

- FREQUENZE: la beffa del dividendo interno, altro monopolio !
- DTT: LCN, ecco come stanno le cose. La sintesi dettagliata
- TV: emittenti indipendenti nella morsa indiscriminata del fisco
- DIRITTI TV: Serie A calcio, un tesoro da 1mld per un duopolio
- PAYTV: probabile uscita di Mediaset da Digital+
- RADIOTV locali: la situazione delle misure di sostegno
- PUBBLICITA': video on line in crescita del 19,5% fino al 2016
- MEDIA: Italia prima nel consume mediatico di sport



FREQUENZE: LA BEFFA DEL DIVIDENDO INTERNO UN ALTRO MONOPOLIO !



L'epilogo della famosa assegnazione dei tre mux nazionali (c.d. dividendo interno) ereditati dall'altrettanto famoso 'beauty contest' del **Giulio** **Berlusconi**, è il flop più totale. Con questo espediente delle tre frequenze nazionali da assegnare a nuovi entranti, il **Giulio** **intendeva** avere l'arma perfetta per superare la procedura di infrazione **UE** ed eliminare finalmente una pesante spada di Damocle. Ma così non è stato. A parte **Cairo**, di cui vediamo in seguito, nessun operatore ha voluto imbarcarsi in un'avventura onerosa dai risvolti poco chiari, poiché il contesto di mercato e tutt'altro che chiaro. Senza un piano frequenze equo, non discriminatorio, esente da

interferenze e di pari qualità e copertura, e soprattutto senza un piano LCN definito ma ancora in alto mare (come visto nelle prime pagine), non c'è editore che possa avventurarsi in questa giungla. Con l'arrivo di un ulteriore monopolio costituito da **Cairo**, la conseguenza sarà una: Italia sarà ancora soggetta alla procedura di infrazione **UE** con tutte le conseguenze del caso.

L'UNICA OFFERTA DI CAIRO + L'ACCORDO CON MEDIASET

Intanto **Cairo Communication** ha comunicato che, in data 13 giugno 2014, la propria controllata **Cairo Network S.r.l.** ha presentato presso il **MISE** l'offerta economica vincolante per l'assegnazione dei diritti d'uso - per la durata di 20 anni - del lotto di frequenze in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre di cui al Moltiplex indicato come **Lotto L3**. Il disciplinare di gara e la comunicazione di ammissione prevedono che i termini economici dell'offerta presentata da **Cairo Network S.r.l.** siano resi noti nel corso di una seduta pubblica prevista per il prossimo 25 giugno 2014. **Cairo Communication** comunica altresì che la propria controllata **Cairo Network S.r.l.** ha sottoscritto con **El Towers S.p.A. (Mediaset)** in data 13 giugno 2014, un *Term Sheet* degli accordi per la realizzazione e la successiva gestione tecnica pluriennale in modalità full service (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo della infrastruttura di trasmissione, etc.) della rete del Mux. La sottoscrizione degli accordi previsti dal *Term Sheet* è subordinata al rilascio, da parte del **MISE**, dei diritti d'uso sul Mux. Questa operazione rappresenta la ciliegina sulla torta con un ulteriore monopolista che andrà a pregiudicare ulteriormente il mercato che si presenterà con **Rai-Mediaset-Telecom e Cairo** invincibili ed unici *big players*.

LA SCHEDA: a febbraio è uscito il bando e il disciplinare di gara per l'assegnazione di nuovi diritti d'uso per le frequenze televisive digitali con una base d'asta per i tre lotti di 90,750 milioni. I punti fondamentali sono i seguenti: all'asta andranno frequenze che compongono tre reti televisive digitali terrestri nazionali con un diritto d'uso ventennale non trasferibile per i primi tre anni a comporre i seguenti lotti:

Lotto L1 con l'utilizzo dei canali 6 e 23 con una copertura nominale stimata di popolazione pari all'89,5%

Lotto L2 con l'utilizzo dei canali 7 e 11 con una copertura nominale stimata di popolazione pari al 91,1%

Lotto L3 con l'utilizzo dei canali 25 e 59 con una copertura nominale stimata di popolazione pari al 96,6%

NUMERAZIONE DEI CANALI SUL TELECOMANDO (LCN) **ECCO COME STANNO LE COSE** **INERZIA, DISCRIMINAZIONE, ILLEGALITA', DANNI INCALCOLABILI**



La lunga e intricata saga della numerazione automatica dei canali digitali terrestri (LCN), secondo l'allarme lanciato dal CNT-TPD, non avrà conclusione in tempi brevi a causa dell'inerzia di MISE e AGcom. Per riprendere il filo della matassa ingarbugliata è necessario proporre una sintesi approfondita della situazione:

LA ATTUALE FASE DI STALLO

Il 10 aprile scorso il **Consiglio di Stato**, con due ordinanze emesse in sede cautelare, ha sospeso gli effetti della sentenza del 2013 con cui lo stesso **Consiglio di Stato** aveva annullato in parte il piano LCN

approvato con delibera 237/13/CONS, affermando che **AGcom** non si era uniformata a quanto stabilito in precedenti sentenze della medesima corte e aveva dato incarico ad un **Commissario ad acta** di "riscrivere" le regole in materia di LCN dando attuazione a quelle sentenze cui **AGcom** non ha, invece, ottemperato. L'effetto delle due ordinanze è ora quello di sospendere gli effetti degli atti finora adottati dal **Commissario ad acta** (che nel frattempo aveva predisposto una nuova bozza di piano LCN e lanciato una consultazione pubblica su tale bozza) e di "congelare" il quadro attuale fino alla decisione definitiva, che sarà assunta non prima del 17 luglio 2014, quando il **Consiglio di Stato** esaminerà la questione nel merito. Si tratta dell'ennesimo capovolgimento di fronte che interviene in una vicenda complessa, anzi persino confusa, di cui è opportuno ripercorrere le tappe.

IL PIANO LCN DEL 2010 ANNULLATO DA TAR E CONSIGLIO DI STATO

Nel 2010 il decreto **Romani** ha attribuito all'**AGcom** il compito di regolare la posizione dei canali digitali terrestri sul telecomando, ponendo termine al caos che si era determinato in assenza di una apposita normativa. Nello stesso anno l'**AGcom** ha quindi approvato il primo regolamento LCN (delibera 366/10/CONS), sulla scorta del quale il **MISE** ha proceduto ad assegnare a ciascun canale digitale terrestre una posizione LCN.

Il piano LCN del 2010 prevedeva che le posizioni da 1 a 9, così come la posizione 20 (oggetto di discriminazione perché unica posizione fuori dal primo *range*), fossero assegnate ai canali generalisti nazionali ex analogici, le posizioni da 10 a 19 alle emittenti locali, le posizioni da 21 a 70 ai canali nazionali nativi digitali (ripartiti in sotto-blocchi secondo l'ordine dei generi di programmazione indicato dalla legge), le posizioni da 71 a 99 alle emittenti locali.



LE IMPUGNAZIONI DEL PIANO LCN DEL 2010

Come era prevedibile, dati i criteri con cui era stata elaborata la regolamentazione di una materia di nevralgica importanza per gli operatori televisivi, il piano LCN è stato fortemente contestato finendo nelle aule di giustizia. Diverse emittenti, soprattutto locali, hanno infatti impugnato la delibera 366/10/CONS: ne sono seguite numerose pronunce del **TAR Lazio** (alcune contraddittorie tra loro) e decisioni del **Consiglio di Stato** che, in sede cautelare, sospendevano gli effetti delle sentenze di annullamento rese in primo grado dal

TAR, lasciando quindi intatta l'applicazione del piano LCN del 2010. A fine agosto 2012, con quattro decisioni contestuali, il **Consiglio di Stato** si è poi pronunciato in via definitiva sul piano LCN del 2010, annullandolo. I principali nodi contestati sono state le illegittime assegnazioni delle posizioni 8 e 9 a **MTV** e **DeeJayTV**, emittenti non a carattere generalista ma a target mirato, a danno di **ReteCapri** finita al n. 20, e la mancata previsione per le tv locali del criterio degli ascolti che ha penalizzato emittenti leader in **Auditel** nell'era analogica favorendo tv con scarsa qualità di copertura, palinsesto e storia.

LA DRAMMATICA DECISIONE DI AGCOM DI MANTENERE LO STALLO

Al fine di evitare che la televisione digitale terrestre precipitasse in un caos che avrebbe nociuto a operatori e spettatori, l'**AGcom** ha prorogato, in via temporanea, gli effetti del piano di numerazione esistente fino all'adozione del nuovo regolamento. Con l'alibi del "ritorno al caos" l'**AGcom** ha ben giustificato il non provvedere ad alcuna inibizione per ripristinare la legalità ed eliminare gli effetti delle attribuzioni illegittime. Il risultato è, comunque, il caos per le tv penalizzate con danni incalcolabili.

IL PIANO LCN DEL 2013

Dopo aver condotto una nuova indagine sulle abitudini degli utenti e una nuova consultazione pubblica, questa volta della durata di 30 giorni, per raccogliere le osservazioni degli operatori sulla bozza di piano LCN, nel marzo 2013 **AGcom** ha approvato, con delibera 237/13/CONS, il nuovo piano LCN. Tale nuovo piano da un lato consente a **MTV** e **Deejay TV** di mantenere le posizioni 8 e 9, dall'altro riduce considerevolmente le posizioni attribuite all'emittenza locale nel primo arco di numerazione, stabilendo che non solo le posizioni da 21 a 70, ma anche quelle da 71 a 96 debbano essere assegnate a canali nazionali nativi digitali.

IL GIUDIZIO DI OTTEMPERANZA PROMOSSO

DA TELENORBA E IL COMMISSARIO AD ACTA

Anche il nuovo piano LCN è stato oggetto di diversi ricorsi al **TAR**, che ancora attendono di essere definiti. La nota emittente locale pugliese **Telenorba** ha invece seguito un diverso approccio, proponendo giudizio di ottemperanza avverso il nuovo piano LCN: in altri termini, **Telenorba** si è rivolta al **Consiglio di Stato**, sostenendo che **AGcom** ha disatteso quanto stabilito dallo stesso **Consiglio** nelle sentenze dell'agosto 2012. Il **Consiglio di Stato**, con una sentenza pubblicata a dicembre 2013, ha accolto il ricorso di **Telenorba**, ritenendo in particolare che **AGcom** non abbia valutato correttamente, nell'assegnazione delle posizioni 8 e 9, i dati sulle abitudini degli utenti come ricostruiti dall'istituto di ricerca che ha condotto l'indagine demoscopica.

Di conseguenza, la corte ha nominato un **Commissario ad acta** incaricato di verificare se, alla luce dei dati di cui **AGcom** non avrebbe adeguatamente tenuto conto, le posizioni 8 e 9 andassero assegnate a canali nazionali o a canali locali e di modificare il piano LCN in maniera da conformarlo a quanto statuito nelle sentenze del 2012. Il **Commissario ad acta** ha predisposto una nuova bozza di piano LCN ed ha lanciato una consultazione pubblica su tale bozza, che da un lato si propone di assegnare la posizione n. 9 ad un canale locale (mentre l'8 resterebbe nazionale) e dall'altro restituisce alle locali le posizioni da 71 a 96 (che invece, secondo il piano del 2013 redatto da **AGcom**, dovrebbero passare a canali nazionali).

LA NUOVA PRONUNCIA DEL CONSIGLIO DI STATO: LA SOSPENSIONE DELL'ATTIVITÀ DEL COMMISSARIO AD ACTA



Le decisioni del **Consiglio di Stato** sono inappellabili, ma qualora la corte sia incorsa in un errore di fatto, si può chiedere la revocazione della sentenza che è stata condizionata da tale errore. **AGcom** e **MTV** hanno proposto ricorso per revocazione avverso la sentenza del 2013, sostenendo che la corte abbia fondato la sua decisione su dati errati circa le abitudini degli spettatori (in particolare con riferimento al posizionamento dei canali locali prima dello *switch off*) e che senza tale travisamento di dati di fatto la corte non avrebbe ritenuto **AGcom** inottemperante alle sentenze del 2012.

Il **Consiglio di Stato** deciderà sul merito dei ricorsi per revocazione a luglio 2014; in attesa di tale decisione, ha sospeso gli effetti della propria sentenza del 2013 (con cui lo stesso **Consiglio di Stato** aveva considerato **AGcom** inottemperante e aveva nominato il **Commissario ad acta**) e gli effetti degli atti che nel frattempo sono stati adottati dal **Commissario ad acta**, inclusa la consultazione pubblica che si sarebbe dovuta svolgere nel corso dell'aprile 2014. Per la prossima puntata, appuntamento al 17 luglio 2014.

L'ESITO: QUATTRO ANNI DI PIENA ILLEGALITA'

Il **Consiglio di Stato** dovrebbe annullare la sospensiva e riavviare il lavoro del **Commissario Ruggieri** che aveva iniziato a tracciare una via quantomeno rispettosa dell'ultima sentenza del **CDS** per riportare equità e non discriminazione rispettando la sana concorrenza. Ma al di là di ciò, il risultato resta uno:

- Quattro anni di mercato "creato" falsato per via di una normativa drammaticamente ingiusta.
- Quattro anni di tv nazionali indipendenti generaliste che hanno dovuto cedere il posto migliore a tv NON generaliste "premiare" (**MTV** e **DeeJayTV**).
- Quattro anni di tv locali che, leader in ascolti nell'era analogica, hanno dovuto cedere il passo a tv minori trovate per miracolo in posizioni di netto vantaggio "gratuitamente" pur non avendo mai conquistato un pubblico di rilievo e una copertura di qualità sul territorio.
- Quattro anni di danni incalcolabili dove difficilmente si potrà ripristinare il mercato così come sarebbe dovuto esistere all'indomani dello *switch off* se non ci fossero state alterazioni illegittime.

LA SOLUZIONE GIÀ PROPOSTA DAL CNT-TPD PER USCIRE DAL CIRCOLO VIZIOSO

La soluzione per uscire dal circolo vizioso è superare la prima normativa facendo entrare subito in vigore la nuova delibera (237/13/CONS) ferma in fase di iter, integrando le decisioni che aveva adottato il **Commissario Ruggieri** dopo l'incarico assunto dal **Consiglio di Stato**.

In pratica occorre immediatamente inibire le assegnazioni 8 e 9, procedere a all'assegnazione della posizione 8 a **ReteCapri** e riassegnare le locali in base agli ascolti collezionati nel solo periodo analogico.

TV INDIPENDENTI NELLA MORSA INDISCRIMINATA DEL FISCO



SENZA SOLUZIONI DRASTICHE SI AMMAZZA UN INTERO SETTORE VITALE PER L'ECONOMIA DEL PAESE A TUTTO DANNO DEL PLURALISMO E LIBERTA' DI INFORMAZIONE

IL **CNT-TPD** HA PIÙ VOLTE FATTO APPELLO E LANCIATO L'S.O.S. PER EVITARE IL TRACOLLO, MOLTO PRIMA DI QUALUNQUE ASSOCIAZIONE DI SETTORE, IN TEMPI MENO SOSPETTI.

SPIRITO DI CATASTROFISMO O INTERESSI PARTICOLARI NON HANNO ALCUN FONDAMENTO PER CHI HA DENUNCIATO SEMPRE, CONSIDERATO CHE ADDIRITTURA LA **COMMISSIONE UE**, ALCUNI MESI FA, AVEVA RAVVISATO IL PERICOLO DI TRACOLLO PER MOLTI SETTORI DELL'ECONOMIA, PARTICOLARMENTE PER LA CRISI IN CORSO.

LA STESSA **COMMISSIONE UE**, QUINDI, AVEVA DATO UNA SORTA DI "VIA LIBERA" AI **GOVERNI DELL'UNIONE** NEL VALUTARE L'OPPORTUNITÀ DI PIANIFICARE UN CONDONO FISCALE COME AZIONE "UNA TANTUM" PER TAMPONARE IN VIA DI URGENZA LA FALLA CHE RISCHIA DI AFFONDARE MIGLIAIA DI IMPRESE.

IL CNT-TPD RICORDA CHE NEL PROPRIO SITO
WWW.COORDINAMENTONAZIONALETELEVISIONI.IT

È POSSIBILE CONSULTARE E SCARICARE TUTTI I NUMERI DEL 'CNT-INFORMA' GRAZIE AD UN ARCHIVIO ON-LINE CHE CONTIENE LE EDIZIONI DEGLI ULTIMI DUE ANNI



DIRITTI TV SERIE A

UN TESORO DA UN MILIARDO

Un tesoretto miliardario quello in serbo per le squadre di serie A di calcio dopo l'asta per i diritti tv dal momento che sul tavolo dell'advisor **Infront** sono arrivate offerte per circa 1,1 miliardi di euro a fronte di una base di gara di 980 milioni annui che comprendeva i diritti esteri. A spartigliare rispetto all'ipotesi di una divisione salomonica tra satellite e digitale terrestre è stata **Sky Italia**, che ha presentato l'offerta non solo per il satellite ma anche per il DTT. Risultando la prima in entrambi i pacchetti della gara.

- Per il pacchetto **A** (le 8 migliori squadre via satellite) l'offerta di **Sky** sarebbe pari a 355 milioni, seguita da **Mediaset** e **Fox**. La base d'asta era di 273 milioni.
- Per il pacchetto **B** del DTT (8 migliori squadre sui canali terrestri), l'offerta di **Sky** è stata di 420 milioni; sarebbe stata seguita da **Fox** (con 400 milioni), l'altro canale della galassia di **Rupert Murdoch**, e da **Mediaset**. La base d'asta era di 273 milioni.
- **Mediaset** avrebbe viceversa presentato l'offerta più alta per il pacchetto **D** (le 12 squadre rimanenti ma in esclusiva) con un'offerta che sarebbe stata di poco superiore ai 300 milioni (seguita da **Fox**, **Sky** e **Eurosport**), sopra la base d'asta pari a 234 milioni.
- Quanto al pacchetto **C** (interviste negli spogliatoi e dopo le partite) **Sky** avrebbe fatto un'offerta da 15 milioni di euro, seguita da **Fox**, mentre **Mediaset** non avrebbe presentato un'offerta. La base d'asta era di 66 milioni. Invenduto il pacchetto **E**, relativo ai diritti web.

SI GIOCANO TUTTO I SOLITI SKY E MEDIASET

Secondo quanto si apprende da fonti vicine al dossier, la gara è quindi addirittura più ricca del previsto ma per ora alla **Lega** non si festeggia. Accettando l'offerta più ricca, il timore è quello di aprire la strada a un ricorso incrociato tra i due contendenti: del resto sarebbe ancora più rischioso respingerla visto che la gara aveva per obiettivo massimizzare l'offerta. Del resto **Sky**, a quanto si apprende, non acquista i diritti sul digitale per metterli nel cassetto.

Per il pacchetto **B** potrebbe infatti rivolgersi a uno dei due operatori *pay* terrestri (**Mediaset Premium** e **Europa 7**) senza contare che **Fox** è già sul digitale, oppure creare dei pacchetti *pay* da commercializzare direttamente. Viceversa le indiscrezioni circa un'offerta di **Mediaset** sul pacchetto **D** che sarebbe 'condizionata' all'acquisizione anche dei pacchetti **A** o **B** non trova riscontro. Di certo lo scenario attuale potrebbe preludere a una guerra legale, dagli esiti incerti. Potrebbe anche sul fronte opposto spianare la strada a un accordo tra i due contendenti. **Mediaset** ha infatti già acquisito i diritti dal 2015 della **Champion's League** di cui **Sky** difficilmente può fare a meno.

Sarà scontro diretto oppure accordo tra i due monopolisti? Fatto sta che a farne, in entrambi i casi, le spese è la libera concorrenza che vede emittenti indipendenti medie e minori impossibilitate a puntare su un segmento di mercato assolutamente chiuso, trincerato, murato, con la benedizione di **Antitrust** e **AGCom** che mai hanno mosso un dito a favore di una reale apertura di mercato evitando che si costruisse e rafforzasse una lobby pericolosa.

LA CORSA DI MEDIASET PER LA PAY TV

PROBABILE USCITA DA DIGITAL+ PER PUNTARE AI DIRITTI TV SUL CALCIO

Mediaset sarebbe pronta a dare l'addio alla Spagna, accettando l'offerta di **Telefonica**, pronta a pagare fino a 355 milioni di euro per rilevare la quota del 22% di **Digital+**. Lo ha scritto il *Sole 24 Ore*. Il presidente di **Mediaset**, **Fedele Confalonieri**, nei giorni scorsi ha comunque detto che l'azienda si prenderà tutto il tempo necessario per riflettere sulla propria mossa. Del resto, se accettasse l'offerta, **Mediaset** incasserebbe 350 milioni che potrebbe usare per acquistare i diritti tv della serie A di calcio, dopo avere sfilato a **Sky** quelli sulla *Champions League* per il periodo 2015-2018.



SOSTEGNO RADIO E TV LOCALI

La situazione del comparto radiotelevisivo locale è drammatico. Prosegue lo stato di sofferenza dovuto agli effetti della crisi misti allo tsunami provocato dal passaggio al digitale terrestre che ha messo a terra le aziende anche più solide un tempo. Chiusure e proseguimento del ricorso agli ammortizzatori sociali ne sono il chiaro segnale. In attesa di drastici interventi per alleviare la morsa fiscale nonché di ripristinare i tagli previsti dai precedenti governi, ecco la situazione riguardante le misure di sostegno attualmente previste.



MISURE DI SOSTEGNO TV PER L'ANNO 2013

Fino ad alcuni giorni fa mancavano all'appello ancora solo due graduatorie regionali (Campania e Sicilia) relative alle misure di sostegno tv per il 2013 affinché si possa procedere all'emanazione del decreto di riparto. Ricordiamo che l'ammontare dello stanziamento previsto per l'anno 2013, per le tv locali, è pari a circa 65,8 milioni di euro.

RADIO: PUBBLICATI LA GRADUATORIA E GLI ELENCHI PER LE MISURE DI SOSTEGNO 2012

Con Decreto direttoriale in data 23 aprile 2014, del Direttore Generale della **Dgscerp** del **MISE**, il cui avviso è pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 131 del 9 giugno 2014, sono stati approvati gli elenchi e la graduatoria relativi alle misure di sostegno per le radio locali relativamente all'anno 2012. Ricordiamo che le misure di sostegno alla radiofonia vengono attribuite per 6/12 alle emittenti collocate in graduatoria, in maniera proporzionale al punteggio conseguito, mentre 3/12 vengono attribuiti alle emittenti radiofoniche locali commerciali e 3/12 alle emittenti radiofoniche locali comunitarie e che alle emittenti aventi sede operativa principale nelle regioni Campania, Basilicata, Sicilia, Puglia, Calabria e Sardegna viene attribuita una maggiorazione del 15% sull'importo spettante. Lo stanziamento previsto per le radio locali relativamente all'anno 2012 ammonta a € 11.357.837 circa.

ADVERTISING



VIDEO ON LINE IN CRESCITA DEL 19,5% FINO AL 2016

I video pubblicitari online rappresentano il segmento del mercato globale dell'advertising che registra il tasso più elevato di crescita in rapporto a tutti i format pubblicitari in circolazione. E' quanto emerge da un report realizzato da **BI Intelligence** di **Business Insider**, secondo cui il giro d'affari della pubblicità video crescerà del 19,5% all'anno fra il 2014 e il 2016, a ritmi superiori rispetto a tutti i segmenti eccetto il mobile. La pubblicità online tradizionale basata sul *display advertising* crescerà appena del 3% all'anno nei prossimi tre anni.

In dettaglio, il giro d'affari della pubblicità dei video online raggiungerà quota 5 miliardi di dollari nel 2016, a fronte dei 2,3 miliardi del 2013, mentre la pubblicità televisiva nello stesso periodo perderà in media il 3% all'anno. Nel 2013 le visualizzazioni di video spot online hanno raggiunto quota 35 miliardi a dicembre, registrando un incremento del 100% in un anno. *Device* connessi e tv connessa rappresentano appena il 2% di tutti i video pubblicitari online visualizzati nel quarto trimestre del 2013. Si tratta ancora di mercati troppo di nicchia per raggiungere una massa critica significativa. Nel contempo, la crescita del video advertising nel settore mobile è costante.



MINISTERO DELLO
SVILUPPO ECONOMICO



News
IN BREVE

IMPIANTI TELEVISIVI DATABASE CONSULTABILE:



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.coordinamentonazionaletelevisioni.it dove poter scaricare il modulo di adesione. Uniti si vince.



ITALIA PRIMA NEL CONSUMO MEDIATICO DI SPORT

Gli italiani sono secondi solo agli spagnoli in Europa per quanto riguarda il tempo dedicato a guardare o informarsi di sport: **9,8 ore a settimana**, pari a quasi **90 minuti al giorno**. Negli altri paesi europei, il tempo dedicato al consumo di contenuti sportivi va dalle 7,5 ore settimanali della Gran Bretagna, alle 5,8 e 5 ore rispettivamente di Germania e Francia. E' interessante notare che il forte incremento del tempo dedicato dagli italiani a consumare sport (+48,5% in 4 anni) è da ricondursi principalmente alla grande penetrazione del mobile sul nostro mercato: uno strumento che ha rivoluzionato le modalità di accesso e di disponibilità dei contenuti sportivi. Sebbene la TV si confermi singolarmente il mezzo più utilizzato (2,5 ore a settimana), le restanti 7,3 ore sono spese su tutti gli altri mezzi: giornali, computer, laptop, smarphone e tablet, spesso anche in contemporanea. (Ricerca *Know The Fan - Global Sports Media Consumption Report 2014* a cura di **Perform**)