

- DTT: frequenze la politica gioca con la vita delle Tv locali
- DTT: la guerra dei numeri, anche SportItalia perde la pazienza
- FREQUENZE: Piano, Tar rinvia all'8 Aprile discussione ricorsi
- TV: le Tv locali allo stremo aspettano un condono fiscale
- PUBBLICITA': Tv, crescita dei ricavi tra il 2% e il 4% nel 2015
- PUBBLICITA': Radio, il 2014 chiude con la raccolta a -1,8%
- DIRITTI TV: sport, è cinese il nuovo grande capo della lobby
- PAY TV: monopolio assoluto di Sky in Italia e forte all'estero
- DTT: la guerra del digitale terrestre di seconda generazione
- AGCOM: pubblicazione di delibere riguardanti il settore Tv



LO SCANDALO DEL CANONE FREQUENZE IN BALIA DEL CONFLITTO DI INTERESSI

LA POLITICA GIOCA CON LA VITA DELLE TV LOCALI



Le ultime vicende sulla revisione del canone frequenze hanno confermato in pieno come il provvedimento dell'AGCom sia stato un vero e proprio favore a **Berlusconi** da parte del **Governmento**. La mossa a sorpresa dell'emendamento per fermare la revisione posta dall'AGCom, infatti, guarda caso arriva il giorno dopo la rottura del benedetto "patto del Nazareno". **Tesoro** e **Sviluppo Economico** stanno studiando alcuni ritocchi al

testo, che non cambierebbero né la sostanza della norma che riporta la materia sotto il controllo ministeriale dopo la contestata delibera **AGCom** dello scorso settembre, né la scadenza per il pagamento degli oneri fissata al 30 giugno prossimo. Siamo in balia della politica.

REGOLE TOTALMENTE A FAVORE DEL DUOPOLIO RAI-MEDIASET CHE FORSE VERRANNO ANNULLATE SOLO PER MOTIVI POLITICI

Tenuti a pagare con il nuovo regime sarebbero gli operatori di rete, mentre nel precedente erano le emittenti a dover versare l'1% del fatturato. Il totale dei contributi nel 2013 ammontava a poco più di 44 milioni: quelli dovuti da **Rai** erano poco più di 26 milioni, quelli dovuti da **Mediaset** oltre 17. Tutte sotto al milione le quote di **Persidera** (ex **Timb**), **Rete A**, **Mtv** e **ReteCapri**. La delibera approvata non all'unanimità dall'**AGCom** lo scorso settembre aveva decisamente cambiato il quadro, rimettendo gli oneri sugli operatori di rete con una riduzione del gettito complessivo almeno in una prima fase (da un minimo di 9 milioni a un massimo di 48 a regime) e delle quote per **Rai** (**Raiway** avrebbe pagato da 3 a 13 milioni a regime) e per **Mediaset** (**E.I.** avrebbe pagato da 3 milioni a 13 milioni). Assurdo da un punto di vista delle convenienze per lo **Stato**, ma logico se era per fare un favore a **Berlusconi** e alla **Rai**. Persino l'**Unione Europea** ha sottolineato come con queste decisioni ci sarebbero nuovi rischi per il pluralismo televisivo.

Sarebbe stata tenuta a pagare una quota analoga anche **Persidera** (da 1 milione e mezzo a 13 milioni), mentre **Rete A**, **Prima Tv**, **Rete Capri**, **Tre** e **Europa Tv** avrebbero pagato somme decisamente superiori (da 1 a 5 milioni di euro), assolutamente non eque rispetto al passato. Così come le tv locali. Compito del **MISE-Com** sarà ora dividere gli oneri tra questi stessi operatori con una ripartizione che tenga conto delle forze effettive in campo. Il compito dovrebbe essere espletato entro qualche settimana, in modo - come stabilisce l'emendamento - "trasparente, proporzionato allo scopo, non discriminatorio". In base a ciò, dovrebbe essere cancellata la modifica dell'**AGCom**, ma fa paura il fatto che possa avvenire solo per motivi politici e non per operare davvero in maniera imparziale, proporzionale e di non discriminazione.

NUMERAZIONE DEI CANALI SUL TELECOMANDO

LA GUERRA DEI NUMERI

ANCHE SPORT ITALIA PERDE LA PAZIENZA E CHIEDE AL GOVERNO UN TRATTAMENTO DI NON DISCRIMINAZIONE



Continuano le novità sul versante della numerazione canali. Mentre da notizie di corridoio pare che non ci siano più udienze del **Commissario** ad acta presso il **Consiglio di Stato** ma si attende direttamente la decisione finale dei supremi giudici amministrativi, la guerra dei numeri si fa sempre intensa. Con gli ultimi movimenti di mercato che hanno visto la partnership **Discovery-Gruppo L'Espresso** per il n. 9 e con l'acquisto del n. 27 da parte di **Sky**, insorge **Tarek Ben Ammar** con la sua **SportItalia** confinata al margine del telecomando in favore di **Rai**, **LT Multimedia** e **RCS**. Prevarrebbero, ancora una volta, gli interessi dei grandi *players* e del pasticcio industria-politica.

EUROPA NETWORK CONTRO RAI, LT MULTIMEDIA E RCS

Il finanziere **Tarak Ben Ammar** chiede al **Governo** di migliorare la posizione della emittente **Sportitalia** nella numerazione del telecomando per il digitale terrestre (Lcn). **Ben Ammar**, come risulta a Radiocor ha sollecitato, in particolare un incontro col sottosegretario allo Sviluppo economico, **Antonello Giacomelli**. **Sportitalia**, ora controllata di **Europa Network** (100% **Prima Tv**) attualmente e' visibile al numero 153 del digitale terrestre, mentre in precedenza occupava le numerazioni 60, 61 e 62. **Ben Ammar** chiede al **MISE-Com**, attraverso un'istanza di posizionamento migliorativo, di avere la prima numerazione disponibile, anche alla luce di notizie di stampa secondo cui la **Rai** vorrebbe terminare la programmazione **Rai Sport 2** sul canale 58.

Sullo stesso tema del riposizionamento, **Europa Network** aveva inoltrato un'altra istanza al Ministero a ottobre scorso denunciando la mancata diffusione dei marchi **Sport1**, **Sport2** e **Sport3** sulle numerazioni 60, 61 e 62 occupate invece dai marchi **Nuvolari**, **Marco Polo** e **Leonardo**. Secondo **Europa Network** i canali trasmessi attualmente non sono di genere sportivo e non godono dell'autorizzazione a trasmettere con quelle frequenze. Intanto, a completare lo scenario, sul canale 59, a seguito dell'accordo del gruppo **Rcs** con **De Agostini**, approderà un'altra offerta televisiva di genere sportivo con un marchio molto noto, e cioè' la tv della **Gazzetta**. Mentre l'**AGCom** e il **MISE** latitano, la guerra dei numeri si fa sempre più sanguinaria.

NON C'E' DA MERAVIGLIARSI DOPO IL CLAMOROSO CASO DI RETECAPRI E DELLE TV LOCALI LEADER IN ASCOLTI IN ANALOGICO

Non c'è da meravigliarsi se **Europa Network** sia stata danneggiata dalla cattiva gestione della vicenda LCN se si considera il clamoroso caso di **ReteCapri** unica emittente nazionale a carattere generalista ex analogica che è stata "separata" dal gruppo di questa tipologia di emittenti con l'apposita previsione del N. 20, una sorta di "ghetto" che ha ovviamente creato danni economici e di immagine all'emittente a causa di una discriminazione insensata. A maggior ragione se, poi, nelle posizioni 8 e 9 si trovano emittenti non generaliste e neanche ex analogiche (**MTV** e **DeeJayTV**) che il **Consiglio di Stato** ha definito "non legittimate a occupare quelle posizioni". E che dire delle tv locali storicamente leader in ascolti nell'era analogica che hanno dovuto subire una vera e propria epurazione con una normativa (Delibera **AGCom** N. 366/CONS/10 annullata nel 2012 ma ancora in vigore) che non prevedeva il dato **Auditel** per l'assegnazione della posizione sul telecomando mentre per le nazionali si?

NUOVO PIANO FREQUENZE TV



IL TAR DEL LAZIO RINVIA ALL'8 APRILE 2015 LA DISCUSSIONE SUI RICORSI

A breve si compirà l'ulteriore furto alle televisioni locali chiamate, ancora un a volta, a pagare il conto riguardo gli obblighi ed i problemi di ordine internazionale. Il 30 aprile prossimo, infatti, dovranno cessare l'attività ben 144 tv locali che svolgono

l'attività di operatore di rete per la tv digitale terrestre e che irradiano complessivamente su 76 frequenze su base regionale. Tali 76 frequenze sono state, infatti, escluse dalla pianificazione dall'**AGCom** con la propria delibera n. 480/14/CONS in attuazione di quanto previsto dal decreto legge 145/2013, convertito, con modificazioni, dalla legge n. 9/2014.

Molte tv locali che esercitano frequenze, sulla base di titoli abilitativi ventennali ottenuti sulla base di gare, comprese tra quelle che dovranno essere dismesse, hanno impugnato la citata delibera **AGCom** al **Tar Lazio**. All'udienza del 28 gennaio, il **TAR** ha rinviato la trattazione sull'istanza di sospensiva all'8 aprile prossimo. La **Regione Puglia** è intervenuta *ad adiuvandum* nei ricorsi proposti da emittenti televisive locali pugliesi.

Intanto, sulla base di quanto previsto dalla '*legge di stabilità 2015*' (Legge N. 190/2014), l'**AGCom** deve ora avviare le procedure per la pianificazione delle frequenze attribuite a livello internazionale all'Italia e non assegnate a operatori di rete nazionali per il servizio televisivo digitale terrestre per la messa a disposizione della relativa capacità trasmissiva a fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito locale.

FERMATE LA MORSA DEL FISCO TV LOCALI ALLO STREMO ASPETTANO UN CONDONO

Nonostante i ripetuti appelli che stiamo rivolgendo al **Governo** di settimana in settimana, facendo presente la situazione di mercato in cui si trovano le tv locali, ormai esasperate, martoriate e decimate, non arriva ancora una mossa concreta e radicale. Nel frattempo **Equitalia** non si ferma e prosegue la sua azione esattoriale indiscriminata con il rischio di cancellare completamente un intero settore storicamente di elevato valore economico, culturale e professionale. La colpa la si vorrebbe imputare alla crisi economica ma, piuttosto, sembra chiaro che il maggiore imputato è il **Governo** che ha varato cattive normative e gestito malissimo il passaggio al digitale terrestre arrivando al disastro di oggi. Nessuna parte politica può essere innocente, destra, sinistra, centro, maggioranza e opposizione, tutti hanno responsabilità per essere arrivati a questa situazione.



 **Equitalia**

Ora, quindi, unico rimedio sarebbe quello di prendere provvedimenti al contrario, o almeno a tampone per un'emorragia inarrestabile: concedere urgentemente un condono fiscale e ridare ossigeno agli editori in modo da tentare di farli ripartire. Come già detto, si tratterebbe di un provvedimento 'una tantum' e avrebbe la benedizione anche della **Commissione UE** che già mesi fa, in generale, si era espressa a favore per contribuire a far ripartire gli investimenti in questo pesante momento di crisi internazionale.

TELEVISIONE

CRESCITA DEI RICAVI TRA IL 2 E IL 4% NEL 2015

Continuano i segnali positivi per il mercato pubblicitario televisivo nel mese di febbraio, che fanno presagire, per i prossimi mesi, una crescita dei ricavi della raccolta tra il 2 e il 4%. Secondo il cfo di **Mediaset Marco Giordani**, in base alle stime positive degli analisti relativamente all'andamento delle vendite auto, al calo della disoccupazione e all'aumento della fiducia dei consumatori in Italia, il 2015 dovrebbe costituire il vero anno di svolta per il comparto.



A contribuire al recupero, spiegano altri analisti, sono anche player tv particolarmente aggressivi, come il gruppo **Discovery** (che recentemente ha acquisito il canale 9 DTT dal **Gruppo L'Espresso**), oppure **Sky**, orientata a rafforzare in maniera massiccia la propria presenza nel digitale terrestre (dopo l'acquisizione del canale 27 da **Class Tv** si continua insistentemente a parlare di un interessamento per il canale 8, attualmente ospitante il marchio/palinsesto **MTV**).

RADIO

IL 2014 CHIUDE CON LA RACCOLTA A -1,8%

In sostanziale linea con il trend dei principali strumenti pubblicitari, anche la radio chiude il 2014 con un fatturato della pubblicità nazionale in calo dell'1,8%. Il calo contenuto è stato conseguito grazie al forte recupero condotto, in particolare nell'ultimo trimestre, dopo i disastrosi mesi estivi. A renderlo noto è **l'Osservatorio FCP-Assoradio**, che ha reso pubblici nei giorni scorsi i dati relativi al fatturato pubblicitario del periodo gennaio-dicembre 2014. Ottima la performance di dicembre, mese segnato da un aumento della raccolta del 5,6% rispetto al dicembre 2013 per un fatturato di 23.750.000,00 di euro.

*“Per le emittenti radiofoniche associate a **FCP-Assoradio** – commenta in una nota **Paolo Salvaderi**, Presidente **FCP-Assoradio** – il 2014 si chiude come si era aperto, con una crescita significativa. Dicembre fa infatti segnare un aumento dei ricavi pubblicitari del 5,6% verso lo stesso mese del 2013. Il 2014 si caratterizza per una forte crescita nel primo trimestre, una flessione nella parte centrale e un sensibile recupero nell'ultimo quadrimestre. Complessivamente l'anno si chiude con una flessione contenuta, -1,8%. Alla luce dell'andamento generale degli investimenti pubblicitari, un risultato da valutare più che positivamente. La conferma della salute della radio come veicolo pubblicitario, della sua capacità di rinnovarsi, di adattarsi ad un contesto media in rapida e costante evoluzione. In questi primi mesi dell'anno stiamo lavorando ad un progetto per creare ulteriore attenzione sul mezzo, di cui daremo comunicazione nei prossimi giorni”.*

SIGNORE E SIGNORI ECCO IL NUOVO CAPO DELLA LOBBY DEI DIRITTI SPORTIVI SUL CALCIO



WANDA GROUP ACQUISISCE INFRONT SPORTS & MEDIA PER OLTRE 1 MILIARDO DI EURO

Dalian Wanda Group Co., Ltd., uno dei gruppi leader in Cina e il più importante investitore cinese nel settore della cultura e dell'intrattenimento ha raggiunto un accordo per acquisire **Infront Sports & Media AG**, la più importante e riconosciuta società di sports marketing al mondo basata a Zug, in Svizzera, dal fondo di *private equity* europeo **Bridgepoint**. La transazione è valutata circa EUR 1,05 miliardi (USD 1,2 miliardi) ed è soggetta alle consuete condizioni. Oggi il Gruppo occupa una posizione leader nell'industria globale dello sports marketing, potendo contare su *partnership* di successo con 160 *rights-holder* in 25 discipline sportive con centinaia di sponsor e *brand media*. **Infront** conta oltre 25 uffici in 13 paesi e un portafoglio diversificato negli sport invernali, nel calcio, negli sport estivi e nell'*active lifestyle & endurance*.

Nel **calcio** **Infront** è partner di federazioni internazionali (ad es **FIFA**) e nazionali (ad es in Germania e in Italia), di leghe (ad es. **Lega Serie A**) e di squadre (ad es. **A.C. Milan**, **F.C. Internazionale**, **SV Werder Bremen**, **1. FC Köln**). Negli sport invernali, **Infront** è il leader indiscusso rappresentando tutte e sette le **Federazioni dei Giochi Olimpici Invernali**, inclusa la **Fédération Internationale de Ski (FIS)** e la **International Ice Hockey Federation (IIHF)** per l'hockey su ghiaccio; negli sport estivi, **Infront** vanta un importante portafoglio di diritti, inclusa le federazioni internazionali di pallamano (**European Handball Federation - EHF**), pallavolo (**Confédération Européenne de Volleyball - CEV**) e ciclismo (**Union Cycliste Internationale - UCI**) e la **Turkish Basketball League (TBL)**; nel settore *active lifestyle & endurance*, tra le altre *property*, l'azienda collabora con le **World Marathon Majors** e gli iconici eventi endurance del circuito **Ironman**.

DIVORATO OGNI SPAZIO ALLE TV LOCALI ESCLUSE DAL MERCATO

Nel panorama strettamente italiano del mercato dei diritti sportivi televisivi ora la *lobby* (in cui sono inclusi **Mediaset Premium** e **SKY**) è capitanata dai cinesi. Oramai il destino per le tv locali è segnato: il calcio era un segmento di mercato che era pilastro per molte realtà territoriali, ma la lobby ha chiuso ogni minimo spazio divorando ogni briciola, e lasciando ai locali solo la possibilità di realizzare squallide trasmissioni del tipo talk show senza alcuna immagine della disciplina sportiva praticata.



MONOPOLIO PAY TV

SKY, OFFERTA HD GUIDA LA CRESCITA: VOLA A +20% RACCOLTA CANALI KIDS

Il periodo luglio-dicembre 2014 ha registrato una crescita in tutti i campi per il colosso pay: sono incrementati gli incassi da abbonamenti, la raccolta pubblicitaria e gli abbonati sono saliti di 30 mila unità. **SKY Italia** ha registrato ottimi risultati nel 2014, invertendo la tendenza del comparto abbonamenti: il tasso di clienti che rinunciano all'abbonamento infatti è calato al 10%, rispetto al 13,1% del dicembre 2013. In particolare i successi italiani arrivano dall'offerta dell'HD, che funge da traino, guidando la crescita: quasi il 90% dei clienti della penisola è in modalità HD, e il 66% paga per questa offerta (contro il 55% del 2013). Il tasso di abbandono, secondo i vertici **SKY**, sarebbe sceso poiché "Aumenta la soddisfazione dei clienti grazie al consolidamento della base abbonati connessa alla rete". E un settore specchio dei buoni risultati complessivi della piattaforma di **Rupert Murdoch** è senza dubbio quello dei canali *kids* **Nickelodeon** e **Nick jr**, entrambi nelle mani di **Viacom Italia**, che hanno chiuso lo scorso anno con una raccolta pubblicitaria in crescita di oltre il 20% rispetto al 2013.

ANCHE ALL'ESTERO SKY E' POTENZA ASSOLUTA CON L'INCETTA DI DIRITTI TV SPORTIVI

PIOGGIA D'ORO SULLA PREMIER LEAGUE DALLA TV INGLESE SKY SPORTS

Sul fronte dei diritti tv sportivi la **Premier League** si conferma il campionato più ricco grazie alla montagna di milioni garantita dalla cessione dei diritti televisivi: nel prossimo triennio la massima serie inglese incasserà oltre 6,5 miliardi di euro. Un nuovo contratto record per il calcio di Sua maestà che fa registrare un aumento del 71% rispetto al precedente accordo.

Nel 1990 la **Bbc**, che mandava in onda in tutto 14 partite all'anno oltre a detenere i diritti degli *highlights*, pagava alla Premier "solo" tre milioni di sterline che oggi non basterebbero per trasmettere neppure mezz'ora di uno dei 168 incontri in diretta (più di 10 milioni il costo per partita). Contraenti dell'accordo, che ha valore triennale e inizierà il prossimo anno, sono **Sky UK** (126 partite), che ha acquistato cinque dei sette pacchetti all'asta, e l'emittente tv **BT Sport** (42 partite). Il contratto annunciato supera, e di molto, le previsioni degli esperti che ipotizzavano nei giorni delle trattative un'intesa complessiva attorno ai 5,3 miliardi di euro.

LA SPIRALE DEL MONOPOLIO

E' un effetto a catena, come una spirale: oltre all'ambito internazionale, in Italia più il monopolio si è rafforzato per l'assenza di concorrenza sbarrata dalla potenza di fuoco messa in campo dal mostro (nato dalla fusione di **Stream** e **TelePiù**), più i risultati vengono impiegati per rafforzare l'ulteriore forza innalzata da **Murdoch**. A favorire la crescita, ovviamente, la particolare situazione in Italia dove la politica ha sempre concentrato l'attenzione sul salvataggio e rafforzamento del duopolio **RAI-Mediaset**, senza troppo badare all'avanzata sul satellite di **Sky**. Soltanto adesso che **Sky** minaccia anche il digitale terrestre (**Cielo** e **SkyTG24**), ora che è troppo tardi, pare ci siano blande reazioni dei *big players* storici. Inutile parlare delle emittenti indipendenti, sia nazionali che locali: loro sono state messe, ormai, fuorigioco da qualsiasi tentativo di competizione, non solo per piattaforma di diffusione ma anche per diritti televisivi.

DVB[®] T

LA GUERRA DEL DIGITALE TERRESTRE DI SECONDA GENERAZIONE

DVB T2

IL MISE RESPINGE LE ACCUSE DI AVER FAVORITO MEDIASET

*“Mediaset non c’entra nulla. Chi lo scrive fa confusione tra standard tecnologici e frequenze”. Così il sottosegretario alle Comunicazioni **Antonello Giacomelli** aveva replicato a un articolo del *Fatto Quotidiano* del 27 gennaio che parlava di “regalo a **Mediaset**” a proposito del rinvio dell’introduzione dei televisori che ricevono trasmissioni in tecnologia DVB T2 deciso nel decreto ‘Milleproroghe’. “Il rinvio deciso dal governo è motivato solo dall’evoluzione tecnologica in corso che oggi impedisce di capire se prevarrà lo standard H.264 o quello HEVC. – aveva proseguito **Giacomelli** - Si tratta di una norma a tutela dei consumatori: meglio prendere tempo per evitare di vendere apparecchi tv che potrebbero essere già superati nel momento in cui arrivano sul mercato.*

LA BEFFA E GLI EFFETTI DEL PASSAGGIO AL DVB-T2

Non entrando nel merito della questione, anche perché di regali a **Mediaset** ormai non se ne contano più, è piuttosto interessante fare due appunti: il primo su questa novità che poi non è una cosa inaspettata, e il secondo sul potenziale scenario all’indomani del passaggio al DVB-t2.

- Il nuovo DTT non è assolutamente una novità. Nel senso che già all’epoca della transizione dall’analogico al digitale terrestre, gli operatori del settore erano ben a conoscenza della possibilità di ottenere a breve ulteriore compressione della banda. La domanda nasce spontanea: perché fare un enorme casino su tutti i fronti, normativo e tecnico, oltre che tempistico, se già si sapeva che il primo DTT sarebbe subito stato già obsoleto sul nascere? Semplice: c’era urgenza di salvare il duopolio **Rai-Mediaset** tentando di uscire dalla procedura di infrazione **UE** che incombe ancora sull’Italia.
- Quanto agli effetti, l’introduzione del DVB-T2, oltre a determinare la rottamazione dei vecchi tv e decoder a tutto danno dei consumatori, comporterà, sul lato degli operatori di rete, un crollo verticale dei costi della capacità trasmissiva a fronte dell’aumento notevolissimo determinato dalla nuova compressione e una riscrittura del piano di assegnazione della numerazione sul telecomando (LCN), presumibilmente nella direzione delle tre cifre modello **Sky** che il **CNT-TPD** aveva proposto in tempi non sospetti, che tanti problemi giudiziari e di audience dei player minori avrebbe risolto se adottata al tempo della prima migrazione al DTT. Intanto con la nuova tecnologia sarà possibile veicolare almeno il doppio delle emittenti oggi presenti su un *multiplex*, e questo creerà ulteriore dispersione in una selva di offerta che, di pari passo, non potrà mai essere di qualità considerata la necessità di dover investire ulteriori somme, oggi impossibili in piena crisi perdurante. Piuttosto la maggiore capacità di banda dovrebbe essere utilizzata per l’offerta di servizi accessori, specie quelli interattivi, una possibilità che non è mai stata pienamente sfruttata dagli editori concentrati solo sul concetto di televisione di vecchio stampo.

IL CNT-TPD RICORDA CHE NEL PROPRIO SITO

WWW.COORDINAMENTONAZIONALETELEVISIONI.IT

È POSSIBILE CONSULTARE E SCARICARE TUTTI I NUMERI DEL ‘CNT-INFORMA’ GRAZIE
AD UN ARCHIVIO ON-LINE CHE CONTIENE LE EDIZIONI DEGLI ULTIMI TRE ANNI

CAMBIA L'ACCESSO AL ROC E AL CATASTO NAZIONALE DELLE FREQUENZE

L'AGCom ha reso noto nei giorni scorsi che, a seguito della prossima dismissione del sito internet www.impresa.gov.it (indirizzo di riferimento per gli adempimenti al ROC e al catasto nazionale delle frequenze), i contenuti e i servizi ivi disponibili sono confluiti nel portale www.impresainungiorno.gov.it. Al primo accesso a tale indirizzo, è prevista una breve procedura di registrazione, nel corso della quale gli utenti, autenticati con la **Carta Nazionale dei Servizi (CNS)** potranno scegliere la userid e la relativa password. Tali *user id* e *password* consentiranno di accedere, anche senza **CNS**, ai soli servizi informativi erogati dal portale. La procedura di registrazione è illustrata dettagliatamente all'indirizzo: www.impresainungiorno.gov.it/help-.../procedura-autenticazione.

L'accesso ai servizi relativi al ROC e al catasto nazionale delle frequenze continuerà ad avvenire, come in precedenza, solo tramite **Carta Nazionale dei Servizi**.



MINISTERO DELLO
SVILUPPO ECONOMICO



News
IN BREVE

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.**



AGCOM ULTIME DELIBERE

L'AGCom ha pubblicato nel proprio sito internet, lo scorso 5 febbraio, alcune delibere approvate dal Consiglio nelle scorse settimane, riguardanti il settore televisivo. In particolare, la delibera n. 19/15/CONS AGCom riguarda la "Chiusura dell'indagine conoscitiva in vista della redazione di un libro bianco sulla "televisione 2.0 nell'era della convergenza".

La delibera n. 20/14/CONS, avvia un'indagine conoscitiva sul settore della produzione audiovisiva, finalizzata, tra l'altro, ad approfondire tutti gli aspetti propri delle molteplici fasi del processo di produzione audiovisiva nonché dei meccanismi sottostanti al funzionamento del settore di riferimento, per poter dare migliore attuazione delle norme a tutela della produzione audiovisiva comunitaria ed indipendente nel nuovo scenario competitivo e tecnologico.

Infine, con la delibera n. 21/14/CONS, l'AGCom ha avviato una consultazione pubblica sullo schema di testo coordinato dei regolamenti in materia di obblighi di programmazione ed investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti.

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