

- DTT: frequenze e numerazione canali, è stallo
- PUBBLICITA': mercato in crisi nera
- AGCOM: pubblicità non sufficiente a compensare la crisi
- FREQUENZE: Tv locali, Tar e nuove assegnazioni frequenze
- TV LOCALI: il 3D sbarca sul digitale terrestre di Telecapri
- MEDIA: libertà e pluralismo, incertezza e poco potere dell'UE
- RADIO: indagini di ascolto in fermento
- NEWS in breve: ascolti della tv digitale a gennaio 2013
- NEWS in breve: lunedì si decidono forse le sorti di La7



# FREQUENZE E NUMERAZIONE CANALI SITUAZIONE DI STALLO PER IL CAMBIO DI GOVERNO ANCORA IN PRIMA LINEA RETECAPRI PER IL SECONDO MUX E PER LA EFFETTIVA PARITA' CON LE ALTRE RETI NAZIONALI



Siamo in piena battaglia elettorale e tutti i riflettori sono accesi sulla competizione tra gli aspiranti nuovi governanti. Nel frattempo c'è uno stallo, peraltro prevedibile, considerato che tutti sono impegnati sul fronte elezioni e meno attenti al caos che regna nel settore radiotelevisivo con pendenze gravi e urgenti.

## IL BILANCIO DISASTROSO MONTI - PASSERA

L'uscente governo Monti, con la mano operativa del titolare del MSE-Com Corrado Passera, ha mostrato piena continuità con quello precedente del 'conflitto di interessi', proseguendo nella strada tracciata da *Berlusconi & Company*, portando il settore televisivo locale al collasso, con un risultato da noi previsto ben due anni fa: la chiusura di molte emittenti, mentre quelle restanti hanno dovuto fare i conti con crisi conclamate e, quindi, con massiccio ricorso agli ammortizzatori sociali (contratti di solidarietà, cassa integrazione in deroga) prepensionamenti e licenziamenti.

Sul sostegno statale, infatti, non si contano le realtà editoriali, sono centinaia in tutta Italia. L'aver mantenuto le riduzioni dei contributi statali ex L.448, l'aver proseguito con i patologici ritardi nella loro erogazione, a cui sono seguiti anche i pesanti ritardi nei pagamenti delle indennità agli aventi diritto per il rilascio volontario delle frequenze (c.d. rottamazione, di cui ancora non si è saldato l'intero ammontare), hanno decretato la mazzata finale.



## ROTTAMAZIONE CANALI (61-69), DIVIDENDO INTERNO EX BEAUTY CONTEST

I prossimi fronti caldi con cui dovrà vedersela il nuovo esecutivo non sono altro che la continuazione di due principali battaglie già in corso: le frequenze (rottamazione e dividendo interno) e il nuovo schema di numerazione dei canali sul telecomando (c.d. LCN). Sul primo, mentre ancora sono in corso i pagamenti degli indennizzi, sono già in tanti gli editori che non avendo ottenuto una frequenza dal **Governo**, bollando l'operazione come un vero e proprio furto legalizzato, hanno avviato la battaglia legale.

Sul dividendo interno, *ex beauty contest*, si attende il parere della **Commissione UE** sullo schema approvato dall'**Agcom**, che prevede la gara per sole 3 frequenze destinando almeno due alla sistemazione definitiva delle reti nazionali per la perfetta copertura nazionale come ad esempio per **ReteCapri**. Dopodiché la palla passerà al **MSE-Com** che allestirà il tutto presumibilmente quando il nuovo **Governo** si sarà insediato.

Se avrà esito positivo, per le casse dello **Stato** e/o per il pluralismo dell'offerta televisiva, è tutta un'altra questione, già peraltro ampiamente discussa da molti autorevoli esponenti del settore, la maggior parte dei quali per la verità si è dichiarata decisamente pessimista. Non ha certo giovato la lunga attesa, che il governo tecnico non ha saputo abbreviare, seguita alla decisione di annullare il *beauty contest*. Un periodo durante il quale la tecnologia e il mercato hanno continuato ad evolversi a ritmi sostenuti, facendo vittime tra i più deboli e lasciandosi alle spalle una politica sempre più inadeguata a sostenere lo sviluppo del paese.

## IL NUOVO SCHEMA DI NUMERAZIONE DELLE TV SUL TELECOMANDO

Sulla delicata e vitale questione dell'LCN, il CNT-TPD ribadisce che è inutile sottolineare la delicatezza e l'importanza del tema: l'adozione di criteri semplici, razionali e, soprattutto, non discriminatori può infatti contribuire in maniera decisiva a valorizzare le potenzialità del passaggio al digitale terrestre come strumento per incrementare realmente concorrenza e pluralismo nel sistema radiotelevisivo; se mai questa opportunità vi è stata, si può dire che l'adozione del piano rappresenta l'ennesima occasione mancata: dapprima il legislatore, nel dettare i criteri cui l'Agcom è tenuta ad attenersi nell'adozione del piano, e successivamente la stessa Agcom, nella redazione del piano, non solo hanno rinunciato ad utilizzare la disciplina dell'LCN come strumento per incrementare la concorrenza ed il pluralismo nel settore dei servizi audiovisivi, ma anzi, all'opposto, hanno costruito un sistema che si traduce in un evidente ulteriore rafforzamento delle posizioni dominanti già esistenti nel sistema analogico.

L'unico motivo che induce a dare un perchè di tali suddetti criteri dettati dall'Agcom con la nuova delibera è quello del tentativo molto pericoloso e maldestro di voler far entrare dalla finestra ciò che il Consiglio di Stato ha fatto uscire dalla porta, eludendo gravemente i dettami dei supremi giudici amministrativi.

## PUBBLICITA': E' CRISI NERA



Secondo Nielsen, si chiude il peggior anno degli ultimi 20 con una performance negativa del -14,3%, scendendo per la prima volta dal 2003 sotto la soglia degli 8 miliardi di euro a prezzi correnti. In termini reali vale a dire che, al netto dell'inflazione (ISTAT), si torna addirittura a livelli del 1991; questo fa quindi pensare a un cambio strutturale e non congiunturale nella sua composizione.

In termini di mezzi, ad eccezione d'internet, il calo è trasversale a tutti quelli rilevati da Nielsen. Anche per il web, che chiude con il +5,3%, l'ultimo scorcio del 2012 è stato molto difficile. In termini di settori il taglio dei budget pubblicitari ha coinvolto quasi tutte le industry. Tra le poche eccezioni turismo/viaggi (+5,1%), trascinata dall'apertura alla concorrenza nel mercato pubblicitario e alla competizione aereo/treno sulla tratta Roma Milano. Evidentemente questo risultato non riesce a compensare la contrazione di settori molto più rilevanti in termini di spesa quali alimentari, telecomunicazioni (-18%), automotive.

In termini di mercato pubblicitario, i Quotidiani perdono 17,6%, i Periodici -18,4%, la Tv -15,3%, la Radio -10,2%, il Cinema il -18,7.

Una nota positiva per il mondo della comunicazione aziendale è la sostanziale tenuta del numero degli inserzionisti in Italia, rispetto al crollo del mercato (-2,4% nel complesso, -0,4% sulla Tv e +20% su Internet). Se da una parte questo fenomeno segnala un calo del prezzo medio dell'advertising, dall'altro è indice di una fiducia da parte delle aziende nella leva della comunicazione, nonostante il periodo economico difficile.

## PUBBLICITA' NON SUFFICIENTE A COMPENSARE LA CRISI

Il settore della comunicazione sta attraversando un periodo particolarmente delicato caratterizzato da un consistente declino, a partire dal 2009, dei ricavi complessivi derivanti, sia dalla vendita di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione (ossia *above the line*), sia dagli introiti realizzati attraverso le attività di marketing di relazione (o *below the line*).

E' quanto emerge dai dati del primo Osservatorio sulla pubblicità realizzato da Agcom, per il quale le stime per il 2012 confermano questo trend negativo e anzi ne evidenziano "un'ulteriore momento di recrudescenza. Le ragioni di tale andamento negativo sono ascrivibili, innanzitutto, al grave periodo di recessione derivante dalla crisi finanziaria ed economica avvertita a livello globale nel 2008 che sta interessando in modo particolare alcuni paesi dell'eurozona".



In aggiunta alla fase discendente del ciclo economico che ha prodotto e continua a produrre effetti negativi sull'intero sistema-paese, la diminuzione degli investimenti totali in comunicazione è ascrivibile anche a fattori di natura strutturale. Il riferimento è, in particolare, alla pubblicità sui mezzi di comunicazione che sta attraversando una fase di profonda discontinuità rispetto al passato trainata dallo sviluppo tecnologico, nonché dalla progressiva affermazione delle piattaforme di comunicazione digitali.



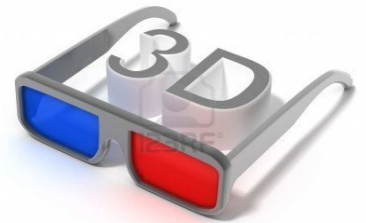
## **NUOVE ASSEGNAZIONI FREQUENZE TV LOCALI IL TAR RESPINGE SEI ISTANZE CAUTELARI ED ORDINA AL MSE DI RIESAMINARE I PUNTEGGI DELLA SETTIMA**

All'udienza del 6 febbraio 2013 avanti la prima sezione del TAR Lazio sono state esaminate le istanze cautelari di sospensiva nell'ambito di sette ricorsi promossi da emittenti televisive locali relativamente alle graduatorie per la riassegnazione dei diritti di uso delle frequenze.

in particolare, in sei cause è stata respinta la relativa istanza di sospensiva mentre nella settima causa l'istanza di sospensiva è stata temporaneamente accolta fino alla prossima udienza, fissata al 3 luglio 2013, con contestuale ordine al **MSE-Com** di riesaminare, entro il 15 giugno 2013, i punteggi attribuiti all'emittente ricorrente nell'ambito della relativa graduatoria. Nell'immediato, quindi, non dovrebbero esserci novità a riguardo del quadro radioelettrico consolidatosi a seguito dei nuovi *switch-off* nelle aree precedentemente digitalizzate.

## **IL 3D SBARCA SUL DIGITALE TERRESTRE DI TELECAPRI**

Dopo lo storico passaggio alla tecnica di trasmissione in digitale terrestre, **TeleCapri**, leader storica in **Auditel** in Campania e tra le prime Tv locali in Italia, ha avviato un graduale percorso di sviluppo diviso su due binari: miglioramento qualitativo del palinsesto e innovazione tecnologica grazie al nuovo sistema di trasmissione.



Sul versante tecnologico, dopo importanti studi e pianificazioni strategiche, è di questi giorni la notizia dell'avvio ufficiale su **TeleCapri** e su altri canali del proprio *multiplex* della sperimentazione delle trasmissioni in tecnica 3D, ossia di immagini tridimensionali. Grazie ad un sistema innovativo ed unico nel suo genere messo a punto dall'ingegnere **Pieterangelo Gregorio**, storico esperto del settore televisivo già noto dai tempi della tv via cavo, dall'introduzione della stereofonia fino ai giorni nostri, la visione in tre dimensioni potrà essere possibile sui televisori di nuova generazione già predisposti per il 3D oppure sugli apparecchi tradizionali grazie all'utilizzo dei classici occhialini in plastica blu e rosso.

Sono in corso, inoltre, accordi con negozi di elettronica di consumo per la distribuzione degli occhialini per la visione in 3D sui televisori che non supportano tale tecnologia. Con questa importante novità sul piano tecnologico **TeleCapri** vuole, non solo confermare, ma rafforzare la sua posizione di leader storica nel panorama televisivo locale offrendo qualità e innovazione assolutamente incomparabili sul piano concorrenziale. Una novità che a breve comporterà importanti sviluppi nel già ricco palinsesto.

Al momento i programmi-test sono visibili tutti i giorni dalle 8:30 alle 9:00 e dalle 10:30 alle 11:00. Dal 5 febbraio **TeleCapri** è visibile sul n. 17 del telecomando (LCN). Per rendere effettiva la visione su questa posizione è necessario risintonizzare il proprio decoder-tv. Dopo l'annullamento delle numerazioni LCN sancito da Tar e Consiglio di Stato, **Telecapri** si appresta a nuovi ricorsi per l'immediata per l'assegnazione dell'LCN nella prima decade e per il risarcimento di tutti i danni subiti.



## **LIBERTA' DEI MEDIA E PLURALISMO INCERTEZZA E POCO POTERE DELL'UE**

Pluralismo dell'informazione, indipendenza dei mezzi di comunicazione, ruolo d'internet e avvento della media company che operano solo online sono al centro del Rapporto *'European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom'* pubblicato dal **Centro per il pluralismo e la libertà dei media di Firenze**, facente capo al Centro di studi avanzati *"Robert Schuman"* dell'Istituto universitario europeo (EUI). Lo Studio, commissionato dalla **Commissione europea**, illustra la condizione della libertà dei media e del pluralismo, ed entra nel merito del dibattito, anche accademico, sugli aspetti sociali, economici e politici della questione e le conseguenti implicazioni.

**Pluralismo e libertà dei media, si sottolinea nel Rapporto, sono "condizioni essenziali per il funzionamento, la sostenibilità e legittimità di un governo democratico e si indicano, pertanto, le giuste azioni politiche per assicurare il rispetto di queste condizioni".** Al momento, si rileva, sono previsti pochi strumenti a disposizione della Ue e regna un'incertezza generale in questo campo. Nel Documento si suggerisce come usare la legislazione attualmente in vigore o modificarla in modo da agire più energicamente ed efficientemente.



# ASCOLTI RADIO: INDAGINI IN FERMENTO



Gli editori radiofonici locali sono in subbuglio per la possibilità che si possa verificare una disgiunzione tra le proprie rilevazioni e quelle delle emittenti nazionali. Il problema si è presentato a seguito del lancio in Italia di 'Ipsos **MediaCell Radiometrics 2012**' da parte di **Ipsos MediaCT**, divisione Media della multinazionale di ricerca **Ipsos**. Si tratta di un'indagine *multiclient* per la rilevazione degli ascolti radiofonici tramite l'innovativo sistema tecnologico che utilizza i telefoni cellulari del pubblico per misurare gli ascolti delle stazioni iscritte.

In luogo di un hardware aggiuntivo e dedicato, infatti, **MediaCell** fonda la propria metodologia di acquisizione dati attraverso un software installato su normali *smartphone*, in grado di captare in *background*, tramite una tecnica di *encoding* innovativa e proprietaria, il normale flusso di trasmissione delle radio. La scelta di affiancare, alla tradizionale indagine **Cati** realizzata da **GfK Eurisko**, una disgiunta indagine *meter* di **Ipsos**, desta perplessità. Tale sistema, a detta delle emittenti radiofoniche locali, non sarebbe adeguato per l'emittenza locale per un duplice motivo: l'elevato costo per l'accesso all'indagine (**Ipsos**) e il limitato campione utilizzato, che prevede 4000 *meter* sull'intero territorio nazionale.



MINISTERO DELLO  
SVILUPPO ECONOMICO



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.coordinamentonazionaletelevisioni.it](http://www.coordinamentonazionaletelevisioni.it) dove poter scaricare il modulo di adesione. Uniti si vince.



**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.

## ASCOLTI TV DIGITALE 34% PER LA TV NON GENERALISTA

**Starcom** presenta i dati riguardanti gli ascolti delle Tv satellitari e in particolare, la classifica dei canali e dei programmi più visti, oltre ai dati di trend share e di share per target. A gennaio 2013 la tv non generalista sfiora il 34% di share nel totale giorno, con una crescita negli ascolti pari al +19% sull'omologo 2012. Il pubblico si fa più numeroso in tutte le fasce orarie, con un picco di share importante – quasi 40% – registrato la mattina dalle 7 alle 12.

Di questo 34% di share complessivo, quasi il 29% appartiene ai canali del gruppo Altre Tv digitali (terrestri + satellitari), che convincono e appassionano sempre più telespettatori, soprattutto nelle fasce della mattina (quasi 36% di share) e del pomeriggio (quasi 33% di share).

**News** IN BREVE

## TV: LUNEDI' (FORSE) SI DECIDONO DEFINITIVAMENTE LE SORTI DI LA7

Nel board di **Telecom Italia** di lunedì' prossimo, 18 febbraio, dovrebbe essere presa, tranne novità dell'ultima ora, la decisione attesa: cioè la scelta di un'esclusiva per la cessione di **T.I.Media** o, quantomeno, di **La7**. Lo ha scritto *Il Sole 24 ore* sottolineando come su chi la comprerà invece non ci sarebbero ancora certezze. Sul tavolo dei consiglieri andranno due proposte tra loro molto diverse, quella di **Urbano Cairo** e quella del fondo **Clessidra**. Sul tema, prosegue il giornale, non ci sarebbe ancora una visione comune da parte dei consiglieri. Il tema **T.I.Media** sarebbe stato affrontato in maniera frettolosa nell'ultimo consiglio di **Telecom** dello scorso 8 febbraio. Un nuovo rinvio o il congelamento della vendita, aggiunge il quotidiano, è ancora possibile: viste le elezioni politiche alle porte e la valenza strategica di una tv come **La7**; ma per molti un nuovo rinvio sarebbe a questo punto una sorpresa. Così come sembra difficile che possa essere esaminata l'ultima manifestazione giunta in ritardo: di **Centro Europa7**.

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@coordinamentonazionaletelevisioni.it](mailto:info@coordinamentonazionaletelevisioni.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@coordinamentonazionaletelevisioni.it](mailto:info@coordinamentonazionaletelevisioni.it)  
Sito: [www.coordinamentonazionaletelevisioni.it](http://www.coordinamentonazionaletelevisioni.it)