

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

AERANTI-CORALLO SOLLECITA MISURE DI SOSTEGNO SPECIFICO PER IL SETTORE RADIOTELEVISIVO LOCALE

■ La fortissima contrazione della raccolta pubblicitaria da parte delle imprese radiotelevisive locali nell'attuale fase di emergenza sanitaria, rende assolutamente necessario un forte e concreto sostegno al settore.

Il Decreto legge n. 18/2020 (cosiddetto "Decreto Cura Italia") non ha previsto alcun intervento a favore delle radio e tv locali.

AERANTI-CORALLO ha sollecitato pertanto la previsione di misure specifiche a favore del settore nell'ambito del prossimo decreto legge che il Governo ha preannunciato di voler emanare.

RICERCA "L'ASCOLTO DELLA RADIO AI TEMPI DEL COVID" DI GFK PER CONTO DI TER: GLI ITALIANI NON RINUNCIANO ALLA RADIO

■ E' stata presentata la ricerca "L'ascolto della Radio ai tempi del Covid" realizzata dall'istituto GfK Italia srl per conto di TER – Tavolo Editori Radio srl.

Al riguardo, l'avv. Marco Rossignoli, presidente del cda di Ter, ha evidenziato: "Tale ricerca è finalizzata ad analizzare la fruizione e il ruolo della Radio, nel complesso, durante il particolare momento che stanno vivendo gli Italiani. Vengono, inoltre, approfonditi i cambiamenti nelle abitudini di ascolto del mezzo durante l'emergenza sanitaria".

Dalla lettura dei dati, emerge che, sebbene l'emergenza sanitaria abbia fortemente condizionato le abitudini di ascolto (il 67% della popolazione utilizza meno l'auto) e sui percorsi verso il lavoro (il 30% della popolazione non si reca più al lavoro fuori casa), costringendo tra le mura domestiche gran parte della popolazione, l'impatto globale sugli ascolti della radio risulta molto contenuto.

Alla riduzione netta dell'ascolto tramite autoradio corrisponde un aumento dell'ascolto attraverso tutti gli altri device, non soltanto la classica radio Fm, ma anche la Tv, lo smartphone e il Pc; crescono pure tablet e smart speaker, i quali, pur partendo da basi contenute nel periodo pre-crisi, vedono tassi di incremento analoghi a quelli degli altri device.

Importante l'accesso digitale attraverso siti e app radio, sia che si tratti di piattaforme proprietarie, sia che si tratti di aggregatori

La costrizione a casa ha avuto effetti non trascurabili sull'ascolto della radio, senza tuttavia minarne il ruolo grande protagonista nella comunicazione di massa.

Importante il ruolo informativo della radio, che assolve sia il compito della presenza tempestiva e del realtime, sia quello dell'approfondi-

Continua a pag. 2

**EMERGENZA CORONAVIRUS: IL DL
"CURA ITALIA" MODIFICA
L'ACCESSO AL BONUS PUBBLICITA'**

■ Il Dipartimento per l'Informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha chiarito la portata delle novità nella disciplina del c.d. "bonus pubblicità" introdotte dall'art. 98 del decreto legge n. 18/2020 (c.d. "decreto Cura Italia"), attualmente in fase di conversione. Le novità introdotte, limitate all'anno 2020, si sostanziano nel fatto che per l'anno 2020, il credito di imposta è calcolato nella misura unica del 30% dell'intero valore degli investimenti pubblicitari effettuati, e non più sul solo margine incrementale rispetto all'investimento effettuato nell'anno precedente. Precisa il Die che la variazione introdotta con la citata disposizione normativa, per l'anno 2020, riguarda esplicitamente due elementi:

la base di calcolo del credito d'imposta, che non si identifica più con il valore incrementale dell'investimento pubblicitario programmato nel 2020 rispetto a quello effettuato nel 2019, bensì si identifica più semplicemente con il valore dell'intero investimento pubblicitario programmato ed effettuato nel 2020; la percentuale dell'investimento, riconoscibile come credito d'imposta, che è stabilita nella misura unica del 30 per cento.

Il Die chiarisce inoltre che l'espresso riferimento al "valore degli investimenti pubblicitari effettuati", in assenza di un qualsiasi richiamo al loro valore incrementale, fa venir meno, solo per l'anno 2020, il presupposto dell'incremento minimo dell'1% dell'investimento pubblicitario, rispetto all'investimento dell'anno precedente, quale requisito per l'accesso all'agevolazione fiscale. Ciò comporta quindi che, limitatamente al corrente anno 2020, possano accedere all'agevolazione anche i soggetti che programmano investimenti inferiori rispetto a quelli effettuati nel 2019, i soggetti che nell'anno 2019 non abbiano effettuato in-

(Continua a pagina 3)

**(da pag. 1) RICERCA "L'ASCOLTO DELLA RADIO AI TEMPI DEL
COVID" DI GFK PER CONTO DI TER:
GLI ITALIANI NON RINUNCIANO ALLA RADIO**

mento e dell'autorevolezza.

Le radio locali, in particolare, stanno svolgendo un ruolo importantissimo di "ponte verso l'esterno" per le persone chiuse in casa e che si relazionano al loro territorio proprio grazie alle emittenti radiofoniche locali. Ri-

cordiamo che TER – Tavolo Editori Radio srl è costituita dalla quasi totalità delle componenti produttive pubbliche e private, nazionali e locali della radiofonia italiana.

A [questo link](#) le slide della ricerca.

A [questo link](#) il video della presentazione

**CONTRIBUTI DPR 146/2017: PUBBLICATE TUTTE LE GRADUATORIE
DEFINITIVE DEI CONTRIBUTI 2019 PER LE TV LOCALI COMMERCIALI
E COMUNITARIE E PER LE RADIO LOCALI COMMERCIALI E
COMUNITARIE. AERANTI-CORALLO AUSPICA UN RAPIDISSIMO
PAGAMENTO DI TALI CONTRIBUTI DA PARTE DEL MINISTERO**

■ Nei giorni scorsi la Dgscerp del Ministero dello Sviluppo Economico ha pubblicato, nel proprio sito web, tutte le graduatorie definitive delle domande ammesse al contributo per l'anno 2019 delle emittenti televisive locali commerciali e comunitarie nonché delle emittenti radiofoniche locali commerciali e comunitarie.

Per quanto riguarda le tv locali commerciali, le domande ammesse al contributo per l'anno 2019, sono 137 (di cui 2 con riserva). Lo stanziamento complessivo ammonta a Euro 43.018.800,40.

Per le tv locali comunitarie, le domande ammesse al contributo per l'anno 2019, sono 274, di cui 52 accedono sia alla quota fissa, sia alla quota variabile del riparto. Lo stanziamento complessivo ammonta ad Euro 2.264.147,39.

L'importo della quota fissa è di Euro 4.131,66 per ognuna delle suddette 274 tv locali comunitarie, mentre l'importo della quota variabile va da Euro 126.265,80 a Euro 26,18.

Per quanto riguarda le radio locali

commerciali, le domande ammesse al contributo per l'anno 2019, sono 172 (di cui 1 con riserva). Lo stanziamento complessivo ammonta a Euro 5.993.331,33.

Per le radio locali comunitarie, le domande ammesse al contributo per l'anno 2019 sono 320 (di cui 1 con riserva), delle quali 69 accedono sia alla quota fissa, sia alla quota variabile del riparto. Lo stanziamento complessivo ammonta ad Euro 1.997.777,11.

I suddetti quattro provvedimenti non comprendono, al momento, tutte le risorse previste per l'anno 2019 (non prevedono, infatti, l'extraggettito del canone Rai) che saranno, quindi, oggetto, come ogni volta, di una successiva ulteriore ripartizione. Conseguentemente, gli importi dei contributi indicati per ogni emittente, sia con riferimento a quelle televisive, commerciali e comunitarie, sia con riferimento a quelle radiofoniche, commerciali e comunitarie, dovranno essere integrati in prosieguo con gli importi relativi al riparto dell'extraggettito Rai.

AERANTI-CORALLO esprime soddi-

(Continua a pagina 3)

(da pag. 2) EMERGENZA
CORONAVIRUS: IL DL "CURA ITALIA"
MODIFICA L'ACCESSO AL BONUS
PUBBLICITA'

vestimenti pubblicitari ed infine i soggetti che hanno iniziato la loro attività nel corso dell'anno 2020. Con la nuova disposizione normativa, precisa il Die, sono invece rimasti invariate: le tipologie di soggetti destinatari e le tipologie degli investimenti pubblicitari (cioè: le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali, che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche e digitali, nonché sulla stampa quotidiana e periodica anche on line); le condizioni dell'agevolazione (l'utilizzo del credito di imposta esclusivamente in compensazione, ai sensi dell'art 17 del D.Lgs n. 241/1997, previa istanza diretta al Die della Presidenza del Consiglio; il rispetto del limite massimo complessivo di spesa; il rispetto dei limiti stabiliti della normativa europea sugli aiuti c.d. de minimis; l'applicazione, per i profili non derogati dalla disposizione medesima, per quanto compatibili, delle norme recate dal regolamento di cui al Dpcm n. 90/2018).

IL DIE DELLA PRESIDENZA DEL
CONSIGLIO ISTITUISCE MONITORAGGIO
CONTRO LE FAKE NEWS

■ Il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'editoria, Andrea Martella, ha firmato nei giorni scorsi un decreto con il quale istituisce l' "Unità di monitoraggio per il contrasto della diffusione di fake news relative al COVID-19 sul web e sui social network". Tale Unità, che opera presso il DIE, ha tra i propri compiti l'analisi delle modalità e delle fonti di diffusione delle fake news, il coinvolgimento dei cittadini ed utenti social nel rafforzamento della rete di individuazione, il lavoro di sensibilizzazione attraverso campagne di comunicazione. Questo lavoro sarà svolto in stretta collaborazione con Agcom, Ministero della Salute, Protezione Civile.
A [questo link](#) è pubblicato il decreto del DIE.

(da pag. 2) CONTRIBUTI DPR 146/2017: PUBBLICATE TUTTE LE
GRADUATORIE DEFINITIVE DEI CONTRIBUTI 2019

sfazione per la pubblicazione di tutte le graduatorie relative all'anno 2019 e auspica che il pagamento dei relativi contributi avvenga in tempi molto rapidi.

Tali risorse sono, infatti, indispensabili per la continuità aziendale delle imprese radiotelevisive locali, nella situazione di particolare difficoltà in cui si trovano derivante dall'emergenza sanitaria in corso.

AERANTI-CORALLO auspica, infine, che vengano al più presto pagati alle radio e alle tv locali gli importi relativi all'extragettito Rai dell'anno 2018, nonché la quota

del 10 per cento che era stata accantonata per le tv locali per il 2017 (per le radio locali erano già stati pagati tutti gli importi dovuti).

A [questo link](#) la pagina relativa al decreto direttoriale per i contributi 2019 alle tv locali commerciali.

A [questo link](#) la pagina relativa al decreto direttoriale per i contributi 2019 alle tv locali comunitarie.

A [questo link](#) la pagina relativa al decreto direttoriale per i contributi 2019 alle radio locali commerciali.

A [questo link](#) la pagina relativa al decreto direttoriale per i contributi 2019 alle radio locali comunitarie.

DIFFUSIONE TV IN ITALIA, PUBBLICATO REPORT FUB-AUDITEL

■ Il Ministero dello Sviluppo economico ha reso noti i dettagli del report, predisposto dalla Fub – Fondazione Ugo Bordoni, con Auditel, relativo alla diffusione degli apparati TV nel periodo gennaio-febbraio 2020.

L'indagine Fub-Auditel ha avuto lo scopo principale di ricostruire il parco dei "tv set dtt" (cioè dell'insieme degli apparati di una postazione per la fruizione dei canali TV in broadcasting, composta da uno schermo atto allo scopo e da un decoder, integrato o esterno, per la ricezione del segnale broadcast) delle famiglie italiane, nel mese di febbraio 2020. Tale ricostruzione è stata classificata secondo le caratteristiche tecniche di trasmissione (DVB-T, DVB-T2) e di codifica video (MPEG-2, MPEG-4, HEVC) del relativo decoder DTT (integrato o esterno). I dati sono stati elaborati a marzo 2020. In particolare, emerge che le famiglie "pronte" alla dismissione dell'Mpeg-2 sono l'84,7% del totale. Si tratta, in particolare, di

coloro che riescono a ricevere programmi in HD e dunque che possiedono sicuramente un apparecchio televisivo abilitato almeno alla decodifica MPEG-4 ("famiglie HD", ossia pronte alla dismissione della tecnica di codifica MPEG-2).

Rispetto alla rilevazione effettuata in precedenza, a settembre 2019, tali famiglie sono aumentate di circa 600.000 unità, superando i 18,7 milioni. In percentuale risultano ora essere l'84,7% del totale.

Diversa è la situazione delle famiglie già pronte alla ricezione di programmi in Dvbt-2. Si tratta di coloro che hanno la disponibilità di almeno un dispositivo in grado di ricevere trasmissioni in Dvbt-2 (e che, dunque, sono pronti alla dismissione del Dvb-2).

Attualmente sono il 42,4% del totale, pari a 9,39 milioni di famiglie (contro il 57,6%, pari a 12,77 milioni di famiglie che, attualmente, non dispone di apparecchi atti alla ricezione del Dvbt-2). A [questo link](#) è disponibile l'indagine completa effettuata dalla Fub assieme ad Auditel.

Informazione ai fini della privacy: il trattamento dei dati personali dei destinatari del TeleRadioFax avviene conformemente all'informativa pubblicata nel sito web www.aeranticorallo.it, sezione "TeleRadioFax". Qualora vogliate revocare il consenso a ricevere il TeleRadioFax e vogliate chiedere la cancellazione dei Vostri dati, rispondete direttamente alla mail alla quale è allegato il presente periodico indicando nell'oggetto "CANCELLAMI".