

# TeleRadiofax

Publicato in Ancona.  
Diffuso a mezzo e-mail via Internet  
Questo numero si compone di 3 pagine

**Editore: Aeranti-Corallo - Sede operativa: piazza Gioacchino Belli 2 (Palazzo Confcommercio) 00153 Roma**

Comitato Esecutivo: avv. Marco Rossignoli (Coordinatore) e dr. Luigi Bardelli  
Direttore Responsabile: Fabrizio Berrini • Ufficio Stampa e redazione: Fabio Carera  
Iscritto al n.3/99 in data 11.02.1999 del Registro Periodici del Tribunale di Ancona.

Aeranti-Corallo aderisce alla Confcommercio - Imprese per l'Italia

Web: [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it) - Twitter: @aeranticorallo - Facebook: [www.facebook.com/aeranti.corallo](http://www.facebook.com/aeranti.corallo)

**PUBBLICATO IL VOLUME DI RADIOTER CON I DATI DELL'ASCOLTO RADIOFONICO IN ITALIA NEL PRIMO SEMESTRE 2018. LA RADIO SI CONFERMA SEMPRE PIU' UN MEDIUM MULTIPIATTAFORMA**

■ Lunedì 3 settembre u.s. è stato pubblicato il volume con tutti i dati dell'ascolto radiofonico relativi al primo semestre 2018 dell'indagine RADIOTER 2018 realizzata dalla Tavolo Editori Radio.

Il volume contiene i dati di ascolto del I semestre 2018 relativi a: Ascoltatori nel giorno medio; Ascoltatori per fasce orarie di tre ore; Ascoltatori per fascia di un'ora; Ascoltatori nei 7 giorni; Durata media di ascolto; Ascoltatori per luoghi e device; Ascoltatori per quarto d'ora. Dalla lettura dei dati si possono fare numerose considerazioni in ordine alla modalità di ascolto della radio e alle relative tendenze. In particolare, con riferimento ai device di ascolto, l'indagine RADIOTER 2018 distingue tra le seguenti tipologie di dispositivi: PC/Tablet; Telefono cellulare - Smartphone; Apparecchio radio; Autoradio; Tv (canale televisivo della radio); Tv (solo audio); Altro. Nel primo semestre 2018, sono stati 34.535.000 gli ascoltatori della radio.

(Continua a pagina 2)

## IL DOCUMENTO DI ANALISI DELL'EMITTENZA RADIOFONICA E TELEVISIVA LOCALE REALIZZATO DA AERANTI-CORALLO

■ Il documento di analisi realizzato da AERANTI-CORALLO sulle dinamiche dell'emittenza radiofonica e televisiva locale nel nostro Paese fornisce una serie di dati di natura economica, patrimoniale e organizzativa del comparto. Con riferimento alle tv locali: sono state individuate al Registro imprese e al ROC dell'Agcom n. 287 società di capitali editrici di imprese televisive locali a carattere commerciale. Di queste, 98 hanno sede nel Nord Italia, 61 nel centro e 128 nel Mezzogiorno. Di tali 287 imprese, 255 sono Srl, mentre 32 sono Spa. Vi sono, inoltre, n. 119 imprese televisive locali a carattere comunitario (titolari di n. 194 autorizzazioni per FSMA); la maggiore concentrazione di tali soggetti si ha nel Mezzogiorno (85 imprese), seguito dal Centro (20 imprese) e dal Nord (14 imprese). In Italia operano, inoltre, 31 società cooperative editrici di imprese televisive locali (di cui 14 a carattere commerciale e 17 a carattere comunitario, queste ultime ricomprese tra i 119 soggetti sopracitati). AERANTI-CORALLO ha stimato che complessivamente, il settore televisivo locale dia occupazione a quasi tremila dipendenti. Per quanto riguarda il comparto radiofonico locale, sono state individuate al registro imprese e al ROC dell'Agcom n. 361 società di capitali editrici di imprese radiofoniche locali a carattere commerciale, 128 delle quali hanno sede nel nord Italia, 81 nel centro e le restanti 152 nel mezzogiorno. La maggior parte delle società di capitali editrici di imprese radiofoniche locali commerciali sono Srl (357), mentre solo 4 sono Spa. Il comparto radiofonico locale a carattere commerciale esprime anche un cospicuo numero di società di persone (Snc, Sas), che, in molti casi, sono editrici di emittenti con un peso rilevante in termini di territorio servito, ascoltatori e fatturati. Nel comparto sono individuabili almeno 126 società di persone (60 nel Mezzogiorno, 50 nel Nord Italia e altre 16 nel Centro), riferite a 145 marchi (concessioni). Inoltre, sono almeno 273 (per 297 marchi) le imprese radiofoniche locali a carattere comunitario; di queste, 171 sono nel Mezzogiorno, 86 nel Nord e 40 nel Centro.

Nel settore radio operano, infine, 90 società cooperative (individuate la Registro imprese), di cui 61 sono editrici di imprese radiofoniche locali a carattere commerciale e 29 a carattere comunitario (già ricomprese nel relativo conteggio).

Nelle stime di AERANTI-CORALLO, il comparto radiofonico locale, nella sua globalità, dà occupazione a quasi milleottocento dipendenti. Tra i suddetti dipendenti delle imprese radiofoniche e televisive locali vi è un rilevante numero di giornalisti; il documento di AERANTI-CORALLO evidenzia come, nel 2015 (ultimo dato disponibile, reso pubblico dall'Inpgi), risultassero n. 2.285 i giornalisti in forza presso le redazioni di radio e tv locali. Lo sviluppo dell'occupazione giornalistica nel settore è stato favorito dal contratto collettivo nazionale di lavoro stipulato in data 3 ottobre 2000 tra AERANTI-CORALLO e la Fnsi (Federazione Nazionale della Stampa Italiana) e rinnovato, da ultimo, in data 8 marzo 2017. In base ai dati Inpgi, tale contratto, che era applicato a 127 giornalisti nell'anno 2000, è stato applicato a 1.687 giornalisti nell'anno 2015. Il documento di analisi di AERANTI-CORALLO evidenzia, inoltre, una serie di dati economici e occupazionali, tenendo conto, in particolare, dei dati dei bilanci 2016 delle imprese del settore.

*Tale documento è liberamente scaricabile dalla barra di navigazione del sito internet [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it), nonché dalla sezione "Documenti" del sito stesso.*

**(Da pag. 1) PUBBLICATO  
IL VOLUME DI RADIOTER**

Tale ascolto avviene attraverso diversi device (in molti casi l'ascoltatore utilizza più device); in particolare, l'ascolto prevalente della radio avviene attraverso l'autoradio (con oltre 25 milioni di ascoltatori), seguiti dai quasi 10 milioni che ascoltano la radio attraverso un apparecchio radiofonico. Comincia a diventare rilevante anche la fruizione attraverso il televisore: 3,2 milioni di utenti dichiarano di utilizzare il canale televisivo della radio (c.d. radiovisione), mentre 881mila sono quelli che ascoltano il solo audio attraverso la piattaforma televisiva.

E' importante anche l'ascolto - tramite app o aggregatori - della radio effettuato tramite telefono cellulare/smartphone (2,1 milioni di ascoltatori) e tramite Pc/tablet (quasi un milione). Con riferimento all'universo degli ascoltatori delle radio locali e delle radio nazionali, i device utilizzati pesano in modo pressoché analogo tra le due tipologie di emittenti. L'unica differenza di qualche peso è l'ascolto della radio attraverso il canale televisivo della radio (radiovisione), che per le locali è pari circa al 60 per cento del peso che ha tale device per le radio nazionali (ciò è, probabilmente, dovuto al fatto che i canali televisivi delle radio locali sono ancora in numero limitato).

Dalla lettura dei sopracitati dati emerge che la radio sta gradatamente diventando un medium sempre più multipiat-taforma, ragione per cui è importante che gli editori considerino attentamente la necessità di diversificare e ampliare i canali diffusivi della propria emittente, così da intercettare l'intera platea di potenziali ascoltatori.

**TV 4.0: ISTITUITO DAL MINISTRO DI MAIO IL TAVOLO DI  
COORDINAMENTO SULLE ATTIVITA' DI RILASCIO DELLA BANDA 700**

■ Nei giorni scorsi il Ministro dello Sviluppo economico Di Maio ha emanato il decreto (in corso di registrazione presso gli organi di controllo) con il quale ha istituito il Tavolo di coordinamento, denominato "Tv 4.0" il cui fine è quello di armonizzare e coordinare le attività di rilascio della banda 700 Mhz, delineate dalla legge 27 dicembre 2017, n. 205, nonché di elaborare strumenti volti a favorire la trasformazione digitale del settore televisivo.

Il Tavolo è presieduto dal Ministro dello Sviluppo economico, del Lavoro e delle Politiche Sociali ed è composto, tra gli altri, da rappresentanti del MiSe e dell'Agcom, delle Regioni e delle Province autonome, del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti, delle associazioni nazionali di categoria del settore televisivo locale e degli operatori televisivi nazionali.

AERANTI-CORALLO parteciperà ai lavori del tavolo tecnico formulando le proprie proposte sulla problematica.

**IL MINISTRO DELLO SVILUPPO ECONOMICO HA EMANATO IL DECRETO  
CON LA ROADMAP PER IL RILASCIO DELLE FREQUENZE TELEVISIVE**

■ Il Ministro dello Sviluppo Economico, con decreto in data 8 agosto 2018, pubblicato il 10 agosto u.s sul sito web del Ministero, in corso di registrazione presso gli organi di controllo, ha stabilito, ai sensi dell'art. 1, comma 1032 della legge 27 dicembre 2017, n. 205 il calendario nazionale (roadmap) che individua le scadenze della tabella di marcia ai fini dell'attuazione degli obiettivi della decisione (UE) 2017/899, del 17 maggio 2017, di cui al comma 1026 della citata legge, fissando un periodo transitorio, dal 1° gennaio 2020 al 30 giugno 2022, per il rilascio delle frequenze da parte di tutti gli operatori di rete titolari di relativi diritti d'uso in ambito naziona-

le e locale e la ristrutturazione del multiplex contenente l'informazione regionale da parte del concessionario del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. Il decreto ministeriale segue gli accordi internazionali firmati dall'Italia con i Paesi confinanti nonché il Piano nazionale di assegnazione delle frequenze da destinare al servizio televisivo digitale terrestre denominato PNAF 2018, approvato dall'Agcom con delibera n. 290/18/CONS.

*Il testo del decreto del Ministro dello Sviluppo economico è pubblicato nel sito [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it), sezione "Normativa", sottosezione "Normativa in materia di trasmissioni televisive digitali DVB-T e DVB-H"*

**DAL 1° GENNAIO 2020 SCATTA L'OBBLIGO DI UTILIZZARE PER LE  
TRASMISSIONI TELEVISIVE LA CODIFICA MPEG-4 SU STANDARD DVB-T**

■ Con l'emanazione del Decreto ministeriale 8 agosto 2018 contenente la roadmap per il rilascio delle frequenze televisive (si veda al riguardo l'articolo pubblicato qui sopra), è stato fissato, tra l'altro, l'obbligo di utilizzare, a far data dal 1° gennaio 2020, esclusivamente la codifica Mpeg-4 su standard Dvb-t in luogo della codifica Mpeg-2.

La disposizione in oggetto è contenuta al comma 5 dell'art. 5 del citato DM, che prevede testualmente: "Al fine di consentire nel periodo transitorio un uso più efficiente dello spettro, di garantire il trasporto del maggior numero di fornitori di servizi di media audiovisivi e di agevolare la migrazio-

*ne tecnica di un'ampia parte della popolazione verso standard di trasmissione avanzati, in coincidenza con l'avvio delle attività del periodo transitorio stesso nell'Area 1 di cui alla Tabella 1, è disposta sull'intero territorio nazionale la dismissione della codifica MPEG2 in favore della codifica MPEG4 su standard DVB-T".*

Ricordiamo che tale obbligo di utilizzo della codifica Mpeg-4 comporterà per gli utenti la necessità di sostituire i televisori e i decoder di vecchia generazione (si tratta di tutti i tv e decoder non Hd, non compatibili con tale codifica) e per gli operatori la necessità di sostituire o aggiornare i multiplexer per renderli compatibili con la codifica Mpeg-4.

**CREDITO DI IMPOSTA SUGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI INCREMENTALI: APPROVATO IL MODELLO DI COMUNICAZIONE. GLI INSERZIONISTI DEVONO PROVVEDERE ALLE RELATIVE COMUNICAZIONI TELEMATICHE DAL 22 SETTEMBRE P.V. FINO AL 22 OTTOBRE P.V.**

■ Lo scorso 31 luglio è stato adottato il provvedimento del Capo del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, previsto dall'art. 5, comma 1 del DPCM 16 maggio 2018, n. 90, con il quale è stato approvato il modello di comunicazione telematica e sono state definite le modalità per la presentazione (da parte degli inserzionisti pubblicitari interessati, che ne hanno i requisiti) della comunicazione sull'apposita piattaforma della Agenzia delle Entrate, ai fini della fruizione del credito di imposta per gli investimenti pubblicitari sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, nonché su quotidiani e periodici, di cui all'art. 57 bis del Decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito con modificazioni dalla legge 21 giugno 2017, n. 96. Le comunicazioni telematiche per l'anno in corso, relative agli investimenti effettuati e da effettuare nell'anno 2018 sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, dovranno essere presentate dal 22 settembre al 22 ottobre 2018, esclusivamente per via telematica utilizzando i servizi telematici che saranno messi a disposizione nell'apposita area riservata del sito internet dell'Agenzia delle entrate.

**IL DIVIETO DI PUBBLICITA' DI GIOCHI E SCOMMESSE INTRODOTTO DAL DECRETO DIGNITA' E' IN VIGORE DAL 12 AGOSTO. AI CONTRATTI DI PUBBLICITA' CHE ERANO IN CORSO DI ESECUZIONE ALLA DATA DI ENTRATA IN VIGORE DEL DECRETO LEGGE N. 87/2018 (14 LUGLIO 2018) SI APPLICA LA NORMATIVA PREVIGENTE SINO ALLA LORO SCADENZA E COMUNQUE NON OLTRE UN ANNO**

■ Il Decreto legge "Dignità" (DL n. 87/2018) è stato definitivamente convertito con legge 9 agosto 2018, n. 96 (pubblicata in G.U. n. 186 dell'11 agosto 2018). Conseguentemente, il 12 agosto 2018 sono entrate in vigore le modifiche apportate dalla stessa, al testo originario del DL n. 87/2018 (vigente dal 14 luglio 2018). In particolare la nuova normativa prevede (nell'ambito delle disposizioni emanate per il contrasto del disturbo da gioco d'azzardo) che (fermo restando quanto previsto dall'art. 7, commi 4 e 5 del DL n. 158/2012, convertito, con modificazioni, dalla legge n. 189/2012 e in conformità ai divieti contenuti nell'art. 1, commi da 937 a 940 della legge n. 208/2015) a decorrere dal 14 luglio 2018 è vietata qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di danaro nonché al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media. Dal 1° gennaio 2019 tale divieto si applica anche alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, compreso le citazioni visive e acustiche e la sovraimpressione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, ai sensi della normativa in oggetto, è vietata. Sono esclusi dal divieto le lotterie nazionali a estrazione differita,

le manifestazioni di sorte locali (lotterie, pesche o banchi di beneficenza e tombole promosse, ai sensi dell'art. 13 del DPR n. 430/2001, da enti morali, associazioni, comitati senza fini di lucro, con scopi assistenziali, culturali, ricreativi e sportivi, partiti e movimenti politici, nell'ambito di manifestazioni locali organizzate dagli stessi) e i loghi sul gioco sicuro e responsabile dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del DL, n. 87/2018 (e, quindi, in vigore al 14 luglio 2018), resta applicabile, fino alla loro scadenza e comunque per non oltre un anno dalla data di entrata in vigore del decreto stesso, la normativa vigente anteriormente alla medesima data di entrata in vigore.

L'inosservanza di tali disposizioni comporta a carico del committente, del proprietario del mezzo (e quindi anche delle radio e delle tv) o del sito di diffusione o di destinazione e dell'organizzatore della manifestazione, evento o attività, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria commisurata nella misura del 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50 mila. Competente alla contestazione e all'irrogazione di tali sanzioni è l'Agcom.

Restano in vigore anche le sanzioni previste dal decreto Balduzzi, per l'irrogazione delle quali è competente l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

*Il testo del DL n. 87/2018 coordinato con la legge di conversione n. 96/2018 è pubblicato nel sito internet [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it), sezione "Normativa", sottosezione "Normativa in materia di pubblicità"*