le emittenti toscane segnalano come acquisto senza indicare alcuna fonte, mentre il restante 34% del volume orario degli acquisti ha una provenienza chiaramente identificata. A parte piccole quote di programmi la cui provenienza è l'estero (esclusivamente "Euronews") o che sono gratuiti (un programma di modellismo, "Coming Soon"⁴, qualche vecchio film che le reti di-

³ E' impossibile dai dati in nostro possesso ricostruire una mappa di questi distributori perché a volte le emittenti li indicano direttamente (*Assist Video, Programmi Tv*) ma perlopiù segnalano la fonte dell'acquisto con l'etichetta generica "Distributore".

⁴ La fonte di "Coming soon" viene indicata dalle diverse reti toscane in 4 modi diversi (Nazionale, Regionale, Distributore, Gratuito).

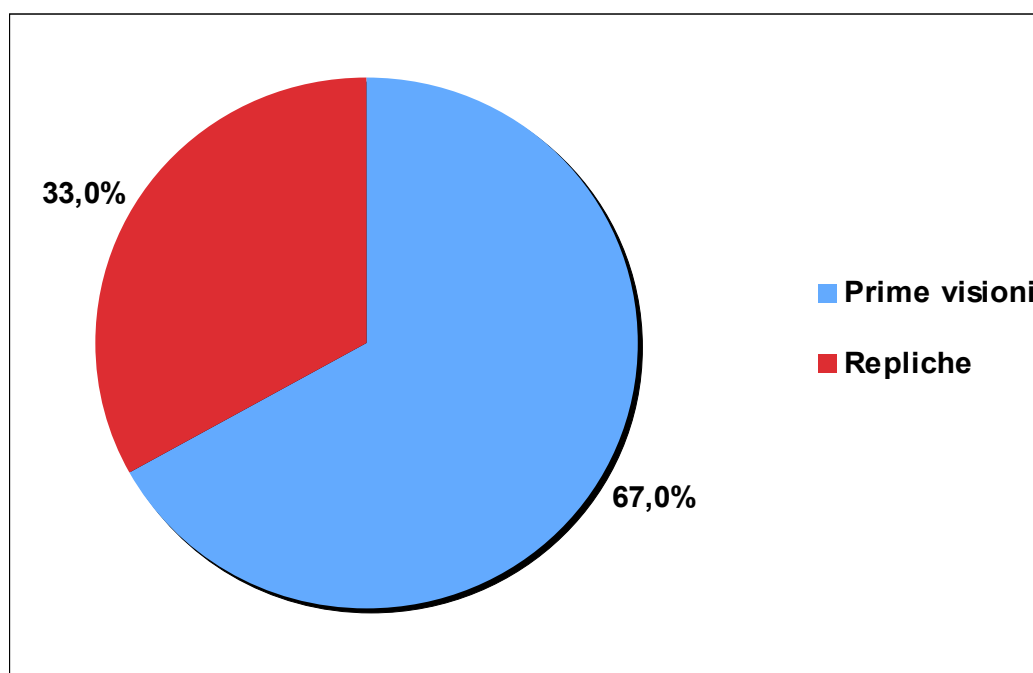
chiarano di loro proprietà) vi è un 16% acquisito a livello nazionale (circuito, rete nazionale, rete satellitare) e un 8% che è frutto della circolazione di programmi televisivi prodotti in toscana. Sul piano degli acquisti nazionali, la distribuzione interna ha scarso valore: i programmi di RTV 38 provenienti dal circuito Odeon vengono classificati come “rete nazionale”, quelli di Sat 2000 alternativamente come “rete nazionale” e “rete satellitare”. Un dato però emerge in modo inequivocabile, ed è molto significativo. A parte la presenza di reti come Italia 7 e RTV 38, appartenenti a due circuiti nazionali (o almeno multiregionali), non vi è alcun rapporto fra l'industria televisiva nazionale (quella che ruota attorno a Rai, Mediaset, La 7) e il mercato dell'emittenza televisiva locale della toscana. L'unica eccezione è costituita dal canale satellitare Sat 2000, i cui programmi sono presenti nei palinsesti di sei diverse emittenti toscane (Antenna 3, Teleidea, Teleiride, Telesandomenico, Tv Libera, Tv Prato 39) e in altrettante province.

Infine, non resta che analizzare la composizione di quell'8% di acquisti frutto di interscambio di programmi fra reti toscane. In base a questi dati, alla domanda se esista o meno un mercato locale dei programmi televisivi prodotti in Toscana, si può tranquillamente rispondere di no. Infatti, non solo si tratta di un volume orario molto ridotto (poco più di cento ore settimanali) ma per oltre il 50% è costituito dall'onnipresente “Tiziana lotto” e per il resto è in gran parte composto da programmi di tipo politico-istituzionale (“Toscana in Parlamento” ecc.).

3. Le repliche

Due terzi dell'offerta settimanale delle tv monitorate è in prima visione, un terzo in replica (graf. 6).

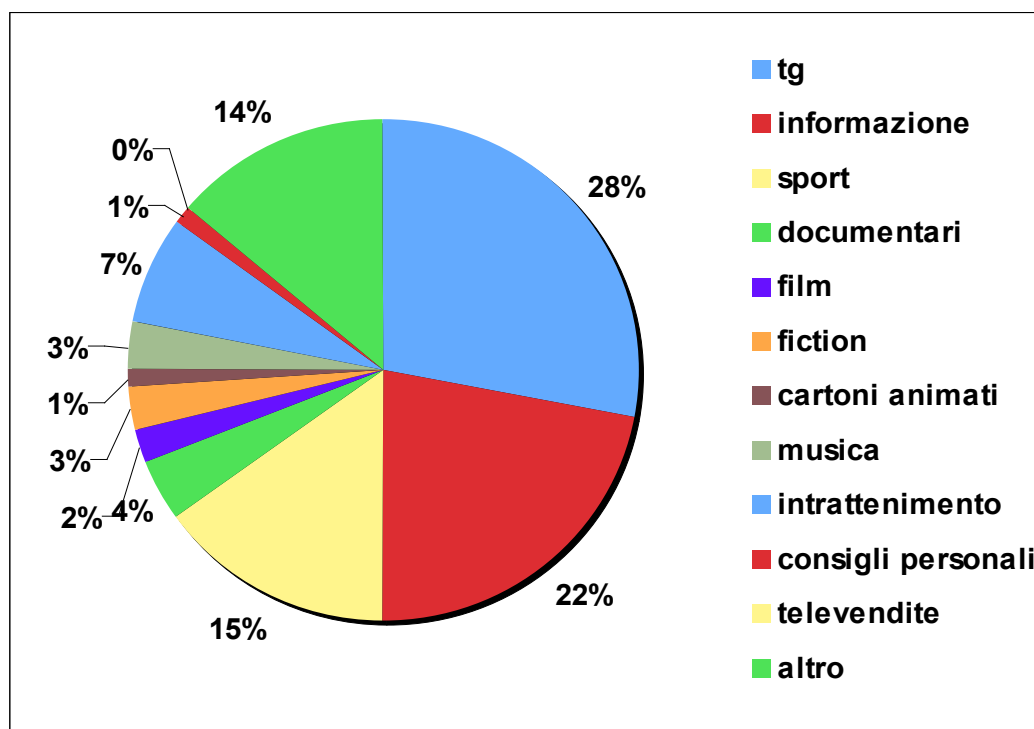
GRAFICO 6 – RAPPORTO PRIME VISIONI - REPLICHE



I concetti di prima visione e replica vanno comunque dimensionati sulle peculiarità dell'offerta televisiva in esame, soprattutto per quanto riguarda i generi d'acquisto. Bisogna infatti ricordare che per i prodotti audiovisivi le reti locali rappresentano un secondo mercato, dunque per un canale possono essere prime visioni anche film e telefilm vecchi di decenni.

In ogni caso ad essere replicati sono soprattutto i programmi autoprodotti: l'80% delle repliche infatti è realizzato con programmi appartenenti a quattro generi: TG, informazione, sport e altro⁵ (graf. 7).

GRAFICO 7 – DISTRIBUZIONE REPLICHE PER GENERE

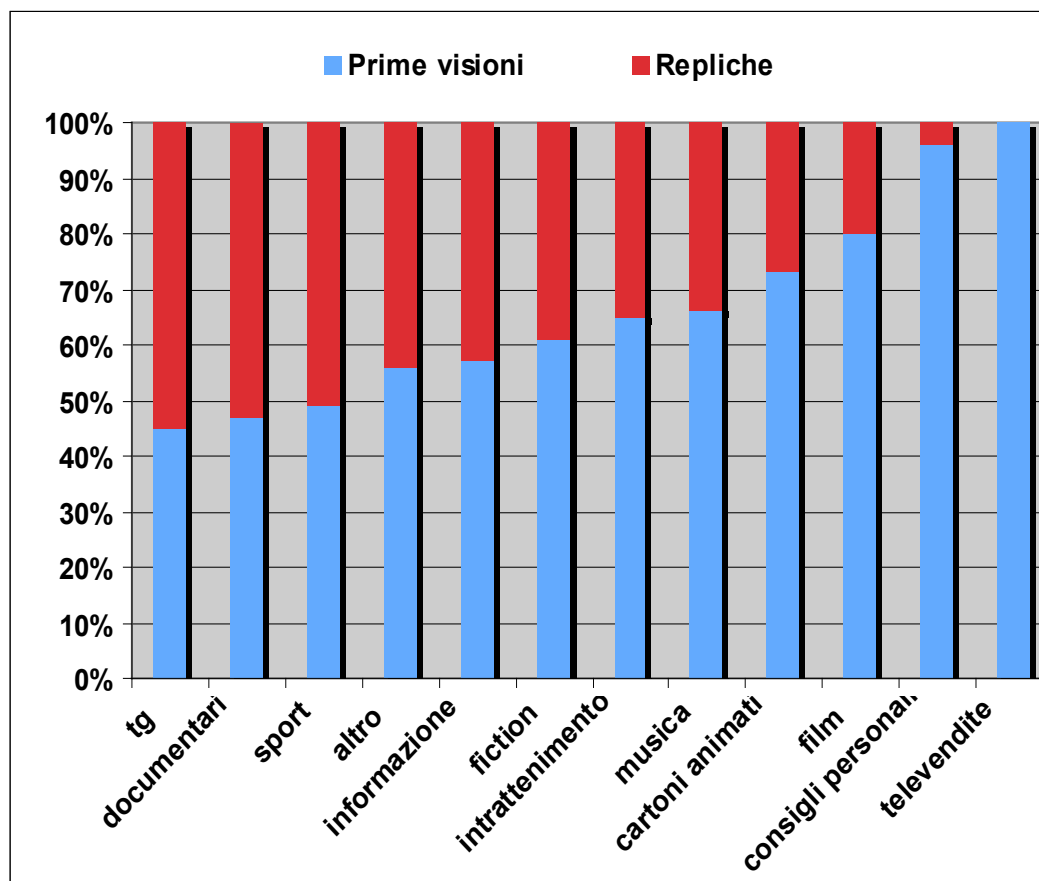


Osservando in dettaglio il rapporto fra prime visioni e repliche a livello dei singoli generi (graf. 8), vediamo una tripartizione relativamente omogenea fra generi molto, abbastanza e per nulla replicati. Del primo gruppo fanno parte i generi prevalentemente autoprodotti e legati a contenuti d'attualità, con la particolare eccezione dei documentari (sfruttati intensivamente perché spesso utilizzati come riempitivo in spazi residuali del palinsesto). Del secondo gruppo fanno parte i vari generi dell'intrattenimento audiovisivo (fiction, intrattenimento, musica, film, cartoon). Fra questi, il genere più replicato è la fiction, probabilmente il più flessibile sia a livello di contenuti che di formato. Infine ci sono consigli personali e televendite ai quali, per statuto e contenuti, il concetto stesso di replica difficilmente si applica. In conclusione, dall'analisi dei dati relativi alle repliche si ricavano significativi elementi per comprendere il funzionamento delle televisioni locali toscane. Esse risultano infatti caratterizzate da uno stile della programmazione antitetico a quello che caratterizza le reti generaliste nazionali. Queste tendono infatti a replicare i programmi appartenenti alle varie forme dell'intrattenimento (soprattutto, film, fiction e cartoni animati) e di solito fra la prima e le successive messe in onda passano mesi o anni. Al contrario le tv locali, replicano soprattutto i programmi a contenuto informativo e di attualità, a breve distanza (poche ore o pochi giorni) dalla prima messa in onda. Si conferma così il valore strategico che TG, informazione e sport rivestono per queste emittenti. Essi costituiscono il veicolo privilegiato dei contenuti locali e quindi il nucleo identitario dei palinsesti delle tv toscane. A questo proposito vale la

⁵ Anche all'interno di questo genere misto l'incidenza maggiore delle repliche riguarda i programmi autoprodotti (ad es., per il 40% si tratta di repliche delle previsioni meteorologiche).

pena sottolineare come sull'alta percentuale di autoproduzione di queste reti influiscano in modo significativo anche le repliche. Il 37% del volume complessivo dei programmi autoprodotti è infatti costituito da repliche.

GRAFICO 8 – RAPPORTO PRIME VISIONI – REPLICHE PER GENERE

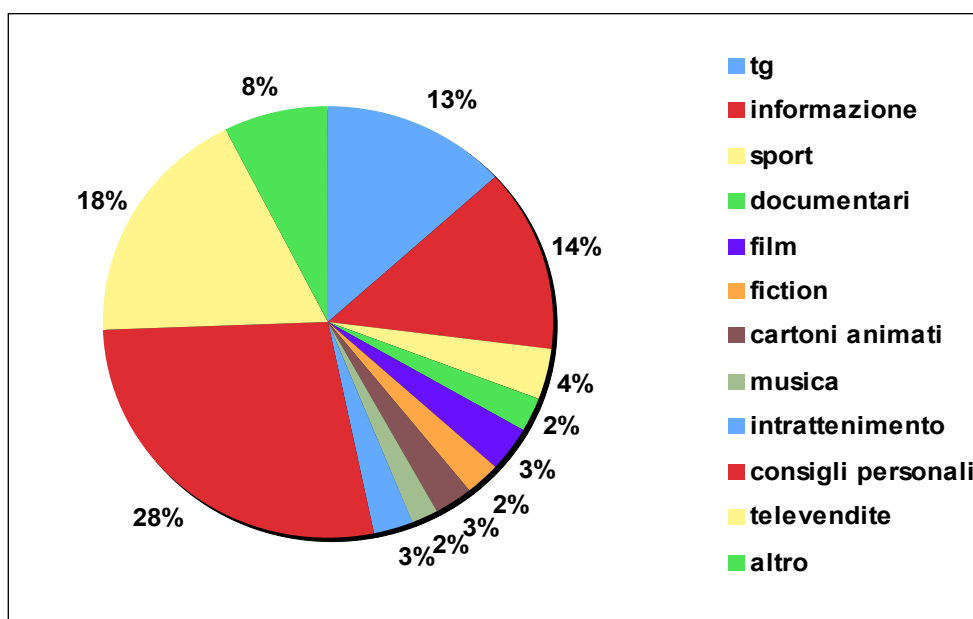


4. Le fasce orarie

Passiamo adesso ad analizzare la struttura del palinsesto, a partire dalla distribuzione dei generi nelle diverse fasce orarie.

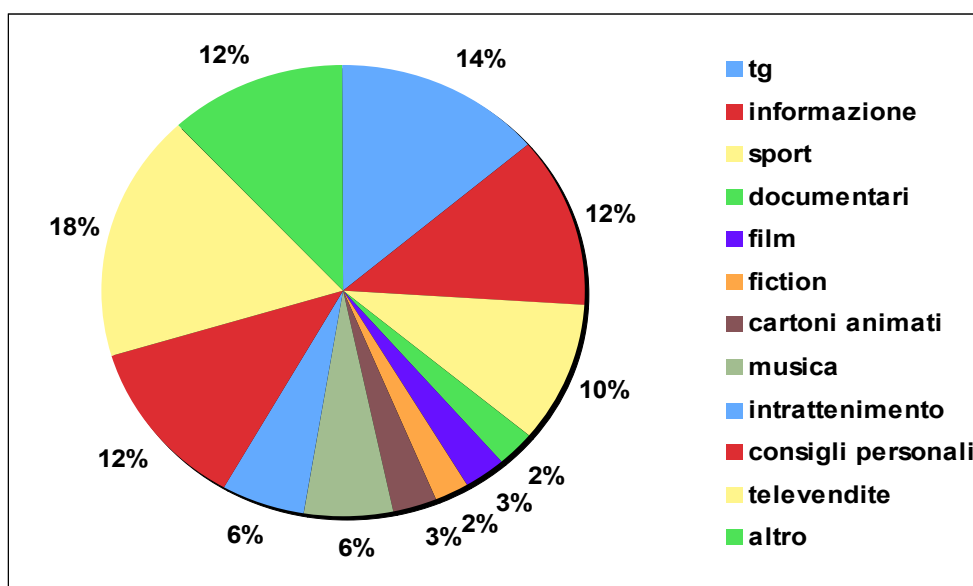
Nella fascia mattutina (dalle 7:00 alle 12:00) l'offerta televisiva delle tv in esame appare polarizzata fra due tipologie di contenuto (graf. 9): consigli personali e telegiornali rappresentano il 46% dell'offerta, telegiornali e informazione il 27%.

GRAFICO 9 – MATTINA – OFFERTA PER GENERE



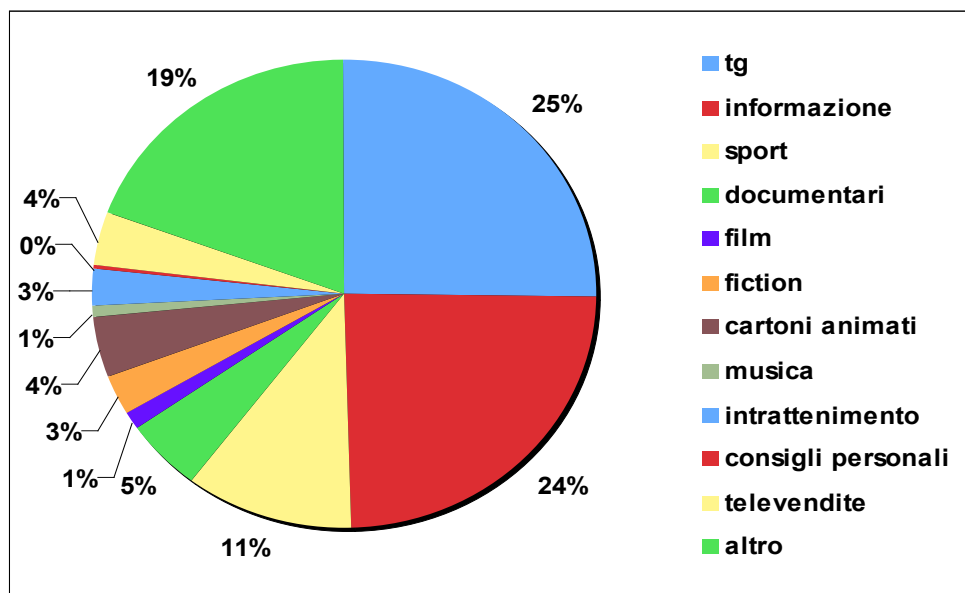
Nel pomeriggio (12:01 – 18:00), la quota di tg e informazione resta sostanzialmente invariata; consigli personali e telegiornali rimangono i contenuti più presenti ma scendono al 30%; crescono lo sport, l'intrattenimento e i programmi musicali (graf. 10).

GRAFICO 10 – POMERIGGIO – OFFERTA PER GENERE



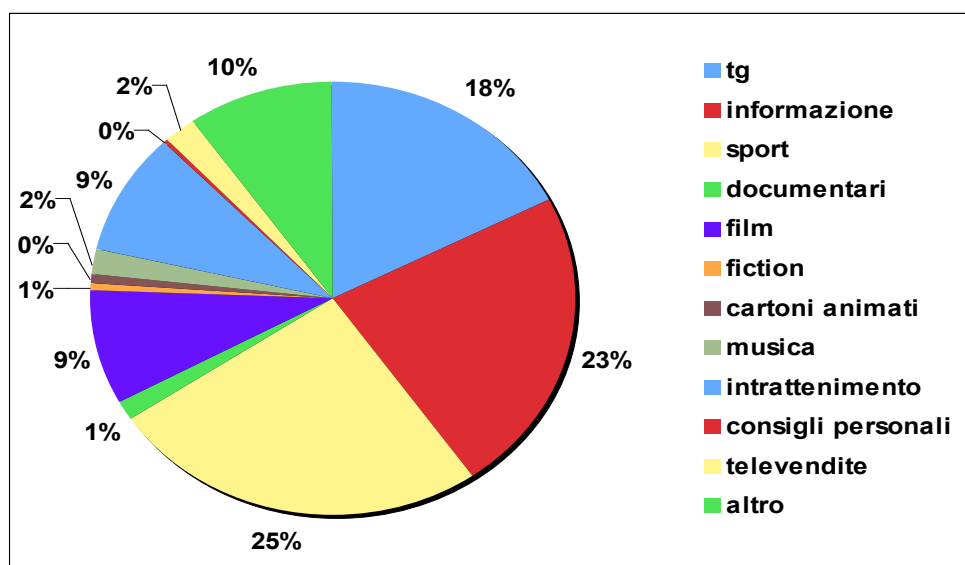
Nella fascia preserale (18:01-20:30), metà dell'offerta è dedicata a notiziari e programmi di informazione (graf. 11). Quanto alla elevata percentuale dei programmi appartenenti alla categoria residuale "altro", bisogna considerare che questi prodotti, a partire da "Coming soon", sono spalmati in modo più o meno regolare nei palinsesti in esame (prime time escluso). Per cui è la maggiore brevità della fascia preserale rispetto agli altri slot giornalieri e notturni ad accrescerne il livello di concentrazione.

GRAFICO 11 – PRESERALE – OFFERTA PER GENERE



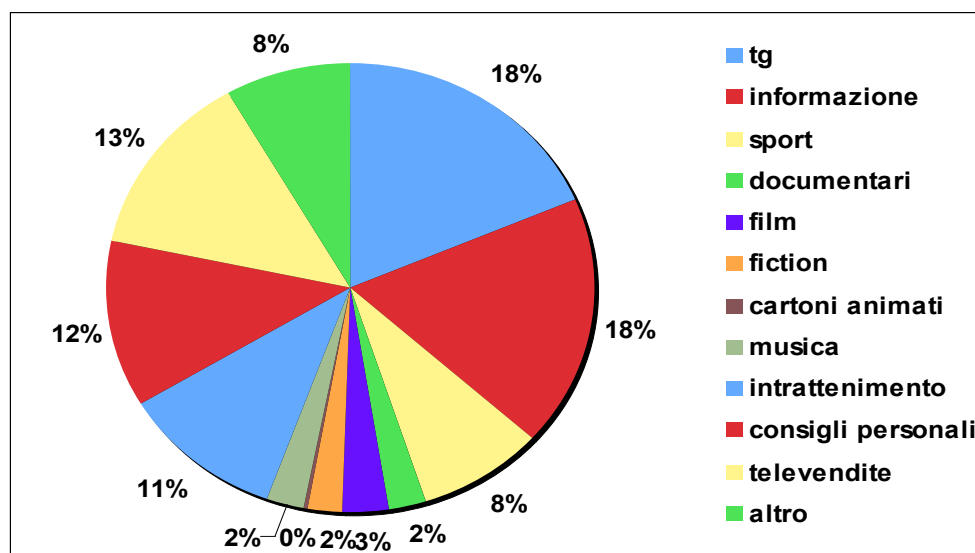
Rispetto alla fascia precedente, in prime time (20:31-22:30), scende la quota di notiziari e informazione (comunque attestati al 41%) e cresce decisamente la quota dello sport che diviene il genere maggioritario, mentre aumenta la percentuale dell' intrattenimento e i film raggiungono la massima concentrazione giornaliera (graf. 12).

GRAFICO 12 – PRIME TIME – OFFERTA PER GENERE



La programmazione della lunga fascia notturna (22:31-6:59) appare la più frammentata, con 7 generi prevalenti racchiusi in uno scarto di concentrazione di 10 punti percentuali (graf. 13). Evidentemente la notte è la fascia oraria meno interessante per le emittenti, per cui la decisione sui programmi da trasmettere avviene in base alle disponibilità di magazzino più che ad autentiche scelte di programmazione. Di qui la frammentazione e l'eterogeneità dell'offerta notturna rappresentata nel graf. 13.

GRAFICO 13 – NOTTE – OFFERTA PER GENERE



Concludiamo su questo punto osservando un quadro riassuntivo della collocazione dei generi nelle varie fasce orarie. Nella tabella 15 sono riportati gli scarti percentuali fra la concentrazione di un determinato genere nell'offerta complessiva (graf. 1) e nelle diverse fasce orarie (graf. 8 - 13).

TAB. 15 – GENERI - SCARTO PERCENTUALE FRA LA DISTRIBUZIONE COMPLESSIVA E LA CONCENTRAZIONE PER FASCE ORARIE.

	Mattina	Pomeriggio	Preserale	Prime Time	Notte
TG	- 2	- 1	+ 10	+ 3	+ 3
Inf.	- 1	- 3	+ 9	+ 8	+ 3
Sport	- 5	+ 1	+ 2	+ 16	- 1
Doc.	=	=	+ 3	- 1	=
Film	=	=	- 2	+ 6	=
Fiction	=	=	+ 1	- 1	=
Cartoon	+ 1	+ 1	+ 2	- 2	- 2
Musica	- 1	+ 3	- 2	- 1	- 1
Intratt.	- 3	=	- 3	+ 3	+ 5
Cons. P.	+ 16	=	- 12	- 12	=
Telev.	+ 5	+ 5	- 9	- 11	=
Altro	- 2	+ 2	+ 9	=	- 2

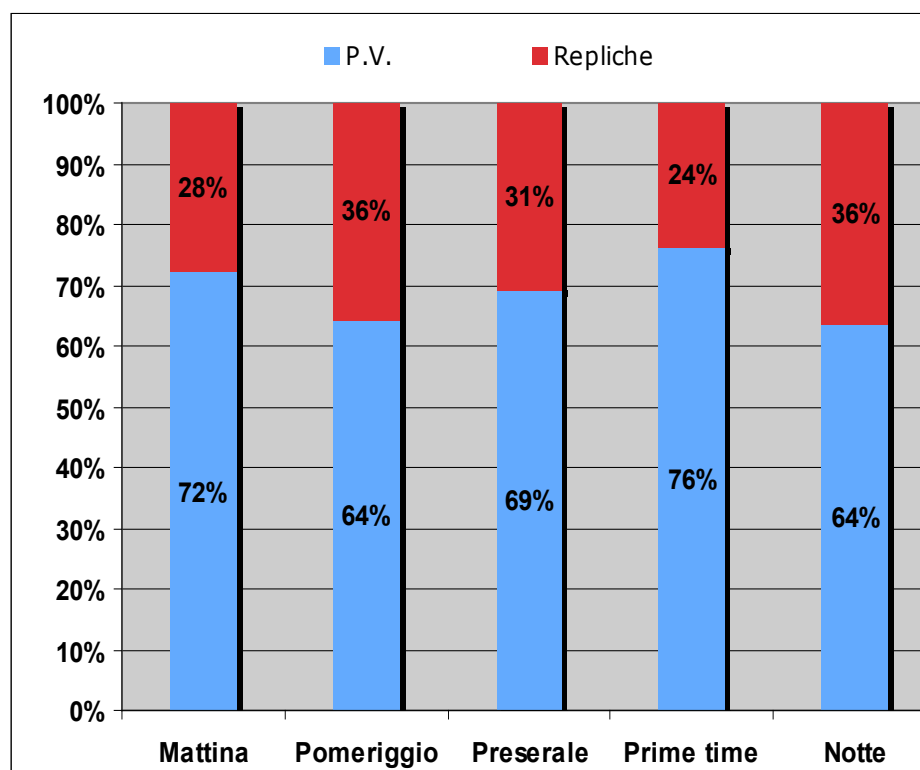
Prendendo in considerazione solo gli scarti rispetto alla media dai cinque punti in su, rileviamo la forte concentrazione dei notiziari nel preserale e dei programmi di informazioni sia in preserale che in prime time. I generi che mostrano le distribuzioni più polarizzate, e la cui collocazione in palinsesto costituisce quindi una scelta caratterizzante, sono lo sport (forte presenza in prime time, debole di mattina), i consigli personali (presenza preponderante di mattina, vicina a zero in preserale e in prime time) e le teleguide (molto presenti di mattina e nel pomeriggio e quasi assenti in preserale e p.t.).

Gli altri generi vengono distribuiti nell'arco della giornata senza una particolare strategia. Evidentemente si tratta di una presenza poco incisiva, non solo per i ridotti volumi orari, ma anche per lo scarso valore sia in termini di appeal dei prodotti che di ricaduta sulla identità della rete.

Parziali eccezioni si notano con i film, per i quali è evidente la volontà di concentrarne la programmazione in prime time, e con l'intrattenimento, presente in quantità sopra la media nella fascia notturna. Nel caso dell'intrattenimento, accanto alla programmazioni di lunghi e anonimi contenitori destinati a coprire le ore di minimo ascolto, si registrano anche scelte editoriali in senso proprio, con la programmazione notturna di titoli come "Sexy bar" e "Play boy".

Analizziamo adesso la composizione delle fasce orarie dal punto di vista delle altre due variabili introdotte nei precedenti paragrafi: il tasso di repliche e il rapporto fra autoproduzione e acquisto.

GRAFICO 14 – FASCE ORARIE – RAPPORTO PRIME VISIONI - REPLICHE

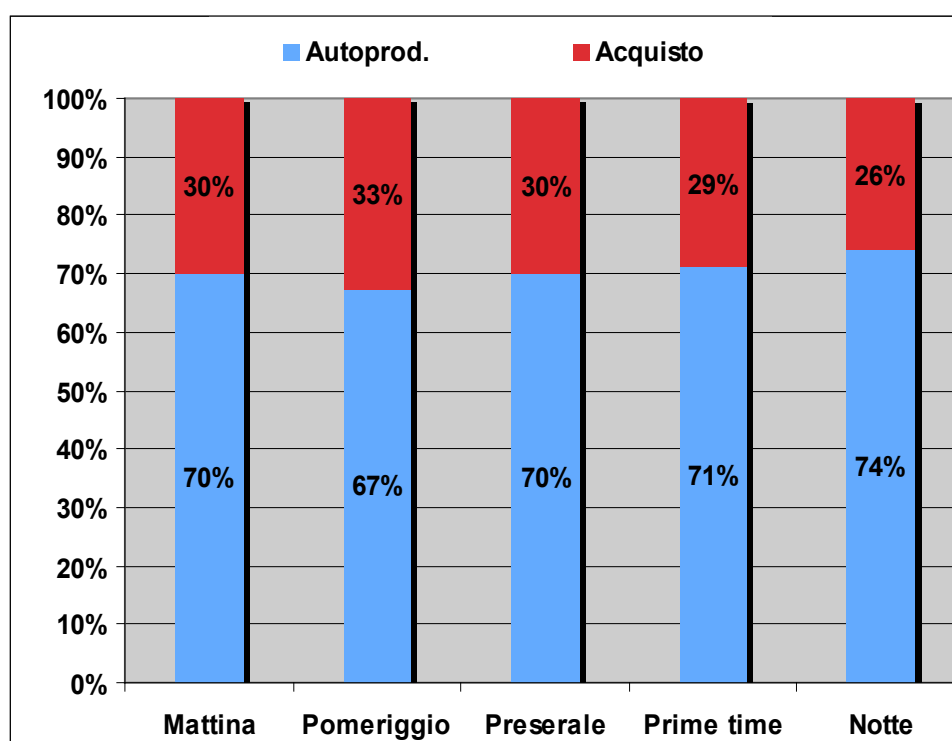


Non vi sono scarti particolarmente significativi a livello di concentrazione delle repliche nelle diverse fasce orarie (graf. 14). Il prime time è, in linea con le attese, la fascia oraria con il tasso più alto di prime visioni. Volume di repliche leggermente sotto la media anche nel preserale e di mattina (dove si concentrano generi non replicabili come teleguide e consi-

gli personali). Il pomeriggio e la notte sono invece le fasce orarie in cui si concentrano più repliche. Nel pomeriggio molte reti replicano sistematicamente programmi e eventi sportivi trasmessi nei giorni precedenti in prime time. Per quanto riguarda la fascia notturna, vi è una fisiologica concentrazione di repliche. Anzi, da questo punto di vista la percentuale che emerge dai dati è piuttosto bassa, se si considera, ad esempio, che nella programmazione notturna delle televisioni generaliste nazionali, i contenuti in replica sono di gran lunga maggioritari⁶. Bisogna comunque ricordare che più del 30% della programmazione notturna è costituito da televendite e consigli personali.

Dal punto di vista del rapporto fra autoproduzione e acquisto, le diverse fasce orarie risultano sostanzialmente omogenee (graf. 15). Leggeri scarti rispetto alle medie relative all'intera giornata si notano di pomeriggio, la fascia oraria con la più alta concentrazione di prodotto d'acquisto (nelle ore pomeridiane il volume orario complessivo di film, fiction, cartoni animati e musica raggiunge il suo valore più elevato) e di notte dove invece vi è la più alta concentrazione giornaliera di autoproduzione (per il 60% le ore notturne sono programmate con i cinque generi quasi esclusivamente autoprodotti: notiziari e informazione, sport, televendite e consigli personali).

GRAFICO 15 – FASCE ORARIE – RAPPORTO AUTOPRODUZIONE - ACQUISTO



A margine dell'analisi della composizione delle fasce orarie, occorre sottolineare che l'approccio quantitativo, per di più basato su dati medi, se ha il pregio di far emergere con estrema chiarezza i prevalenti stili di programmazione che caratterizzano l'emittenza televisiva toscana, finisce però per appiattire alcune differenze fra i vari canali, alcuni dei quali ripetono meccanicamente blocchi di programmazione o usano estensivamente un ridotto numero di contenuti quasi a prescindere dalla collocazione oraria, mentre altri hanno una struttura

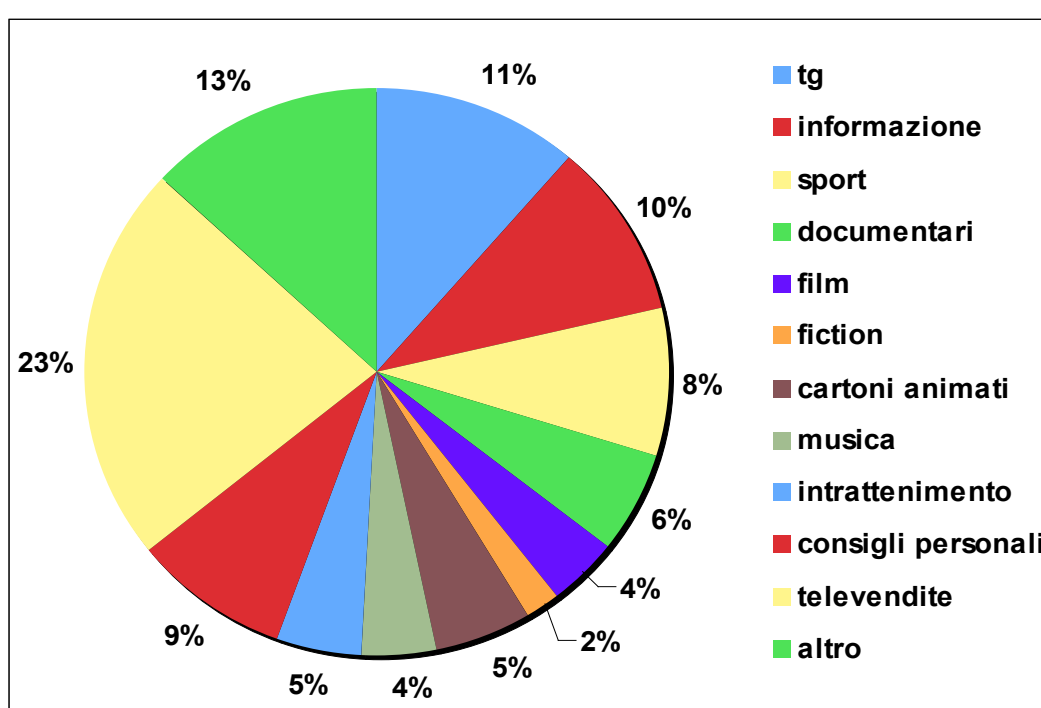
⁶ Il sistema di autocertificazione proposto alle reti prevedeva l'indicazione esplicita dei programmi in replica mentre per le prime visioni si chiedeva semplicemente di lasciare la casella in bianco. Osservando alcuni database si ha l'impressione che alcune caselle siano semplicemente rimaste bianche e quindi che il dato complessivo delle repliche, e in particolare quello notturno, sia sottostimato.

del palinsesto più modulata e seguono criteri di maggiore appropriatezza fra fasce orarie (e quindi potenziali bacini di pubblico) e generi programmati. Questo aspetto verrà approfondito più avanti, nel paragrafo relativo alle tipologie di emittenti. Prima però concludiamo l'analisi quantitativa del palinsesto medio delle tv toscane, analizzando la composizione della fascia protetta.

5. La fascia protetta

Uno sguardo alla distribuzione dei generi all'interno della fascia protetta (16:00-19:00) mostra un andamento atteso, visto che si tratta di un segmento orario a cavallo fra il pomeriggio e il preserale. Circa un terzo della programmazione è costituito da televendite e consigli personali, mentre Tg, informazione e sport coprono un altro 30% dell'offerta (graf. 16).

GRAFICO 16 – FASCIA PROTETTA – OFFERTA PER GENERE



Qualche segnale di attenzione alla potenziale presenza del pubblico dei minori si evidenzia nella concentrazione leggermente sopra la media di cartoni animati e documentari (in larga misura quelli del “National Geographic”); di alcuni episodi di serie per giovani come “Qua la zampa” e “Ocean Girl” o di film come “Il cucciolo”, “Le avventure di Oliver Twist” e un paio di titoli con Totò e Laurel e Hardy; di un programma di intrattenimento dedicato ai più piccoli (“Creartu”).

6. Tipologie di emittenti

Sulla scorta dei dati complessivi sin qui analizzati e nel tentativo di cogliere peculiarità e differenze delle diverse reti regionali toscane, sono stati messi a punto alcuni criteri per identificare le diverse tipologie di emittenti.

1. Varietà dell'offerta, valutata in base al numero di generi presenti in palinsesto rispetto alla media regionale (valutazione: 1= sotto la media, 2= nella media e oltre).
2. Diversificazione dell'offerta, valutata in base alla presenza (=1) o assenza (=2) di un singolo genere che superi il 33% della programmazione complessiva.

3. Equilibrio dell'offerta: presenza (= 1) o assenza (= 2) di televendite o consigli personali superiori al 30% della programmazione
4. Struttura del palinsesto: grado di appropriatezza fra generi e fasce orarie (appropriatezza medio-alta=2, bassa=3)
5. Radicamento nel territorio (1): quote di informazione e tg, considerati cumulativamente, rispetto alla media regionale (valutazione: 1= sotto la media, 2= nella media e sopra).
6. Radicamento nel territorio (2): presenza (=1) o assenza (=0) nel palinsesto di almeno un evento sportivo legato al territorio.

Come è evidente dai criteri appena esposti, la classificazione prende in considerazione solo variabili quantitative, oggettive perché quantificabili, ma non entra nel merito della qualità dei programmi, aspetto che esula dagli obiettivi di questa ricerca.

In base ai criteri adottati e ai dati in nostro possesso, sono emerse quattro classi di emittenti, relativamente omogenee al loro interno. Nel complesso, le reti toscane si sono collocate in un range compreso fra 5 e 10 (su un massimo possibile di 12).

Fascia bassa. Del primo gruppo (valutazione 5 – 6) fanno parte dodici canali che hanno riportato i punteggi più bassi su tutti gli indicatori o quasi. Sul primo gradino della scala troviamo sei emittenti che pur trasmettendo in province diverse, presentano un palinsesto identico, caratterizzato da una debole struttura, una scarsissima varietà di generi con preponderanza di consigli personali e televendite.

Vi è poi un secondo gruppo di altre sei tv con valori minimi, tranne che su una variabile (la diversificazione dei generi o il radicamento territoriale attraverso la trasmissione di un qualche evento sportivo).

Fascia media. Nella seconda fascia (valutazione 7 – 8) rientrano cinque canali che, rispetto al gruppo precedente, presentano una maggiore diversificazione dell'offerta e una più coerente struttura del palinsesto. Allo stesso tempo, hanno valori bassi quanto a equilibrio (elevata concentrazione di televendite) e radicamento locale (poca informazione e assenza di eventi sportivi locali).

Fascia medio-alta. Le sette reti di questo gruppo raggiungono un punteggio pari a 9 attraverso un'offerta di generi varia ed equilibrata ed evidenziano qualche limite o a livello di radicamento o di struttura e diversificazione del palinsesto.

Fascia alta. La posizione più alta della classificazione (valutazione 10) è raggiunta da 9 canali (Teletruria, TV1, Toscana Tv, Granducato Tv, Noi TV, Canale 50, Tv Prato 39, TV Libera, Teleidea) che potremmo definire "emittenti pilota". Si tratta di canali con valutazioni elevate su tutti gli indicatori e che mostrano qualche limite solo a livello di diversificazione (pur nella varietà dei generi in palinsesto, alcuni sono dominati) o nel radicamento ottenuto attraverso Tg e informazione.

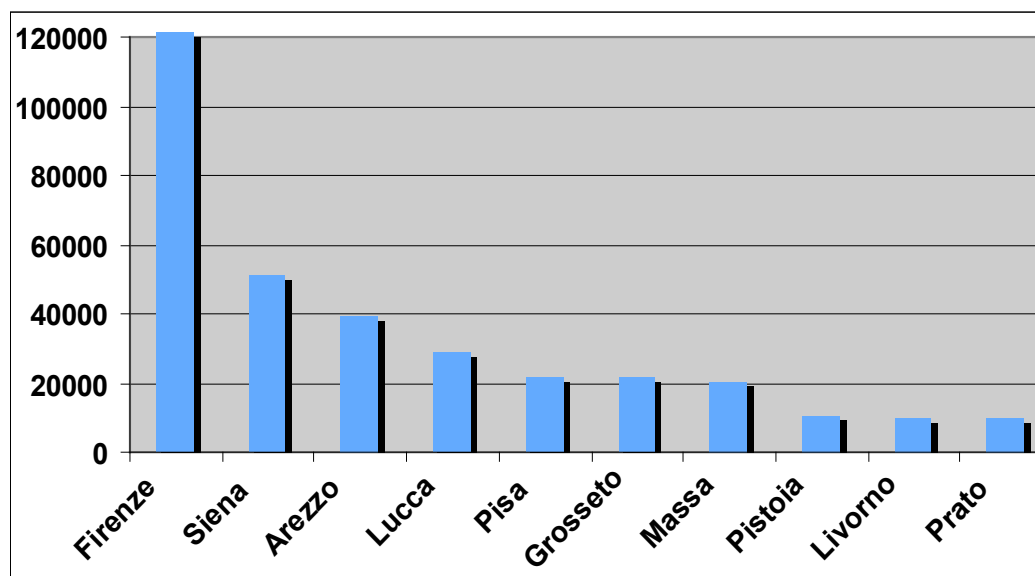
E' opportuno sottolineare ancora una volta la portata limitata di una classifica stilata solo in base ad un campione settimanale di programmazione e senza poter corroborare le misurazioni degli indicatori quantitativi con valutazioni di tipo qualitativo sul merito e la confezione dei programmi.

Pur con i suoi limiti, questa classificazione consente comunque di tracciare una rudimentale mappa dell'emittenza televisiva toscana che, pur dentro i limiti evidenziati nei precedenti paragrafi, mostra interessanti elementi di diversificazione.

7. Il sottosistema provinciale dell'emittenza regionale

In conclusione analizziamo il sistema dell'emittenza televisiva locale della Toscana a livello di articolazione provinciale.

GRAFICO 17 – VOLUME ORARIO – OFFERTA PER PROVINCE



Innanzitutto osserviamo l'offerta oraria per provincia (graf. 17). Ovviamente essa è direttamente proporzionale al numero delle reti presenti in ogni zona (tab. 16)

TAB. 16 – NUMERO DI RETI MONITORATE PER PROVINCIA

Provincia	Numero di reti monitorate
Firenze	12
Siena	5
Arezzo	4
Lucca	3
Pisa	2
Grosseto	2
Massa	2
Pistoia	1
Livorno	1
Prato	1

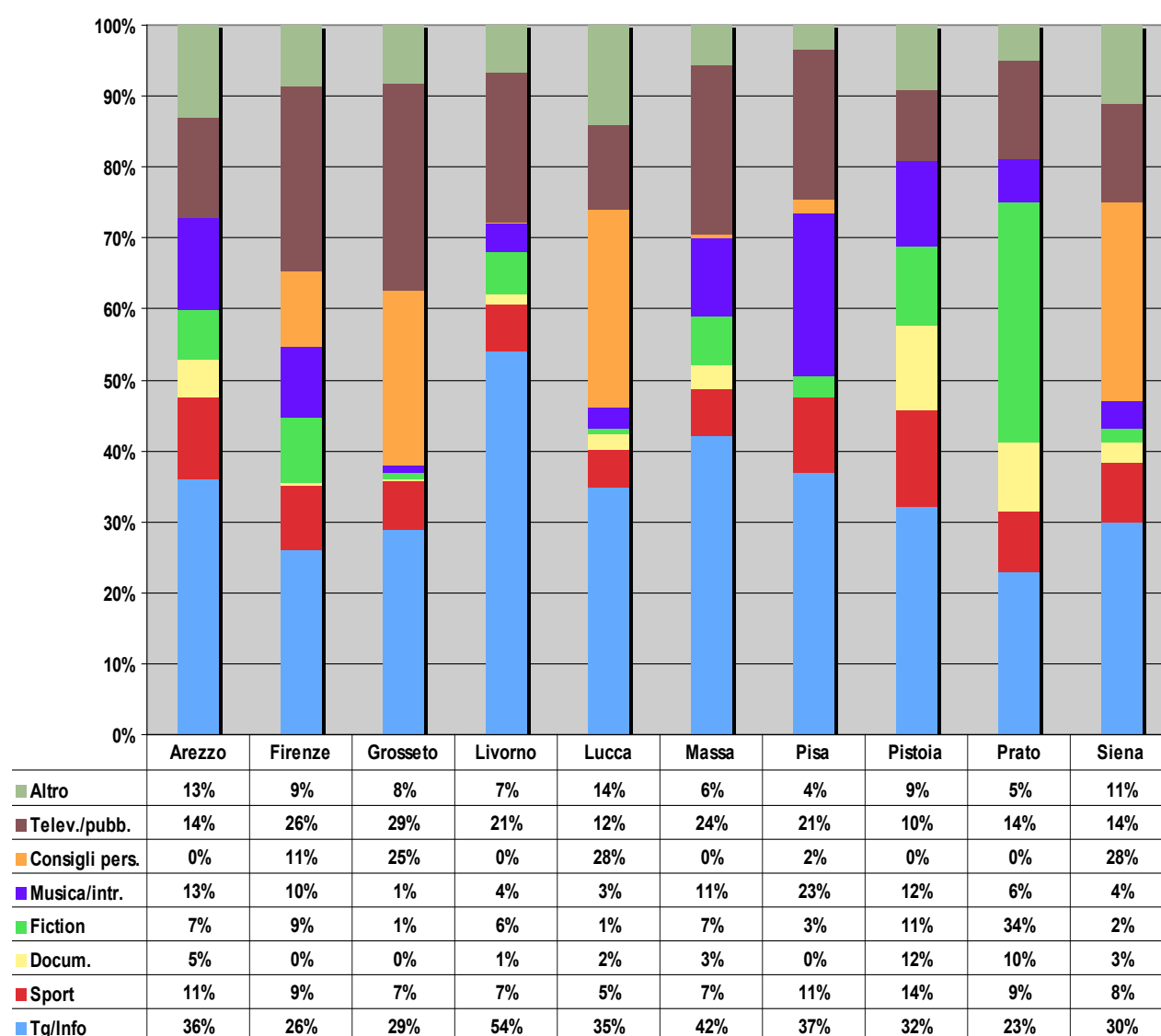
Sebbene all'appello del nostro monitoraggio manchino 10 reti, essendo queste distribuite in modo relativamente regolare fra le province, la loro assenza non falsa (se non in modo marginale) la distribuzione dell'offerta per province rappresentata nel graf. 17. I dati sono abbastanza eloquenti e indicano il netto scarto che caratterizza l'offerta televisiva locale presente nella provincia di Firenze (un terzo del totale della toscana) rispetto alle zone.

Il grafico 18 presenta la distribuzione percentuale dei generi all'interno delle singole province. Si tratta di un quadro evidentemente molto complesso in cui appare poco significativo andare a indagare i singoli valori, cercando magari di spiegare le distribuzioni anomale, come l'apparente avversione delle reti fiorentine per i documentari (concentrazione al di sotto dell'1%) o la forte propensione dell'offerta televisiva locale di Prato per l'intrattenimento audiovisivo d'acquisto (film, fiction e cartoon sono un terzo dell'offerta). E' interessante invece concentrarsi sui dati fondamentali, quelli relativi ai 3 generi portanti dell'offerta delle tv locali toscane: Tg, informazione e sport. Quello che emerge è che la ricca (televisivamente parlando) provincia fiorentina ha su questi generi una delle concentrazioni più basse (ovviamente non in valori assoluti, cioè in ore). Questo sembrerebbe indicare che il mercato televisivo locale, nella configurazione che abbiamo identificato nel corso del rapporto, "tolle" un ridotto numero di canali, diciamo una o due per provincia, ampiamente in grado di soddisfare l'offerta di contenuti locali (essendo essi limitati ai generi d'attualità e di flusso) e

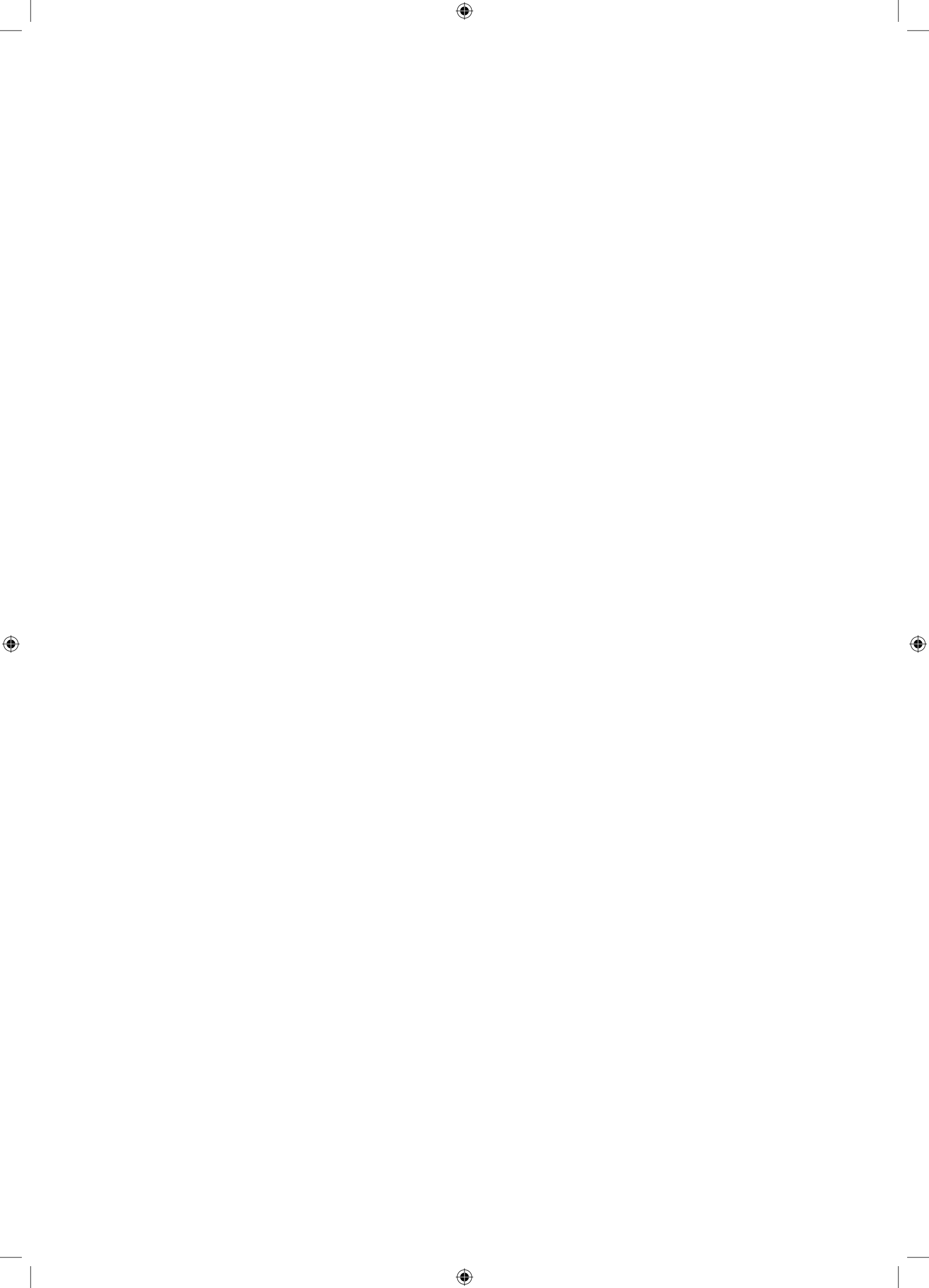
che le tv che vanno ad aggiungersi a questo nucleo di “televisioni pilota” in larga misura finiscono per espandere l’offerta dei generi marginali. Questo perché i generi competitivi sono pochi e, soprattutto l’informazione locale e lo sport provinciale, quantitativamente anelastici, anche in presenza di dinamiche competitive.

Questa ipotesi, da corroborare con ulteriori e più approfondite ricerche, trova una prima validazione nella distribuzione delle reti di fascia alta. Queste 9 reti sono distribuite in 8 diverse province (Arezzo, Firenze, Livorno, Lucca, Pisa, Prato, Siena, Pistoia) a conferma che quasi in ogni provincia esista una “televisione pilota”, il baricentro attorno a cui si dispongono le altre in numero variabile con un’offerta tendenzialmente meno ricca e poco significativa dal punto di vista dei contenuti locali.

GRAFICO 18 – PROVINCE – OFFERTA PER GENERE



Conclusioni



Conclusioni

Come si è avuto modo di mettere in luce nelle pagine del rapporto, l'offerta delle televisioni locali della Toscana appare fortemente centrata su una determinata categoria di programmi di flusso (notiziari, informazione, sport) in larghissima parte autoprodotti. E' soprattutto attraverso questi programmi che le TV locali costruiscono la loro linea editoriale e la loro identità che perlopiù è quella di emittenti di dimensione provinciale.

L'innegabile pluralismo dell'emittenza televisiva toscana, che può contare su 43 reti (in media più di quattro per provincia) trova il suo limite proprio nella ristretta fascia di programmi autoprodotti, a fronte di un'offerta di titoli d'acquisto di interesse (e di valore economico) tendenzialmente marginale. Lo spettro limitato delle risorse a fronte dell'elevato numero di canali è probabilmente la prima causa di quella gerarchia che, a giudicare dai dati analizzati, si crea a livello provinciale fra un'emittente pilota (caratterizzata da pluralismo dell'offerta e da un alto grado di concentrazione dei contenuti premium di interesse locale) e le altre, che insistono sul medesimo territorio e che appaiono decisamente più deboli sotto entrambi i profili.

Lo scarso livello di integrazione economica fra reti nazionali e emittenti locali, che di fatto non costituiscono un secondo mercato per l'industria televisiva nazionale, la debolezza degli scambi fra canali regionali (dovuto essenzialmente al tipo di programmi autoprodotti che difficilmente possono alimentare un mercato) costituiscono limiti non solo e non tanto delle televisioni locali della Toscana, ma dell'emittenza locale italiana nel suo complesso. Restano da indagare in modo più approfondito le dinamiche di funzionamento e le dimensioni economiche del rapporto fra televisioni locali e distributori regionali di programmi che i dati in nostro possesso hanno consentito di descrivere solo a livello embrionale.

Come si è già avuto modo di dire nel corso dell'analisi, una più compiuta valutazione delle televisioni locali della Toscana, intese come singole emittenti e come parte di un sistema integrato a livello regionale, sarà possibile solo quando alle analisi basate sugli indicatori quantitativi saranno affiancate letture qualitative dei programmi, almeno di quelli autoprodotti.

In sede di conclusione si è ritenuto comunque interessante completare il lavoro incrociando i dati e le analisi ricavate dai palinsesti autocertificati con altre risorse di conoscenza sul sistema delle televisioni locali della Toscana in possesso del Corecom.

In primo luogo è stata messa a confronto la gerarchia delle televisioni locali toscane basata sui criteri del radicamento locale, del pluralismo e della struttura del palinsesto (cfr. pag. 31) con la graduatoria stilata dal Corecom in base al fatturato e al numero e tipologia del personale impiegato, in vista dell'erogazione dei contributi per il 2006. L'ipotesi di fondo è che fra il livello dell'offerta e le dimensioni d'impresa dovrebbe esservi una qualche corrispondenza. E in effetti, pur non sovrapponendosi completamente, le due graduatorie appaiono abbastanza simili. Citiamo solo il dato più emblematico. Nelle prime undici posizioni della graduatoria contributi si trovano sette "emittenti pilota", mentre solo due si collocano più in basso (al 19° e 20° posto).

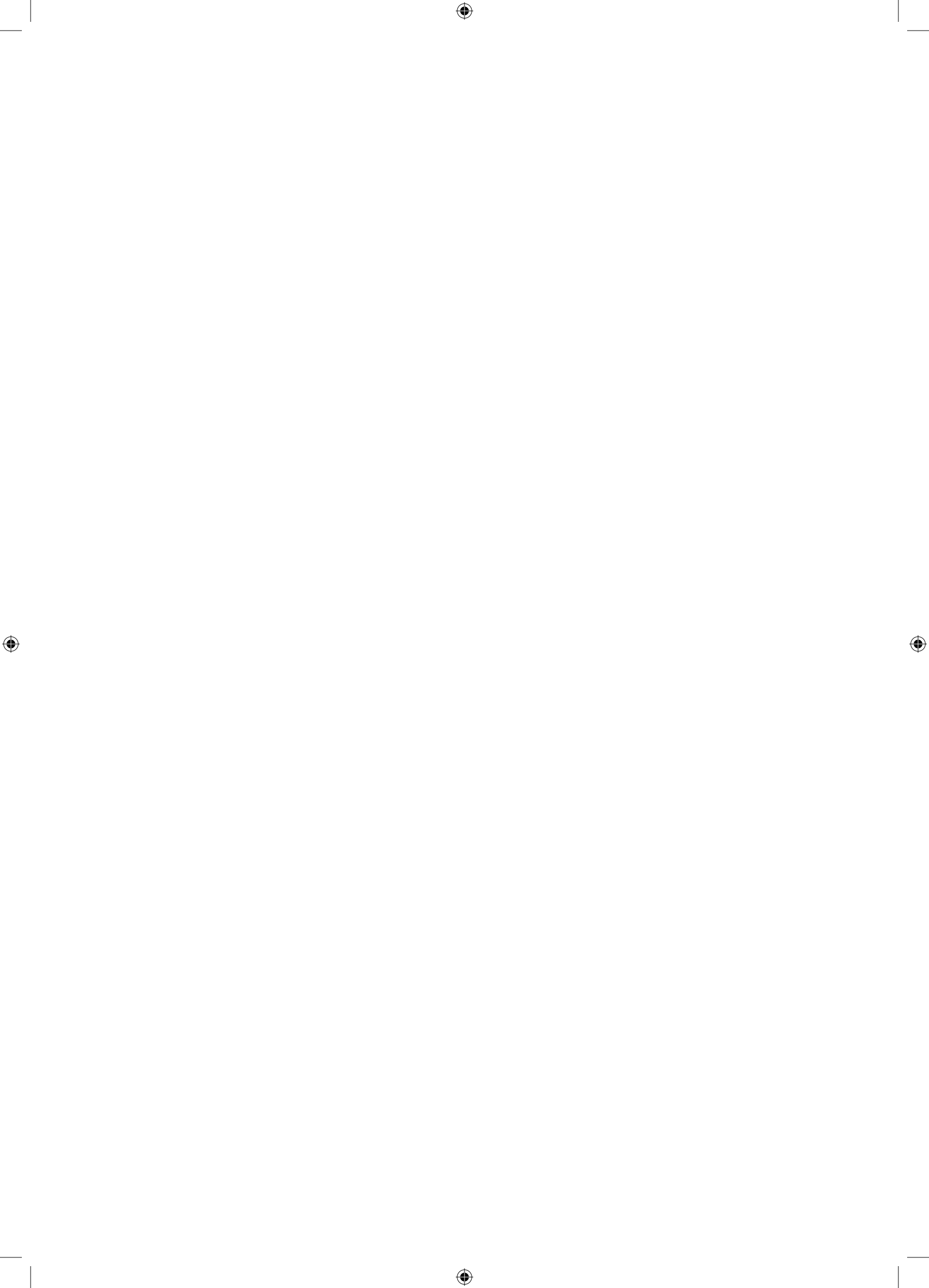
Ancora più interessante risulta il confronto fra la presente ricerca e i risultati di una indagine realizzata nel 2005 per conto del Corecom sugli ascolti delle emittenti televisive della Toscana.

Osservando i dati relativi sia alla frequenza della fruizione che alla notorietà, abbiamo innanzitutto la conferma che il sistema dell'emittenza regionale toscana è basato su televisioni provinciali. In ogni provincia infatti, a prescindere dal numero dei canali locali presenti sul territorio, ci sono una, raramente due televisioni della provincia che catalizzano l'ascolto.

Questi canali corrispondono quasi sempre alle “televisioni pilota” identificate attraverso l’analisi dei palinsesti o, in un paio di casi, a emittenti che nella nostra classificazione rientrano nella fascia medio alta. Fa eccezione la provincia di Firenze, dove l’elevata concentrazione di tv locali favorisce una certa frammentazione del consumo e in cui emerge come canale leader RTV38 che non rientra fra le emittenti “top” della nostra classificazione. Ricordiamo che questa aveva fra i parametri valutati positivamente il livello di localizzazione provinciale, su cui RTV38, canale *sui generis* affiliato al circuito multiregionale Odeon, otteneva un valore basso. Non c’è dubbio che RTV38 sia, fra le emittenti toscane (assieme a Italia 7) quello a vocazione meno “locale” (ovvero monoprovinciale) e non a caso compare ben piazzata negli ascolti in diverse province toscane.

Citiamo infine il dato relativo alla preferenze del pubblico rispetto ai generi dell’offerta delle emittenti locali toscane. Notiziari e programmi d’attualità sono di gran lunga i più visti, seguiti da programmi e eventi sportivi. Come sempre accade nei consumi culturali, soprattutto televisivi, è difficile stabilire in che misura l’offerta influenzi il consumo o quanto invece sia vero il contrario. E’ innegabile comunque che questi dati sulla fruizione confermano quanto si era già avuto modo di mettere in luce analizzando i palinsesti. Ovvero, che l’identità delle tv locali toscane è basata quasi per intero sul rapporto con il territorio provinciale, e questo si costruisce attraverso l’informazione (e lo sport) locale.

Appendice



Verifica dei dati autocertificati tramite registrazioni a campione

Il monitoraggio e l'analisi dei palinsesti delle televisioni regionali toscane presentato nelle pagine precedenti non sarebbe stato possibile senza la collaborazione delle 33 emittenti che, fornendo direttamente i loro palinsesti e una serie di dati fondamentali sui programmi trasmessi, hanno reso accessibili informazioni molto difficili da reperire, se non attraverso procedure di ricerca estremamente lunghe e complesse.

E' evidente che il metodo dell'autocertificazione presenta un limite fondamentale: non consente ai ricercatori una verifica empirica dei dati analizzati. Per ovviare, almeno in parte, a questo limite si è deciso di corroborare i risultati della ricerca, ottenuti attraverso l'analisi dei palinsesti autocertificati, creando una seconda serie di dati attraverso la rilevazione diretta dell'offerta tramite registrazioni a campione.

L'universo di dati ottenuto tramite le analisi delle registrazioni è per forza di cose più ridotto rispetto all'insieme delle informazioni autocertificate.

a) Delle 33 tv che avevano fornito al Corecom i loro palinsesti, si è deciso di monitorarne un terzo. 11 reti (poi ridotte a 10 a causa di un problema tecnico che ha reso inutilizzabili le registrazioni relative alla programmazione di Noi tv) il cui criterio di scelta è stato innanzitutto quello di garantire una corretta rappresentanza delle diverse realtà provinciali. Le reti registrate sono: Teletruria (Arezzo), Canale 10, Italia 7, RTV 38 (Firenze), Tv 9 (Grosseto), Granducato tv (Livorno), Canale 50 (Pisa), Tv Prato 39 (Prato), TV Libera (Pistoia), Canale 3 Toscana (Siena).

b) Realizzando una sinergia con il lavoro di monitoraggio e controllo svolto dal Corecom durante il periodo elettorale, sono state registrate le trasmissioni delle televisioni sopra indicate nel corso di una settimana campione del marzo 2006 (11-17 marzo 2006). Vista l'estrema laboriosità delle procedure necessarie a trasferire in un database i dati rilevati attraverso la visione del materiale registrato¹, si è deciso di limitare la rilevazione a quattro giorni: due feriali (lunedì e mercoledì) e i due "festivi" (sabato e domenica).

c) Le informazioni ricavate dalla visione diretta sono, per necessità di cose, più ridotte di quelle ottenute tramite autocertificazione, limitandosi al titolo e alla durata dei programmi trasmessi, alla fascia oraria e al genere.

In sintesi i dati ricavati dalle registrazioni non sostituiscono in alcun modo quelli ottenuti dalle analisi dei palinsesti autocertificati, costituendone semplicemente una verifica di massima.

Nelle pagine seguenti, per ciascuna delle 10 reti monitorate direttamente, viene riportato il grafico dell'offerta per genere, assieme ad una tabella che riporta gli scarti fra queste concentrazioni e quelle, relativi alla stessa variabile, ricavati dalle autocertificazioni. Com'era logico aspettarsi, confrontando le due serie di dati si notano delle discrepanze, che in buona parte si spiegano con la disparità dei volumi orari monitorati, la diversità dei periodi dell'anno presi in considerazione, un diverso modo di classificare alcuni generi. Ma, se guardiamo i dati

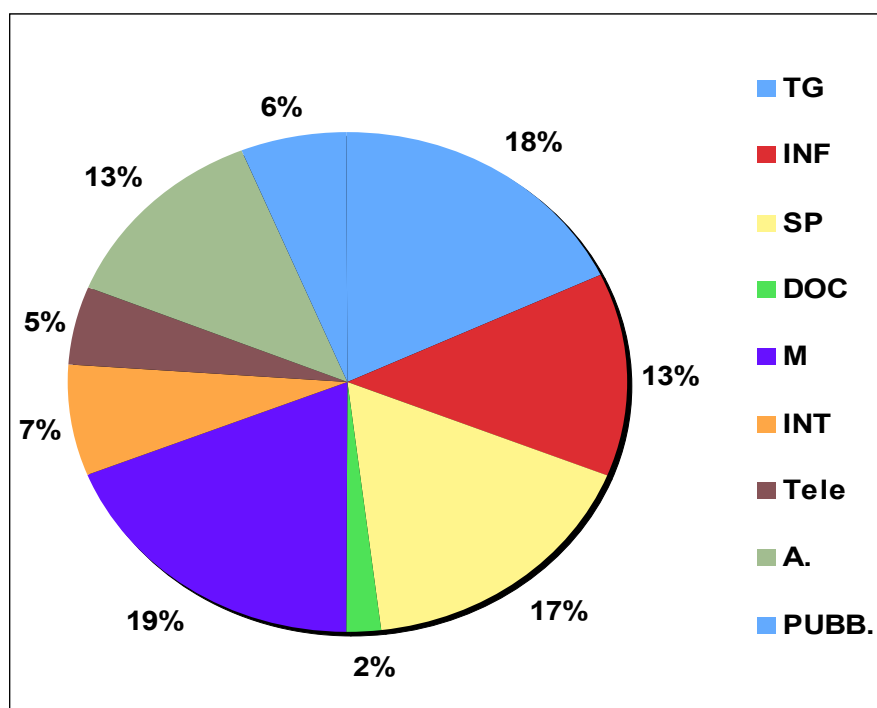
¹ Le operazioni di visione dei materiali registrati, rilevazioni dei dati e costruzione del database sono state effettuate da Fabio Corsini e Chiara Fiorentini, che ringraziamo per la cura con cui hanno portato a termine questa delicata fase del lavoro.

fondamentali, ci rendiamo conto che le similitudini superano di gran lunga le differenze. Per ciascuna rete infatti, salvo poche eccezioni, vi è sostanziale analogia fra le due serie di dati per quanto riguarda il numero e la tipologia dei generi presenti (o eventualmente assenti) in un determinato palinsesto e la loro gerarchia a livello di volumi orari. Si tratta della conferma dell'attendibilità delle analisi condotte sulle informazione ricavate dai palinsesti autocertificati.

LEGENDA DELLE ABBREVIAZIONI DELLE ETICHETTE

- TG: telegiornale;
- INF: informazione;
- SP: sport;
- DOC: documentari;
- F: film;
- TF: fiction;
- C: Cartoni animati;
- M: programmi musicali;
- INT: intrattenimento;
- TELE: televendite;
- CONS: consigli personali;
- A.: altro;
- PUBB: pubblicità.

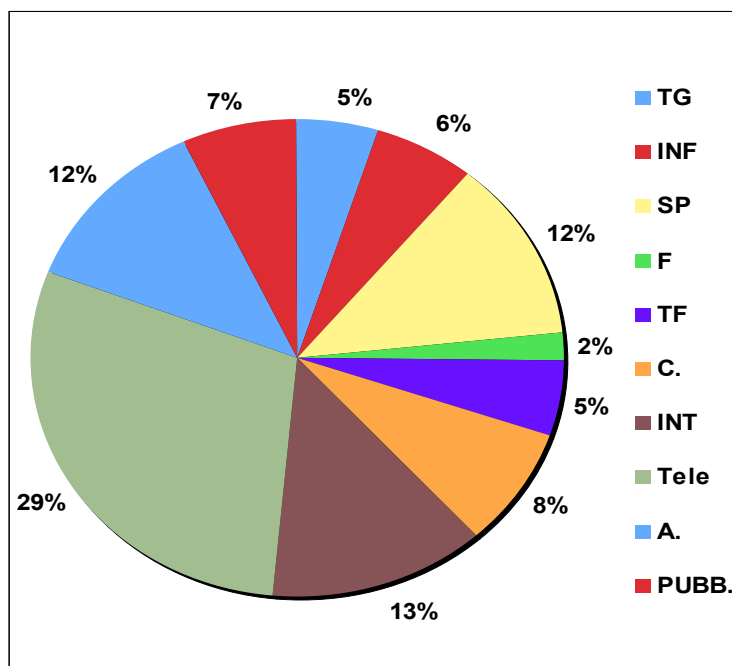
Graf. 1 – Offerta per genere - TELETRURIA



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A.	PUBB
+1	+3	+7	=	=	=	=	+8	-2	+5	=	-14	-6

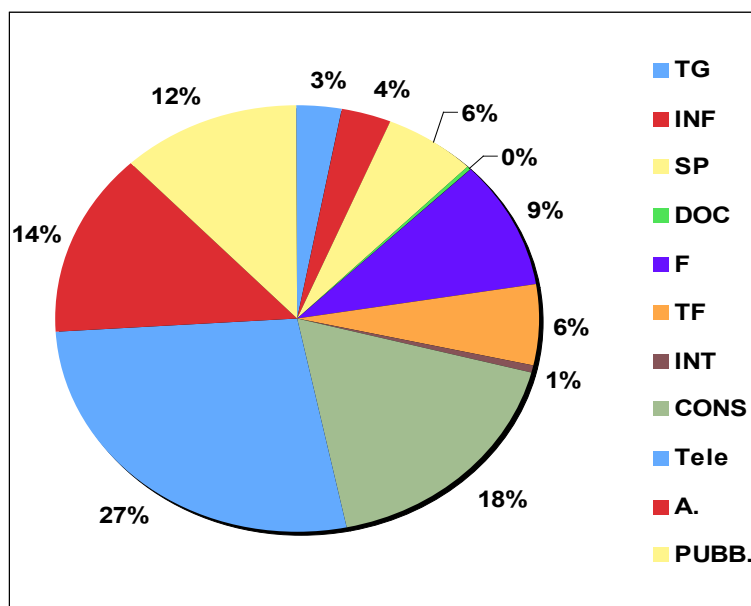
Graf. 2 – Offerta per genere - CANALE 10



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A.	PUBB
=	-8	+2	=	=	+1	-3	=	+11	-6	=	+4	-2

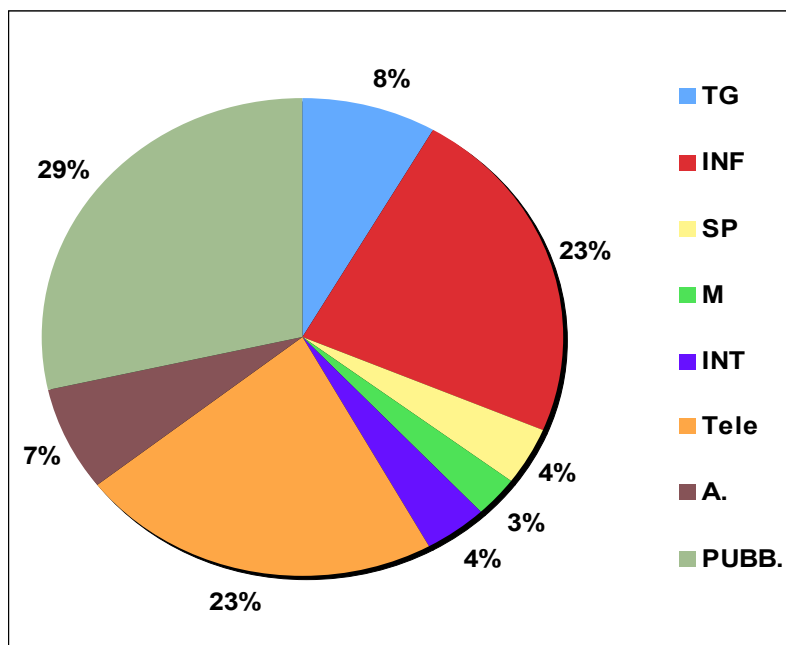
Graf. 3 – Offerta per genere - ITALIA 7



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
+1	-12	-4	=	-1	+1	-1	=	-16	+3	+18	+7	+4

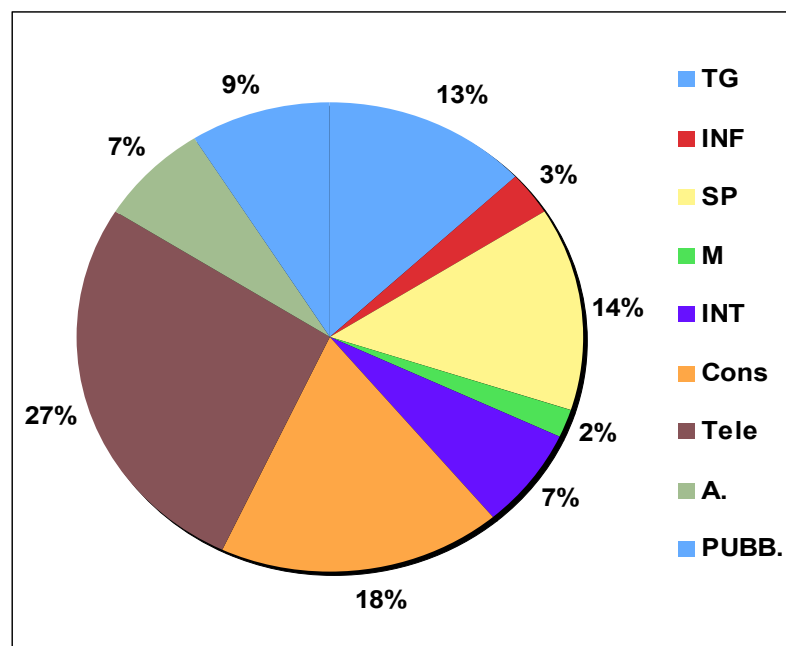
Graf. 4 – Offerta per genere - RTV 38



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
+5	+15	+2	=	-2	=	=	+3	-19	-23	=	+6	+16

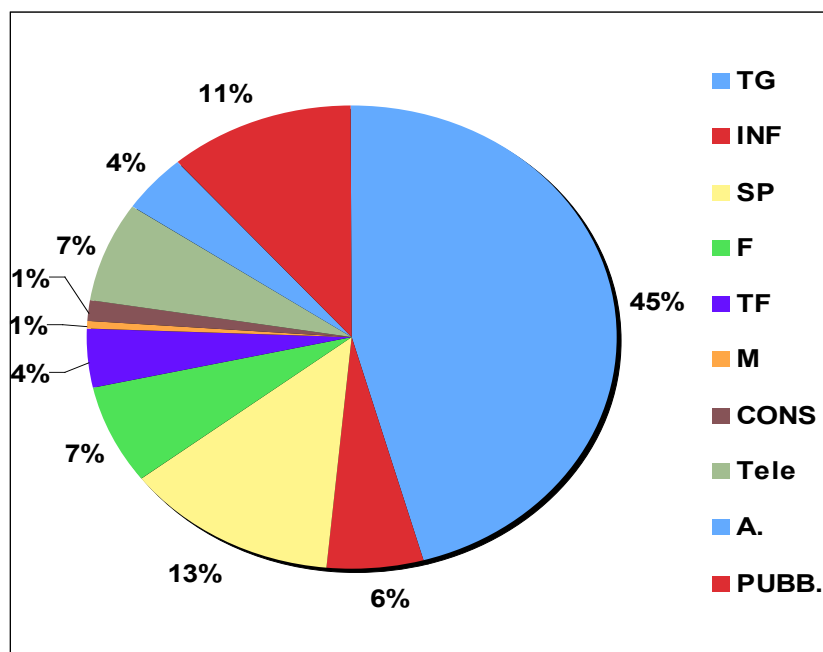
Graf. 5 – Offerta per genere - TV 9



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
=	-7	+3	=	-3	=	=	=	+6	-18	+18	=	=

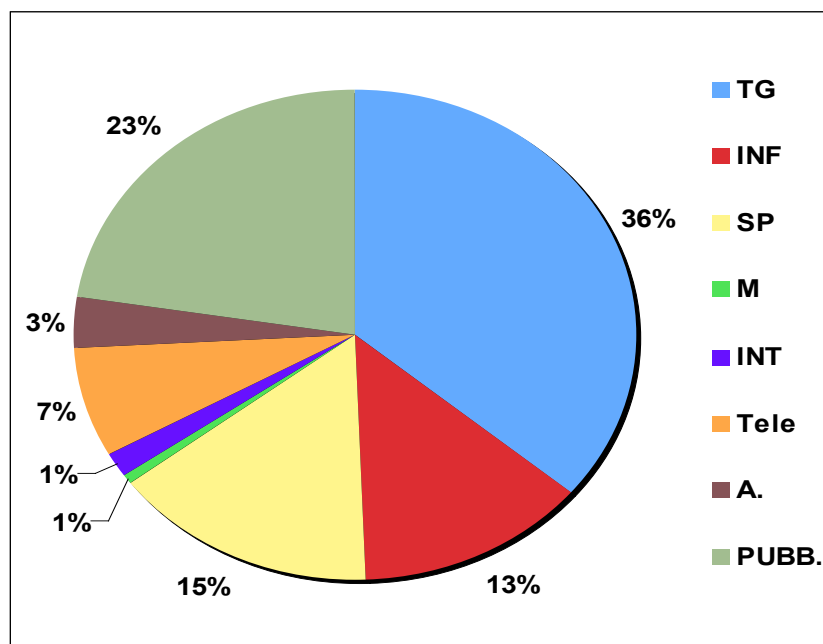
Graf. 6 – Offerta per genere - GRANDUCATO TV



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
-1	-3	+6	-1	+2	+3	=	=	-3	-1	+1	-3	-2

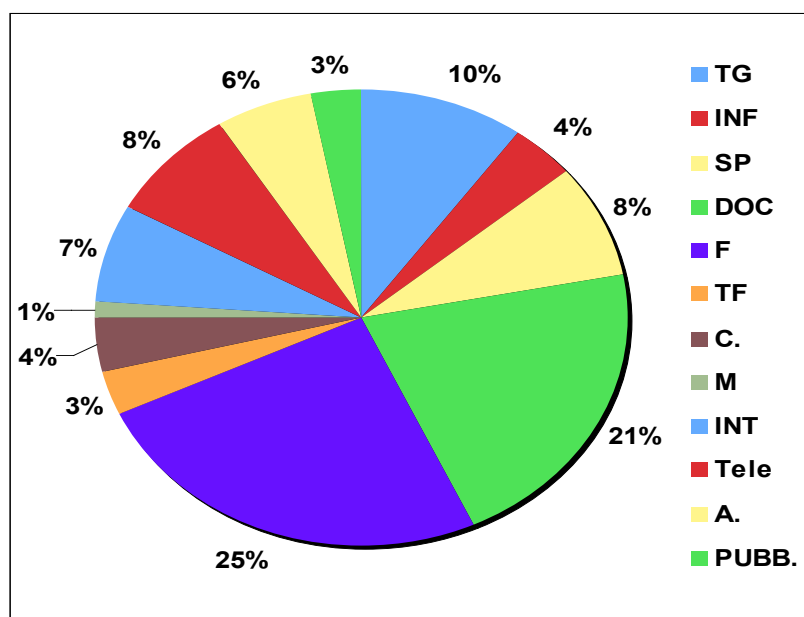
Graf. 7 – Offerta per genere - CANALE 50



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
-13	-3	+4	=	=	-2	-3	-1	-6	+7	=	+3	+11

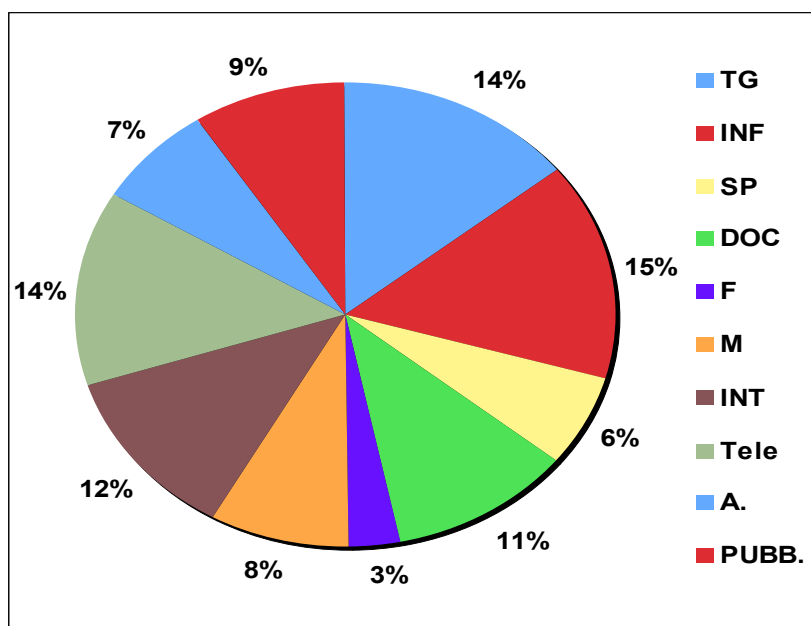
Graf. 8 – Offerta per genere - TV PRATO 39



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
-1	-7	-1	+11	+8	-9	=	-2	+4	-1	=	+1	-3

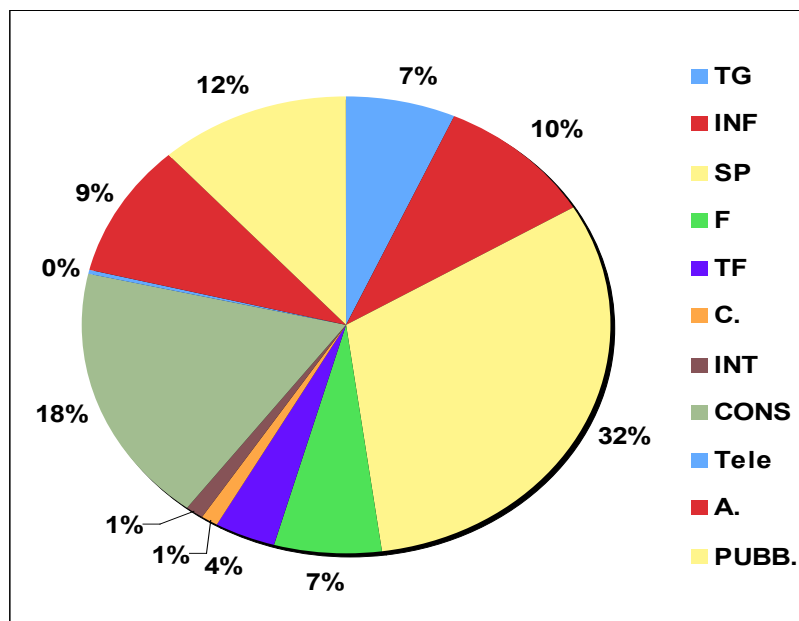
Graf. 9 – Offerta per genere - TV LIBERA



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
+7	-11	-8	-1	-3	-6	-2	+8	=	+9	=	-2	+4

Graf. 10 – Offerta per genere - CANALE 3 TOSCANA



Percentuale dei generi - Scarto della rilevazione diretta rispetto all' autocertificazione

TG	INF	SP	DOC	F	TF	C	M	INT	TELE	CONS	A	PUBB
+4	-14	+7	-5	+7	-1	-3	=	+1	=	+14	+3	-17