

- DTT: numerazione canali sul telecomando, ora basta!
- TV locali: contributi statali, cronaca di una 'epurazione'
- TV: diritti, processo Mediaset, un terremoto
- DTT: tv locali in lotta per le frequenze, dov'è la riserva?
- TV: il monopolio dei contenuti, Mediaset regna
- AGCOM: la relazione 2013, analisi sintetica del CNT-TPD
- TV: Sky regina dei ricavi 2012, monopolio sul sat e pay-tv
- PUBBLICITÀ: ancora calo, investimenti primi 4 mesi a -18,7%
- TV: anche SportItalia cede sotto i colpi dei monopolisti
- DTT: problemi con riposizionamenti e ricezione di precisione
- RADIO: situazione di mercato, ascolti e raccolta pubblicitaria
- IMPIANTI: San Silvestro, ok a 128 siti e piattaforma offshore



LA NUMERAZIONE DEI CANALI SUL TELECOMANDO

ORA BASTA !!!

MISE-COM E AGCOM ASSEGNINO GLI LCN COME DISPOSTO DA TAR E CONSIGLIO DI STATO



L'iter avviato con la nuova e contestata delibera **AGCom** n. 237/13/CONS si è impantanato. Ancora non sono stati pubblicati i bandi per la nuova assegnazione dei canali sul telecomando (LCN). Scandaloso. L'**AGCom** latita, mentre dal **Ministero** fanno sapere che se non sono pervenuti ancora dall'**Autorità** alcuni chiarimenti richiesti in merito alla delibera in questione. Senza questi il **MISE-Com** non può procedere. Insomma un ping-pong che non fa altro che allungare i tempi già dilatati all'infinito.

Il risultato è non solo il proseguimento di uno status quo del telecomando ormai palesemente fuori legge, ma l'aver eluso anche la richiesta precisa dei giudici di provvedere con urgenza. Queste le parole specifiche pronunciate nella sentenza di annullamento: **"...al fine di ridurre tale problematica conseguenza dell'annullamento in questione, è necessario che, in osservanza del principio del buon andamento, l'AGCOM medio tempore adotti, con l'urgenza del caso, ogni misura transitoria ritenuta utile allo scopo di consentire l'ordinata fruizione della programmazione televisiva da parte degli utenti e degli operatori del settore"**.

DANNI INCALCOLABILI PER LE TV LEADER IN ANALOGICO

Ebbene da questa sentenza sono passati 11 mesi. Se poi aggiungiamo quella di annullamento di primo grado (**Tar** del Lazio), arriviamo a due anni. A questi due anni sommiamo anche l'entrata in vigore della delibera 366 arrivando a tre anni! Tre anni in cui le emittenti locali ex analogiche leader **Auditel** hanno subito l'ingiustizia delle famose graduatorie **Co.Re.Com**, poi annullate dalla nuova normativa, che però si è ostinata a non prevedere come criterio degli ascolti i numeri esistenti prima della delibera annullata, cioè quei numeri che venivano totalizzati nel vecchio sistema tv prima dello *switch off*. Ciò è stato oggetto di nuove contestazioni e ricorsi al **TAR** poiché la situazione potrebbe non mutare, riuscendo nell'intento di mantenere lo *status quo* del telecomando "creato" dalla vecchia delibera annullata da **Tar** e **Consiglio di Stato**.

VALUTARE IL COMPORTAMENTO DELL'AGCOM SOTTO TUTTI I PROFILI

Questo ritardo nasconde un'altra perfidia: i requisiti che costituiscono la graduatoria vanno a peggiorare come punteggio poiché, tra gli altri, il numero dei dipendenti, la patrimonializzazione e gli ascolti sono sempre più ghigliottinati dagli effetti della precedente graduatoria e dalla crisi di settore. Un danno nel danno. Di questo è assolutamente necessario verificare sotto tutti i profili della giustizia il comportamento dell'**AGCom**, rea di aver generato questo disastro di mercato di cui l'**Antitrust** (che pure dovrebbe intervenire sulla concorrenza inquinata da questi tre lunghi anni di digitale terrestre) in base al principio di "cane non morde cane", dorme sonni beati.



CONTRIBUTI STATALI

CRONACA DI UNA “EPURAZIONE”

Sulla materia del sostegno statale alle radio e alle tv locali c'è sempre stata polemica oltre che una serie di continue problematiche. Su queste ultime non sono mai mancate anno per anno contenziosi, irregolarità e ritardi sulle famigerate graduatorie dei **Co.Re.Com** di cui le nostre cronache hanno affollato i notiziari. Quanto alle polemiche, si parte dai famosi “aiuti di Stato” vietati a livello europeo, fino alla mascherata volontà di ogni **Governmento** che si è succeduto (nessuno escluso, destra o sinistra che sia) nel voler gradualmente ridurre fino alla completa eliminazione questo scomodo “esborso” dalle casse dello **Stato**.

Negli ultimi tredici anni le uniche annualità in cui si è toccato il livello massimo di stanziamento sono state il 2007 (con 106.547.046,10 Euro) e il 2008 (con il top, 161.797.046,10 Euro). Un livello, comunque, insufficiente per sostenere un settore che è stato dissanguato dagli investimenti per il passaggio al digitale terrestre.

LA SOLUZIONE FINALE: TAGLIO A 50 MLN E POI CONVERSIONE

Poi da quegli anni la fase finale: forti tagli fino alla volontà dichiarata dal Viceministro del **MISE-Com Catricalà** di eliminare la forma di sostegno per “convertirla” in altra modalità. L'ultimo provvedimento normativo, infatti, il Decreto Legge 21 giugno 2013, n. 69 recante "*Disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia*" pubblicato sul supplemento ordinario n. 50 alla **Gazzetta Ufficiale** n.144 del 21 giugno 2013, contiene l'ultima pesante mazzata per l'emittenza locale. L'art.61, comma 1, lettera c) del provvedimento dispone una riduzione dei fondi destinati ai contributi ex L.448/98 per radio e tv locali di 19 milioni di euro a valere dall'anno 2013 e di ulteriori 7,4 milioni nel 2014. Dopo questi tagli, che si aggiungono a quelli precedentemente effettuati con la Legge Finanziaria 2012, gli importi degli stanziamenti destinati alle emittenti radio televisive locali risultano complessivamente i seguenti: **66,3 milioni di euro nel 2013 e 50,1 milioni di euro nel 2014**. Il decreto, già in vigore dal 22 giugno scorso, dovrà ora essere convertito dal Parlamento entro il 23 agosto prossimo.

RADIO LOCALI: DECRETO DIRETTORIALE 22 MAGGIO 2013 APPROVAZIONE DELLA GRADUATORIA CONTRIBUTI RADIO ANNO 2011

Intanto sul fronte del mercato radiofonico giunge notizia che è stata approvata la graduatoria delle domande delle emittenti radiofoniche locali per la partecipazione alle quote dello stanziamento di cui all'articolo 2 del decreto 1° ottobre 2002, n. 225 per l'anno 2011.

PROCESSO MEDIASET: UN TERREMOTO



L'Italia si prepara al terremoto che la conferma della condanna a **Silvio Berlusconi** nel processo **Mediaset** scatenerebbe nel mondo politico. Come noto, l'udienza in **Cassazione** è fissata al 30 luglio. Senza neanche valutare le conseguenze della sentenza definitiva, è drammatico già constatare le conseguenze tragiche della sola decisione della **Cassazione** nell'aver anticipato la data: la sospensione dei lavori parlamentari. Questo conferma in pieno l'enorme inciucio condito dell'insano conflitto di interessi, che nel solo settore mediatico, dove **Berlusconi** ha fondato il suo impero, ha generato l'impossibilità di realizzare un libero mercato concorrenziale e un pluralismo di sistema. A pagare sono le tv nazionali indipendenti e quelle locali, come di fatto sta avvenendo da anni.

Il Cavaliere, in secondo grado, è stato condannato a 4 anni di reclusione (di cui tre indultati) e a cinque anni di interdizione dai pubblici uffici. Il reato di falso in bilancio e appropriazione indebita si sono estinti già nel primo grado di giudizio grazie alla Legge **Cirielli**.



TV LOCALI IN LOTTA PER LE FREQUENZE

Dopo la rovinosa storia della “rottamazione” per i canali 60-69 UHF che sono stati espropriati alle tv locali per destinarli alle telecomunicazioni, pesa ancora il terrore per le prossime manovre del **Government** in tema di frequenze. L’esperienza ha insegnato che per favorire le TLC, approfittando del monito dell’**UE** che spinge per il potenziamento della banda larga, l’Italia ha immediatamente colto l’occasione per dare un ulteriore colpo alle tv locali salvaguardando il solito duopolio **Rai-Mediaset**. Una importante risorsa dell’etere è stata, infatti, sottratta alle tv locali in cambio di indennizzi non proporzionati agli investimenti pluriennali fatti dagli editori (il **Government Berlusconi** aveva ben pensato di dimezzare le somme inizialmente stanziare), oppure di sostituirla con ridicole briciole qualitative di canali.

INGIUSTO CHE A PAGARE IL CONTO SIANO SEMPRE LE TV LOCALI. RISPETTARE LE RISERVE

Per questo motivo insorgono gli editori all’intenzione di vedersi sottrarre anche le frequenze a 700 Mhz che, secondo il provvedimento dell’**AGCom** prevede, come da accordi internazionali, l’attribuzione dei canali 57, 58, 59 e 60 ai servizi mobili LTE entro il 28 novembre 2015. Il **CNT-TPD** aveva, inoltre, già sollecitato come una delle risorse frequenziali del famoso dividendo interno dovesse essere destinata alle tv locali in virtù della riserva di legge che resta ancora sulla carta.

www.coordinamentonazionaletelevisioni.it

MONOPOLIO DEI CONTENUTI

Oltre lo storico squilibrio in tema di frequenze e canali che nasce nei lontani anni '80 con la nascita del duopolio **Rai-Mediaset** e mai interrotto, il **CNT-TPD** si è battuto anche su altri aspetti meno noti ma molto influenti in tema di concorrenza. Tra questi i contenuti, ossia le *library* di prodotti. Il **CNT-TPD**, infatti, ha sempre denunciato come l’incetta di film, telefilm e altri contenuti, in particolare ad opera di **Mediaset**, abbiamo posto una vera e propria barriera di ingresso nel mercato in questione danneggiando le emittenti locali. Nessuna limitazione è stata posta da **AGCom** o **Antitrust** che non hanno neanche garantito la possibilità di accesso alle *library* del colosso privato.



Per dare una idea del monopolio dei contenuti è il recente annuncio da parte del vice presidente del gruppo di Cologno Monzese, **Pier Silvio Berlusconi**, durante la presentazione dei palinsesti autunnali: da dicembre il gruppo offrirà un servizio di video *on demand* a pagamento, basato su un catalogo di 5.000 film e telefilm, che includerà anche titoli appena usciti dal circuito dei cinema.

Cosa aspettano le autorità preposte a porre almeno la condizione di poter consentire l’accesso, mediante specifiche condizioni, anche alle tv locali? Non è possibile, poi, lamentarsi della scarsa qualità della programmazione (come ha fatto di recente il viceministro **Catricalà**) se non si consentono ai piccoli e medi editori di esser messi nella condizione di migliorarla.



LA RELAZIONE AGCOM 2013 L'ANALISI SULLA TV E LA RADIO

MERCATO TELEVISIVO: Al di là della contrazione delle risorse (-800 milioni di euro in un anno, pari a quasi il 9% del totale), il mercato televisivo sta cambiando ed è destinato a cambiare nella fruizione, anche per effetto della digitalizzazione. La tv generalista conta ancora quasi il 75% dell'audience medio, ma già si vedono i primi risultati della diversificazione dell'offerta: le altre proposte sul digitale terrestre rappresentano il 15% e superano il dato della TV satellitare.

MULTIDevice: questa è forse la prospettiva più interessante dell'evoluzione del settore. C'era una volta "il piccolo schermo": uno solo, quello del televisore di casa. Poi ne sono arrivati altri. Quello del computer, seguito negli ultimi anni sempre più da *tablet* e *smartphone*. Il video, grazie a Internet, si sta affrancando dal solo schermo televisivo per dilagare in tutti gli altri.

CONCORRENZA E PLURALISMO: Non dobbiamo aver paura di osservare con lenti nuove: il cambiamento richiede nuove analisi del mercato, anche al fine di verificare se tecnologie, domanda e offerta si muovono con la stessa velocità, e di valutarne gli effetti sulla concorrenza e sul pluralismo, due delle missioni fondamentali del nostro operare. In questa direzione, abbiamo già programmato l'analisi del mercato della capacità di trasporto su reti televisive digitali terrestri ed è nostra intenzione avviare a breve l'analisi dei singoli mercati del **S.I.C. - Sistema Integrato delle Comunicazioni** per la verifica delle eventuali posizioni dominanti e del loro effetto sulla concorrenza e sul pluralismo.

CNT-TPD: SI PARLA DEL FUTURO SENZA VEDERE IL PRESENTE

Si parla scrupolosamente di attenzione al pluralismo e alla concorrenza in virtù dell'affermazione delle nuove tecnologie ma non si guarda il passato ed il presente. Come poter avere timore del prossimo futuro, programmando analisi dei mercati, se proveniamo da un ultraventennale periodo di duopolio **Rai-Mediaset**, a cui si affianca il monopolio satellitare di **Sky**? Siamo già in un mercato fortemente concentrato per cui sarebbe ben più opportuno risolvere conflitti già ben radicati prima ancora di affrontare successivi passi.

FREQUENZE: Abbiamo avviato il procedimento per la determinazione del valore d'uso delle frequenze televisive già assegnate, condizione rilevante per evitare sprechi e inefficienze nell'assegnazione di una risorsa scarsa anche in prospettiva. Il coordinamento con il **Ministero dello Sviluppo Economico** in materia di gestione dello spettro è essenziale, sia per affrontare insieme le attività in campo internazionale, sia per essere efficaci nelle rispettive attività – altamente complementari – di ripartizione e assegnazione dello spettro radioelettrico ai diversi usi. Abbiamo adottato le regole per la gara delle frequenze alla televisione digitale terrestre. In questa occasione, abbiamo messo mano al problema ben più complesso del riordino dello spettro radioelettrico. A breve, chiuderemo il nuovo piano di assegnazione delle frequenze televisive e abbiamo posto le basi della strategia di ripartizione delle frequenze in banda 700 tra televisione e telecomunicazioni da portare avanti nel 2015- 2020. Sul tema frequenze il **CNT-TPD** si è già espresso in precedenza.

RADIO DIGITALE: Sono state avviate le prime sperimentazioni della radio digitale (DAB), punto di partenza per offrire qualità e nuovi servizi digitali. Per il **CNT-TPD** anche questo argomento è stato già affrontato: estremo ritardo dovuto agli interessi legati principalmente alla televisione.

SKY REGINA DEI RICAVI 2012



DATI DA SPAVENTOSO MONOPOLIO

Il 2012 incorona Sky regina dei ricavi, con il gran sorpasso su Mediaset e Rai. È la fotografia scattata dall'AGCom nella Relazione annuale al Parlamento, la prima per il collegio presieduto da Angelo Marcello Cardani. Paradossale che la fotografia di un monopolio arrivi proprio da una autorità preposta a evitare o inibire situazioni così palesemente distorsive del mercato.

ECCO LA SCANDALOSA FOTOGRAFIA DELLA TORTA DI MERCATO

L'anno scorso la tv di **Rupert Murdoch** ha rastrellato 2,63 miliardi (il 32% del totale, ma in calo dell'1.4%), **Mediaset** 2,49 miliardi (il 30.2%, -13.2%), **Rai** 2,34 miliardi (il 28.5% del totale, -7.5%). Per **TI Media** ricavi da 146,6 milioni, mentre gli altri operatori hanno sfiorato i 615 milioni.

Ancora più evidente il predominio assoluto di Sky nella pay tv, con una quota del 77.6%; a netta distanza **Mediaset** (17.8%), poi gli altri operatori (4.6%). La **Rai** si accontenta, complice il canone (+2.3%), del dominio nella tv gratuita, con il 48.3% dei ricavi (poi **Mediaset** con il 38.9% e **TI Media** con il 3%). La 'vecchia' tv generalista raccoglie ancora il 75% dell'audience, ma il digitale terrestre ormai raggiunge il 15% e supera anche il satellite.

CARTA CANTA, MERCATO FORTEMENTE CONCENTRATO

Dai dati che emergono appare chiarissimo come la restante parte della torta, quella destinata alle tv nazionali indipendenti e alle locali sia ridotta a briciole. Il mercato è fortemente concentrato su tre soggetti dominanti: **Sky**, **Mediaset**, **Rai** a cui si aggiunge **TI Media**. E mentre ci si preoccupa del duopolio **Rai-Mediaset** il terzo incomodo viaggia libero rafforzandosi all'inverosimile grazie ad una mala gestione frutto del conflitto di interessi. Gravità ancora più inaudita quella di incassare dagli abbonamenti ma anche dalla pubblicità con percentuali inique. La risorsa pubblicitaria, infatti, viene sottratta alle tv che vivono di sola pubblicità.

MONOPOLIO ASSOLUTO SUI DIRITTI SPORTIVI DEL CALCIO

Anche una delle risorse di contenuto preziose per le televisioni locali è stata predata dallo squalo. I programmi che ruotavano intorno alle partite di calcio, specie delle squadre legate fortemente al territorio locale, sono stati completamente sottratti ai piccoli editori. Non è stato lasciato nessun minimo spazio libero, dalle immagini degli spogliatoi alla semplice entrata in campo, fino ai soli spalti gremiti ed esultanti. Per la paura di perdere anche le briciole, **Sky** ha rastrellato tutto minacciando o ricorrendo immediatamente per le vie legali. Lo squalo ha cancellato programmi che hanno fatto la fortuna e la gioia di molte tv locali che hanno "inventato" un nuovo modo di seguire gli incontri di calcio, costrette dall'impossibilità di poter accedere al mercato dei diritti di trasmissione degli stessi, visti i prezzi esorbitanti generati dalla lobby **società di calcio-Lega-Tv**.

RELAZIONE AGCOM: NEANCHE UNA PAROLA SPESA PER LA CRISI DELLE TV LOCALI E DELLA FORZA LAVORO

Nello oltre 500 pagine della relazione **AGCom** nulla viene scritto in materia di emittenza radiotelevisiva locale: non viene indicato, infatti, quante siano le emittenti radiofoniche locali attive sul mercato italiano o quelle televisive. A pagina 144 della Relazione, si legge che, per quanto riguarda la radio, si tratterebbe di una "moltitudine" mentre nessun dato rispetto alle tv locali.

Censurato anche il dato sulla forza lavoro nell'intero complesso delle comunicazioni e sugli effetti della crisi pesante che sta ammazzando le tv locali. Come se l'economia del sistema non fosse basata anche sul lavoro. Nulla dice l'**AGCom**, infatti, sul problema del continuo impoverimento strutturale e depauperizzazione delle risorse allocate sulla produzione di contenuto (calano gli investimenti, chiudono le aziende, la disoccupazione cresce, il precariato impazza).



PUBBLICITA'

ANCORA IN CALO

INVESTIMENTI NEI PRIMI QUATTRO MESI A -18,7%

L'istituto di ricerche Nielsen ha pubblicato i dati sugli investimenti pubblicitari sui media nel mese di aprile dai quali si evidenzia un calo del 18,7% rispetto ai primi quattro mesi del 2012 (€ 2.164 milioni contro € 2.662 milioni del 2012).

RALLENTAMENTO DI RADIO E TV

Nel primo trimestre il calo, sul primo trimestre 2012, è stato del -18,9%. La situazione appare dunque sostanzialmente stabile anche se i più ottimisti vedono timidi segnali di inversione.

- **La tv** si attesta a -18,9%, (€ 1.222 mln contro € 1.507 del 2012) con variazioni notevoli per quanto riguarda i singoli editori, confermando un andamento in linea con il mercato totale;
- **la radio** continua il proprio trend chiudendo a -17,4% (€ 108 mln contro € 131 del 2012).

RALLENTAMENTO DEI PRIMI CINQUE SETTORI MERCEOLOGICI

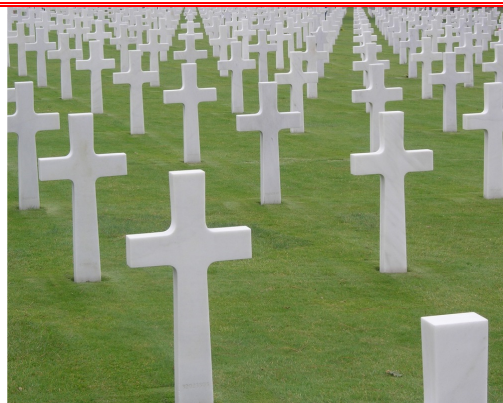
Nei primi quattro mesi dell'anno il mercato della comunicazione ha perso 500 milioni di euro, circa la metà dei quali sono stati lasciati sul campo a causa del rallentamento dei primi cinque settori merceologici:

- **gli alimentari**, infatti, calano al -20,7%;
- **le automobili** (-30,1%) non si discostano molto dal -30,4% del primo trimestre 2013;
- **le telecomunicazioni** rallentano il decremento a -11,2% (con una crescita del +5,6% aprile 2012 su aprile 2013).
- Anche il settore **farmaceutico**, che nel 2012 aveva tenuto, chiude in negativo al -14,8%.
- L'unico settore in crescita è quello dell'**informatica** (+62,4%), che porta al mercato circa 30 milioni di euro in più, a compensazione di quanto perso dal settore finanziario (-26,9%).

La distribuzione ha segnato un'inversione di tendenza, passando da -10,4% nel primo trimestre 2013 a -2,9% nel quadrimestre, con un aprile in crescita del +18,6%.

PREVISIONI: PER FINE ANNO CHIUSURA A -10,8%

Per Nielsen "le previsioni per la fine dell'anno indicano una chiusura del mercato degli investimenti pubblicitari a -10,8%, il che significa una forbice che potrà ragionevolmente andare dal -10% al -11% sul totale del mercato. Un andamento del genere vedrebbe il primo semestre chiudere a circa -14,8% e il secondo semestre recuperare, anche se sempre con segno negativo, a -4,5%. In questo scenario, la TV sarebbe in linea con il mercato, con un primo semestre intorno al -17% e un recupero tra il -3% ed il -2% nel secondo, con una variabilità di risultati per singolo editore molto elevata".



SI ARRICCHISCE LA LISTA DELLE TV CHE CADONO SOTTO I COLPI DEL DUOPOLIO RAI-MEDIASET E DEL MONOPOLIO SKY

Questa settimana il “bollettino di guerra” si arricchisce in “qualità” dei caduti sotto gli effetti della crisi e della salvaguardia del triopolio Rai-Mediaset-Sky. A farne le spese, infatti, è una realtà nazionale di alto spessore: Sportitalia, che subisce anche l'impossibile competizione con il genere sportivo dominato da Sky.

IL FALLIMENTO DI SPORTITALIA: FISSATA LA BASE D'ASTA PER LA VENDITA

E' stato pubblicato dal curatore fallimentare della società **Maroncelli 9 Spa** (già **Interactive Group Spa**) il bando per la vendita delle società e del complesso aziendale riconducibile al gruppo denominato **EDB**, società meglio note per la loro attività di produzione televisiva effettuata con i canali denominati **Sportitalia**, **Sportitalia 2** e **Sportitalia 24**. I programmi in questione sono trasmessi sul digitale terrestre alle numerazioni automatiche (LCN) 60, 61 e 62 e su piattaforma **SKY** (satellite) per i canali denominati **Sportitalia** e **Sportitalia 2**.

La base d'asta, conseguente alla presentazione al curatore di una offerta irrevocabile di acquisto, è stata fissata, per il lotto intero, al prezzo di € 1.000.000.

Le manifestazioni d'interesse erano state stimulate dal fallimento con l'apertura, nel mese di marzo, della “data room” presso i locali di Via Tazzoli a Milano. “L'apertura del bando di gara informale è certamente un passo importante e atteso dalla procedura – dichiara **Vito Potenza**, curatore del fallimento – I canali (rectius LCN, ndr) 60, 61, 62 rappresentano un asset importante da realizzare e lo dimostra l'attenzione degli operatori televisivi che si sono interessati alla ipotesi di acquisto delle quote delle società **EDB Media** ed **EDB Service**. Al di là della ovvia necessità di realizzare attivo che possa andare a vantaggio della massa dei creditori della **Maroncelli 9**, l'ipotesi di ingresso in società di nuovi proprietari appare auspicabile anche per salvaguardare la continuità aziendale ed occupazionale di una importante realtà televisiva operante nell'ambito della comunicazione sportiva.

I PROBLEMI DEL DTT RIPOSIZIONAMENTI E RICEZIONE DI PRECISIONE



Le problemi di ricezione spesso riscontrati sono “normali” problemi del digitale, causati dal **riposizionamento di canali** o altro, che purtroppo sono all'ordine del giorno. Va segnalato però che spesso si imputano colpe al digitale terrestre, senza pensare che esso ha una **sintonizzazione di precisione**: o si vede, o non si vede. E un impianto vecchio, magari di una 20 d'anni, o montato alla “fai da te” può non reggere, specie se c'è scarsità di segnale. Potrebbe essere colpa, quindi, dell'impianto, più che del digitale. Purtroppo, con questa nuova tecnologia non c'è più spazio per gli “accrocchi”.

Immagini pixelate e audio che frigge, poi, sono un sintomo di segnale debole: Pixel in vista e audio che soffia sono sintomo di una diminuzione di segnale: succede anche nei temporali belli forti”.

RADIO: LA SITUAZIONE DI MERCATO



LA RILEVAZIONE DEGLI ASCOLTI

L'attuale assenza di un sistema ufficiale di rilevazione dell'andamento degli ascolti radiofonici universalmente condiviso, a seguito della messa in liquidazione di **Audiradio** e della sospensione della pubblicazione dei dati di ascolto da parte della stessa, è in grado di generare delle gravi ripercussioni sull'andamento del mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo radiofonico.

Ciò a causa dei rilevanti effetti negativi che la vacatio può determinare sul mezzo e sulla capacità di quest'ultimo di attrarre risorse pubblicitarie, poiché i centri media e gli inserzionisti necessitano di dati certi e affidabili al fine di pianificare le proprie campagne pubblicitarie. Lo evidenzia la Relazione annuale dell'**AGCom**. Di recente, tuttavia, alcune società di ricerca hanno avviato delle proprie indagini al fine di ottenere dati più puntuali sugli ascolti delle emittenti radiofoniche. In particolare, la società **Gfk Eurisko** ha realizzato una ricerca sull'audience radiofonica chiamata **Radiomonitor**.

Secondo tale indagine, su una popolazione di riferimento di 53 milioni circa, 34 milioni sono gli ascoltatori radiofonici in un giorno medio. Tra le radio nazionali, quella più ascoltata risulterebbe

1. **RTL 102.5** con 6,6 milioni di ascoltatori circa;
2. Seguono **Radio DeeJay** (5,2 milioni),
3. **Radio 105** (5 milioni),
4. **RDS** (4,7 milioni),
5. mentre **Rai Radio 1**, **Rai Radio 2** e **Rai Radio 3** registrano un numero di ascoltatori inferiore e pari rispettivamente a 4, 4 milioni, 3,1 milioni e 1,4 milioni.

ANALISI DELLA RACCOLTA PUBBLICITARIA

CONTRAZIONE DEL 7,1%

Dal punto di vista delle risorse economiche, nel 2012, dei 677 milioni attribuibili alla radiofonia, locale e nazionale, 104 derivano dal finanziamento del servizio pubblico, pari ad una quota del 15,4% dei ricavi complessivi; 525 dalla raccolta pubblicitaria, pari al 77,6%, e 47 da convenzioni e provvidenze erogate dallo Stato (7%).

Osservando l'andamento dei valori, si evince come nel 2012, in continuità con l'anno precedente, il mezzo radiofonico ha registrato, accanto a una crescita del canone, pari al 2,3%, una decisa contrazione dei ricavi pubblicitari (-7,1%), che continuano tuttavia a rappresentare la principale risorsa del settore (78% circa). Tale andamento appare in controtendenza rispetto alle performance del mezzo degli ultimi anni precedenti al 2011, in cui i ricavi da pubblicità hanno invece registrato un andamento positivo. Negli ultimi quattro anni la pubblicità radiofonica è calata del 6%, mentre complessivamente il mercato registra una contrazione del 3%, grazie al supporto del canone la cui lenta ma costante crescita sta reggendo parte dell'offerta radiofonica (quella relativa al servizio pubblico).

Quanto alla posizione dei diversi operatori del mercato, i primi cinque detengono complessivamente oltre la metà delle risorse totali. Tuttavia la struttura del mercato appare sostanzialmente concorrenziale. Il principale operatore è **Rai** con una quota di mercato del 21,5%, in lieve ribasso rispetto a quella dell'anno precedente. Seguono il **Gruppo L'Espresso**, con una quota di mercato del 13%, e il **Gruppo Finelco**, che registra una leggera diminuzione della propria quota di mercato e si attesta al 10,2%. Le emittenti radiofoniche indipendenti, ossia **RTL** e **RDS**, detengono invece una quota di mercato pari a circa il 7%, in leggera diminuzione rispetto all'anno precedente. Altri operatori presentano poi quote marginali, al di sotto del 5%, cui si affiancano altri soggetti a carattere prevalentemente locale.



IMPIANTI SAN SILVESTRO OK A COMPATIBILITA' PER 128 SITI E PIATTAFORMA OFFSHORE

La **Regione Abruzzo** riconferma che per la delocalizzazione degli impianti di radiodiffusione sonora e visiva, attualmente ubicati a San Silvestro, una delibera approvata oggi la Giunta regionale, prende atto delle risultanze tecniche del gruppo di lavoro che ha indicato

"compatibili" 128 siti terrestri e la piattaforma off-shore di Francavilla al mare, facendo seguito nello specifico alle decisioni dell'**AGCom** del 2010 e del 2012 che aveva inserito i 128 siti terrestri e la piattaforma off-shore di Francavilla al mare nel Piano nazionale delle frequenze televisive per il Digitale terrestre.

In questo senso, il gruppo di lavoro, costituito dalla Regione nell'aprile del 2012 e composto da rappresentanti del **Ministero**, dell' **AGCom**, dell'emittenza pubblica e privata e della **Regione Abruzzo**, ha accertato che non ci sono condizioni ostative per il trasferimento delle antenne dal sito di San Silvestro, perché queste nuove localizzazioni hanno tutti i requisiti tecnici richiesti dalla legge nazionale. Il gruppo di lavoro ha inoltre accertato che i 128 siti e la piattaforma off-shore hanno la compatibilità per quanto riguarda gli aspetti strutturali, tecnici e di manutenzione.



IMPIANTI TELEVISIVI DATABASE CONSULTABILE:



http://www.sviluppoeconomico.gov.it/programmi_televisivi/home.html

Allo stesso indirizzo sono pubblicati anche i dati relativi ai monitoraggi dei programmi televisivi, effettuati dagli **Ispettorati Territoriali**, direttamente sul territorio, almeno ogni due mesi.



ADERISCI ALLA NOSTRA ASSOCIAZIONE

Questo momento delicato per le emittenti locali e nazionali indipendenti vede il **CNT-TPD** fortemente attivo sul campo allo scopo di tutelarle. Gli editori che lo volessero, possono aderire alla nostra associazione collegandosi al sito:

www.coordinamentonazionaletelevisivi.it dove poter scaricare il modulo di adesione. Uniti si vince.



DTT BUIO IN PUGLIA IL CASO FINISCE IN TRIBUNALE

Il quotidiano Il Giornale racconta quanto accade ai circa diecimila abitanti di **Minervino Murge**, paesino in provincia di Barletta-Andria-Trani, **in tv non si vede assolutamente nulla**. Il disservizio si presenta da ormai un anno, sin da quando è sbarcato il digitale terrestre, ed è totale. Per questi motivi un cittadino ha pensato bene di portare il caso in tribunale, quello di Trani. Infatti, è stato presentato un esposto in cui si lamenta l'interruzione del pubblico servizio. L'esito però non è stato quello sperato: il pubblico ministero ha chiesto l'archiviazione in quanto la notizia di reato "*appare configurare fattispecie di esclusiva competenza del giudice civile in tema di inadempimento contrattuale la cui tutela potrà essere esperita nella sede opportuna*". In ogni caso la vicenda non è del tutto chiusa perché il querelante ha presentato opposizione all'archiviazione.

Comunicazione per i destinatari di "CNT Informa": In base all'art. 13 del Decreto Legislativo N°196 del 2003, i vostri recapiti vengono utilizzati esclusivamente ai fini di questo servizio di informazione e non sono, pertanto, comunicati e/o diffusi a terzi. Nel caso non desideriate ricevere più il "CNT Informa", ed essere cancellati dal suo elenco, inviate un fax al N. 0818370421 oppure una e-mail all'indirizzo info@coordinamentonazionaletelevisivi.it



Direttore: Costantino Federico
Reg. Tribunale di Napoli N. 4/07 del 17/01/2007
SEDE: Piazza Municipio, 80 - 80133 NAPOLI

C.N.T. Terzo Polo Digitale - Informa - Spedizione gratuita via e-mail
e-mail: info@coordinamentonazionaletelevisivi.it
Sito: www.coordinamentonazionaletelevisivi.it