

AERANTI-CORALLO

Le imprese radiotelevisive locali, satellitari e via internet



PROSPETTIVE PER IL MERCATO DELLA RADIOFONIA

Marco Rossignoli

ROMA, 29 MAGGIO 2013

- ❖ **PROGETTO PILOTA PER LA RADIOFONIA DIGITALE**
- ❖ **PROBLEMATICHE DELLE INDAGINI SULL'ASCOLTO RADIOFONICO**
- ❖ **LA SITUAZIONE DEL MERCATO PUBBLICITARIO RADIOFONICO**

PROGETTO PILOTA PER LA RADIOFONIA DIGITALE

PIANO PROVVISORIO DI ASSEGNAZIONE DELLE FREQUENZE

IMPIEGO	BLOCCHI DI FREQUENZE
RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA E RETI NAZIONALI PRIVATE	12A, 12B E 12C
RETI LOCALI	12D, 10A, 10B, 10C E 10D

LE RETI SONO REALIZZATE IN TECNICA ISOFREQUENZIALE

- ❖ I blocchi di frequenze sono utilizzabili nel rispetto dei vincoli radioelettrici con le utilizzazioni dei paesi confinanti, in conformità dell'accordo di Ginevra 2006
- ❖ Il Piano provvisorio è rivedibile in relazione alla definitiva valutazione delle esigenze del mercato nei bacini di utenza interessati, dell'evoluzione della pianificazione dei bacini limitrofi e dell'esito delle negoziazioni internazionali

L'AREA DI TRENTO

- ❖ E' stata individuata anche in relazione alla disponibilita' di otto blocchi (4 del canale 12 e 4 del canale 10) per le trasmissioni radiofoniche digitali idonee a soddisfare le potenziali esigenze delle emittenti operanti in tali bacini

L'ATTIVAZIONE DEL DAB+/DMB IN ALTRE AREE

- ❖ E' subordinata alla disponibilità di un numero di frequenze sufficiente per la diffusione di tutte le emittenti nazionali (pubbliche e private) e locali interessate
- ❖ Attualmente, ad eccezione del canale 12 (4 blocchi), le altre frequenze della Banda III sono perlopiù impegnate per diffusioni televisive digitali terrestri (Rai canali 5, 9 e 11; Tv locali canali 6 e 10; Europa 7 canale 8; ex Beauty contest canale 7)
- ❖ Occorre rendere disponibile l'intero canale 13 (6 blocchi)

PROGETTO PILOTA PER LA PROVINCIA DI TRENTO ASSEGNAZIONE DEI DIRITTI DI USO DELLE FREQUENZE

- ❖ Società consortili costituite con quote paritetiche, da concessionari radiofonici analogici esercenti impianti in provincia di Trento, muniti dell'assenso alla prosecuzione all'attività ai sensi della legge 66/01 e dell'autorizzazione per fornitori di contenuti radiofonici digitali nella provincia di Trento
- ❖ Assegnazione dei diritti di uso entro il 6 luglio 2012
- ❖ Validità temporanea dei diritti di uso fino all'assegnazione definitiva a seguito dell'adozione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per il servizio radiofonico in tecnica digitale
- ❖ Le società consortili dovranno destinare ad ogni fornitore di contenuti veicolato n. 72 unità di capacità dei propri blocchi di diffusione (su un totale di 864 CU)
- ❖ Ogni società consortile deve essere partecipata da almeno il 30% (come previsto dalla del. 664/09/CONS dell'Agcom) delle emittenti legittimamente operanti in analogico nella provincia di Trento che sono titolari di autorizzazione per fornitori di contenuti digitali in tale provincia

SONO STATE COSTITUITE DUE SOCIETA' CONSORTILI

❖ DIGILOC (blocco 12D)

(10 emittenti tutte associate AERANTI-CORALLO)

**ha stipulato un contratto di servizio con Rai Way
per la diffusione dal sito di Paganella**

❖ D.B.T.A.A. (blocco 10A)

(12 emittenti di cui 7 associate AERANTI-CORALLO)

**ha effettuato investimenti in proprio per la diffusione
dal sito di Paganella**

IL SERVIZIO FORNITO DA RAI WAY

- ❖ **La Multiplazione e Diffusione, intesa come la progettazione, fornitura in opera e gestione degli impianti per la multiplazione, la distribuzione e la diffusione del multiplex nella specifica area di copertura. Diffusione del segnale attraverso il sito di Paganella con potenza di trasmissione di 1.250 watt**
- ❖ **La Codifica del segnale attraverso la messa a disposizione e la gestione di codificatori presso le sedi di ciascun fornitore di contenuti radiofonici**
- ❖ **L'Energia elettrica, l'uso delle infrastrutture e dei siti Rai Way, la manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti e ogni altro costo di funzionamento di tali impianti.**

LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI

- ❖ Ogni fornitore di contenuti che diffonderà le proprie trasmissioni tramite la società consortile operatore di rete dovrà diffondere in simulcast sulla rete terrestre digitale **ALMENO IL 50%** del programma radiofonico diffuso sulla rete analogica terrestre calcolato sul tempo di trasmissione settimanale del medesimo programma analogico, al netto della programmazione pubblicitaria che, nella presente fase di avvio dei mercati, può essere differenziata per l'intera programmazione giornaliera da quella irradiata sulla rete analogica, fermo il **DIVIETO DI DIFFERENZIAZIONE** per la pubblicità irradiata **DALLE EMITTENTI NAZIONALI** sulle reti analogiche o digitali

IL DIGITALE RADIOFONICO

- ❖ **NON SOSTITUIRA'** le trasmissioni analogiche (come avvenuto per la tv), ma **SI AFFIANCHERA'** alle stesse
- ❖ Lo sviluppo del digitale radiofonico sarà quindi legato alla capacità degli editori di **REALIZZARE NUOVE OFFERTE** in grado di interessare l'utenza e di sviluppare l'acquisto dei ricevitori per la nuova tecnologia

PROBLEMATICHE DELLE INDAGINI SULL'ASCOLTO RADIOFONICO

- ❖ Liquidazione di Audiradio
- ❖ Indagine Cati e Meter Radio Monitor 2012 Gfk-Eurisko
- ❖ Indagine Cati e meter Radio Monitor 2013 Gfk-Eurisko
- ❖ Indagine Meter Ipsos 2013
- ❖ Tavolo tecnico Agcom
- ❖ Sperimentazione meter da parte dell'Agcom
- ❖ Prospettive future per l'emittenza radiofonica locale

LA SITUAZIONE DEL MERCATO PUBBLICITARIO RADIOFONICO

I DATI DELL'OSSERVATORIO SULLA PUBBLICITA' AGCOM (1/2)

RICAVI PUBBLICITARI NAZIONALI E LOCALI SUDDIVISI PER MEZZO (MLN EURO)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
TV	4.264,16	2,285,83	4.420,48	4,398,47	4.024,15	4.282,36	4.102,70	3.532,43
Δ (%)	-	0,5	3,1	-0,5	-8,5	6,4	-4,2	-13,9
RADIO	429,84	483,36	515,40	578,49	558,66	598,92	559,55	509,75
Δ (%)	-	12,5	6,6	12,2	-3,4	7,2	-6,6	-8,9
Quotid.	1.711,79	1.757,11	1.834,93	1.759,91	1.500,67	1.410,80	1.353,06	1.133,87
Δ (%)	-	2,6	4,4	-41,	-14,7	-6,0	-4,1	-16,2
Periodici	1.418,52	1.473,45	1.532,26	1.722,72	1.293,43	1.351,88	1.317,01	1.101,02
Δ (%)	-	3,9	4,0	12,4	-24,9	4,5	-2,6	-16,4

I DATI DELL'OSSERVATORIO SULLA PUBBLICITA' AGCOM (2/2)

RICAVI PUBBLICITARI NAZIONALI E LOCALI SUDDIVISI PER MEZZO (MLN EURO)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Annuari	879,33	840,72	815,29	819,26	647,23	502,81	276,55	194,69
Δ (%)	-	-4,4	-3,0	0,5	-21,0	-22,3	-45,0	-29,6
Cinema	83,00	76,20	78,42	65,53	57,60	68,10	58,57	45,15
Δ (%)	-	-8,2	2,9	-16,4	-12,1	18,2	-14,0	-22,9
Affissioni	570,00	587,00	612,18	602,00	492,00	481,00	423,28	374,18
Δ (%)	-	3,0	4,3	-1,7	-18,3	-2,2	-12,0	-11,6
Internet	138,00	489,00	687,00	819,00	817,53	1.177,29	1.587,40	1.699,94
Δ (%)	-	254,3	40,5	19,2	-0,2	44,0	34,1	7,7
TOTALE	9.494,64	9.992,67	10.495,96	10.765,38	9.391,27	9.873,16	9.669,12	8.591,03
Δ (%)	-	5,2	5,0	2,6	-12,8	5,1	-2,1	-11,1

LA RADIO

RICAVI 2011 (IN MLN €)

	CANONE	PUBBLICITA'	CONVENZIONI E PROVVIDENZE	TOTALE
RADIO	102,20	565,81	47,48	715,48

RICAVI COMPLESSIVI DELLA RADIO SUDDIVISI PER TIPOLOGIA

	RICAVI 2010 (MLN €)	RICAVI 2011 (MLN €)	Δ 2010/2011	INC. SU TOTALE (2011)
CANONE	99,27	100,62	1,4%	14,2%
PUBBLICITA'	598,92	559,55	-6,6%	79,1%
PROVVIDENZE E CONVENZIONI	47,51	47,51	0,0%	6,7%
TOTALE	745,70	707,69	-5,1%	100,0%

QUOTE DI MERCATO DEI PRINCIPALI OPERATORI

	QUOTE MERCATO % 2010	QUOTE MERCATO % 2011
RAI	21,4	21,8
Gruppo Editoriale L'Espresso	13,0	12,9
Finelco	10,4	10,4
Rds	7,0	6,8
Rtl	7,6	7,2
Mondadori	3,8	4,0
Il Sole 24 Ore	2,2	2,4
Altri operatori	34,6	34,4
TOTALE	100,0	100,0

AERANTI-CORALLO

Le imprese radiotelevisive locali, satellitari e via internet

- Imprese radiofoniche e televisive locali, satellitari e via internet, di cui

OLTRE 600 RADIO