

TeleRadiofax

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.

Periodico quindicinale realizzato in Ancona unicamente su supporto informatico e diffuso per via telematica (online e a mezzo posta elettronica)

Aeranti-Corallo aderisce alla Confcommercio - Imprese per l'Italia

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

E' IN VIGORE LA PAR CONDICIO PER LE ELEZIONI REGIONALI DELL'UMBRIA CHE SI SVOLGERANNO IL 27 OTTOBRE P.V.

■ Con una nota pubblicata nel proprio sito in data 20 settembre u.s., riferita alle elezioni regionali che si svolgeranno in Umbria il giorno 27 ottobre 2019, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ricorda che per tale consultazione elettorale trovano applicazione le disposizioni di attuazione della legge 22 febbraio 2000, n. 28 (e successive modificazioni) in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione, approvate con la [delibera n. 43/19/CONS del 7 febbraio 2019](#).

Rammentiamo che il termine (non perentorio) per gli adempimenti relativi ai messaggi politici autogestiti a titolo gratuito (MAG) decorre dal quinto giorno successivo alla data di inizio della campagna elettorale, cioè dal quarantacinquesimo giorno antecedente la data delle elezioni.

RADIOVISIONE: CRESCE IL NUMERO DI CANALI TV DELLE RADIO LOCALI

■ I dati sugli ascolti della radio in Italia recentemente resi noti da TER – Tavolo Editori Radio, riferiti al primo semestre 2019, evidenziano che la fruizione “Via tv canale televisivo della radio”, si colloca al terzo posto tra i dispositivi di ascolto, con un dato di 3.990.000 persone (in crescita rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, dove tale dato interessava circa 3,2 milioni di persone). Il fenomeno della cosiddetta “radiovisione” è in continua crescita, e aumentano costantemente di numero i canali televisivi riferiti a marchi radiofonici locali. Una ricognizione fatta da AERANTI-CORALLO sui mux televisivi locali diffusi in tutta Italia, fa emergere che sono allo stato oltre cinquanta i marchi-palinsesti diffusi in tutte le regioni.

Con riferimento alla numerazioni Lcn utilizzate, sette marchi-palinsesti vengono diffusi nella prima fascia attualmente riservata alle tv locali (numeri 10-19 e numeri 71-99), otto marchi-palinsesti vengono diffusi nel secondo arco di numerazione (numeri 110-119 e numeri 171-199), altri otto marchi-palinsesti vengono diffusi nel terzo arco di numerazione (numeri 210-219 e numeri 271-299), due sono nella fascia destinata ai canali HD. La maggior parte delle numerazioni è, inoltre, concentrata nel settimo arco (da 601 a 699), dove si trovano allo stato quasi quaranta marchi-palinsesti; i restanti sono, infine, collocati su altre numerazioni nei successivi archi. Un sommario conteggio di tali marchi-palinsesti fa emergere che quelli diffusi in tutte le regioni sono ben oltre 50; occorre, tuttavia, precisare che alcuni marchi-palinsesti diffusi in più regioni utilizzano diverse autorizzazioni per Fsma cui sono attribuiti diversi numeri Lcn.

Con riferimento alla tipologia di contenuti che viene diffusa, si possono, distinguere le seguenti categorie:

- 1) Contenuti diffusi in simulcast con l'audio dell'originale emittente Fm. La parte video contiene sia riprese da studio (dello o degli speaker in onda) e, eventualmente, diffusione dei videoclip dei brani che vengono messi in onda;
- 2) Contenuti diffusi in simulcast, con presenza di videografica (no immagini in diretta, ma schermo contenente informazioni di testo e immagini a corredo di quanto viene trasmesso, quali, ad esempio, le copertine dei cd diffusi);
- 3) Contenuti differenti dalla diffusione radiofonica tradizionale: il canale televisivo richiama il nome dell'emittente radiofonica (es. “radio xyz tv”), ma diffonde contenuti diversi, solitamente una selezione di videoclip musicali.

In alcuni casi, vi sono emittenti che realizzano un mix di più tipologie (es. trasmettono per parte del tempo la vera e propria radiovisione del canale radiofonico, con diretta da studio e inquadratura dello speaker e per altra parte del tempo una selezione di videoclip). Vi è poi il bacino di diffusione, che non sempre è coincidente con quello della diffusione Fm (vi sono, infatti, diverse emittenti che hanno attivato il canale televisivo in un numero di regioni superiore a quello raggiunto con la diffusione radiofonica del relativo canale).

DVBT-2: IL MISE DEVE EMANARE 73 BANDI DI GARA PER L'ASSEGNAZIONE DEI DIRITTI DI USO DELLE FREQUENZE PER I NUOVI OPERATORI LOCALI

■ A partire dalle prossime settimane, il Ministero dello Sviluppo economico dovrà emanare 73 bandi di gara per l'assegnazione dei diritti di uso delle frequenze per i nuovi operatori di rete in ambito locale (con riferimento alle diverse reti di primo e di secondo livello previste per gli operatori locali dal PNAF di cui alla delibera Agcom n. 39/19/CONS). Successivamente, dovrà emanare i bandi di gara per la selezione dei FSMA locali che, in ogni area tecnica, potranno accedere alle suddette reti di primo e secondo livello per la diffusione di contenuti locali. I criteri e le modalità di partecipazione alle procedure per la selezione dei nuovi operatori di rete locali che devono destinare la propria capacità trasmissiva alla diffusione di contenuti televisivi locali e per la selezione dei Fornitori di Servizi di Media audiovisivi in ambito locale previste, da ultimo, dalla legge di bilancio 2019, sono contenuti nelle rispettive linee guida, pubblicate dal Ministero. Le procedure di cui sopra saranno raggruppate in 3 fasi temporali (a distanza ravvicinata) che si riferiscono alle macro-aree geografiche individuate per il rilascio e l'attivazione delle reti secondo il calendario indicato nel Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 19 giugno 2019 che detta il calendario della c.d. Road Map.

(da pag. 1) RADIOVISIONE: CRESCE IL NUMERO DI CANALI TV DELLE RADIO LOCALI

Si evidenzia che coloro che sono interessati ad avviare la cosiddetta "radiovisione" o, comunque, a trasmettere un contenuto audiovisivo tramite la piattaforma tv digitale terrestre debbono conseguire dalla Dgscerp del Ministero dello Sviluppo economico una autorizzazione quale Fsma (Fornitore di servizi di media audiovisivi) e il relativo numero Lcn (in alternativa, tale autorizzazione e tale numero Lcn possono essere rilevati da soggetti già autorizzati per il/i bacino/i di interesse).

Con il passaggio al digitale terrestre tv di seconda generazione, anche chi opera (o ha intenzione di operare) la radiovisione dovrà seguire l'iter previsto dalla legge di bilancio 2019. Nei prossimi mesi, la Dgscerp del MiSe emanerà i bandi per ciascuna area tecnica per la selezione dei Fsma che avranno diritto a farsi veicolare sulle reti in ambito locale. I criteri per la formazione delle relative graduatorie sono quelli previsti dal Dpr n. 146/2017, e cioè il numero di giornalisti e dipendenti, gli indici di ascolto Auditel e gli investimenti in tecnologie innovative.

CREDITO DI IMPOSTA SUGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI INCREMENTALI SU RADIO E TV LOCALI E SULLA STAMPA. DOMANDE TRA IL 1° E IL 31 OTTOBRE

■ Come noto, la modifica all'articolo 57-bis del DL 24 aprile 2017, n. 50, introdotta dall'art. 3-bis del decreto-legge 28 giugno 2019, n. 59, (c.d. "Decreto Cultura") convertito con legge 8 agosto 2019, n. 81, ha reso strutturali gli incentivi fiscali agli investimenti pubblicitari incrementali effettuati su radio e tv locali, quotidiani e periodici. Tale norma dispone che il credito di imposta previsto per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati da imprese, lavoratori autonomi ed enti non commerciali su quotidiani, periodici ed emittenti televisive e radiofoniche locali, a decorrere dal 2019 è concesso ai medesimi soggetti nella misura del 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati. Solo per l'anno 2019, le comunicazioni per l'accesso al credito d'imposta dovranno essere presentate

dal 1° al 31 ottobre dagli inserzionisti, in via telematica, attraverso l'apposita procedura che sarà resa disponibile nell'area riservata del sito dall'Agenzia delle Entrate. Successivamente, dal 1° al 31 gennaio 2020, per confermare la "prenotazione" effettuata tramite la comunicazione per l'accesso, dovrà essere inviata, sempre telematicamente, la "dichiarazione sostitutiva", relativa agli investimenti effettuati nell'anno 2019.

Il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha reso altresì noto che, per l'anno 2019, la ripartizione generale delle risorse del Fondo era stata già effettuata prima dell'approvazione della norma che ha prorogato il credito d'imposta, e, pertanto, l'ammontare delle specifiche risorse da destinare al bonus sugli investimenti pubblicitari sarà individuato con un provvedimento di variazione, che avrà corso a breve.

PUBBLICITA' SUI MEDIA A LUGLIO 2019, CRESCE LA RADIO

■ Gli investimenti pubblicitari in Italia, secondo le rilevazioni mensili effettuate da Nielsen, sono diminuiti, nel mese di luglio 2019, rispetto a luglio 2018 (-1,6%). I primi sette mesi dell'anno segnano un dato negativo del -1,3%. Escludendo dalla raccolta web la stima fatta da Nielsen sul search, social, annunci sponsorizzati e Over The Top, l'andamento di tale periodo gennaio - luglio 2019 si attesta a -5,9%. In forte controtendenza la radio, che si conferma un mezzo molto apprezzato dagli investitori pubblicitari, ottenendo un dato positivo del

+7,1% a luglio 2019 su luglio 2018. Positivi anche i primi sette mesi dell'anno, con un dato a +2,1%. Segno negativo per la tv, che perde sul singolo mese (-9,8%) e sui primi sette mesi 2019 (-6,6%). La stampa, infine, evidenzia, per i quotidiani, sul mese -11,4% e sui primi sette mesi -10,3%; per i periodici il dato è di -15% a luglio e di -14,7% per i primi sette mesi 2019. I dati di dettaglio relativi agli investimenti pubblicitari in Italia sui singoli mezzi sono pubblicati nella sezione "Mercato pubblicità" del sito www.aeranticorallo.it, al seguente [link](#).

**NEL NUOVO GOVERNO
LA DELEGA
ALL'EDITORIA VA AL
SOTTOSEGRETARIO ALLA
PRESIDENZA DEL CONSIGLIO
ANDREA MARTELLA**

■ E' Andrea Martella del Partito Democratico il nuovo Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'editoria. Subentra a Vito Claudio Crimi del Movimento 5 Stelle.

Nato a Portogruaro (VE) nel 1968, Andrea Martella proviene dalle fila del Pci, poi Pds, quindi Ds e, infine, Partito Democratico.

Tra gli incarichi parlamentari nelle diverse legislature, è stato, tra l'altro, vicepresidente del Gruppo del PD alla Camera e componente della Commissione Attività produttive.

Dal Sottosegretario alla Presidenza con delega all'Editoria dipende il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Quest'ultimo rappresenta la struttura di supporto al Presidente del Consiglio che opera nell'area funzionale relativa al coordinamento delle attività di comunicazione istituzionale, alla promozione delle politiche di sostegno all'editoria e ai prodotti editoriali, e al coordinamento delle attività volte alla tutela del diritto d'autore.

Le funzioni di interesse di tale Dipartimento per l'emittenza radiofonica e televisiva locale sono connesse al riconoscimento delle provvidenze (che, tuttavia, a partire dall'anno 2020, sono state soppresse dall'art. 1, commi 772, 773, 774 e 775 della legge di bilancio 2019) e alla gestione delle risorse relative al credito di imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati, tra l'altro, sulle radio e tv locali.

Al Sottosegretario Martella vanno gli auguri di buon lavoro di AERANTI-CORALLO.

**IL CONSIGLIO DEI MINISTRI DEL 19 SETTEMBRE HA APPROVATO IL
DECRETO DI PROROGA DELL'AGCOM SINO A FINE 2019**

■ Il Consiglio dei Ministri tenutosi lo scorso 19 settembre ha approvato, tra le diverse norme, un decreto legge che dispone l'ulteriore proroga, fino all'insediamento del nuovo Consiglio e comunque fino a non oltre il 31 dicembre 2019, del mandato del Presidente e dei componenti del Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che continuano a esercitare le proprie funzioni, limitatamente agli atti di ordinaria amministrazione e a quelli indifferibili e urgenti.

Come noto, il Consiglio Agcom opera già in regime di prorogatio (essendo formalmente scaduto a luglio) per 60 giorni, che termineranno il prossimo 27 settembre.

La proroga del Consiglio disposta dal suscitato decreto legge dovrebbe consentire, a livello politico, di trovare un accordo che consenta di ottenere, per la nomina del Presidente Agcom, il parere favorevole dei due terzi delle Commissioni parlamentari competenti (il cui parere è, per legge, obbligatorio e vincolante). Rammentiamo che l'Agcom ha un Consi-

glio costituito dal Presidente e da quattro Commissari.

Ciascuna delle due Commissioni che compongono l'Autorità (Commissione infrastrutture e reti - CIR e Commissione servizi e prodotti - CSP) è composta da due Commissari oltre al Presidente. Riguardo la procedura di nomina dei componenti, il Senato della Repubblica e la Camera dei Deputati eleggono due commissari ciascuno. Il Presidente dell'Agcom, invece, viene nominato con DPR su proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri, d'intesa con il Ministro dello Sviluppo economico. Il Presidente del Consiglio procede pertanto alla designazione del nominativo del presidente e la designazione deve essere previamente sottoposta al parere delle commissioni parlamentari competenti, che si esprimono a maggioranza dei due terzi dei componenti ed il parere è da ritenersi necessario e vincolante. I componenti dell'Autorità durano in carica sette anni e non possono essere riconfermati, a meno che non siano stati eletti per un periodo inferiore a tre anni, in sostituzione di commissari che non abbiano portato a termine il mandato.

I TEMI ALL'ODG DEL CONSIGLIO DELL'AGCOM DEL 19 SETTEMBRE

■ Ha ripreso i lavori il Consiglio Agcom, che si è riunito, dopo la pausa estiva, lo scorso giovedì 19 settembre per esaminare una serie di provvedimenti, tra i quali alcuni di interesse per il settore radiotelevisivo locale. All'ordine del giorno del Consiglio Agcom, tra l'altro, gli esiti della consultazione pubblica concernente l'analisi del mercato rilevante nel settore della radiofonia e l'accertamento dell'insussistenza di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo, ai sensi dell'art. 43, comma 2, del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177 (fase 2).

Si tratta della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 224/19/CONS cui è intervenuta AERANTI-CORALLO con un proprio documento e con un'audizione.

In tale contesto, l'avv. Marco Rossignoli, coordinatore dell'associazione aveva, tra l'altro, evidenziato l'importanza di una costante e approfondita azione di monitoraggio da parte dell'Agcom per evitare il determinarsi di un deterioramento delle condizioni competitive del mercato e del livello di pluralismo sul mercato nazionale e sul mercato locale. Fra gli ulteriori temi

iscritti all'ordine del giorno del Consiglio Agcom, inoltre, l'avvio del procedimento per la definizione delle modalità e delle condizioni economiche per la cessione della capacità trasmissiva da parte della concessionaria del servizio pubblico in attuazione dell'articolo 4, comma 2, del decreto 19 giugno 2019. In questo caso, si tratta della questione concernente il settore televisivo locale - nell'ambito del processo di liberazione della banda 700 - riguardante il trasporto di almeno un programma nel mux 1 della Rai per i Fornitori di servizi di media audiovisivi locali che attualmente operano sulle frequenze televisive locali dei canali 51 e 53 Uhf nelle quattro c.d. "aree ristrette" (che saranno soggette a spegnimenti anticipati secondo quanto disposto dalla "roadmap" di cui al Decreto del Ministro dello Sviluppo economico 19 giugno 2019).

All'o.d.g., infine, l'esame delle disposizioni di attuazione della legge 22 febbraio 2000, n. 28, in vista delle elezioni amministrative fissate il 27 ottobre 2019 (si tratta delle norme in materia di par condicio relative alle elezioni amministrative regionali per l'Umbria, si veda, al riguardo, l'art. a pag. 1).