

- DTT: LCN, dopo i criteri, anche i tempi non rispettati
- DTT: LCN, sentenze già violate per criteri discriminatori
- TV: l'appello, "Frenate la morsa di Equitalia"
- PUBBLICITA': continua il calo, i dati del primo trimestre 2013
- WEB: servizi Internet e pubblicità, avvio di consultazione
- TV: crolla il modello verticale, il futuro viaggia in streaming
- TV e WEB: allarme triopolio, piattaforma unica?
- DTT: decoder, indagini per riforma della del. 216/00/CONS
- PUBBLICITA': la Corte UE si esprime sulle norme italiane
- MISE-Com: Agenda Digitale, priorità alla banda larga
- TV locali: bollettino di guerra aggiornato, cede TVRS Marche
- NEWS in breve: DTT a Termoli - il peso dei diritti Tv calcio



## NUMERAZIONE CANALI SUL TELECOMANDO

# SENTENZE CALPESTATE

## DOPO I CRITERI ANCHE I TEMPI NON RISPETTATI



*"...al fine di ridurre tale problematica conseguenza dell'annullamento in questione, è necessario che, in osservanza del principio del buon andamento, l'AGCOM medio tempore adottati, con l'urgenza del caso, ogni misura transitoria ritenuta utile allo scopo di consentire l'ordinata fruizione della programmazione televisiva da parte degli utenti e degli operatori del settore".*

Questo scrivevano i giudici del **Consiglio di Stato** nella sentenza di annullamento della delibera **AGCom 366/10/CONS** che regolamentava la numerazione dei canali sul telecomando (c.d. LCN). Ebbene, sia **AGCom** che **MISE-Com** hanno eluso anche questa pronuncia che ben evidenziava il carattere di urgenza di intervento.

### L'ASSURDO: ANCORA SEI MESI DI PASSIONE, ECCO COME:

**TEMPI DEL BANDO:** Sono trascorsi 180 giorni dalla sentenza di cui sopra, periodo in cui l'**AGCom** stessa aveva disposto il rifacimento della delibera con annessa procedura di bando e riassegnazione. Ad oggi, nessun bando è stato ancora emanato! Da voci di corridoio questo bando dovrebbe arrivare entro metà giugno.

**ISCRIZIONE AUDITEL:** nel frattempo c'è l'intenzione di concedere a quelle tv non rilevate dall'**Auditel** di potersi iscrivere allo scopo di ottenere almeno due mesi di rilevazione degli ascolti. Questo perché il criterio degli ascolti è contemplato dalla nuova delibera ai fini dell'ottenimento del punteggio. Considerata la burocrazia, dal momento in cui avviene l'iscrizione, trascorre almeno un mese per entrare nella lista dei "rilevati".

**RILEVAZIONE ASCOLTI:** ottenuta la registrazione, partono i due mesi per ottenere i dati minimi onde consentire di avere dei numeri da portare nella domanda di assegnazione per ottenere relativo punteggio. Si tratta dell'ennesimo abuso perché i due mesi erano già previsti nella delibera **AGCom 237/13/CONS** e quindi le emittenti già avevano il tempo per iscriversi all'**Auditel**.

**DOMANDA LCN:** nel bando sarà naturalmente previsto un periodo nel corso del quale viene dato tempo alle emittenti di presentare la domanda per ottenere la propria posizione sul telecomando. Il periodo non sarà inferiore ai 30 giorni.

**ASSEGNAZIONE LCN:** ricevute le domande e chiuso il periodo di presentazione delle stesse, partirà l'esame da parte del **MISE-Com** a cui seguirà il provvedimento che determinerà in maniera finale l'assegnazione specifica dei numeri ai richiedenti. Anche questa procedura non richiederà meno di 30 giorni.

Da quanto illustrato è facile fare un rapido conto per capire entro quando il caso LCN sarà definitivamente chiuso (senza contare il contenzioso che si produrrà, dovuto alle forti contestazioni riguardo i criteri stabiliti, ancora una volta discriminatori e non rispondenti a quelli indicati dal **Consiglio di Stato**). Dovranno passare ancora sei mesi, con gravissime conseguenze sul mercato oltre all'aver eluso i tempi richiesti dai supremi giudici amministrativi. Tali allungamenti di tempo prospettano anche il reato di abuso di ufficio da parte del **MISE-Com** perché verranno favorite, come sempre, talune realtà imprenditoriali che stanno giovando dell'attuale assetto LCN rispetto ad altre. Classico caso di concorrenza sleale prodotto e alimentato da **AGCom** e **MISE-Com**



## SENTENZE GIA' VIOLATE PER CRITERI DISCRIMINATORI

Dopo l'ultima grave novità riguardante i tempi, di cui abbiamo illustrato in prima pagina, la nuova delibera n. 237/13/CONS recante il nuovo piano di numerazione canali che avrebbe dovuto accogliere e "correggere" i disastri provocati dalla precedente normativa, ma li ha "promulgati". I nuovi criteri stabiliti, infatti, non hanno ottemperato alle sentenze del **Tar** e del **Consiglio di Stato**, principalmente perché non esclusivamente basati sul periodo di attività svolta in analogico. Qualità della programmazione e indici di ascolto, infatti, sono riferiti anche al post *switch off*, cioè su dati derivanti dagli effetti prodotti dalla vecchia delibera LCN annullata. La perdita di 25 posizioni per le tv locali e la copertura del segnale che fa punteggio anche con l'appoggio a reti di terzi (eliminando di fatto il vantaggio competitivo delle tv più grandi come infrastrutture), hanno sconvolto le pronunce dei supremi giudici amministrativi.

Senza, poi, contare che per le tv nazionali si è continuata a perpetrare la discriminazione nei confronti delle tv generaliste indipendenti prevedendo per loro le prime 9 posizioni, con unica esclusa destinata al n. 20, e prevedendo al 10 un consorzio di più tv locali che di fatto non coprono soltanto un'area locale. Inoltre, l'indagine demoscopica sulle abitudini del pubblico (svolta erroneamente sempre sul periodo post *switch off*), assegna le posizioni 8 e 9 a due emittenti semigeneraliste con prevalente e storica destinazione musicale (**MTV** e **Deejay TV**), che esplicitamente il **Consiglio di Stato** ha definito illegittime nel poter occupare tali posizioni.

Il **CNT-TPD** si è già espresso sul caso preannunciando un ricorso per giudizio di ottemperanza chiedendo il necessario intervento da parte dello stesso Consiglio di Stato, in misura alternativa o sostitutiva, attraverso la nomina di commissari *ad acta* che possano sostituirsi al **MISE-Com** e **AGCom** indi procedere alle nuove assegnazioni LCN. Contestualmente, è stata ipotizzata anche l'investitura della Corte dei Conti per i danni economici provocati dal vuoto di intervento attualmente in corso che, come detto, si prolungherà per oltre sei mesi ancora. Pronti anche ricorsi alla Commissione UE.

## FRENATE LA MORSA DI EQUITALIA

Nel tragico scenario di profonda crisi del settore televisivo locale si è concretizzata sempre più duramente l'azione eccessivamente ossessiva e indiscriminata per la riscossione delle tasse da parte del braccio armato **Equitalia** che sta contribuendo a dare il colpo di grazia agli editori "moribondi" (ultima tv locale in pesante dubbio di vita è **TVRS** nelle Marche). Essendo giunti troppo avanti, con tempo scaduto per poter soltanto con normative di settore riuscire a raddrizzare la barca (vedi LCN o frequenze che cmq richiedono tempi tecnici lunghi), il **CNT-TPD** ritiene opportuno dover intervenire immediatamente, e una delle possibilità concrete in emergenza è che il nuovo **Governo** freni l'azione indiscriminata di **Equitalia** concedendo una moratoria con la sospensione dei pagamenti, o ancor meglio, predisponendo urgentemente un provvedimento di amnistia e condono.

Con tali iniziative il **Governo** potrebbe contribuire, almeno nell'immediato, ad evitare il tracollo di un settore vitale per l'economia oltre che salvaguardare la libertà di informazione (sancita dalla **Costituzione**) di cui le tv locali ne sono concreta espressione. Il **CNT-TPD** sollecita anche le altre associazioni ad unirsi a questo appello per consentire il superamento del ciclo recessivo che sta compromettendo l'intero sistema delle tv locali e nazionali indipendenti.

# PUBBLICITA': CONTINUA IL CALO NEL PRIMO TRIMESTRE 2013 PERSI 371 MLN



Nel primo trimestre 2013 il valore del mercato pubblicitario si ferma a poco meno di 1,6 miliardi di euro, in calo di 371 milioni rispetto allo stesso periodo del 2012. La variazione complessiva, pari al -18,9%, è distribuita in maniera abbastanza omogenea tra tutti i mezzi di comunicazione considerati da **Nielsen**, l'istituto di ricerca che ha pubblicato i dati. Anche per quanto riguarda i settori merceologici il calo è trasversale. Le aziende dei primi 5 comparti (alimentari, automobili, tlc, farmaceutici/sanitari e media/editoria) hanno ridotto i budget in maniera rilevante, con tagli che vanno dal -15% al -30%. Sul mezzo televisivo sono stati investiti 905 milioni di euro (1.119 nel 2012), sulle radio 77 milioni (95 nel 2012). Per **Nielsen** i risultati del primo trimestre sono frutto di una congiuntura economica molto forte, ma anche della incertezza politica pre e post elettorale che ha caratterizzato l'Italia.

Per l'istituto di ricerca è difficile prevedere un'inversione di tendenza almeno nella prima metà dell'anno. Nel medio termine, se a livello europeo e nazionale dovessero essere adottate misure di sostegno alla crescita economica (allentamento dei vincoli di stabilità, erogazione dei crediti della PA verso le imprese, alleggerimento o differimento del carico fiscale, per citare i temi più ricorrenti), è ragionevole sperare in una boccata d'ossigeno per i consumi e quindi in un leggero miglioramento della situazione del mercato pubblicitario nell'ultimo trimestre dell'anno.

## SERVIZI INTERNET E PUBBLICITA' ON LINE AVVIO DI UNA CONSULTAZIONE



L'**Autorità**, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sui servizi internet e sulla pubblicità *on line* (delibera n. 39/13/CONS), ha deciso di avviare una consultazione avente natura conoscitiva rivolta a tutti i soggetti attivi, a qualsiasi titolo, sul web. L'obiettivo è acquisire il punto di vista di tutti coloro che utilizzano Internet in qualità sia di utenti, sia di operatori che offrono servizi in rete. E' possibile partecipare sia come singoli che come Associazioni, sia come addetti ai lavori che come "semplici" utenti dei nuovi servizi. i soggetti che intendono contribuire possono inviare le proprie osservazioni e valutazioni in merito ad una o

più delle tematiche di seguito tracciate all'indirizzo [consultagcom@agcom.it](mailto:consultagcom@agcom.it), compilando questo modulo oppure tramite email (indicando le proprie generalità e specificando se si partecipa in qualità di operatori o di utenti) entro il 1° luglio 2013. Ecco gli aspetti sui quali l'**AGCom** chiede il punto di vista:

1. Le apparecchiature di accesso al *web* fisse e in mobilità (es. *smartphone* e *tablet*)
2. I sistemi operativi e i *browser*
3. I motori di ricerca e i *social network*
4. I servizi di informazione sul *web*: quotidiani on line, testate digitali e siti di operatori radiofonici e televisivi
5. Le nuove fonti di informazione: nuove testate on line, siti di condivisione, *social network* e blog
6. Le piattaforme di distribuzione e quelle di pagamento
7. La rilevazione delle audience sul *web*
8. Le piattaforme di intermediazione pubblicitaria *on line*
9. Le altre forme di raccolta pubblicitaria *on line*
10. I fattori di contesto: alfabetizzazione informatica, regime di tassazione, ecc...

# TV: CROLLA IL MODELLO VERTICALE

## II FUTURO VIAGGIA IN STREAMING

I *broadcaster*, da anni ormai in lotta contro la distribuzione illegale dei loro contenuti online, cominciano ad adattarsi all'esplosione dei video su internet e alla massificazione del *file-sharing*, investendo sui servizi *streaming*. Per anni, i canali televisivi hanno ragionato secondo una logica 'verticale' distribuendo i loro contenuti in rete in un universo chiuso, spesso limitato ai loro siti ufficiali. Ma *Twitter*, *Facebook*, le tv connesse e sistemi di riproduzione dei video hanno mutato lo scenario. Con pochi clic, i contenuti trasmessi sul piccolo schermo o internet possono essere copiati e messi online su un blog, una piattaforma (*YouTube*, *Dailymotion*...) o condivisi con migliaia di persone sulle reti sociali. Tra l'altro, negli USA, le Tv tradizionali sono sempre più messe in difficoltà dai siti legali di video streaming, come *Netflix* o *Hulu*, che permettono la visione in *streaming* e si pongono ormai come concorrenti diretti.



In Italia, dove questi siti non sono ancora presenti, si comincia già a ragionare sul da farsi. **Alessandro Araimo**, senior partner di **Roland Berger**, ha spiegato ad *Affari&Finanza* di *Repubblica*, che "Se si vuole valorizzare al meglio i propri contenuti, visti anche i costi di acquisizione o di produzione bisogna andare su tutte le piattaforme. In un sistema integrato verticalmente si penalizza, di contro, proprio il valore potenziale dei contenuti. E si innesca un circolo vizioso: meno ricavi da contenuti, meno risorse per produrne e comprarne di nuovi. Una spirale di declino". Un handicap tanto più grave se si pensa che i costi dei diritti stanno di nuovo lievitando, proprio per l'incremento di domanda che viene dalle *web company*.

# ALLARME TRIOPOLIO SUL WEB

## PIATTAFORMA UNICA PER RAI, MEDIASET E TELECOM?



Come già illustrato, la pubblicità continua ad andare giù, e le ammiraglie **Rai**, **Mediaset** e **La7** nel primo semestre del 2013 registreranno una flessione del 12,2%. E dall'altra parte le megapiattaforme Usa per il consumo di video online che stanno intraprendendo la strada della produzione di fiction "in proprio". Una crisi che proseguirà in modo ineluttabile, secondo **Stefano Carli**, che su *Affari & Finanza* della *Repubblica* delinea gli scenari futuri per uscire dall'impasse. Uno scenario ideale ci sarebbe, e funzionerebbe così: "**Rai, Mediaset e La7** uniscono le forze e realizzano una piattaforma italiana per l'accesso da Internet ai palinsesti di tutti – scrive la *Repubblica* – concorrenza tra i network sui contenuti e raccolta pubblicitari ma costi di gestione in sinergia, compresa la eventuale riscossione di contenuti premium a pagamento".

Tra i vantaggi il fatto di "schivare il rischio di essere marginalizzati dalle Internet company". Il rischio collaterale è che "domani per vedere un programma **Mediaset** o **Rai** via Internet si debba andare su **Youtube**". La piattaforma di **Google** che ha da poco lanciato i primi contenuti a pagamento negli Usa e con cui la stessa **Rai** sta discutendo sui diritti. **Youtube** dal canto suo ha da poco lanciato i primi canali a pagamento. Un primo indizio degli accordi per lo sbarco in Rete di **Mediaset** è l'accordo siglato con **Italia Online** cui il Biscione fornirà contenuti video. Ma **Berlusconi**, secondo *Affari & Finanza*, è diviso sull'idea di creare una piattaforma comune con **Rai** e **La7** per portare sul web tutto il sistema televisivo. Contrario **Piersilvio Berlusconi**, che vuole salvare la *pay* e il modello di integrazione verticale. Più aperto **Fedele Confalonieri**.

Dopo aver creato la "tempesta perfetta" con la trasposizione del duopolio (**RAI-MEDIASET**) dall'analogico al digitale terrestre, sconvolgendo le reali opportunità che la nuova tecnologia offriva (pluralismo e concorrenza), a cui si è aggiunto il terzo polo **Telecom**, lo scenario prospettato dagli analisti denota e conferma l'esistenza del triopolio di cui il **CNT-TPD** aveva annunciato la nascita da oltre un anno.





# DTT E DECODER

## INDAGINE PER LA RIFORMA DELLA DELIBERA 216/00/CONS SUGLI STANDARD DEI DECODIFICATORI E SU NORME PER LA RICEZIONE DEI PROGRAMMI AD ACCESSO CONDIZIONATO



L'**AGCom** ha avviato un procedimento istruttorio per l'aggiornamento della *Delibera 216/00/CONS*, recante "*Determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato*", con riferimento alla ricezione dei servizi televisivi in digitale terrestre. Il recente completamento dello *switch-off* avvenuto in Italia nel settore della televisione analogica terrestre ha comportato la conversione al formato digitale di tutte le piattaforme di diffusione televisiva tradizionali. Con riferimento alla piattaforma digitale terrestre, la prossima evoluzione concerne l'introduzione del nuovo standard trasmissivo del segnale televisivo denominato DVB-T2.

Per quanto riguarda tale standard, nel 2008 il comitato DVB-T ha presentato le specifiche all'**ETSI (European Telecommunications Standards Institute)**. L'Istituto ha fornito l'approvazione definitiva dello standard DVB-T2 il 7 settembre 2009 (ETSI EN 302 755 V1.1.1 (2009-09)). Con la Legge n. 44/2012 (art. 3 quinquies), il **Governo** ha stabilito che a partire dal primo gennaio 2015 tutte le apparecchiature atte a ricevere servizi radiotelevisivi dovranno integrare un sintonizzatore digitale terrestre in standard DVB-T2 con codifica MPEG-4 e che, a partire dal primo luglio 2015, non potranno essere più venduti, al dettaglio, apparecchi televisivi o ricevitori digitali terrestri privi dello stesso sintonizzatore e di un decodificatore MPEG-4 (H.264/AVC) o successive evoluzioni.

l'**Autorità**, con Delibera n. 629/12/CONS, ha recentemente indetto una consultazione pubblica concernente modifiche ed integrazioni alla Delibera n. 255/11/CONS recante "*Classificazione dei decodificatori per la ricezione dei programmi televisivi in tecnica digitale*" per tenere conto dell'introduzione nel mercato degli apparecchi con il standard di ricezione DVB-T2. Le prescrizioni di legge e i termini per l'introduzione sul mercato del nuovo standard rendono necessario un aggiornamento dell'Allegato 1 della delibera n. 216/00/CONS (Specifiche tecniche per la realizzazione di sintonizzatori-decodificatori per la ricezione dei segnali di televisione digitale numerica). Allo stato attuale, tale allegato definisce le specifiche tecniche unicamente per lo standard DVB-T e non contiene alcuna disposizione relativamente all'evoluzione dello standard DVB-T2. **AGCom** ha quindi ritenuto opportuno acquisire informazioni su diverse tematiche:

1. Informazioni di mercato (prezzi e disponibilità ricevitori DVB-T2, previsioni prezzi, ecc.);
2. Informazioni tecniche (ad esempio principali aspetti tecnici dei ricevitori DVB-T2, "backward compatibility" con lo standard DVB-T, disponibilità contemporanea della decodifica MPEG-4 e HVEC, possibilità di aggiornamento del codec MPEG-4/H.264 al codec HVEC/H.265, etc);
3. Proposte di aggiornamento/integrazione all'allegato n. 1 della delibera n. 216/00/CONS (Specifiche tecniche per la realizzazione di sintonizzatori-decodificatori per la ricezione dei 3 segnali di televisione digitale numerica - Sezione di sintonizzazione e demodulazione per la televisione digitale terrestre);
4. Proposta di aggiornamento per ulteriori aspetti tecnici (navigatore, tabelle DVB, parental control, ecc.).

Gli operatori potranno offrire il proprio punto di vista sugli aspetti sopra evidenziati, nonché su ulteriori questioni correlate al tema oggetto di indagine, tramite l'invio di memorie scritte, documenti e pareri sugli argomenti inerenti il procedimento istruttorio. Gli interessati potranno anche richiedere di essere convocati in audizione per illustrare la documentazione fatta pervenire. I soggetti interessati possono a far pervenire all'**Autorità** i propri commenti entro 60 giorni dalla data di pubblicazione tramite posta certificata al seguente indirizzo di posta elettronica: [agcom@cert.agcom.it](mailto:agcom@cert.agcom.it), o tramite raccomandata A/R ad: **Autorità per le garanzie nelle comunicazioni DIR (Ufficio Accesso alle Piattaforme ed Equivalence)** Via Isonzo, 21/b 00198 Roma.

# PUBBLICITA'

## LA CORTE UE SI ESPRIME SULLE NORME ITALIANE



E' conforme o meno alle norme **Ue** la delibera **Agcom** contro**Sky** del 2011 con la quale, applicando la legge italiana, l'**Autorità** ha multato la *pay-Tv* per aver superato i limiti di affollamento pubblicitario? Per la **Corte di Giustizia Ue** la decisione da prendere non sarà facile, in quanto le motivazioni del ricorso di **Sky** al **TAR Lazio**, che ha poi adito i giudici europei, risulterebbero per certi aspetti fondate e in linea con quanto stabiliscono le norme **Ue**.

Secondo l'avvocato generale **Juliane Kokott**, è compito del giudice nazionale capire quali siano gli obiettivi che il legislatore intendeva perseguire con l'adozione di norme interne che hanno stabilito differenti limiti di affollamento pubblicitario per le emittenti a pagamento e per quelle in chiaro.

La **UE** ha, infatti, stabilito un limite di affollamento orario della pubblicità televisiva pari al 20% (**direttiva 2010/13/UE**) per tutelare gli interessi dei telespettatori e creare condizioni di concorrenza il più possibile omogenee per tutte le emittenti televisive stabilite in **Europa**. La Direttiva consente, tuttavia, norme nazionali più rigorose. L'Italia si è avvalsa di questa possibilità stabilendo (d.lgs. 177/2005) limiti di affollamento pubblicitario differenziati per le Tv a pagamento e per quelle in chiaro. Così, nel 2011 le *pay-Tv* italiane potevano trasmettere al massimo il 14% di pubblicità ogni ora, mentre le emittenti private in chiaro il 18%.

Da qui, la sanzione **Agcom** a **Sky** per aver violato questo limite nella giornata del 5 marzo 2011. Nel procedimento principale è intervenuta anche **Mediaset**.

La disparità di trattamento prevista dall'Italia è motivata dalla tutela del consumatore dalla pubblicità eccessiva? In questo caso, ha spiegato l'avvocato generale, "i limiti di affollamento differenziati sono compatibili con il principio di parità di trattamento" (articolo 56 TFUE), nella misura in cui la disciplina nazionale persegue in modo proporzionato lo scopo di tutelare i telespettatori.



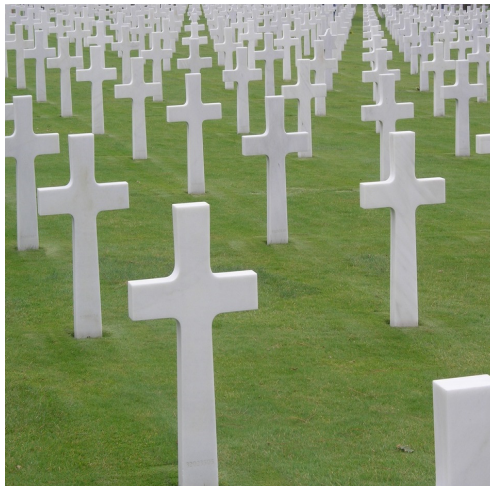
MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO  
DIPARTIMENTO PER LE COMUNICAZIONI

## AGENDA DIGITALE PRIORITA' ALLA BANDA LARGA

Serve consenso attorno all'**Agenda digitale**, per rilanciare un **Paese** più che mai in affanno. Lo ha affermato il viceministro dello Sviluppo Economico, **Antonio Caricalà**. "L'**Agenda digitale** - ha affermato **Caricalà** - è uno dei momenti più importanti per l'economia in questo momento" e proprio per questo il **Governo** "deve ricercare un grandissimo consenso da parte di tutti". Massima intesa, quindi, col ministro **Flavio Zanonato**,

### ITALIA FANALINO DI CODA A CAUSA DEL CONFLITTO DI INTERESSI

Come già dichiarato dal **CNT-TPD** in un precedente intervento su questo settimanale, l'Italia è diventata in pochi anni fanalino di coda in tema di banda larga, addirittura dietro molti paesi del continente africano. Tutto questo a causa del perenne conflitto di interessi che ha "stuccato" l'attenzione e le azioni dei governi (di destra e sinistra) allo scopo di proteggere il sistema televisivo duopolistico (**RAI-MEDIASET**). Così, mentre l'Italia si alienava su temi tecnologici ormai obsoleti (compreso il digitale terrestre), il resto d'Europa e del mondo ha proseguito il cammino tra satellite e cavo investendo pesantemente sul futuro della comunicazione digitale integrata, cioè sulla banda larga. Ora l'Italia ne paga le conseguenze, costretta a far sopravvivere un sistema televisivo ancora prigioniero di pochi *big players*, e con danni sullo sviluppo economico derivanti da un gap tecnologico pesantissimo.



## TV LOCALI: ULTIMO BOLLETTINO DI GUERRA, A RISCHIO I 21 DIPENDENTI DI TVRS MARCHE

Giorni contati nelle Marche per la storica tv regionale **Tvrs**, con sede a Recanati (Mc), attiva da 35 anni ma che ora potrebbe vedere le proprie trasmissioni in forse. La decisione sarebbe stata annunciata ai sindacati dalla **Beta Spa**, proprietaria dei marchi/palinsesti **Tvrs** e **Tvrs Marche**. L'azienda avrebbe dichiarato di voler cessare l'attività di *content provider*, con riflessi occupazionali sui 21 dipendenti. I sindacati hanno subito proclamato un'ora di sciopero e chiesto un incontro con l'assessore regionale al lavoro **Marco Luchetti**.



MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO



**News**  
IN BREVE

### IMPIANTI TELEVISIVI DATABASE CONSULTABILE:



[http://www.sviluppoeconomico.gov.it/programmi\\_televisivi/home.html](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/programmi_televisivi/home.html)

Allo stesso indirizzo sono pubblicati anche i dati relativi ai monitoraggi dei programmi televisivi, effettuati dagli **Ispettorati Territoriali**, direttamente sul territorio, almeno ogni due mesi.

### ADERISCI ALLA NOSTRA ASSOCIAZIONE

Questo momento delicato per le emittenti locali e nazionali indipendenti vede il **CNT-TPD** fortemente attivo sul campo allo scopo di tutelarle. Gli editori che lo volessero, possono aderire alla nostra associazione collegandosi al sito: [www.coordinamentonazionaletelevisivi.it](http://www.coordinamentonazionaletelevisivi.it) dove poter scaricare il modulo di adesione. Uniti si vince.



### DIGITALE TERRESTRE: CAOS A TERMOLI

C'era una volta l'orgogliosa conquista del Digitale terrestre: danno e beffa per la città di Termoli. Il passaggio, avvenuto lo scorso anno, all'ormai famosissima piattaforma del "futuro" delle trasmissioni televisive rappresenta sempre più un futuro che, se prima poteva essere semplicemente "incerto", oggi assume la folle connotazione dell'"improbabile". Paroloni quelli appena tirati fuori, ma concetti all'ordine del giorno per i tanti cittadini che a causa della conformazione territoriale non possono usufruire di una copertura ottimale e, per certi versi, decente sul territorio. Come in una conca, infatti, molte zone di Porticone, Difesa Grande, Colle della Torre e Rio Vivo, si scontrano quotidianamente con un servizio in dissesto che, al di là delle diffuse, frivole e fragili accuse alla politica per non aver "attrezzato" la città al passaggio in Digitale, hanno a che fare con una discutibile attenzione al territorio.

## **News** IN BREVE **ECESSIVO PESO DEI DIRITTI TV NEI RICAVI DEI CLUB CALCIO**

"Bisogna cercare di mixare in maniera diversa i ricavi dei grandi club, che sappiamo essere troppo sbilanciati: è eccessiva la quota di peso ponderato dei ricavi da diritti televisivi rispetto a quelle degli stadi e del merchandising". Lo dice **Giancarlo Abete**, presidente della **Federazione italiana gioco calcio**. "Bisogna attrezzarsi - aggiunge **Abete** - per rimuovere questa situazione per evitare dei rischi. L'area dei diritti televisivi è quella che ha i maggiori introiti in capo ai club ed eventuali problemi determinerebbero effetti indotti. Da parte della **Lega calcio** e dei grandi gruppi della comunicazione c'è un tipo di impegno contrattuale per questo triennio, in cui bisogna lavorare per migliorare la qualità del prodotto creando le condizioni per cui sia sempre meglio vendibile a livello nazionale e internazionale".

Il **CNT-TPD** da sempre sostiene che sul tema dei diritti tv persiste una condizione di duopolio **SKY-MEDIASET** con l'ormai peso minore della **RAI**. Il peso dei diritti tv, piuttosto, è talmente elevato da aver creato impenetrabili barriere all'ingresso per qualsiasi altro medio operatore (un sogno per le locali), tanto da creare problemi agli stessi *big players*.

Comunicazione per i destinatari di "CNT Informa": In base all'art. 13 del Decreto Legislativo N°196 del 2003, i vostri recapiti vengono utilizzati esclusivamente ai fini di questo servizio di informazione e non sono, pertanto, comunicati e/o diffusi a terzi. Nel caso non desideriate ricevere più il "CNT Informa", ed essere cancellati dal suo elenco, inviate un fax al N. 0818370421 oppure una e-mail all'indirizzo [info@coordinamentonazionaletelevisivi.it](mailto:info@coordinamentonazionaletelevisivi.it)



Direttore: Costantino Federico  
Reg. Tribunale di Napoli N. 4/07 del 17/01/2007  
SEDE: Piazza Municipio, 80 - 80133 NAPOLI

**C.N.T. Terzo Polo Digitale - Informa** - Spedizione gratuita via e-mail  
e-mail: [info@coordinamentonazionaletelevisivi.it](mailto:info@coordinamentonazionaletelevisivi.it)  
Sito: [www.coordinamentonazionaletelevisivi.it](http://www.coordinamentonazionaletelevisivi.it)