

- AGCOM: riconosciuti i monopoli Mediaset, Telecom e Sky
- FREQUENZE: la guerra per le bande 600 e 700Mhz
- DTT: tutto pronto per un altro monopolio con Cairo
- PUBBLICITA': mercato in sofferenza, bene soltanto Sky
- TV: tv indipendenti nella morsa del fisco. Urge il condono
- TVWEB: video online, italiani voraci fruitori ma tv all'ora di cena
- VOD: 3000 servizi in Europa ma pochi competitive con gli OTT
- TV: Guerra Sky-Mediaset, scontro tra monopolisti
- TV Locali: ancora mazzate dall'Agcom, pioggia di sanzioni
- ASCOLTI: kids SAT e DTT di giugno 2014



L'AGCOM RICONOSCE I MONOPOLI MEDIASET TELECOM E SKY

LA RELAZIONE ANNUALE 2013 NE CONFERMA IL PRIMATO DEI RICAVI



Ancora un anno nero per il settore delle **comunicazioni**. Male il 2013 per via della caduta dei prezzi e del drastico calo della pubblicità. E' quanto emerge dalla **Relazione 2013** dell'**Agcom**, presentata questa settimana alla **Camera** dal presidente **Angelo Cardani**. Nel settore televisivo **Sky Italia** sul satellite mantiene il primato dei ricavi, seguono **Rai** e **Mediaset** (rispettivamente monopolisti privato e pubblico sul DTT).



ANNO NERO PER LE COMUNICAZIONI. Lo scorso anno, fa sapere l'**Authority**, il settore (tlc, radio e tv, editoria e internet, servizi postali) ha registrato un fatturato pari a 56,1 miliardi di euro, in calo di 5,4 miliardi (-9%) rispetto ai 61,4 mld del 2012 (quando si era registrato un calo sul 2011 del 6,7%). Una dinamica

imputabile secondo l'**Agcom**, oltre che alla crisi in generale, al calo dei prezzi dei servizi. Calano nel 2013 sia il fatturato della tv gratuita sia a pagamento: la prima flette del 5,97% a 4,695 mld, la seconda del 2,02% a 3,326 mld. La radio perde il 5% a 603 mld di ricavi. In calo anche i ricavi di quotidiani (-7,02% a 2,331 mld) e periodici (-17,28% a 2,351 mld) ma anche di Internet che con 1,466 mld vede diminuire il proprio fatturato del 2,46%. Nei servizi postali la flessione dei ricavi, pari a 7 mld, è stata del 2,08%.

COMPARTO MEDIA Il valore del comparto media (radio, tv, internet, quotidiani e periodici) si è attestato invece a 14,7 miliardi (-6,9%), spinto al ribasso soprattutto dai periodici (-17,2%) e dai quotidiani (-7%). Resistono invece tv a pagamento (-2%) e internet (-2,4%) mentre frena decisamente la tv gratuita (-5,9%). Per quanto riguarda i servizi postali invece, l'**Agcom** rileva un calo più contenuto a 6,9 miliardi (-2%) sul 2012.

RICAVI SEI SINGOLI GRUPPI TELEVISIVI: MONOPOLI INOSSIDABILI

Guardando ai ricavi dei singoli gruppi televisivi, **Sky Italia** è la prima tv in Italia in termini di ricavi a 2,6 miliardi di euro nel 2013 nonostante un calo del 3,5% sull'anno prima. Il grosso dei ricavi - spiega l'**Agcom** - è arrivato dalla pay tv (2,3 miliardi), che sempre nel 2013 ha totalizzato in Italia una quota di mercato del 77,8%, contro il 79,1% del 2012. Secondo l'**Autorità**, **21st Century Fox-Sky Italia** si conferma il primo operatore, segue la **Rai** con 2,3 miliardi (in calo dell'1,6%) che supera **Mediaset** che con 2,2 miliardi registra un calo dell'8% rispetto al 2012. La quota di mercato della pay tv del **Biscione, Premium**, si è invece attestata al 19,1%, in crescita sul 2012 (17,6%). Una vera e propria impennata ha infine interessato **Cairo Communication** che nel 2013 ha visto i propri ricavi aumentare del 268,9% a 136 milioni di euro.



FREQUENZE

LA GUERRA PER LE BANDE 700 E 600 MHZ

La battaglia per il settore delle frequenze sta crescendo, soprattutto perché tutti i nodi prima o poi sono venuti al pettine. Durante il passaggio al digitale terrestre c'è stata scarsissima attenzione al problema se non quella di garantire la massima salvaguardia al duopolio **RAI-MEDIASET**, rimandando tutti i problemi il più lontano e a lungo possibile. Ovvio, però, che il conto sarebbe arrivato, ed è piuttosto salato. Dal canto suo l'**AGcom** si è limitata a ripetere la solita minestra riscaldata di queste ultime settimane, in occasione della presentazione del rapporto annuale 2013, dove ha parlato di "riordino in corso".

BANDA 700 MHz Prima di tutto la lotta dei broadcaster per conservare al digitale terrestre le frequenze a 700 Mhz destinate al mobile ha scarse chance di riuscita. I broadcaster questo lo sanno e molto difficilmente avranno modo di incidere e modificare decisioni già prese nel consesso internazionale, che intendono destinare i 700 Mhz alla banda larga mobile. Ma difficilmente il pressing dei broadcaster potrebbe cambiare le carte in tavola sull'uso co-primario della banda a 700 Mhz, anche perché dal punto di vista tecnico il mantenimento in Italia di canali televisivi sui 700 Mhz dopo il 2015 rischia di creare interferenze nei paesi confinanti. Ad esempio, la Tunisia ha già deciso (come tutto il Nord Africa) di destinare i 700 Mhz all'Lte e ha già pronto un piano frequenze con risorse alternative per il digitale terrestre a partire dall'anno prossimo.

BANDA 600 MHz, IL TESORETTO DA DIFENDERE. Ma il punto vero – *come dicono da keybiz* - è che questa battaglia "consapevolmente perdente" dei broadcaster in difesa dei 700 Mhz potrebbe nascondere un'altra, ben più strategica per il digitale terrestre, e che riguarda un'altra banda di cui non si parla apertamente, ma che potrebbe essere il vero tesoretto da difendere per i broadcaster. Si tratta della banda a 600 Mhz, già destinata alle emittenti televisive, il cui utilizzo per il digitale terrestre finora non è mai stato messo in discussione dagli organismi internazionali. L'obiettivo vero dietro al cancan sollevato sui 700 Mhz sarebbe quindi la volontà di incassare garanzie certe sulla destinazione al digitale terrestre fino al 2030-2032 dei 600 Mhz.

LA DRAMMATICA SITUAZIONE IN ITALIA CHE IMPEDISCE IL RIENTRO DALLA PROCEDURA DI INFRAZIONE COMUNITARIA

In altre parole, se **Mediaset**, **Dfree** o **Telecom Italia**, che dispongono di canali televisivi in digitale sulle frequenze a 700 Mhz, decidessero di continuare a trasmettere dopo il 2015, sarebbero probabilmente costrette a chiedere loro stesse di spostarsi, perché andrebbero incontro a problemi di interferenze. Al limite, per semplificare le cose, il periodo di transizione prima del definitivo passaggio della banda a 700 Mhz alla banda larga mobile potrebbe essere prolungato fino al 2018-2020. Ma non troppo oltre anche perché la fame di banda larga cresce costantemente.

C'è da dire, infine, che il superamento delle interferenze delle nostre emittenti televisive nei paesi confinanti (Croazia e Slovenia in primis) è una delle priorità del **Governo** italiano. Il riordino del piano frequenze è in fase di completamento e di certo sulla ripartizione peserà il fatto che in Italia ci sono 30 multiplex per il digitale terrestre, di cui 20 nazionali e 18 regionali, a fronte dei 7-8 mux televisivi in Francia e dei 4 mux nel Regno Unito, dove l'orientamento è quello di ridurli ancora. Il problema è che l'Italia non sta procedendo verso un riordino che possa garantire pluralismo e concorrenza, oltre che annullare le interferenze, per cui appare lontanissima la possibilità di uscire dalla procedura di infrazione comunitaria.



TUTTO PRONTO PER UN ALTRO MONOPOLIO

CAIRO COMMUNICATION PUNTA A LANCIARE NUOVI CANALI SUL DTT ALLA FINE DEL 2015

Cairo Communication punta a lanciare nuovi canali alla fine del 2015, grazie all'acquisto recente del miglior multiplex del dividendo interno, ottenuto dopo una gara-flop che ha visto un unico partecipante. Lo ha detto l'editore **Urbano Cairo** durante la presentazione dei palinsesti di **La7**.

“Sicuramente abbiamo acquistato il multiplex perchè abbiamo l'intenzione di avere un'indipendenza maggiore”, ma anche “per avere banda di trasmissione per lanciare nuovi canali”, ha spiegato **Cairo**. Il multiplex “sarà operativo da gennaio 2015 e a fine 2015 avremo il 90% della copertura, che salirà al 95% a metà del 2016. Se avremo buone idee potremo cominciare a lanciare nuovi canali alla fine del 2015, ci stiamo ragionando, abbiamo alcune idee”.

NO PLURALISMO: CAIRO NON E' UN “NUOVO ENTRANTE”

Sganciandosi da **Telecom**, il quale nel frattempo ha stretto accordi con **Rete A** e **Sky**, **Cairo** diverrà un altro potente *big player* operatore di rete e fornitore di contenuti che non risolve certo il problema della mancanza di pluralismo nel mercato televisivo nazionale in Italia. E' bene, infatti, ricordare che l'**Unione Europea** ha da sempre esortato l'Italia ad aprire il mercato a “nuovi entranti” con l'asta per il dividendo interno e **Cairo** non è certo un nuovo entrante ma un attore già presente fortemente nel panorama televisivo che, con tale operazione, non fa altro che rafforzare la propria posizione divenendo un altro pericoloso monopolio e limitando la presenza di veri e propri nuovi entranti. La gara per il dividendo interno, quindi, non ha portato a nessun nuovo operatore come, invece, esortava la **Commissione UE** per risolvere la pratica italiana e chiudere la procedura di infrazione comunitaria. La crescita di **Cairo** è documentata anche nell'ultimo rapporto annuale 2013 dell'**Agcom** (quando ancora non aveva acquisito il mux) di cui si parla a pag. 5

LA PUBBLICITA' TORNA A SOFFRIRE CALANO RAI E MEDIASET, BENE SKY

Nielsen ha indicato che il settore della pubblicità e' tornato a soffrire lo scorso maggio accusando una flessione del 5,2% su base annua . Il settore delle tv ha registrato un calo degli investimenti pubblicitari del 4,6%, con **Rai** e **Mediaset** che hanno fatto peggio della media accusando rispettivamente ribassi pari al 7,2% e al 5%. E' andata bene **Sky** mettendo a segno un progresso del 5,4%, mentre ha sofferto (ma meno del mercato) **La7**, con un ribasso del 2,9%. I dati non fanno dormire sonni tranquilli agli investitori. E anche gli analisti hanno giudicato i numeri di maggio inferiori alle attese.

Pubblicità



Resta intatta, comunque, la supremazia del quartetto **Rai, Mediaset, Cairo, Sky** che rappresentano nel mercato televisivo *free* e *pay* il dominio assoluto impedendo una più equa ripartizione delle risorse alla tv indipendente che conta centinaia di editori liberi ma soffocati dai monopoli.

TV INDIPENDENTI NELLA MORSA INDISCRIMINATA DEL FISCO URGE UN CONDONO

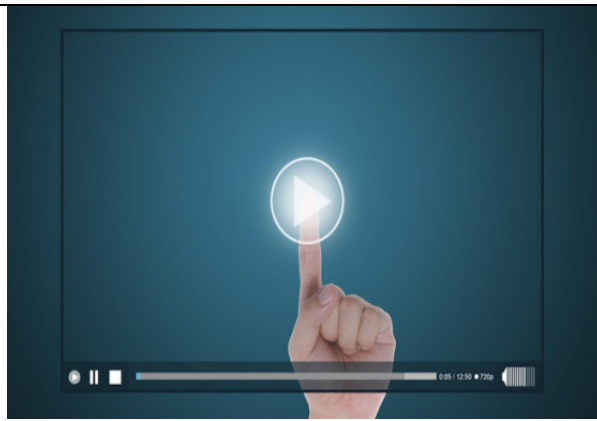


SENZA SOLUZIONI DRASTICHE SI AMMAZZA UN INTERO SETTORE VITALE PER L'ECONOMIA DEL PAESE A TUTTO DANNO DEL PLURALISMO E LIBERTA' DI INFORMAZIONE

Anche l'ennesimo cambio di bandiera sul **Palazzo Italia** capitanato dal rampante **Matteo Renzi** non pare stia cambiando le sorti delle tv indipendenti nazionali e locali soffocate dalla crisi e, soprattutto, dalle decisioni dei predecessori al comando dei bottoni che hanno gestito in maniera irresponsabile e disastrosa il passaggio dal sistema analogico a quello digitale terrestre cancellando aziende, talvolta storiche, e migliaia di posti di lavoro, e facendo piombare i sopravvissuti nel "*braccio della morte*" degli ammortizzatori sociali.

Il **CNT-TPD** ha più volte fatto appello e lanciato l'S.O.S. per evitare il tracollo, molto prima di qualunque associazione di settore, in tempi meno sospetti. Spirito di catastrofismo o interessi particolari non hanno alcuna motivazione di esistere per chi ha denunciato sempre, visto che addirittura la **Commissione UE** alcuni mesi fa aveva ravvisato il pericolo per molti settori dell'economia, particolarmente per la crisi in corso, ed aveva dato una sorta di "*via libera*" ai **Governi dell'Unione** nel valutare l'opportunità di pianificare un condono fiscale come azione "*una tantum*" per tamponare in via di urgenza la falla che rischia di affondare migliaia di imprese.

E mentre il Ministro **Franceschini** annunciava una "*tax credit*" per le produzioni Tv e web allo scopo di far ripartire l'industria audiovisiva, è chiaro che ormai è tardi e non basta aiutare la produzione, ma è necessario intervenire sulla intera filiera produttiva. Una sola operazione come quella annunciata si allineerebbe con la precedente azione di eliminare gli interessi dalle somme dovute, come previsto dall'ultimo **Governo Letta**, un semplice palliativo senza evitare la morte. Purtroppo **Equitalia**, il braccio armato del **Governo**, non conosce freno, e continua a imporre la sua indiscriminata azione di recupero ammazzando aziende e spesso, fisicamente, gli stessi imprenditori.



VIDEO ONLINE

DAL SONDAGGIO 'CONNECTED LIFE' DI TNS EMERGE CHE GLI ITALIANI SONO VORACI FRUITORI DI VIDEO ONLINE IL 33% LO FA QUOTIDIANAMENTE MA ALL'ORA DI CENA PER L'84% ESISTE SOLO LA TV

La forte crescita di connessioni internet e di dispositivi mobili ha da tempo ormai cambiate le abitudini degli utenti. Una rivoluzione tecnologica che è andata a incidere profondamente soprattutto sulla fruizione dei contenuti, il boom dei servizi di video streaming come Netflix o Hulu ne sono una prova, e sull'industria televisiva. Il digitale rappresenta, infatti, una grande sfida anche per i broadcaster che non può essere tralasciata quando si pensa alle strategie future sebbene si passi ancora molto tempo davanti al televisore. Secondo TNS, istituto di ricerca e consulenza di marketing, "la voglia di televisione rimane, ma i televisori da soli non sono più in grado di soddisfare il nostro desiderio di contenuti". Dallo Studio 'Connected Life', che TNS ha effettuato ascoltando più di 55,000 utenti internet nel mondo, si rileva che cresce l'online media e lo "screen-stacking" (Infografica).

CRESCE LA DOMANDA DI CONTENUTI IN STREAMING. Nello Studio si indica anche che la domanda di contenuti in streaming, senza vincoli di tempo e di luogo, poi è stata amplificata durante i Mondiali di Calcio, delle ultime settimane. Gli utenti di ogni parte del mondo vogliono accedere a questo evento sportivo internazionale così importante, attraverso i device disponibili, a casa e fuori casa, magari anche commentando gli accadimenti in tempo reale sulle piattaforme social con i propri amici e conoscenti.

LA TV ONLINE SI DIFFONDE. Il desiderio di fruire dei nostri programmi televisivi preferiti a tutte le ore del giorno sta anche sostenendo la crescita dell'utilizzo della cosiddetta Tv online. Un quarto (25%) degli intervistati a livello globale, guarda video giornalmente su PC, laptop, tablet o smartphone. Dato che sale a un terzo in Italia (33%), Cina e Singapore. Siamo fra i più voraci fruitori di video, insieme ai Russi (44%) in Europa (25%) dove troviamo Francia e UK rispettivamente al 16% e 17%.

L'82% DEGLI ITALIANI GUARDA LA TV OGNI GIORNO. Eppure, nonostante questa forte crescita di fruizioni online, la televisione tradizionale gioca comunque un ruolo molto importante nelle nostre vite, con tre quarti dei rispondenti (75%) che a livello globale dichiarano di guardarla quotidianamente (mentre in Europa il 77% e in Italia l'82%). Tre telespettatori su quattro (76%) la guardano senza distrazioni, la sera mentre cenano. Ed in Italia 4 su 5 (84%).

VOD: SECONDO L'OSSERVATORIO EUROPEO DELL'AUDIOVISIVO SONO OLTRE 3 MILA I SERVIZI DI VIDEO ON-DEMAND IN EUROPA MA POCHI QUELLI IN GRADO DI COMPETERE CON LE OFFERTE OTT

Sono più di 3 mila i servizi video on-demand disponibili nei 28 Paesi della Ue. Secondo i dati forniti dall'Osservatorio europeo dell'audiovisivo si registra, infatti, una forte crescita di questo tipo d'offerta sull'onda delle innovazioni tecnologiche e delle mutate abitudini di consumo degli utenti. Tuttavia, secondo quanto riporta la Commissione Ue, il mercato europeo dei servizi VOD a pagamento, il cosiddetto SVOD, è ancora prematuro rispetto a quello statunitense dominato dagli Over-The-Top. Nel 2012, secondo dati della Ue, la spesa totale europea per i servizi video OTT è stata di 916 milioni di dollari (673 milioni di euro) mentre per quelli forniti via cavo, satellite o IPTV è stata di 1,2 miliardi di dollari (884,5 milioni di euro). Il consumo di video OTT è però in rapida crescita in Europa, il 97% l'anno, rispetto al 27% circa dei servizi VOD in generale.

LA GRANDE GUERRA MEDIASET-SKY



CONFALONIERI: "SKY SIGNORE E PADRONE DEL SATELLITE SENZA VERGOGNA"

CNT-TPD: "CHI NON HA PECCATO SCAGLI LA PRIMA PRIETRA!"

Fedele Confalonieri (Mediaset) attacca senza peli sulla lingua il monopolio satellitare di **Sky**: *"Come la mettiamo con la concorrenza? E come si fa a fare i delfini nella vasca degli squali? Come si fa a competere equamente, se tutto quello che è Internet è sregolato? Se non ci sono gli strumenti per garantire un confronto competitivo equilibrato, dove tutto quello che è uguale sia disciplinato nello stesso modo? Come si fa a difendere e sviluppare il proprio modello di business se gli operatori globali 'rosicchiano' i pilastri che reggono l'industria audiovisiva? Oppure, come si fa a competere limitati da vincoli (come siamo noi, operatori del digitale terrestre) con altri operatori televisivi, che sono liberi di rimanere monopolisti della propria piattaforma, che si parano dietro ad una presunta abbondanza di risorse infrastrutturali (parliamo del satellite), pretendendo, quindi, di essere sciolti da qualsiasi limite concorrenziale, 'signori' e 'padroni' come sono della stramaggioranza delle frequenze satellitari?"*

*Il sogno di ogni imprenditore è il monopolio, ma almeno non ci si nasconda spacciando affari di bottega per esigenze di sistema, sostenendo che il problema centrale da risolvere per lo sviluppo della tv italiana è togliere frequenze a **Mediaset e Rai!** Questione fuorviante nel merito e in più capace di spostare l'attenzione da ciò che rischia davvero di distruggere l'equilibrio competitivo: la concorrenza sleale degli Over The Top con la televisione e la pressione degli operatori di telefonia mobile sulle frequenze UHF, quelle indispensabili per la sopravvivenza stessa della piattaforma terrestre."*

Analisi precisa quella di **Confalonieri** su cui andiamo immediatamente a porre le nostre osservazioni nell'articolo seguente.

LE RISORSE VANNO REDISTRIBUITE LIMITANDO LA POTENZA DELLA SQUADRA SKY-MEDIASET-RAI-CAIRO-TELECOM

Le considerazioni appena riportate ovviamente tirano acqua al mulino di **Mediaset**. Fa rabbia che proprio **Mediaset** possa pronunciare la parola CONCORRENZA. E' certamente condivisibile la denuncia di un monopolio assoluto sul mercato della tv satellitare a pagamento in Italia dove **Sky** è praticamente l'unico attore ormai impossibile da "combattere", perché non esiste operatore satellitare pay che possa mettere in campo una potenza di fuoco di simili proporzioni ben descritte da **Confalonieri**. Non è, però, condivisibile che **Mediaset** possa recriminare concorrenza quando essa stessa rappresenta il duopolio sul digitale terrestre insieme alla **Rai**, e il monopolio sul mercato **pay** del digitale terrestre. Un'equa ripartizione delle risorse comporta ovviamente anche la messa in gioco del patrimonio non soltanto di **Sky** ma anche degli altri *big players*, ed in particolare proprio **Mediaset** insieme a **Rai**, ed a seguire **Cairo Communications** e **Telecom**.



TV LOCALI

ANCORA MAZZATE DALL'AGCOM

Piuttosto che risolvere il settore arrivano ulteriori guai per le tv locali. A quanto si apprende da *Newsline*, sono piovute raffiche di sanzioni ai fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito locale da parte dell'**Agcom** sugli obblighi connessi alla programmazione, ovvero per mancata osservanza dell'obbligo di segnalazione preventiva di contenuti commerciali mediante mezzi ottici, acustici o spaziali o ancora per mancata veicolazione del marchio/palinesesto o per sfornamento del tetto pubblicitario.

Purtroppo tali violazioni non sono altro che la conseguenza di anni di soffocamento e di mancanza di attenzione e di azione da parte dei vari **Governi** nei confronti del comparto, relegandolo alle corde, togliendo ogni fonte di ossigeno (diritti tv, LCN, frequenze, contributi statali ecc.). Non parliamo, poi, dell'accanimento da parte dell'AGcom che puntualmente interviene in questi ambiti ma per le distorsioni più gravi e che coinvolgono i protetti restano alla finestra a guardare.



MINISTERO DELLO
SVILUPPO ECONOMICO



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



ASCOLTI TV KIDS SAT-DTT GIUGNO 2014

Dal focus mensile di **VivaKi** dedicato ai canali tematici per bambini nel mese di giugno **Boing** con 75 mila spettatori nel minuto medio (+9% vs omologo 2013) risulta il canale più visto sul target 4-14 anni (fascia oraria analizzata: 7-22). Su questo canale la fascia/giorno più vista (target 4-14) è la 20.30-21 di martedì 10 giugno, quando è andata in onda la serie *Doraemon*, scelta da circa 205 mila spettatori.

Il secondo canale più visto tra i 4-14enni è **Super!** (65 mila spettatori nel minuto medio), che mostra un ottimo +35% anno su anno grazie soprattutto agli incrementi di ascolti registrati nelle fasce orarie 12-13 e 16-17, quando sono andate in onda le serie *Ned- Scuola di sopravvivenza* e *Zoey 101*. **Rai Yo Yo** si posiziona sul terzo gradino del podio con 58 mila spettatori. Bene **Rai Gulp** (41 mila spettatori nel minuto medio) che rispetto a giugno 2013 recupera il +43% di ascolti.

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@coordinamentonazionaletelevisioni.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@coordinamentonazionaletelevisioni.it
Sito: www.coordinamentonazionaletelevisioni.it