

LA NUOVA TELEVISIONE

Economia, mercato, regole

a cura di
Antonio Nicita, Giovanni B. Ramello
e Francesco Silva

IL MULINO

ISBN 978-88-15-12461-6

Copyright © 2008 by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. Per altre informazioni si veda il sito www.mulino.it/edizioni/fotocopie

INDICE

Prefazione, <i>di Francesco Silva</i>	p. 00
Introduzione, <i>di Antonio Nicita, Giovanni B. Ramello, Francesco Silva</i>	00
PARTE PRIMA: EVOLUZIONE DEL MERCATO E MODELLI DI CONSUMO	
L'evoluzione del mercato televisivo, <i>di Marco Gambaro</i>	00
Dinamica di un cambiamento, <i>di Peppino Ortoleva</i>	00
PARTE SECONDA: DINAMICHE CONCORRENZIALI E REGOLE EFFICIENTI	
Concorrenza e cambiamento nel mercato televisivo: il caso della pay-Tv, <i>di Giovanni B. Ramello e Francesco Silva</i>	00
L'accesso ai contenuti: quale modello regolatorio?, <i>di Antonio Nicita e Maria Alessandra Rossi</i>	00
PARTE TERZA: I MUTAMENTI DEL QUADRO NORMATIVO	
La radiotelevisione: l'evoluzione del quadro normativo italiano, <i>di Filippo Donati</i>	00
La disciplina europea delle trasmissioni televisive, <i>di Roberto Mastroianni</i>	00
	5

PARTE QUARTA: LA RIVOLUZIONE DIGITALE

La televisione digitale terrestre in Italia, *di Nicola Matteucci* p. 00

La televisione convergente: Iptv e Tv Mobile, *di Antonio Manganelli e Pier Luigi Parcu* 00

PARTE QUINTA: UN CONFRONTO INTERNAZIONALE: REGNO UNITO E STATI UNITI

Concorrenza, convergenza e televisione digitale: il caso del Regno Unito, *di Martin Cave* 00

Evoluzione strutturale e cambiamento del mercato televisivo statunitense nell'era digitale, *di Jonathan Levy e Anne Levine* 00

Glossario 00

Riferimenti bibliografici 00