

# 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  
**Web:** www.aeranticorallo.it - **Twitter:** @aeranticorallo - **Facebook:** www.facebook.com/aeranti.corallo

## PAR CONDICIO PER L'ELECTION DAY DEL 4 MARZO: IL TERMINE PER GLI ADEMPIMENTI PER RADIO E TV LOCALI RELATIVI AI MAG SCADDE IL PROSSIMO MARTEDI' 16 GENNAIO

■ L'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni ha approvato il 10 gennaio u.s. due distinte delibere relative, rispettivamente, alla par condicio per le elezioni politiche di Camera e Senato del 4 marzo p.v. (delibera n. 1/18/CONS) nonché per le elezioni del Presidente della Giunta regionale e del Consiglio regionale delle regioni Lazio e Lombardia sempre del 4 marzo p.v. (delibera n. 2/18/CONS). Quest'ultima delibera sarà valida anche per le ulteriori elezioni regionali previste per l'anno 2018 (Molise, Basilicata, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia e Valle d'Aosta). Entrambe le delibere sono state pubblicate in Gazzetta ufficiale n. 8 dell'11 gennaio u.s. e sono in vigore da tale data. Rammentiamo che il termine per gli adempimenti relativi ai messaggi politici autogestiti gratuiti (rimborsati dallo Stato) scade, per entrambe le consultazioni, il prossimo martedì 16 gennaio.

*I testi delle delibere Agcom n. 1/18/CONS e n. 2/18/CONS sono entrambi pubblicati nel sito [www.aeranticorallo.it](http://www.aeranticorallo.it), sezione "Normativa", sottosezione "Normativa in materia di trasmissioni di propaganda elettorale"*

## RADIOFONIA IN ITALIA: LA SITUAZIONE DATI DEL DOCUMENTO AGCOM SULLA INDIVIDUAZIONE DEI MERCATI RILEVANTI NEL SETTORE RADIO

■ Con delibera n. 506/17/CONS del 19 dicembre u.s., l'Agcom ha approvato il documento conclusivo di individuazione dei mercati rilevanti nel settore della radiofonia (c.d. "Fase 1"). Dalla lettura della relazione prodotta dall'Autorità emergono alcune peculiarità del mezzo radiofonico. Anzitutto, i dati del CNF (Catasto Nazionale delle Frequenze) indicano che a oggi sono censiti oltre 16.000 impianti per la radiofonia analogica, dichiarati da 900 diversi soggetti per complessive 1.252 reti di diffusione locali e nazionali. In particolare, sono 454 le reti (esercite da 260 soggetti) che dispongono di un solo impianto di diffusione; 606 (esercite da 462 soggetti) le reti che dispongono di un numero tra 2 e 10 impianti di diffusione; 168 (esercite da 157 soggetti) le reti che dispongono di un numero tra 11 e 100 impianti di diffusione; 24 (esercite da 20 soggetti) quelle che dispongono di un numero tra 101 e 1.000 impianti di diffusione e un soggetto che dispone di oltre 1.000 impianti di diffusione.

Altro dato interessante che emerge dalla lettura del documento Agcom è che in ogni provincia italiana sono diffusi circa 40 canali radiofonici, con bacini di utenza che variano dall'ambito municipale a quello pluriregionale. La radio risulta essere fruita dal 67% della popolazione italiana ed è il secondo mezzo in termini numerici (la televisione è prima, con il 77,7% della popolazione). Internet si ferma al 40,1% e i quotidiani al 27,6%. La radio è un mezzo complementare, sia dal lato della fruizione da parte dell'utente finale

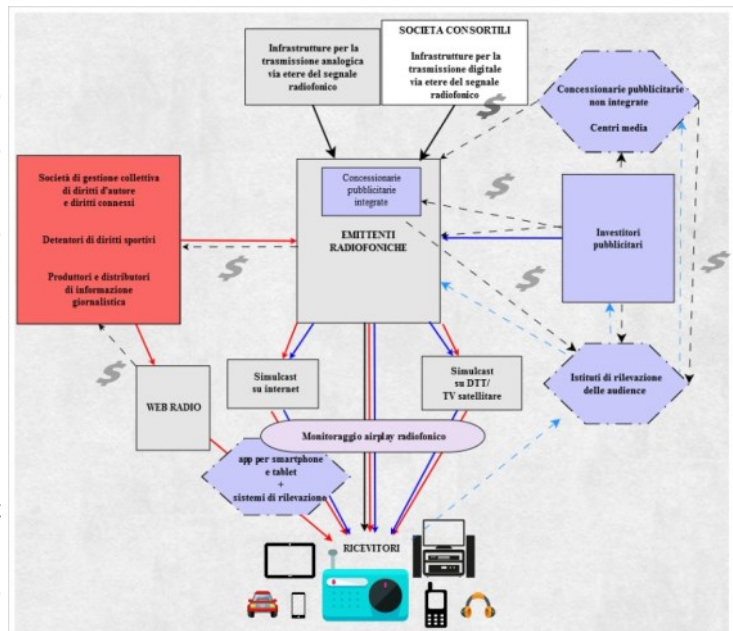


Figura 1: La filiera radiofonica (fonte: Agcom)

(che ascolta la radio facendo altro, cosa, questa, impossibile con gli altri mezzi), sia dal lato della pianificazione pubblicitaria, in quanto la stessa viene usata per potenziare la pubblicità diffusa sugli altri mezzi (c.d. fruizione di ricordo).

Con riferimento all'articolazione del settore radiofonico (c.d. filiera), l'analisi Agcom evidenzia che le attività principali in cui è articolato il settore sono quattro e precisamente: "la produzione dei programmi (in proprio o attraverso l'acquisizione da altri soggetti,

(Continua a pagina 2)

## LUTTO NEL MONDO DELL'EMITTENZA LOCALE

■ Si è spento lo scorso 9 gennaio, all'età di 75 anni, Umberto Tersigni, editore dell'emittente televisiva locale Reteoro di Roma e da molti anni componente della Giunta esecutiva e del Consiglio nazionale AERANTI. Già imprenditore edile, Tersigni ha fondato nel 1976 l'emittente PTS e il 21 marzo 1984 ha avviato Rete Oro, emittente che da subito ha conquistato ampio spazio nell'etere televisivo di Roma e del Lazio. Grande appassionato di sport e di politica, ha saputo trasportare le sue passioni all'interno del palinsesto dell'emittente. Ha affrontato anche la prova della carta stampata, con le testate "Roma Lazio Lazio Roma" e "la Provincia", legata al litorale laziale. La cerimonia funebre si è svolta giovedì 11 gennaio presso la chiesa di San Salvatore in Lauro a Roma. AERANTI e AERANTI-CORALLO partecipano commosse al dolore della famiglia.

## IL TAR LAZIO RESPINGE RICHIESTE DI SOSPENSIVA

■ Il Tar del Lazio, con ordinanze in data 12 gennaio, ha respinto alcune richieste di sospensiva per l'annullamento del regolamento per i contributi pubblici alle emittenti locali di cui al DPR 146/2017 proposte da alcune emittenti e ha rinviato la discussione di merito all'udienza del 17 ottobre 2018.

## (da pag. 1) RADIOFONIA IN ITALIA: LA SITUAZIONE

*quali i produttori di informazione giornalistica o i distributori di diritti sportivi o musicali), la collocazione logico-temporale dei programmi all'interno del palinsesto (l'attività editoriale vera e propria), la diffusione radiofonica per la trasmissione dei contenuti all'utenza finale e la fornitura dei servizi radiofonici al pubblico".* A monte di quanto descritto, si colloca l'attività di radiodiffusione e a valle "la presenza di utenti capaci di recepire il segnale attraverso degli impianti di ricezione, dall'autoradio al telefono cellulare, fino al televisore ove, sulle

*piattaforme digitale terrestre e satellitare, possono essere trasmessi (principalmente in simulcast) i palinsesti radiofonici. Questi stessi palinsesti possono essere altresì fruiti attraverso il live streaming su reti di comunicazione elettronica."*

Alla filiera di base, sopra descritta, si aggiungono elementi "esterni", quali gli inserzionisti pubblicitari (nonché le concessionarie pubblicitarie, interne o esterne) e i soggetti che rilevano l'audience. Una visione di insieme della filiera radiofonica è rappresentata in Figura 1, alla pagina precedente

## LA RADIO SI EVOLVE E DIVENTA SEMPRE PIU' MULTIPIATTAFORMA: OCCORRE CHE LE EMITTENTI LOCALI SIANO PROTAGONISTE DEI NUOVI SCENARI TECNOLOGICI CHE SI STANNO SVILUPPANDO

■ La lettura del rapporto Agcom sulla radiofonia (cfr. articolo sull'argomento in questo stesso numero di TeleRadioFax), ma anche l'analisi di dati provenienti da altre fonti, consente di svolgere alcune prime riflessioni sull'evoluzione del mezzo che, sino a poco tempo fa, pareva essere sostanzialmente immutato nel tempo. La radio infatti, oggi, non viene più solo diffusa via etere terrestre in Fm, ma anche attraverso altre piattaforme digitali: ci riferiamo, in particolare, alla piattaforma televisiva digitale terrestre (dove sono ormai numerose le realtà locali e nazionali che offrono la c.d. "visual radio"), a quella satellitare e a internet (sia attraverso le pagine dei siti internet delle emittenti radiofoniche stesse, sia attraverso i social media). Vi è, poi, da sottolineare la sempre maggiore diffusione che i contenuti radiofonici hanno attraverso i terminali mobili (smartphone e tablet, in particolare e, a breve, ulteriori dispositivi connessi quali i c.d. "diffusori smart" e le autoradio connesse), sia attraverso app proprietarie, sia mediante i c.d. "aggregatori". Infine, vi è la radiodiffusione in tecnica digitale Dab+, oggi, purtroppo, circoscritta - per le emittenti radiofoniche locali - ai pochi bacini dove l'Agcom ha pianificato le frequenze e dove il MiSe ha effettuato le assegnazioni frequenziali alle società consortili che svolgono l'attività di operatori di rete. Negli ultimi mesi, la tendenza di diffusione multiplatforma sta prendendo un nuovo slancio, e, se da un lato, ciò consente di valorizzare l'aspetto più propriamente editoriale delle emittenti (che, in questo modo, assolvono principalmente al ruolo di fornitore di contenuti), dall'altro rappresenta un evidente campanello di allarme per tutti coloro che non si sono ancora organizzati adeguatamente per rendere disponibili i propri contenuti sul

maggior numero possibile di piattaforme, valorizzando, in questo modo, il proprio marchio.

Sono numerosi gli aspetti che dovranno essere analizzati per comprendere appieno i mutamenti in atto. Oggi, per le emittenti radiofoniche locali, si apre la sfida di mantenere e rafforzare la propria identità locale, valorizzando la c.d. "brand identity" (cioè l'identità del marchio) e rendendo disponibile a tutti gli ascoltatori i propri contenuti, indipendentemente dalla piattaforma.

Non è questa una sfida certamente facile: sino a oggi, infatti, le emittenti radiofoniche locali hanno considerato il proprio bacino di ascoltatori sostanzialmente coincidente con l'area di servizio dei propri impianti di diffusione Fm. Ciò, allo stato, non è più totalmente vero.

Se, infatti, l'ascolto della radio Fm avviene ormai principalmente in mobilità (in quanto le autovetture sono universalmente dotate di ricevitore radio), l'ascolto da casa attraverso l'etere terrestre si sta riducendo (in quanto diminuisce il numero di apparecchi riceventi nelle case). Le principali rilevazioni di mercato evidenziano un trend costante in questo senso, dove le "vecchie" radio Fm domestiche vengono sostituite sempre più dall'ascolto tramite pc o tablet oppure attraverso la piattaforma televisiva digitale terrestre. Infine, il c.d. "ascolto personale" (che un tempo avveniva con radioline Fm e auricolari) oggi avviene anche tramite smartphone e contenuti audio diffusi in streaming via internet.

Occorre, dunque, essere consapevoli che oggi non è più sufficiente la sola presenza sulla tradizionale piattaforma diffusiva via etere terrestre in Fm, ma diventa sempre più importante operare sulle "nuove" piattaforme attraverso le quali il pubblico radiofonico (specialmente in ambienti diversi dall'autovettura) mostra di rivolgersi con sempre maggiore frequenza.

**REGIONE LOMBARDIA: UNA  
PROPOSTA DI LEGGE  
REGIONALE A SOSTEGNO  
DELL'EMITTENZA LOCALE  
LOMBARDA**

■ Lo scorso 11 gennaio la Commissione regionale Attività Produttive, presieduta da Pietro Foroni (Lega), ha approvato a larga maggioranza un progetto di legge intitolato "Misure di sostegno a favore delle emittenti locali".

Il provvedimento, sottoscritto dal presidente Foroni, dai relatori Fabio Pizzul (Pd) e Riccardo De Corato (Fdl) nonché dai consiglieri Donatella Martinazzoli (Lega Nord) e Daniela Mainini (Gori Presidente), è costituito da 8 articoli.

In particolare il progetto di legge, che andrà ora al voto in Consiglio regionale, dispone interventi di sostegno e disposizioni di salvaguardia a favore delle emittenti locali nei casi di crisi occupazionale.

Prevede, inoltre, il contrasto di eventuali squilibri territoriali, il sostegno dell'innovazione organizzativa e tecnologica, nonché la tutela di una più ampia comunicazione istituzionale.

L'articolo 7, in particolare, impegna la Regione Lombardia a destinare all'acquisto di spazi sull'emittenza radiotelevisiva locale almeno il 30% del proprio bilancio riservato alla comunicazione istituzionale (lo stanziamento previsto a tale scopo, per l'anno 2018, è di 70mila euro).

**LE SCADENZE DEL 31 GENNAIO PER RADIO E TV LOCALI**

■ Il prossimo 31 gennaio sono previste numerose scadenze per le imprese radiofoniche e televisive locali. Qui di seguito un riepilogo.

**RADIO - Concessioni radiofoniche locali**

Entro il 31 gennaio le imprese di radiodiffusione sonora in ambito locale - sia commerciali, sia comunitarie -, devono corrispondere la tassa di concessione governativa annuale per l'anno 2018 (il cui importo ammonta a euro 337,00). Le modalità per il relativo pagamento rimangono invariate rispetto agli anni precedenti. Rammentiamo, inoltre, che il termine per il pagamento del canone di concessione per la radiodiffusione sonora in ambito locale via etere terrestre in tecnica analogica per l'anno 2018 scade, invece, il 31 ottobre 2018.

**TV - Diritti amministrativi e contributi ponti radio 2018 per operatori di rete televisivi digitali terrestri**

Il 31 gennaio 2018 è l'ultimo giorno per effettuare il pagamento dei diritti amministrativi e dei contributi per l'uso dei ponti di collegamento relativi all'anno 2018, con riferimento, rispettivamente, alle autorizzazioni generali e alle autorizzazioni per i collegamenti in ponte radio operanti alla data del 31 dicembre 2017. Tali pagamenti dovranno essere effettuati tramite bonifico bancario intestato alla Tesoreria Provinciale dello Stato di Viterbo; inoltre, dovrà essere inviata copia dei bonifici stessi alla Dgscerp del Ministero, a mezzo Pec (all'indirizzo [dgscerp.entratetv@pec.mise.gov.it](mailto:dgscerp.entratetv@pec.mise.gov.it)). Si rammenta che il regolare pagamento di tutti i suddetti importi costituisce requisito per l'accesso ai contributi statali di cui al DPR N. 146/2017 erogati annualmente dal Ministero dello Sviluppo Economico.

**TV E RADIO - Contributi 2017 a tv e radio locali**

Si chiude il 31 gennaio la finestra per la presentazione, attraverso la procedura telematica attiva attraverso il sito del Ministero dello Sviluppo Economico ([www.sicem.mise.gov.it](http://www.sicem.mise.gov.it)), delle domande per i contributi pubblici 2017 a tv e radio locali di cui al DPR n. 146/2017. Tale finestra si è aperta lo scorso 2 gennaio. Rammentiamo che le modalità di presentazione delle citate domande sono fissate dal DM 20 ottobre 2017 e che le domande stesse dovranno essere firmate digitalmente dal legale rappresentante dell'impresa richiedente i contributi.

**TV E RADIO - Provvidenze editoria per l'anno 2017**

Le domande per le provvidenze editoria 2017 per radio e tv locali devono essere presentate a decorrere dal 1° gennaio 2018 ed entro e non oltre il 31 gennaio 2018, al Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Tali provvidenze riguardano le riduzioni tariffarie del 50% relative alle utenze telefoniche. L'invio delle domande deve essere effettuato a mezzo PEC e con firma digitale certificata. Solo laddove ricorrano giustificati motivi che impediscano all'impresa richiedente l'utilizzo dello strumento informatico, ai sensi dell'art. 8, comma 2 del DPR n. 223/2010, è possibile presentare la domanda mediante raccomandata postale. La domanda deve essere inoltrata in modo tale che pervenga effettivamente tra il 1° gennaio e il 31 Gennaio 2018 alla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Si evidenzia, da ultimo, che, a seguito dell'emanazione del DPR n. 146/2017, l'ammissione alle provvidenze editoria non costituisce più requisito per l'accesso ai contributi annualmente erogati, ai sensi dello stesso DPR, dal MiSe a favore delle radio e delle tv locali.