

TeleRadiofax

Publicato in Ancona.
Diffuso a mezzo fax e 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

IL 30 AGOSTO IL CONSIGLIO DI STATO HA CONFERMATO LA SOSPENSIVA DELLE SENTENZE DEL TAR LAZIO RELATIVE ALLA PROBLEMATICHE LCN

■ Lo scorso 30 agosto il Consiglio di Stato, sez. VI, ha accolto le istanze di sospensione delle sentenze con le quali il Tar Lazio aveva annullato la delibera 366/10/CONS dell'Agcom in materia di numerazione dell'ordinamento automatico della tv digitale terrestre (cosiddetto Lcn), confermando quindi i provvedimenti cautelari monocratici già concessi, così come richiesto da AERANTI-CORALLO nei propri atti di intervento in giudizio.

Nella motivazione dell'ordinanza del Consiglio di Stato si legge, tra l'altro, che la delibera dell'Agcom "realizza, allo stato, un ordinato e coerente sistema di accesso ai canali di trasmissione televisiva digitale."

La delibera 366/10/CONS dell'Agcom è quindi, allo stato, pienamente efficace.

AERANTI-CORALLO esprime soddisfazione per la decisione del Consiglio di Stato; infatti, la preoccupazione degli editori televisivi locali era quella di evitare l'apertura di una fase molto lunga di mancanza di regolamentazione in materia, con la conseguente riproposizione del caos nella individuazione dei programmi che ha caratterizzato le trasmissioni digitali in Lazio, Campania e Piemonte Occidentale nel periodo compreso tra gli ultimi mesi del 2009 e la fine del 2010.

SWITCH OFF TV IMPOSSIBILE IN LIGURIA, TOSCANA, UMBRIA, MARCHE E PROVINCIA DI VITERBO - LE RAGIONI PER LE QUALI E' ASSOLUTAMENTE NECESSARIO IL DIFFERIMENTO AL 2012

■ Nella riunione del CNID - Comitato Nazionale Italia Digitale del 14 aprile u.s. AERANTI-CORALLO aveva evidenziato che il nuovo percorso normativo imposto dalla legge 220/10 e dal DL 34/11, con la previsione delle graduatorie per le tv locali, avrebbe comportato tempi procedurali incompatibili con una calendarizzazione degli switch off delle regioni Liguria, Toscana, Umbria, Marche e nella provincia di Viterbo nel corso del 2011. AERANTI-CORALLO aveva quindi proposto il differimento di tale switch off ai primi mesi del 2012, senza però ottenere alcun riscontro. L'evoluzione della situazione sta ora confermando le preoccupazioni dell'associazione. Infatti, i termini per la presentazione delle domande in Liguria, Toscana e Umbria (*che erano stati originariamente ipotizzati per fine luglio*) sono stati invece fissati (*a causa del ritardo nella pubblicazione dei bandi di gara*), rispettivamente al 16 settembre (*Liguria*) e al 23 settembre (*Toscana e Umbria*), mentre i bandi di gara per le Marche e per la provincia di Viterbo non sono stati, ad oggi, nemmeno pubblicati.

Occorre peraltro evidenziare che i decreti di fissazione delle date dello switch off (*Liguria dal 10 ottobre al 2 novembre; Toscana e Umbria, inclusa la provincia di La Spezia di Viterbo dal 3 novembre al 2 dicembre; Marche dal 5 al 21 dicembre*) sono stati pubblicati in G.U. solo il 10 agosto u.s. e quindi (*con riferimento allo switch off delle regioni Liguria, Toscana e Umbria*) senza il rispetto dei tre mesi di preavviso previsti dal Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico 10 settembre 2008, come modificato dal Decreto dello stesso Ministero del 19 novembre 2010 (*tale termine, necessario per evidenti ragioni di carattere organizzativo, era stato originariamente fissato in nove mesi, e successivamente ridotto, peraltro, con molte contestazioni del settore televisivo locale, a soli tre mesi, ora non rispettati*). E questo è il punto centrale. Infatti, è impensabile che, anche qualora il Ministero riuscisse a completare le graduatorie e ad assegnare le frequenze nei giorni immediatamente antecedenti le graduatorie, le imprese televisive locali possano attivare gli impianti digitali secondo il calendario (*sul punto occorre, peraltro, considerare che ad oggi non sono state neppure pubblicate le risposte ai quesiti relativi alla Toscana e all'Umbria, nonostante che i termini per la presentazione degli stessi scadessero il 26 agosto u.s., e che il Ministero ha dovuto anche effettuare modifiche al sistema operativo per la presentazione delle domande a causa di alcuni errori di impostazione*). In particolare, è evidente, che le forniture degli impianti necessari per la transizione potranno essere effettuate solo dopo aver avuto la certezza dell'assegnazione frequenziale e la conoscenza della frequenza assegnata (*le antenne degli impianti sono diverse, secondo la frequenza esercita*). Procedere in modo diverso significherebbe operare rilevanti investimenti con la possibilità che gli stessi si rivelino inutili. Né, certamente, è ipotizzabile che lo switch off venga operato nei tempi previsti dalle sole tv nazionali e che le tv locali transitino al digitale qualche mese dopo quando avranno ricevuto le forniture degli impianti, commissionati in base alla risultanze della gara. In tal modo, infatti, le tv locali (*sia le assegnatarie delle frequenze, sia le tv i cui contenuti verranno trasportati in modalità must carrier*) verrebbero sostanzialmente escluse dal mercato televisivo, con ogni

**A pag. 2:
RADIOFONIA
LOCALE:
EDITORI A
CONFRONTO**

IMMINENTE LA PUBBLICAZIONE IN GAZZETTA UFFICIALE DEL BANDO PER LE MISURE DI SOSTEGNO TV PER L'ANNO 2011

■ La Dgscer del Ministero dello Sviluppo economico ci ha comunicato di aver trasmesso alla Gazzetta ufficiale, per la relativa pubblicazione, il testo del bando relativo alle misure di sostegno per le tv locali relativo all'anno 2011.

La pubblicazione dello stesso dovrebbe, quindi, avvenire nei prossimi giorni. Ricordiamo che il termine per la presentazione delle relative domande scade 30 giorni dopo la pubblicazione del bando in Gazzetta ufficiale.

ASTA LTE: PROSEGUONO I RILANCI. SUPERATA QUOTA 3,1 MILIARDI DI EURO

■ E' in corso di svolgimento l'asta per l'assegnazione delle frequenze nelle bande 800 (ex canali 61-69), 1800, 2000 e 2600 MHz agli operatori di telefonia mobile.

Ad oggi l'importo totale dell'asta, che è tuttora in corso, ha superato 3,1 miliardi di euro.

Ricordiamo che, come previsto dalla legge 220/10, il 10 per cento di quanto incassato dallo Stato per la vendita delle frequenze è destinato a indennizzi per le tv locali che dismetteranno le frequenze di trasmissione.

Il Ministro dello Sviluppo economico, di concerto con il Ministro dell'Economia e delle finanze, deve predisporre il regolamento per la determinazione dei criteri e delle modalità per l'attribuzione di tali misure economiche di natura compensativa.

(segue da pag. 1) SWITCH OFF TV IMPOSSIBILE

evidente conseguenza sul piano della raccolta pubblicitaria e della possibilità di continuità aziendale. Il Governo e il Ministro non possono pretendere ciò dalle tv locali.

In ogni caso, le tv locali ricordano che fare lo switch off senza rispettare i tre mesi di preavviso significherebbe violare il DM 10 settembre 2008 e successive modificazioni. Inoltre, le tv locali ricordano che ai sensi della delibera n. 366/10/CONS le numerazioni LCN devono essere attribuite almeno quindici giorni prima dello switch off. Inoltre, la procedura di cui all'art. 27 della delibera n. 353/11/CONS della Agcom (relativa alla definizione dei rapporti tra i soggetti che diverranno operatori

di rete locali ricevendo l'assegnazione della frequenza e i soggetti che saranno esclusi da tale assegnazione e che potranno svolgere solo l'attività di fornitori di servizi di media audiovisivi in modalità *must carrier* sulle reti degli assegnatari della frequenza) prevede un tempo minimo di cinquanta giorni (necessariamente antecedente lo switch off), sicché è evidente che realizzare la digitalizzazione in Liguria a partire dal 10 ottobre e in Toscana e Umbria dal 2 novembre è matematicamente impossibile senza violare tale art. 27.

AERANTI-CORALLO auspica pertanto che il Ministro voglia rivedere il calendario della transizione alla luce delle problematiche illustrate.

RADIOFONIA LOCALE: EDITORI A CONFRONTO SUI TEMI DI ATTUALITA' DEL SETTORE (RACCOLTA PUBBLICITARIA IN PERIODO DI CRISI, INNOVAZIONE TECNOLOGICA, INDICI DI ASCOLTO)

■ Come viene affrontato l'attuale periodo di crisi? Cosa viene fatto in termini di innovazione? Come viene vissuta la mancanza dei dati di ascolto nel settore?

Sono le domande che abbiamo rivolto ad alcuni editori radiofonici locali associati AERANTI-CORALLO, diversi per tipologia di impresa (commerciale-comunitaria), copertura territoriale (pluriregionale, regionale, provinciale) e collocazione geografica (nord-centro-sud). Le risposte fornite possono offrire spunti di riflessione e testimoniano, comunque, la vivacità dell'emittenza radiofonica locale nel suo complesso.

Ecco le risposte alle nostre domande, fornite (in ordine alfabetico) da Vasco Bonci (Radio Siena di Siena); Enzo Galante (Radio Delta 1 di Atessa, Chieti); Giuseppe Orobello (Radio Margherita di Palermo); Francesco Panti (Umbria Radio di Perugia) e Gianni Prandi (Radio Bruno di Carpi, Modena).

D. - Come state affrontando l'attuale periodo di crisi?

Bonci, RADIO SIENA La nostra emittente non ha registrato eccessive flessioni nella raccolta pubblicitaria; siamo piuttosto stabili in quanto il nostro mercato è essenzialmente locale e non ha fortunatamente subito particolari contrazioni.

Galante, RADIO DELTA 1 La crisi ci ha resi più "aggressivi" sul mercato. Crediamo che si debba essere creativi, provando a proporre ai clienti iniziative che li coinvolgono direttamente e dando loro un supporto creativo per cercare nuove forme di promozione. In sintesi, cerchiamo di fare molto marketing valorizzando la radio e le sue potenzialità.

Orobello, RADIO MARGHERITA Il momento è certamente difficile e stiamo sentendo molto la crisi; la nostra attuale politica è quella di ottimizzare le risorse disponibili, riducendo le spese, ove non necessarie.

Panti, UMBRIA RADIO Cerchiamo di stringere i denti e andare avanti con le risorse che ci sono. Purtroppo dalle nostre parti (Perugia e provincia, NdR) il momento non è favorevole; addirittura avevamo organizzato un evento in piazza che abbiamo dovuto annullare per mancanza di sponsor. Tuttavia auspichiamo in una pronta ripresa del mercato.

Prandi, RADIO BRUNO Stiamo cercando di impegnarci di più; la nostra politica, sul fronte della raccolta pubblicitaria, è quella di mantenere i prezzi evitando di praticare sconti troppo elevati. Non è semplice, in quanto altri mezzi, pur di raccogliere pubblicità, hanno abbassato i prezzi delle inserzioni. Riteniamo che, sul lungo periodo, tale politica ci possa premiare.

D. - Cosa sta facendo la vostra emittente in termini di innovazione? State pensando anche ai nuovi media come canale ulteriore di diffusione?

Bonci, RADIO SIENA La nostra emittente difonde i propri contenuti anche via cavo, nella città di Siena e, a breve, dovremmo poter essere presenti anche sulla tv digitale terrestre. Già siamo in onda con una radio "per immagini" e riteniamo, comunque, importante essere presenti su più piattaforme in quanto ciò ci porta a essere ascoltabili ovunque.

Galante, RADIO DELTA 1 Il nostro obiettivo per i prossimi mesi è di sviluppare sempre più e sempre meglio la nostra presenza su internet, cercando di capire come incrementare

(Continua a pagina 3)

BANDI PER L'ASSEGNAZIONE DEI DIRITTI DI USO DELLE FREQUENZE E DELLE NUMERAZIONI LCN PER LE TV LOCALI DELLE MARCHE E DELLA PROVINCIA DI VITERBO

■ Il bando di gara per l'assegnazione dei diritti di uso delle frequenze televisive e quello relativo all'attribuzione della numerazione automatica dei canali (Lcn) della Regione Marche dovrebbe essere pubblicato in Gazzetta ufficiale il prossimo mercoledì 14 settembre. I bandi (delle frequenze e della numerazione automatica dei canali) per la provincia di Viterbo, invece, potrebbero essere pubblicati alcuni giorni più tardi. Ricordiamo che tali bandi vengono pubblicati nella Gazzetta ufficiale 5a serie speciale - Contratti Pubblici) e non nella Gazzetta ufficiale serie ordinaria.

LA REGIONE TOSCANA APPROVA IN COMMISSIONE MISURE URGENTI PER LE TV LOCALI

■ La Commissione Cultura della Regione Toscana ha dato il via libera, a maggioranza, a una proposta di legge (che verrà sottoposta la prossima settimana al voto dell'Assemblea) che individua "misure urgenti per venire incontro alle necessità che arriveranno da territori, mondo dell'emittenza e cittadini." Tra gli obiettivi del testo licenziato in commissione il sostegno alle emittenti televisive locali e gli interventi a favore delle realtà territoriali più marginali del territorio regionale. Per la copertura finanziaria della legge è prevista la cifra complessiva di 1.050.000 euro per il 2011.

CONCORSO "COMUNICARE IN UMBRIA" PER PRODUZIONI RADIOFONICHE E TELEVISIVE

■ Il Corecom Umbria promuove la sesta edizione del concorso "Comunicare in Umbria", premio nazionale di produzione radiofonica e televisiva sul tema "Le donne, la città. Vicende, individuali e collettive, di donne che hanno segnato la storia delle città".

La prima sezione è dedicata alle emittenti radiofoniche e televisive locali che operano nel territorio nazionale e alle sedi regionali della Rai, redazione Tgr.

La scadenza per l'invio del materiale è il 31 ottobre p.v.

Il regolamento del concorso è disponibile all'indirizzo internet www.corecom.umbria.it.

(segue da pag. 2) RADIOFONIA LOCALE

tare gli ascolti. Siamo molto attenti all'innovazione e già oggi, con l'attuale presenza, ad esempio, sui social network (Facebook in primis) stiamo avendo soddisfazione.

Orobello, RADIO MARGHERITA Siamo presenti anche su internet. E', comunque, necessario, dal nostro punto di vista, capire preventivamente quali siano i reali vantaggi e l'utilità di un massiccio investimento al riguardo e quali possano essere gli eventuali ritorni in termini commerciali e di ascolti.

Panti, UMBRIA RADIO Internet è un canale di comunicazione che abbiamo già attivato da qualche anno; la nostra presenza è attualmente limitata al sito della radio e allo streaming dei contenuti. In questo periodo, inoltre, abbiamo aperto alcune pagine su Facebook e cominciamo ad avere riscontri dai nostri ascoltatori.

Prandi, RADIO BRUNO Il periodo di stagnazione economica non favorisce certo grandi investimenti in termini di innovazione. La nostra emittente è presente, ovviamente, su internet, e abbiamo creato applicazioni specifiche per l'ascolto sui dispositivi mobili. Tuttavia, i numeri sono ancora piccoli, pur se in crescita.

D. - Cosa pensate della mancanza dei dati di ascolto del settore?

Bonci, RADIO SIENA Si tratta di un problema che, spero, venga risolto al più presto.

Occorrono parametri di riferimento per tutto il settore. Riteniamo, tuttavia, che sia fondamentale che il futuro sistema di rilevazione degli indici di ascolto veda le imprese radiofoniche locali protagoniste.

Galante, RADIO DELTA 1 Riteniamo che conoscere i dati di ascolto delle emittenti sia importante non solo per poter fornire al mercato elementi di valorizzazione di ogni realtà, ma anche per capire se, in termini di palinsesti e contenuti, stiamo andando sulla strada giusta.

Orobello, RADIO MARGHERITA E' certamente un male. Crediamo che, probabilmente, un'indagine di ascolto che stabilisca criteri validi per tutti i soggetti del sistema radiofonico italiano sia necessaria; se fosse fatta sotto l'ombrello dell'Agcom, probabilmente, si eviterebbero le conflittualità che hanno caratterizzato il passato e hanno portato all'attuale situazione di stallo.

Panti, UMBRIA RADIO Secondo noi dovrebbe essere pensato un sistema che consenta di rilevare e valorizzare anche le emittenti comunitarie. In effetti si sente la mancanza di un dato che valorizzi la radiofonia nel suo complesso.

Prandi, RADIO BRUNO La mancanza dei dati di ascolto, soprattutto per quelle emittenti che vivono anche di pubblicità nazionale, è una tragedia.

Occorre porre rimedio a tutto ciò in tempi molto brevi, in quanto più si aspetta e maggiori sono i danni all'intero settore, unico tra i media in Italia a non avere dati relativi al proprio pubblico.

AL VIA IL BEAUTY CONTEST PER L'ASSEGNAZIONE (GRATUITA) DELLE 5+1 FREQUENZE PER LA TV DIGITALE TERRESTRE. FRATTANTO E' STATO RIGETTATO L'EMENDAMENTO ALLA MANOVRA PRESENTATO DALL'OPPOSIZIONE CHE CHIEDEVA UNA GARA AL RIALZO PER TALI FREQUENZE

■ Il 6 settembre è scaduto il termine per la presentazione delle domande di partecipazione alla procedura del beauty contest previsto dalla delibera 497/10/CONS dell'Agcom. Sono dieci i soggetti che hanno presentato, complessivamente, 17 domande (era infatti possibile partecipare alla gara per più di più di un lotto di frequenze) e precisamente: Canale Italia srl; Telecom Italia Media Broadcasting srl; Elettronica Industriale spa (gruppo Mediaset); Sky Italia Network Service srl; Prima Tv spa; Europa Way srl; 3elettronica Industriale spa (gruppo 3 Italia); Rai - Radiotelevisione Italiana spa; Tivùitalia spa; Dbox srl. La commissione prevista dalla procedura di gara valuterà ora i soggetti che saranno ammessi alla stessa. Frattanto, nei giorni scorsi, durante la discussione della manovra economica in Commissione Bilancio del Senato, alcuni senatori dell'opposizione (del PD,

Italia dei valori e Terzo Polo) avevano presentato un emendamento finalizzato a rendere il beauty contest (che attualmente non prevede alcun onere per i partecipanti) una asta a titolo oneroso (così come l'asta per le frequenze destinate alla larga banda in mobilità). L'eventuale gara, secondo le stime del sen. Vincenzo Vita del PD (primo firmatario dell'emendamento) avrebbero consentito allo Stato un incasso pari a 1,5 - 2 miliardi di euro. L'emendamento, tuttavia, è stato respinto in Commissione.

AERANTI-CORALLO ritiene assolutamente inaccettabile il fatto che, mentre alle tv locali vengono tolte nove frequenze (con la conseguenza che molte imprese non avranno più una propria frequenza di trasmissione), allo stesso tempo vengono aggiudicate, a titolo gratuito, sei frequenze a livello nazionale, con possibilità di assegnazione anche a soggetti già titolari di altri multiplex di diffusione.