

# 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

**SI E' CONCLUSA CON UN INCASSO DI QUASI 4 MILIARDI DI EURO L'ASTA PER LE FREQUENZE PER LA LARGA BANDA MOBILE. IL 10% DEL RICAVATO E' DESTINATO AGLI INDENNIZZI PER LE TV LOCALI**

■ Si è conclusa dopo 22 giornate e 469 tornate l'asta per l'assegnazione delle frequenze in banda 800, 1800 e 2600 (per la banda a 2000 MHz non sono state presentate offerte). L'incasso totale è di 3.945.295.100 euro. Come noto, la legge 220/10, come modificata dal dl 6 luglio 2011, convertito con modificazioni dalla legge 111/11, prevede che il 10% di quanto incassato dallo Stato per la vendita di tali frequenze venga destinato a indennizzi per le tv locali che dismetteranno le frequenze. Ora, 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.

## **AERANTI-CORALLO CHIEDE AL MINISTRO ROMANI UN DIFFERIMENTO DELLA TRANSIZIONE AL DIGITALE IN TOSCANA, UMBRIA, MARCHE E PROVINCIA DI VITERBO. NON SUSSISTONO, INFATTI, I TEMPI TECNICI PER OPERARE GLI SWITCH OFF SECONDO IL CALENDARIO MINISTERIALE**

■ Nei giorni scorsi AERANTI-CORALLO ha chiesto al Ministro dello Sviluppo economico, Paolo Romani, un differimento dei tempi della transizione al digitale in Toscana, Umbria, Marche e provincia di Viterbo.

Non sussistono, infatti, i tempi tecnici per operare gli switch off relativamente a tali regioni, secondo il calendario ministeriale.

Infatti, a oggi, non sono stati ancora completati i procedimenti per l'assegnazione dei diritti di uso delle frequenze e per l'attribuzione delle numerazioni lcn alle tv locali in Toscana, Umbria e provincia di Viterbo e non sono ancora stati pubblicati i bandi per gli analoghi procedimenti relativi alla regione Marche.

Le tv locali necessitano di almeno 2-3 mesi dalla assegnazione dei diritti di uso e dalla attribuzione delle numerazioni per ricevere le forniture degli impianti per trasmettere in tecnica digitale e per mettere a punto gli stessi.

Nelle aree già digitalizzate sono stati sufficienti tempi più ristretti in quanto, in relazione al quadro normativo all'epoca vigente, tutte le imprese avevano la certezza di poter trasmettere con la nuova tecnologia e quindi potevano effettuare i necessari investimenti, con un certo anticipo, senza alcun rischio che gli stessi venissero vanificati. Diversamente, a seguito dell'intervenuto mutamento del quadro normativo, conseguente alla legge n. 220/10

e al decreto-legge n. 34/11 (che prevede una procedura competitiva, basata su graduatorie, ai fini del rilascio dei diritti di uso delle frequenze), le tv locali non possono ora, certamente, commissionare forniture di impianti prima di conoscere l'esito della procedura stessa. Infatti, in ipotesi di esclusione dalle graduatorie, eventuali investimenti relativi agli impianti di trasmissione, precedentemente effettuati, si rivelerebbero inutilmente fatti.

Il differimento richiesto è quindi indispensabile per permettere alle tv locali di dotarsi di tutti gli impianti necessari per la digitalizzazione e, quindi, di partecipare a pieno titolo al processo di transizione. In mancanza di tale differimento moltissimi impianti delle tv locali non potrebbero essere digitalizzati nei tempi previsti dall'attuale calendario e, pertanto, i programmi di tali emittenti non verrebbero ricevuti dall'utenza per alcuni mesi, con ogni evidente conseguenza in termini di audience e di raccolta pubblicitaria.

Occorre altresì considerare che ai fini della transizione, il Ministero deve rispettare il termine (previsto dalla delibera Agcom n.366/10/CONS) di 15 giorni prima dello switch-off per l'attribuzione delle numerazioni lcn e il termine (previsto dalla delibera Agcom n.353/11/CONS) di 50 giorni prima dello switch off per la definizione degli obblighi di must carrier a favore dei soggetti non utilmente collocati nelle graduatorie.

**A pag. 3:  
PROSEGUE  
L'INCHIESTA  
SULLA  
RADIOFONIA  
LOCALE**

**MISURE DI SOSTEGNO 2011: IL 13 OTTOBRE P.V. SCADE IL TERMINE PER L'INOLTRO DELLE DOMANDE DELLE TV LOCALI; PER LE RADIO LOCALI IL TERMINE DI INOLTRO SCADE INVECE IL 29 OTTOBRE**

■ Ricordiamo che il prossimo 13 ottobre scade il termine per l'inoltro delle domande per le misure di sostegno alle tv locali per l'anno 2011. Informiamo, inoltre, che è iniziato il pagamento delle misure di sostegno alle tv locali relativo all'anno 2010. Il termine per l'inoltro delle domande per le misure di sostegno alle radio locali per l'anno 2011 scadrà, invece, il 29 ottobre (considerato che il 30 è domenica).

**ELETTO IL NUOVO CORECOM MARCHE: PRESIDENTE E' PIETRO COLONNELLA**

■ Lo scorso 4 ottobre l'Assemblea legislativa della Regione Marche ha eletto il nuovo Presidente e i componenti del Corecom. E' stato eletto presidente Pietro Colonnella (dal 1994 al 2004 presidente della Provincia di Ascoli Piceno e dal 2006 al 2008 sottosegretario agli Affari Regionali ed Autonomie locali del Governo Prodi); vicepresidente è Francesco Capozza, mentre gli altri cinque componenti sono Domenico Campogiani, Vittorio Vecchini, Dante Merlonghi, Giovanni Casoni e Laura Tosti Guerra. Al neopresidente Colonnella e a tutti i componenti del Corecom Marche AERANTI-CORALLO formula gli auguri di buon lavoro.

**BEAUTY CONTEST: DOPO TELECOM ITALIA MEDIA E SKY, ANCHE LA RAI RICORRE AL TAR CONTRO IL BANDO**

■ Dopo Telecom Italia Media e Sky, anche la Rai ha presentato ricorso al Tar del Lazio contro il bando di gara del Ministero dello Sviluppo economico per l'assegnazione gratuita dei diritti di uso di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre (il cosiddetto "beauty contest"). La Rai ha chiesto l'annullamento, previa sospensione, del bando per l'assegnazione di sei multiplex elaborato in base alle indicazioni contenute nella delibera dell'Agcom che ha stabilito il disciplinare di gara. E' ora attesa la fissazione dell'udienza in cui i ricorsi di Rai, Telecom Italia Media e Sky verranno discussi avanti la seconda sezione del Tar del Lazio.

## **PUBBLICATA LA GRADUATORIA DELLE FREQUENZE TV PER LA REGIONE LIGURIA. INACCETTABILE IL RILASCIO IN VIA TEMPORANEA DEI DIRITTI DI USO DELLE FREQUENZE OPERATO DAL MINISTERO**

■ Il Ministero dello Sviluppo economico ha pubblicato lo scorso 4 ottobre la graduatoria per l'assegnazione delle frequenze per le trasmissioni televisive digitali terrestri alle tv locali nella Regione Liguria e, quindi, venerdì 7 ottobre, ha inoltrato alle emittenti i provvedimenti formali di assegnazione dei diritti di uso delle frequenze e di attribuzione delle numerazioni lcn.

Tutte le 14 tv locali associate AERANTI-CORALLO operanti in Liguria potranno svolgere a pieno titolo l'attività di operatore di rete per la tv digitale terrestre in ambito locale, avendo ricevuto l'assegnazione delle relative frequenze di trasmissione.

Occorre, tuttavia, rilevare che tutti i provvedimenti di assegnazione dei diritti di uso delle frequenze sono stati rilasciati in via temporanea, in attesa delle negoziazioni internazionali e della pianificazione delle aree confinanti. Tale formulazione dei provvedimenti è, però, assolutamente inaccettabile in quanto il relativo rilascio è avvenuto in seguito a una specifica gara e pertanto è impensabile che i di-

ritti in esame possano essere rimessi in discussione (con l'eventuale espletamento di nuova gara) in ipotesi di problematiche interferenziali di qualsivoglia natura.

AERANTI-CORALLO chiede, pertanto, che vengano immediatamente rilasciati i diritti di uso delle frequenze a titolo definitivo, aventi validità di 20 anni. Solo in questo modo, infatti, verrà assicurata certezza al comparto, salvaguardando anche i relativi investimenti.

Ricordiamo, infine, che il processo di switch off avrà inizio, in Liguria, lunedì 10 ottobre, partendo da Ovest (nell'area della provincia di Imperia prossima al confine francese) e proseguirà sino a venerdì 4 novembre p.v. con la parte interna della provincia di La Spezia.

Il Ministero ha organizzato lo scorso lunedì 3 ottobre, una riunione presso la sede dell'Ispettorato territoriale della Liguria (cui ha partecipato per AERANTI-CORALLO Elena Porta), nel corso della quale sono state illustrate le modalità con cui le emittenti dovranno comunicare al Ministero lo spegnimento degli impianti analogici e l'eventuale riaccensione in tecnica digitale.

## **INCONTRO DELLA ARD - ASSOCIAZIONE PER LA RADIOFONIA DIGITALE IN ITALIA AL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO**

■ Lo scorso 27 settembre si è svolto presso il Ministero dello Sviluppo economico un incontro di una delegazione della ARD, Associazione per la Radiofonia digitale in Italia (formata da AERANTI-CORALLO, Rai Way e Rna) con i Direttori generali della Dgsce e della Dgpgsr del Ministero, dott. Francesco Saverio Leone e ing. Francesco Troisi e con alcuni funzionari delle due direzioni. Nel corso di tale incontro, al quale, per AERANTI-CORALLO, hanno partecipato Marco Rossignoli, Fabrizio Berrini e Alessia Caricato, sono sta-

te affrontate le problematiche relative all'avvio delle trasmissioni radiofoniche digitali terrestri ed è stato fatto il punto della situazione, alla luce della recente pubblicazione dell'elenco dei soggetti abilitati alla fornitura di servizi di media radiofonici.

In particolare, la ARD ha chiesto al Ministero di fornire l'indicazione delle province ove tali emittenti risultano abilitate. Tale elemento risulta, infatti, necessario per poter effettuare gli studi preliminari utili alla definizione delle risorse frequenziali necessarie in ogni bacino.

## RADIOTV FORUM 2012 DI AERANTI-CORALLO: GRANDE INTERESSE PER L'AREA EXPO

■ A oggi sono già due terzi gli spazi espositivi prenotati dalle aziende che proporranno i propri prodotti e servizi alla settima edizione del RADIOTV FORUM di AERANTI-CORALLO, il cui svolgimento è fissato per martedì 22 e mercoledì 23 maggio 2012 presso il Centro congressi dell'Hotel Melià Roma Aurelia Antica. Nei prossimi giorni l'elenco di tali aziende verrà pubblicato nel sito internet dell'evento "www.radiotvforum.it", cui è possibile accedere anche tramite la barra di navigazione del sito internet "www.aeranticorallo.it".

Nello stesso sito è inoltre possibile, accedendo alla sezione "sistemazione alberghiera", scaricare i moduli per effettuare le prenotazioni delle camere che, se effettuate entro il 31 gennaio 2012, consentono un risparmio sulle abituali tariffe.

Il RADIOTV FORUM 2012 di AERANTI-CORALLO è organizzato dalla RadioTv srl, con sede in Genova.

La concessionaria esclusiva per la vendita degli spazi espositivi è la NewBay Media Italy srl, editrice della rivista tecnica Broadcast & Production, con sede in Segrate (MI), San Felice, Prima Strada 12 tel. 02 92884940, mail broadcast@broadcast.it.



## RADIOFONIA LOCALE: PROSEGUE LA NOSTRA INCHIESTA TRA GLI EDITORI CHE SI CONFRONTANO SU RACCOLTA PUBBLICITARIA IN PERIODO DI CRISI, INNOVAZIONE TECNOLOGICA, INDICI DI ASCOLTO

■ Terza puntata della nostra inchiesta tra gli editori radiofonici locali. Nell'odierna edizione abbiamo interpellato (in ordine alfabetico) Franco Mignani (Radio Lattemiele di Bologna); Sergio Serafini (Radio Popolare di Milano); Luciano Tarricone (Radio Selene di Corato, Bari), Enrico Viviano (Radio Toscana di Firenze) e Roberto Zanella (Radio Birikina di Castel Franco Veneto, Treviso).

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

**Mignani, RADIO LATTEMIELE:** Il periodo attuale non è certo facile. Quello che stiamo cercando di fare è di inventare nuove iniziative che coinvolgano gli investitori pubblicitari.

Oggi occorre che la forza vendita esplori meglio il territorio, cercando di reperire sempre nuovi clienti.

**Serafini, RADIO POPOLARE:** La nostra emittente basa una parte delle proprie entrate sul sostegno degli ascoltatori e stiamo cercando di migliorare la raccolta di abbonamenti e le sottoscrizioni a premi.

Sul fronte della pubblicità, abbiamo riscontrato una diminuzione nella raccolta di inserzioni nazionali, ma abbiamo sviluppato un meccanismo di pubblicità locale, anche di servizio, che ci ha consentito di mantenere invariato il listino.

**Tarricone, RADIO SELENE:** Dato che siamo fortemente convinti del fatto che la radio del futuro sia una radio di contenuti, abbiamo investito sul personale, confermando tutte le risorse umane. Per sopperire al calo della raccolta pubblicitaria tradizionale, cerchiamo di valorizzare eventi, sponsorizzazioni, dirette da varie location, stimolando la nostra struttura di vendita a fare un lavoro più capillare.

**Viviano, RADIO TOSCANA:** L'attuale periodo rappresenta per noi un grande stimolo per fare cose nuove e non fermarsi. Tutti all'interno della radio contribuiscono, portando idee nuove. Stiamo esplorando nuovi mercati e ciò ci ha consentito di resistere, sinora, alla bonaccia.

**Zanella, RADIO BIRIKINA:** Stiamo impegnandoci fortemente; oggi, tuttavia, per ottenere gli stessi risultati del passato, occorre fare molto di più.

Abbiamo in cantiere molte iniziative sul territorio, tra cui il Festival Show, appena concluso e giunto alla 12a edizione. Inoltre abbiamo stipulato un accordo con il Circo di Moira Orfei. La creatività rappresenta un grande valore.

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

**Mignani, RADIO LATTEMIELE:** La nostra rete difonde attraverso il sito internet una serie di contenuti, sempre a marchio Lattemiele, orientati a diversi generi musicali e non disponibili in Fm. Abbiamo poi il podcast di alcuni programmi di successo e, per completare il quadro, siamo presenti su Facebook con una nostra pagina. Infine, abbiamo un sito interamente dedicato a un nostro programma che aggrega una community molto .

**Serafini, RADIO POPOLARE:** Già da parecchio tempo proponiamo i nostri contenuti in modalità streaming su internet; di recente abbiamo aggiunto il podcast di alcuni programmi e manteniamo attivi diversi blog. Stiamo anche pensando di verificare come sia possibile migliorare l'integrazione tra web e radio.

Al contrario, siamo un po' delusi dalla diffusione satellitare, ormai attiva da 12 anni e che, forse, non ci ha dato i risultati sperati.

**Tarricone, RADIO SELENE:** Abbiamo puntato già da alcuni anni a una diffusione con streaming di qualità (128k), ottenendo un buon riscontro.

Tendiamo a utilizzare tutto quanto possa migliorare l'interazione con il nostro pubblico: Sms, Facebook, mail, infoline.

**Viviano, RADIO TOSCANA:** Crediamo già da tempo alle possibilità che può offrire il digitale radiofonico e attendiamo che si apra questo mercato. Sul fronte internet, siamo attenti alle nuove tecnologie. Siamo presenti in rete da tempo con un nostro sito, offriamo podcast, siamo su Facebook e abbiamo una app per l'iPhone. E' importante, tuttavia, tarare con attenzione gli investimenti.

**Zanella, RADIO BIRIKINA:** Siamo presenti su web ormai da anni e offriamo un sito completo sia di contenuti testuali, sia di streaming audio. Inoltre, utilizziamo i social media quali Facebook, Twitter e abbiamo una pagina su Youtube. Non ci siamo nemmeno dimenticati delle app per iPad e iPhone; insomma, cerchiamo di diversificare, anche se la nostra presenza in Fm rimane di gran lunga il canale principale di diffusione..

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

**Mignani, RADIO LATTEMIELE:** Avere nel 2011, dei dati che risalgono ormai al 2009 non serve a nulla. La mancanza di dati freschi porta, in generale, a un deprezzamento del mercato. L'auspicio è che venga presto ripristinato un sistema di rilevazione degli ascolti fortemente condiviso.

**Serafini, RADIO POPOLARE:** E' di tutta evidenza che i dati ci debbano essere. Spero che, con questa occasione di rinnovo dell'entità che deve raccogliere gli ascolti, venga adottata una metodologia ancora più capace di rispondere alle esigenze della radiofonia locale, anche con riferimento a indicazioni di tipo qualitativo.

**Tarricone, RADIO SELENE:** L'assenza di qualunque tipo di dato è estremamente negativa. Dati attendibili ci aiutano, infatti, a indirizzare meglio il palinsesto e le scelte editoriali. Mi auguro che nel nuovo scenario che si andrà a profilare, le radio locali e le relative associazioni abbiano una rappresentanza adeguata.

**Viviano, RADIO TOSCANA:** Penso che la mancanza di dati sia un grave danno per tutto il comparto radiofonico, che rischia di perdere la sua importanza in termini di investimenti pubblicitari. Non avendo dati certi, il mezzo rischia di non avere più valenza nei centri media, lasciando spazi ad altri media.

**Zanella, RADIO BIRIKINA:** Ritengo che l'impossibilità di avere dati di ascolto freschi rappresenti uno dei principali problemi del settore. E' un buco che occorre colmare. Per avere un'idea di come vanno gli ascolti, abbiamo realizzato un'indagine locale, con interviste agli automobilisti fermi agli incroci.