

# TeleRadiofax n. 3/2018 – 9 febbraio 2018

 Scarica il testo in formato PDF

## Sommario

Radiofonia anche via web: aggregatori o app dedicate?
20 anni di Agcom, celebrazione alla Camera l'8 febbraio
L'Agcom richiama le emittenti radiotelevisive al rispetto della dignità umana e alla prevenzione dell'incitamento all'odio
Contributi pubblici a tv e radio locali: 1.044 domande per il 2017. Le domande per il 2018 devono essere presentate entro il 28 febbraio
Pubblicata la delibera per il contributo pro Agcom per il 2018
Liberazione della banda 700, gli accordi di coordinamento internazionale stipulati dall'Italia
Si è riunito il Comitato Media e Minori
30 anni di Auditel: incontro alla Camera dei Deputati

### **RADIOFONIA ANCHE VIA WEB: AGGREGATORI O APP DEDICATE?**

■ Nell'attuale universo di diffusione dei contenuti radiofonici, dove la presenza su più piattaforme diviene quanto mai necessaria al fine di presidiare tutte le possibili nicchie di mercato, ci soffermiamo in questo articolo sull'opportunità di essere presenti anche nel c.d. "mondo online", attraverso aggregatori e/o app dedicate.

Il punto di partenza è, evidentemente, quello di rendere disponibili i propri contenuti (diffusi via etere terrestre) anche in streaming online su internet. Una volta soddisfatto questo requisito di base, occorre trovare soluzioni per farsi facilmente individuare nella moltitudine di contenuti del web. Le due strade praticabili – complementari – sono quella di una app dedicata e quella della presenza sui cosiddetti aggregatori.

Entrambe le soluzioni presentano pro e contro. L'app dedicata consente una maggiore interazione con l'utente finale, permette (a seconda dei casi) l'inserimento di contenuti audiovisivi e di informazioni testuali aggiuntivi, nonché la gestione della pubblicità effettuata direttamente dall'emittente. Tale soluzione richiede, tuttavia, che l'app sia resa disponibile nei principali store, quantomeno per i due sistemi operativi maggiormente diffusi (Android e Apple iOS). Occorre, inoltre, che l'editore realizzi una app ad hoc.

Il principale limite delle app dedicate è legato al fatto che si tratta, comunque, di applicazioni “monomarchio”, che consentono di ascoltare sui dispositivi connessi una sola radio (o un solo bouquet, nel caso in cui un editore sia titolare di più marchi o decida di diffondere i c.d. “brand bouquet”, cioè declinazioni più o meno monotematiche di uno stesso marchio).

La soluzione dell’app dedicata è probabilmente la scelta più semplice da sviluppare per chi dispone di un marchio forte, dove, cioè, l’emittente è molto conosciuta nel proprio territorio e dove è presente uno zoccolo duro di radioascoltatori legati al marchio della radio.

Diversa è, invece, la funzionalità degli aggregatori, che consentono all’utente, con un singolo programma applicativo, di accedere a una moltitudine di contenuti. Si tratta, insomma, di una sorta di porta di accesso al variegato mondo dei contenuti radiofonici disponibili sul web, che offre all’utente una scelta di contenuti molto più ampia di quella disponibile con la sola fruizione in Fm (dove, come evidente, si possono ascoltare solo le radio diffuse da trasmettitori presenti nella zona di ascolto).

Occorre, tuttavia, evidenziare che all’interno di un aggregatore diventa complicato far notare il proprio contenuto radiofonico in mezzo a un’offerta rappresentata da un numero di radio molto elevato, in alcuni casi provenienti da tutto il mondo, in quanto non vi è sostanzialmente alcuna differenza (in termini di immagine percepita dall’utente) tra radio strutturate e diffuse primariamente via etere terrestre e radio disponibili solo via web. E allora, come farsi trovare? Come già illustrato sul TeleRadioFax n. 1/2018, occorre rafforzare l’identità del proprio marchio, puntando sulla c.d. “brand identity”. Occorre, cioè, far sì che i propri ascoltatori abbiano ben chiari l’immagine, il logo e il nome della radio preferita. Un marchio forte e conosciuto fa sì che, qualunque sia la piattaforma diffusiva, il radioascoltatore si faccia soggetto attivo nella ricerca della propria stazione radio. Non è una sfida facile, ma è l’unica possibile.

In questa sfida per il rafforzamento della brand identity, gioca un ruolo decisivo l’azione di promozione diretta che le emittenti possono svolgere attraverso tutti i canali: anzitutto promuovendo e comunicando la propria presenza su internet nel corso dei programmi (invitando, ad esempio, a scaricare la propria app, se disponibile, e comunicando agli ascoltatori la propria presenza sui principali aggregatori radio).

Tale azione promozionale deve, inoltre, essere condotta con forza sia attraverso il proprio sito internet, sia mediante la continua stimolazione degli utenti attraverso i social network.

Oggi promuovere il proprio marchio e i propri contenuti è certamente complesso e richiede un’azione coordinata di tutte le professionalità operanti nell’emittente: solo un’azione sinergica può portare frutti che si possono tradurre, per il radioascoltatore, in una efficace esperienza multicanale.

**20 ANNI DI AGCOM, CELEBRAZIONE ALLA CAMERA L’8 FEBBRAIO**

■ Si è svolto lo scorso giovedì 8 febbraio, nella Sala della Regina di Palazzo Montecitorio, a Roma, l'incontro per i 20 anni di Agcom. Alla presenza del Capo dello Stato, Sergio Mattarella, con la partecipazione della Presidente della Camera, Laura Boldrini, sono intervenuti all'evento i due past President di Agcom, Enzo Cheli e Corrado Calabrò, nonché l'attuale Presidente, Angelo Marcello Cardani. E' seguita una tavola rotonda, moderata da Dario Di Vico, cui è intervenuto, tra gli altri, l'attuale Direttore generale della DG Connect europea (e già Segretario generale Agcom), Roberto Viola.

Per AERANTI-CORALLO era presente all'evento il coordinatore Marco Rossignoli.

### **L'AGCOM RICHIAMA LE EMITTENTI RADIOTELEVISIVE AL RISPETTO DELLA DIGNITA' UMANA E ALLA PREVENZIONE DELL'INCITAMENTO ALL'ODIO**

■ Con delibera n. 46/18/CONS del 6 febbraio u.s., l'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni ha inteso richiamare i fornitori di servizi media audiovisivi e radiofonici all'effettivo rispetto dei diritti fondamentali della persona nei programmi di informazione e di intrattenimento e ad avere particolare riguardo alle persone a rischio di discriminazione, vietando forme di informazione e comunicazione di incitamento o incoraggiamento all'odio e alla discriminazione razziale, così come delineato nell'atto di indirizzo di cui alla delibera n. 424/16/CONS.

### **CONTRIBUTI PUBBLICI A TV E RADIO LOCALI: 1.044 DOMANDE PER IL 2017. LE DOMANDE PER IL 2018 DEVONO ESSERE PRESENTATE ENTRO IL 28 FEBBRAIO**

■ E' stata completata la procedura online per le domande relative ai contributi pubblici per tv e radio locali, prevista dal DPR n. 146/2017, per l'anno 2017 (tali domande sono state presentate tra il 2 gennaio 2018 e il 31 gennaio 2018).

La procedura online per i contributi relativi all'anno 2016 si era aperta il 22 novembre 2017 e si era chiusa il 21 dicembre 2017, mentre la procedura online per i contributi relativi all'anno 2018 si è aperta il 1° febbraio u.s. e si chiuderà il 28 febbraio p.v. I dati relativi alle domande presentate, per gli anni 2016 e 2017, suddivisi per tipologia di emittente, sono stati resi noti dal Ministero dello Sviluppo economico attraverso il proprio sito internet. Per quanto riguarda i contributi per l'anno 2017, le domande presentate sono state un totale di 1.044, in leggera crescita rispetto all'annualità 2016 (dove sono state 1.001). Nella tabella che segue, il raffronto tra le domande presentate per il 2017 con quelle presentate per il 2016, suddivise per tipologia.

<b>Tipologia</b>	<b>N° domande presentate per l'anno 2016</b>	<b>N° domande presentate per l'anno 2017</b>
FSMA locali commerciali	184	187
FSMA locali comunitari	211	221
Radio locali commerciali	301	319
Radio locali comunitarie	305	317
<b>TOTALE DOMANDE</b>	<b>1.001</b>	<b>1.044</b>

## **PUBBLICATA LA DELIBERA PER IL CONTRIBUTO PRO AGCOM PER IL 2018**

■ Con delibera n. 426/17/CONS del 6 novembre 2017, pubblicata in G.U. n. 22 del 27 gennaio 2018, l'Agcom ha fissato la misura e le modalità di versamento del contributo dovuto all'Autorità, per l'anno 2018, dai soggetti che operano nei settori delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media. L'Agcom ha previsto, al fine del versamento del contributo, due diverse aliquote, una per i soggetti di cui all'art. 34 del Codice delle Comunicazioni Elettroniche (cioè per i soggetti che corrispondono diritti amministrativi allo Stato quali titolari di autorizzazione generale e/o di diritti di uso di frequenze), con aliquota pari all'1,35 per mille dei ricavi, l'altra per i soggetti operanti nei restanti mercati, cioè dei soggetti operanti nei settori dei servizi media, con aliquota pari all'1,9 per mille dei ricavi. Ricordiamo che non sono tenuti al versamento dei contributi i soggetti il cui imponibile sia pari o inferiore a euro 500.000, le imprese che versano in stato di crisi, avendo attività sospesa, in liquidazione ovvero essendo soggette a procedure concorsuali e le imprese che hanno iniziato la loro attività nell'anno 2017. Il versamento del contributo da parte delle imprese tenute allo stesso dovrà essere effettuato entro il 1° aprile 2018. Le istruzioni operative per il versamento del contributo 2018 e il relativo modello telematico per la comunicazione dei dati anagrafici ed economici da parte di ciascun contribuente verranno resi disponibili dall'Agcom entro il mese di febbraio 2018.

*Il testo della delibera n. 426/17/CONS dell'Agcom è pubblicato nel sito internet [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it), sezione "Normativa"; sottosezione "Normativa in materia di contributo pro Authority"*

## **LIBERAZIONE DELLA BANDA 700, GLI ACCORDI DI COORDINAMENTO INTERNAZIONALE STIPULATI DALL'ITALIA**

■ Lo scorso 5 febbraio si è svolto un incontro, presso la sede di v.le America, a Roma, del Ministero dello Sviluppo economico, organizzato dalla Dgpgsr dello stesso Ministero, finalizzato ad aggiornare gli operatori del settore sull'attività relativa alla liberazione della banda 700 Mhz (canali televisivi da 49 a 60). Come noto, infatti, il Parlamento e il Consiglio europeo, con la Decisione (UE)2017/899 del 17 Maggio 2017, hanno stabilito la tempistica e le modalità di liberazione della Banda 700 Mhz, invitando tutti i Paesi membri a stipulare, con tutti i Paesi radioelettricamente confinanti, entro la fine del 2017, appropriati accordi per la ripianificazione della banda 474-694 MHz, nonché la gestione del periodo transitorio.

L'Italia ha concluso i sopracitati accordi con tutti i Paesi membri confinanti e con alcuni

Paesi non appartenenti alla UE, attraverso incontri bilaterali e multilaterali. Inoltre, entro il 30 giugno 2018, gli Stati membri dell'UE dovranno adottare e rendere pubblici i relativi piani nazionali per la liberazione della banda 700 Mhz. Allo stato attuale, l'Italia ha siglato gli accordi di coordinamento internazionale con i Paesi riportati in tabella.

PAESE	ACCORDO DI COORDINAMENTO
Spagna	21 settembre 2017
Francia/Monaco/Città del Vaticano	26 settembre 2017 (Monaco 7 dicembre 2017)
Slovenia/Croazia/Montenegro/Grecia (Albania, San Marino)	3 ottobre 2017
Svizzera	10 ottobre 2017
Austria	1 dicembre 2017
Malta	29 dicembre 2017
Libia	Coordinamento in stato avanzato
Tunisia	Negoziazioni in corso
Algeria	Negoziazioni in corso

Le "aree di coordinamento" sono aree del territorio concordate con le Amministrazioni confinanti per la ripartizione della risorsa spettrale su base esclusiva.

In ciascuna area, viene operata una suddivisione dei 28 canali disponibili (almeno 14 per l'Italia) su ciascuno dei due versanti.

Nelle aree di coordinamento viene stabilito il divieto di utilizzo delle frequenze non attribuite all'Italia dagli accordi sottoscritti. Fuori dalle aree di coordinamento, viene garantita la protezione dei diritti stabiliti nei singoli accordi.

Le aree di coordinamento "multiple" (che ricomprendono, cioè, più Stati) sono quattro, e precisamente: Tirrenica; Adriatica; Svizzera e Maltese.

Si evidenzia che con l'Austria, considerata l'orografia del territorio interessato, l'area di coordinamento è stata limitata a singole postazioni di confine valutate interferenti e operanti in zone limitrofe del territorio; con la Spagna, inoltre, allo scopo di poter avere piena disponibilità frequenziale nell'area Tirrenica, sono stati accordati criteri tecnici finalizzati all'impiego di tutti e 28 i canali disponibili.

Nel coordinamento internazionale della banda uhf, è stata valutata, ove possibile, la conservazione delle assegnazioni di GE06, al fine di ridurre i costi per la migrazione.

### **SI E' RIUNITO IL COMITATO MEDIA E MINORI**

■ Si è svolta lo scorso 30 gennaio la riunione di insediamento del Comitato di applicazione del codice Media e Minori presso il Ministero dello Sviluppo economico (ai cui lavori partecipa, per AERANTI-CORALLO, Alessia Caricato). Nel corso della riunione è stata affrontata, tra l'altro, la problematica dell'esame della bozza del nuovo Codice Media e Minori, elaborato dai componenti del precedente Comitato. Sul tema, la Presidente, prof.ssa Pacelli, ha evidenziato che obiettivo del Comitato sarà quello di pervenire ad un 'nuovo' Codice di autoregolamentazione, adeguato alla realtà dell'attuale panorama televisivo, riservandosi di avviare un progetto di inclusione nel perimetro di azione del Comitato dei nuovi soggetti presenti sul mercato dell'offerta di contenuti.

La prossima riunione è stata fissata per giovedì 15 febbraio p.v.

### **30 ANNI DI AUDITEL: INCONTRO ALLA CAMERA DEI DEPUTATI**

■ Si terrà il prossimo 15 febbraio alle ore 10, presso la Sala Aldo Moro della Camera dei Deputati, l'incontro per i 30 anni di Auditel: le nuove sfide della Ricerca nella società italiana che cambia. Dopo la relazione del Presidente Auditel, Andrea Imperiali, interverranno il Sottosegretario allo Sviluppo economico Giacomelli, il Presidente Agcom Cardani, il Presidente dell'Autorità antitrust Pitruzzella, il Presidente dell'Istituto nazionale di statistica Allewa, il Garante della Privacy UE Buttarelli e il Presidente della Commissione per la Garanzia dell'Informazione statistica Loiero.