

# TeleRadiofax

Publicato in Ancona.  
Diffuso a mezzo fax e a mezzo e-mail via Internet  
Questo numero si compone di 4 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)

## PUBBLICATI I DATI RADIOMONITOR GFK EURISKO DEL 1° SEMESTRE 2013

■ Gfk Eurisko, la società che cura l'indagine sugli ascolti radiofonici "Radio Monitor", ha rilasciato il 23 luglio u.s. i dati relativi agli ascolti del 1° semestre 2013 (60mila interviste Cati condotte nel 1° semestre 2013) e i dati relativi agli ascolti della media mobile annuale maggio 2012-giugno 2013 (120mila interviste Cati condotte tra maggio 2012 e giugno 2013). Le tavole presentate sono relative agli ascoltatori nel giorno medio per regione; nei 7 giorni; nel quarto d'ora medio (AQH). Le radio locali rilevate sono complessivamente 257 e hanno un totale lordo di ascolti nel giorno medio (riferiti al 1° semestre 2013) di 21.027.000. Sono stati rilevati, inoltre, 1.520.000 ascoltatori delle radio locali non iscritte all'indagine, e come tali rilevate genericamente. Ricordiamo che l'indagine Radio Monitor è espressione del libero esercizio di attività professionali prestate dietro committenza, fermo restando che le stesse - così come chiarito dalla Agcom - non possono essere considerate indagini ufficiali degli indici di ascolto cosiddette "Audi", nei cui confronti si esplica l'attività di sorveglianza di Agcom ai sensi delle delibere n. 85/06/CSP e n. 130/06/CSP.

I dati relativi all'indagine sugli ascolti radiofonici "Radio Monitor" sono disponibili nel sito internet [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it), sezione "Dati di ascolto", sotto-sezione "Ascolti della radio in Italia".

## INTERVISTA AL VICEMINISTRO CATRICALÀ'

■ Antonio Catricalà, è Presidente di sezione del Consiglio di Stato (dal 2006 collocato fuori ruolo), ha collaborato con l'Ufficio legislativo della Presidenza del Consiglio dei Ministri ed è stato Capo di Gabinetto e consigliere giuridico nei Ministeri; è stato, inoltre, Segretario generale dell'Agcom, Segretario generale della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Presidente dell'Autorità anti-trust e Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Attualmente è il Viceministro per lo Sviluppo economico con delega alle Comunicazioni.



Il Viceministro Catricalà ha aperto un ampio confronto con l'emittenza locale e si è particolarmente impegnato per sostenere il recupero dei fondi tagliati per l'emittenza televisiva e radiofonica locale dal Decreto del Fare e per l'introduzione di un trattamento fiscale più favorevole per le misure compensative relative alla dismissione dei canali televisivi 61-69 (sul tema si veda l'articolo alle pagg. 2 e 3).

Prima della pausa estiva, gli abbiamo voluto porre alcune domande su temi di attualità per il settore radiofonico e televisivo locale. Ecco cosa ci ha detto.

**D.** Per far fronte alla crisi del mercato pubblicitario che sta incidendo in modo rilevante sui bilanci dell'emittenza locale, occorrerebbero misure incisive anche sul piano della relativa raccolta. All'ultima edizione del RadioTv Forum di Aeranti-Corallo sono stati proposti sgravi fiscali per le aziende che acquistano spazi pubblicitari sui media locali. Che margini ci sono per tale proposta?

**R.** Nel decreto del fare, c'è stato un tentativo, sollecitato anche dall'UPA (Utenti Pubblicità Associati), che prevedeva il credito d'imposta del 10% sul surplus annuale di fatturato rispetto all'anno precedente. Purtroppo non è andato a buon fine per problemi di copertura. Si tratterebbe di una misura importante per far crescere i consumi che mi auguro possa essere accolta in un provvedimento successivo sulla base anche di una eventuale rimodulazione che favorisca l'investimento sui media locali.

**D.** Le televisioni locali chiedono da tempo certezze sul proprio ruolo nei nuovi scenari digitali. Come intende procedere il Ministero al riguardo, anche in relazione alla preannunciata liberazione della banda 700 e all'imminente passaggio al Dvbt-2?

## MISURE DI SOSTEGNO ALLE TV LOCALI: LA SITUAZIONE

■ Entro pochi giorni dovrebbe essere completata l'emanazione, da parte dei Corecom, di tutte le graduatorie regionali relative alle misure di sostegno alle tv locali per l'anno 2012.

A seguito di ciò il Ministero potrà emanare il piano di riparto dei contributi per all'anno 2012 e successivamente procedere ai relativi pagamenti.

Il nuovo bando, per le misure di sostegno 2013, dovrebbe, invece, essere pubblicato verso la fine di agosto. Il Viceministro Catricalà ha, infatti, confermato, nei giorni scorsi, di aver già firmato lo stesso bando che è ora al vaglio della Corte dei Conti e che verrà pubblicato verso la fine di agosto, per evitare che la scadenza per la presentazione delle relative domande cada nel periodo feriale.

## IL TAR ABRUZZO ANNULLA LE ORDINANZE DEL COMUNE DI PESCARA DI DISATTIVAZIONE DEGLI IMPIANTI RADIOFONICI E TELEVISIVI DI SAN SILVESTRO

■ Con undici sentenze depositate in data 25 luglio, il Tar Abruzzo, sezione staccata di Pescara, sezione Prima, ha annullato i provvedimenti emanati dal Comune di Pescara tra settembre e ottobre dello scorso anno con i quali era stata disposta la disattivazione di oltre trenta impianti di imprese radiofoniche e televisive.

Secondo il Tar Abruzzo, infatti, "la Regione Abruzzo ha posto come attuabile la possibilità di un sito alternativo che non si è ancora concretizzato; nell'attesa deve essere assicurata la continuità del servizio e vanno trovate quelle concordate soluzioni su un piano di migrazione, agendo con i necessari margini di flessibilità"; e ancora: "Il sito di S. Silvestro resta, pertanto, utilizzabile al pari degli altri (principio di equivalenza), nel rispetto dei limiti precisati, né è possibile imporre una disattivazione generalizzata "in mancanza di accertamenti sistemici in materia di compatibilità".

## (da pag. 1) INTERVISTA AL VICEMINISTRO CATRICALÀ

R. La questione dovrà essere affrontata nell'ambito di un ragionamento complessivo sui tempi e sui modi di liberazione della banda 700 MHz, cercando di garantire tutti gli operatori del sistema, a ogni livello.

Attraverso un percorso che vogliamo condividere con le associazioni del settore, dovremo presto iniziare a studiare una serie di misure tali da favorire, ad esempio, le dismissioni volontarie, gli accorpamenti, le fusioni e soprattutto l'utilizzo condiviso delle frequenze. Non sarà facile, ma sono certo che con il senso di responsabilità e lo spirito di collaborazione dimostrati dalle tv locali nella fase di digitalizzazione del Paese, riusciremo a trovare le soluzioni per riqualificare e rivitalizzare il settore.

D. Quali saranno i tempi per l'emanazione del bando del Ministero per l'attribuzione delle numerazioni Lcn sulla base del nuovo regolamento dell'Agcom (delibera 237/13/CONS)?

R. Il provvedimento è in fase di predisposizione, auspicando qualche chiarimento interpretativo da parte dell'Autorità che ha stabilito la nuova disciplina. Dovrebbe essere pron-

to subito dopo la pausa estiva.

D. Sul fronte della radiofonia digitale, il progetto pilota per la provincia di Trento è stato esteso alla provincia di Bolzano. Per l'avvio del Dab nel resto d'Italia occorrono però ulteriori frequenze. Come intende procedere il Ministero?

R. Stiamo per riavviare le trattative con il Ministero della difesa per l'utilizzo del canale 13. Personalmente credo molto nello sviluppo del digitale nel settore radiofonico che non deve rimanere indietro rispetto agli altri mezzi di comunicazione in un mercato multi-piattaforma.

D. In tema di contributi per l'emittenza radiofonica locale, la Dgscer del Ministero sta recuperando i ritardi del passato. Ritiene che sia possibile definire al più presto il procedimento relativo al 2012?

R. La direzione competente sta lavorando alacremente affinché ciò possa avvenire. Il complicato recupero del pregresso e le difficoltà burocratiche per la predisposizione delle graduatorie, rendono il compito particolarmente gravoso. Sono però certo che la capacità dimostrata nello smaltimento dell'arretrato consentirà al sistema di essere presto "in pari" con i pagamenti a regime.

## APPROVATO ALLA CAMERA IL DECRETO DEL FARE: RECUPERATI I TAGLI ALLE MISURE DI SOSTEGNO PER RADIO E TV LOCALI E INTRODOTTO UN TRATTAMENTO FISCALE PIU' FAVOREVOLE PER LE MISURE COMPENSATIVE RELATIVE ALLA DISMISSIONE DEI CANALI TV 61-69

■ La Camera dei Deputati ha votato il 24 luglio la fiducia sul Disegno di legge di conversione del Decreto legge 21 giugno 2013, n. 69, recante disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia (c.d. "Decreto del fare"). Il voto finale sul provvedimento, a seguito dell'ostruzionismo dell'opposizione, è arrivato il 26 pomeriggio, dopo una lunga seduta-fiume di oltre 40 ore.

Il testo del provvedimento (che ha recepito gli emendamenti approvati dalle Commissioni riunite

I e V della Camera), accogliendo le richieste di AERANTI-CORALLO, ha eliminato la riduzione, originariamente prevista, dello stanziamento per gli anni 2013 (euro 19 milioni) e 2014 (euro 7,4 milioni) per le misure di sostegno alle imprese radiofoniche e televisive locali (attribuite per l'85% alle tv locali e per il 15% alla radiofonia).

Contro i tagli alle misure di sostegno si era espressa, nei giorni scorsi, anche la Fnsi - Federazione Nazionale della Stampa, sindacato uni-

(Continua a pagina 3)

**LA CORTE DI GIUSTIZIA EUROPEA  
CONFERMA LA LEGITTIMITA' DELLE  
NORME SUI LIMITI DI AFFOLLAMENTO  
PUBBLICITARI PER LE PAY TV**

■ La normativa italiana sulla pubblicità televisiva, che prescrive limiti orari di affollamento pubblicitario più bassi per le pay tv rispetto a quelli stabiliti per le tv in chiaro è, in linea di principio, conforme al diritto dell'Unione europea. E' quanto affermato il 18 luglio dalla Corte di Giustizia europea, in merito al caso sollevato da Sky Italia. La stessa era stata sanzionata dall'Agcom per aver superato i limiti di affollamento pubblicitari previsti per le pay tv dal Dlgs 177/05; successivamente, Sky Italia aveva presentato ricorso al Tar Lazio per l'annullamento della decisione dell'Agcom. Il Tar aveva, quindi, chiesto alla Corte di Giustizia europea se la direttiva «sui servizi di media audiovisivi» nonché il principio della parità di trattamento e le libertà fondamentali garantite dal Trattato FUE (il trattato sul funzionamento dell'Unione Europea) ostino ad una normativa nazionale che prescrive limiti orari di affollamento pubblicitario più bassi per le pay tv rispetto a quelli per le tv in chiaro. La Corte di Giustizia ha rilevato, al riguardo, che la direttiva non procede ad un'armonizzazione completa dei settori da essa disciplinati, ma stabilisce prescrizioni minime. Gli Stati membri hanno, pertanto, la facoltà di prevedere norme più particolareggiate o più rigorose e, in alcuni casi, condizioni differenti, purché conformi al diritto UE. In tal senso, la direttiva, pur prevedendo che la percentuale di spot pubblicitari e di spot di televendita non debba superare il 20%, non esclude che gli Stati membri impongano limiti diversi al di sotto di tale soglia. Le norme nazionali devono, tuttavia, rispettare il principio di parità di trattamento. La Corte ha, poi, precisato che i principi e gli obiettivi delle norme relative all'affollamento pubblicitario mirano ad instaurare una tutela equilibrata, da un lato, degli interessi finanziari delle tv e degli inserzionisti e, dall'altro, degli interessi degli autori e dei realizzatori, nonché dei consumatori, rappresentati dai telespettatori. In tale contesto, il legislatore nazionale può stabilire limiti di affollamento orario diversi a seconda che si tratti di pay tv o di tv in chiaro.

**(da pag. 2) APPROVATO ALLA CAMERA IL DECRETO DEL FARE**

tario dei giornalisti, che in un comunicato evidenziava come vada disinnescata la politica dei tagli lineari e di come “si metta a rischio il lavoro di centinaia di giornalisti, tecnici e impiegati”, e “si condannano alla chiusura decine di aziende e poi ci si stupisce che l'economia e i consumi non riprendano”.

Il provvedimento approvato dalla Camera, oltre al recupero dei fondi per le misure di sostegno alle imprese radiofoniche e televisive locali, ha, inoltre, introdotto un trattamento fiscale più favorevole per le misure compensative relative alla dismissione dei canali televisivi 61-69. Il Disegno di legge dovrà ora essere esaminato dal Senato.

**DELUSIONE PER LA MANCATA PUBBLICAZIONE, DA PARTE  
DELLA AGCOM, DEI CHIARIMENTI INTERPRETATIVI  
SULL'APPLICAZIONE DEL NUOVO REGOLAMENTO LCN  
DI CUI ALLA DELIBERA 237/13/CONS**

■ Grande delusione per la mancata pubblicazione, da parte dell'Agcom, dei chiarimenti interpretativi in merito all'applicazione del nuovo regolamento relativo alla numerazione automatica dei canali. L'Autorità aveva, infatti, posto all'ordine del giorno del Consiglio del 18 luglio u.s. uno specifico punto: “Valutazioni su aspetti interpretativi del regolamento concernente il nuovo piano di numerazione automatica dei canali (LCN)”. L'attesa era che, con una circolare interpretativa, l'Agcom rispondesse, tra l'altro, ai numero-

si quesiti posti da AERANTI-CORALLO nel merito. Restano così numerose incertezze sull'interpretazione della delibera n. 237/13/CONS, in ordine, ad esempio, alle numerazioni riservate alle emittenti con copertura pluri-regionale e a numerosi altri aspetti tecnici.

I chiarimenti richiesti avrebbero, peraltro, avuto, a parere di AERANTI-CORALLO, un effetto di contenimento del contenzioso che, a questo punto, rischia di ampliarsi in modo rilevante in fase di emanazione del bando di gara da parte del Ministero dello Sviluppo economico.

**MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO: RIORGANIZZAZIONE  
IN VISTA. PREOCCUPAZIONE PER LA PREVISTA SOPPRESSIONE  
DEL DIPARTIMENTO DELLE COMUNICAZIONI**

■ Con una nota del 26 luglio u.s., il Ministero dello Sviluppo economico ha reso noto che il Ministro Flavio Zanonato ha avviato le procedure di riorganizzazione del Dicastero di via Veneto, che prevedono la riduzione del numero dei Dipartimenti da quattro a due. Il progetto di riorganizzazione, predisposto dal Capo di Gabinetto del Mise, sarà varato in tempi brevi dal Consiglio dei Ministri e diventerà operativo entro i prossimi sei mesi. Nelle more dell'attuazione, restano comunque confermate le strutture del Ministero attualmente operanti.

Il nuovo disegno, che risponde ai criteri della spending review, prevede il mantenimento del Dipartimento Sviluppo e Coesione Economica (Dps), mentre gli altri tre Dipartimenti attuali (Comunicazioni, Energia e Impresa) verrebbero accorpati in un unico Dipartimento sulle politiche industriali.

Tali ipotesi di riorganizzazione destano forte preoccupazione nel comparto in quanto è evidente che un settore importante come quello delle comunicazioni, già è stato penalizzato con la soppressione del relativo Ministero e ora rischia una penalizzazione ancora maggiore.

## UN ORDINE DEL GIORNO DEL CONSIGLIO REGIONALE PUGLIA A FAVORE DELLE IMPRESE TELEVISIVE LOCALI

■ Preso atto della situazione di crisi in cui versa il comparto televisivo locale, con un ordine del giorno approvato all'unanimità, nella seduta del 16 luglio 2013, il Consiglio regionale della Puglia ha impegnato il governo regionale a destinare, in ogni determina della Regione Puglia e delle società operative ad essa collegate, o da questa controllate, a sostegno di iniziative e manifestazioni dedicate al proprio territorio, proprie o realizzate da soggetti terzi con il sostegno regionale, il 15% delle somme stanziare alla attività di comunicazione e promozione da realizzarsi a cura e con l'attività delle televisioni locali che saranno individuate in base alle graduatorie Corecom, in attuazione del D.Lgs n. 177/2005, e a sensibilizzare le altre amministrazioni locali affinché operino nello stesso modo; con lo stesso documento, viene anche chiesto di riserbare, all'interno del Piano regionale per lo Sviluppo e la Competitività, alcune linee di intervento a favore dell'emittenza locale, a favore di progetti che incentivino la sperimentazione tecnologica e l'innovazione dei contenuti, in particolare per quelli che favoriscano la continuità occupazionale e il consolidamento di "buona" occupazione, condividendo i principi della "Carta di Firenze" siglata dall'Ordine dei giornalisti nazionale e dalla Federazione nazionale stampa italiana.

PER RIMANERE AGGIORNATI SULLE NOVITA' DI SETTORE COLLEGATEVI ALLE PAGINE DI AERANTI-CORALLO

SU TWITTER: @aeranticorallo

SU FACEBOOK:  
www.facebook.com/  
aeranti.corallo

## DALL'ANALISI DEGLI ASCOLTI DELLE TV LOCALI EMERGONO CONCRETE PROSPETTIVE NEL CONTESTO DIGITALE

■ Di questi tempi, dove, ripetuto come un mantra, si sente solo dire che in televisione va tutto male, vogliamo provare a dare una lettura diversa allo scenario delle tv locali in Italia, prendendo spunto dalle rilevazioni Auditel dei dati di ascolto delle televisioni (ferme restando alcune critiche sulla metodologia dell'indagine, che in particolare non dispone di dati a carattere provinciale), per provare a svolgere alcuni ragionamenti sulle tendenze in atto nel settore.

Anzitutto, occorre premettere che elemento comune, leggibile in tutte le rilevazioni (effettuate su base regionale) a partire dal 2008 in poi, è che gli ascolti delle tv locali hanno seguito un picco negativo legato alla transizione al digitale: gli ascolti che si avevano nello scenario analogico sono precipitati in coincidenza con lo switch off nella relativa regione. Da una lettura su scala temporale ampia, si rilevano, tuttavia, alcuni aspetti interessanti.

Nel periodo successivo allo switch off, (periodo che va, a seconda dei casi, da sei mesi a due anni dopo) gli ascolti tendono a risalire, in maniera tanto più rapida quanto più l'editore di riferimento ha provveduto a convertire con tempestività tutti gli impianti precedentemente operati in analogico in tecnica digitale. Il calo di ascolti, nel periodo suindicato, può essere valutato dal -10%, nei casi più favorevoli, sino a oltre il -50%.

Numerose imprese, a seguito dello switch off nell'area da loro servita, hanno sospeso la rilevazione dei dati di ascolto, riprendendola mesi (o, in alcuni casi, anche anni) dopo.

Tale sospensione non consente di analizzare puntualmente la curva discendente correlata al cambio tecnologico (e alle difficoltà che tutti, editori nazionali e locali, hanno rilevato a seguito del passaggio al digitale).

Tuttavia, pur in presenza di un "buco temporale", quando le rilevazioni

divengono di nuovo disponibili, i dati confermano la ripresa (o il mantenimento) degli ascolti.

Conseguentemente al passaggio al digitale, i telespettatori si sono ritrovati con un'offerta di palinsesti molto più ampia, sia da parte delle emittenti locali, sia da parte delle reti nazionali. In questo contesto, gli editori hanno accusato maggiore difficoltà a farsi riconoscere in mezzo a un'offerta mediamente moltiplicata per cinque o per sei.

Dunque, è stato premiato maggiormente chi ha investito nella qualità dei contenuti; infatti, tali soggetti hanno, nel medio periodo, recuperato gli ascolti, migliorando addirittura, in taluni casi, le performance.

Occorre, infine, considerare che il trend di ascolto della tv generalista segue, ormai da molti anni, un percorso di lento, ma inesorabile declino.

Ciò vale tanto per le emittenti nazionali che per le emittenti locali.

E' questo uno dei principali motivi di riflessione per gli editori che, confrontandosi con un modello di televisione che sta perdendo gradualmente l'apprezzamento del pubblico, devono avere la forza, l'intraprendenza e la fantasia per percorrere nuove strade. Anche per le emittenti locali, la sfida deve essere quella di rafforzare la propria "brand awareness", cioè la riconoscibilità e l'affezione al proprio marchio, legando i propri palinsesti sempre più e sempre meglio al territorio di riferimento e fornendo servizi per le comunità locali.

Un altro elemento, poi, da tenere in considerazione è quello dell'evoluzione del mezzo televisivo: oggi il cosiddetto "second screen", cioè la fruizione del contenuto lineare tramite tv e della parte multimediale e interattiva tramite dispositivi quali tablet e computer sta sempre più prendendo piede: occorre, quindi, attrezzarsi per rispondere a queste nuove sfide.

Sono proprio coloro che hanno colto tale opportunità che stanno ottenendo i migliori risultati, anche in termini di incremento degli ascolti.