

- DTT: il nuovo piano LCN "offuscato" dalla rottamazione
- FREQUENZE: rottamazione interferenze, l'ottimismo del MISE
- TOWERING: Mediaset torna all'attacco per il polo unico
- PAY TV: allarme monopolio, in cantiere una "super Sky"
- DIRITTI TV: definiti i pacchetti della Serie A, una torta per due
- TV-TELCO: banda larga, niente decreto, tutto rinviato
- TV: la Tv prima fonte di informazione ma avanzano i social
- TV LOCALI: appello al condono fiscale contro la crisi
- RADIO: pubblicità, rallenta la crescita ma maggio positivo
- DIRITTI TV: assegnate a Discovery le Olimpiadi 2018-2024
- NEWS in breve: radio locali, misure di sostegno 2013



NUMERAZIONE DEI CANALI SUL TELECOMANDO

PIANO LCN "OFFUSCATO" DALLA ROTTAMAZIONE



La mossa è stata ben studiata. Già all'indomani del varo delle "Linee Guida per la formazione delle graduatorie regionali dei fornitori di servizi di media audiovisivi" avevamo subito nutrito forti dubbi sul perchè utilizzare la stessa graduatoria anche per le assegnazioni LCN, un capitolo che era inserito brevemente nel testo, quasi a voler "nascondere" il più possibile questa pratica così scottante. Il dubbio non era infondato, perchè nei criteri di formazione della graduatoria veniva indicato quello degli ascolti **Auditel** non riferibili al periodo prima dello *switch off* bensì al dopo, non rispettando, quindi, le sentenze del **Tar** e del **Consiglio di Stato** e le indicazioni del **Commissario ad acta**.

BENE RAZIONALIZZARE MA RISPETTANDO CDS E COMMISSARIO

Non era un'idea del tutto sbagliata quella di voler utilizzare le stesse graduatorie per risolvere due problematiche importanti nell'agenda del **MISE-Com**, quali le interferenze con i **Paesi** confinanti e la costituenda nuova normativa sulla numerazione dei canali sul telecomando. Tutto questo per lavorare in maniera efficiente razionalizzando i tempi. L'errore (o la mossa volontaria) sta nell'aver da un lato "pubblicizzato" soprattutto la parte relativa alle frequenze, perchè basta leggere le *news* del settore per rendersi conto, e dall'altro non aver seguito la strada tracciata dalla suprema giustizia amministrativa e, ancor peggio, dall'organo commissariale appositamente voluto dal **Consiglio di Stato**. E' lecito, quindi, pensare che questa copertura del caso LCN sia stata pensata per ridurre al minimo gli "effetti collaterali"? I riflettori puntati sulla rottamazione con tanto di immancabile ottimismo sul rilancio degli investimenti e delle somme che lo **Stato** destina alle tv locali sono forse la migliore pubblicità per coprire un settore in crisi? Un settore che è stato distrutto proprio dalla cattiva gestione dei **Governi**, senza esclusione, destra e sinistra.

DISCUSO IL RECLAMO DI TELENORBA, SI ATTENDE SENTENZA

Intanto in questa settimana è stato discusso dai giudici amministrativi il reclamo presentato dalla tv locale pugliese **TeleNorba** contro la Determina N. 7 del 27/04/15 del **Commissario ad acta Marina Ruggieri** che aveva stabilito "alla luce delle preferenze e delle abitudini radicate negli utenti all'epoca dello *switch off* che i numeri 7 – 8 – 9 dovessero essere assegnate alle emittenti nazionali. Ne è emerso che i giudici si esprimeranno con sentenza entro l'estate. Ricordiamo che al reclamo si è aggiunta **ReteCapri**, tv nazionale indipendente a carattere generalista, la quale non è interessata al contenzioso di **TeleNorba** bensì ad ottenere l'assegnazione della posizione 8 oppure 9 in quanto le attuali assegnatarie **MTV** e **DeeJayTv** sono state dichiarate dal **Consiglio di Stato** "tv non generaliste" e quindi non legittimate a tali numerazioni, oltre che tv native digitali e non "ex analogiche". Requisiti, invece, appartenenti a **ReteCapri**.

INTANTO LA NUOVA NORMATIVA LCN LATITA

Mentre aspettiamo ancora chiarimenti dal **MISE-Com** circa i punti che non ci stanchiamo di riassumere in calce, la normativa ancora è latitante, i tempi ancora lunghi e i danni alle tv discriminate lievitano sempre!

1. Va chiarito che il **MISE-Com** e l'**AGCom**, nell'adottare la nuova normativa LCN, dovranno tenere chiaramente presenti le indicazioni di **Tar** e **Consiglio di Stato** che impongono di considerare il periodo prima del passaggio al DTT per avere dati storici di ascolto non falsati circa le abitudini e le preferenze del pubblico, così come anche nel rispetto delle indicazioni del **Commissario Ruggieri** che prevede all'art. 5 comma 6 lettera A della Determina n. 2-3/2014 indica di considerare gli "Indici di ascolto rilevati dall'**Auditel**...riferiti all'anno precedente a quello in cui è avvenuto lo switch-off".
2. Occorre specificare che destino avrà l'arco di numerazione 70-100 che era inizialmente previsto per le tv locali e che poi la successiva normativa (Delibera **AGCom** N. 237/13/CONS) aveva "ristretto" riducendo le posizioni.
3. Occorre, inoltre, chiarire che le piccole emittenti che si appoggiano a frequenze di terzi, dovranno, naturalmente, ottenere minore punteggio rispetto a chi utilizza proprie frequenze e, quindi, ha chi ha sostenuto maggiori investimenti.



ROTTAMAZIONE PER INTERFERENZE L'OTTIMISMO DEL MISE-COM E I GUAI MAI RISOLTI

"Con le misure economiche per la rottamazione delle frequenze interferenti e i nuovi criteri per le graduatorie dei fornitori di contenuti si compie un passo decisivo verso la riforma delle tv locali che separa l'attività degli operatori di rete da quella editoriale: l'obiettivo è quello di riportare l'Italia nella legalità internazionale iscrivendo finalmente tutte le frequenze a Ginevra, ma anche di dare certezze alle tv locali che vogliono davvero investire e crescere". Così - secondo quanto riporta newslinet - il sottosegretario alle Comunicazioni, **Antonello Giacomelli**, ha commentato il via all'iter per l'attribuzione di misure economiche compensative per il rilascio volontario di frequenze televisive interferenti con i paesi esteri.

UN PASTICCIO NATO PER IL PASSAGGIO AL DTT IN NOME DEL DUOPOLIO

Si tratta, come anticipavamo in prima pagina, dell'immane ottimismo da parte del **Giorno** che evidenzia gli aspetti, diciamo, più positivi, per tentare di risolvere un enorme pasticcio che è nato anni fa in sede di assegnazione frequenze nel passaggio al digitale terrestre, in fretta, per salvaguardare il duopolio **Rai-Mediaset**, e che non è mai stato risolto. Di certo a pagare il conto sono sempre le Tv locali soggette a continua "riforma". Niente ripagherà in misura equa gli investimenti e il lavoro di decenni dei piccoli e medi editori svolto in un mercato sempre difficile.

LA ROTTAMAZIONE DELLE 76 FREQUENZE

Come noto, è stato pubblicato in **Gazzetta Ufficiale** il decreto interministeriale che disciplina la liberazione volontaria delle frequenze riconosciute a livello internazionale ai **Paesi** confinanti ma assegnate e utilizzate da operatori di rete televisivi italiani. Le graduatorie, una per ogni regione, saranno redatte seguendo un ordine di priorità che privilegerà innanzitutto i soggetti che libereranno le 76 frequenze escluse dalla nuova pianificazione **AGCom**, e poi i soggetti che decideranno di liberare altre frequenze attraverso la costituzione di società comuni per una gestione più razionale dello spettro radioelettrico. La somma a disposizione per la "rottamazione delle frequenze" è di euro 50.826.000. Sul fronte dei contenuti, sono in consultazione le Linee guida per la formazione delle graduatorie delle emittenti locali regionali che potranno accedere al trasporto sulle nuove frequenze che **AGCom** sta pianificando. Le nuove graduatorie saranno formate sulla base dei seguenti tre criteri: la media annua degli ascolti rilevati da Auditel nella singola regione o provincia autonoma (*criterio, come già detto, da rivedere nella parte in cui considera la rilevazione prima dello switch off n.d.r.*); il numero dei dipendenti con contratto a tempo indeterminato; i costi sostenuti per i giornalisti assunti. Per la presentazione delle domande è previsto un periodo di 30-45 giorni dalla data di pubblicazione del bando.



TOWERING

MEDIASET TORNA ALL'ATTACCO

Si riaccende il confronto nazionale sul mercato delle torri. Come avevamo scritto tempo fa, le luci si erano spente dopo il troppo clamore venuto fuori dal tentativo di scalata di **Mediaset** sulle torri della **Rai**, ma sarebbe stato solo un periodo di pausa di riflessione in attesa di disegnare nuove strategie, tutte con un unico scopo che resta inossidabile: la creazione di un polo unico delle infrastrutture.

Ed è proprio a pochi giorni dallo sbarco in **Borsa** con successo di **Inwit** (l'operatore di **Telecom Italia**) che si è tornato a parlare del saltato accordo tra **RaiWay** ed **Ei Towers**. A farlo è stato l'amministratore delegato della società delle torri che fa capo a **Mediaset**, **Guido Barbieri** che ha detto che l'azienda è pronta a ritrattare con **RaiWay** dopo il 'no' all'**Opas** lanciata lo scorso 24 febbraio sul 66,7% del capitale delle società delle torri **Rai**. Un'operazione fallita (costata al gruppo 1,6 miliardi di euro, ndr) dopo lo stop di **Viale Mazzini** e del **Ministero dell'Economia** al quale si è poi aggiunto quello della **Consob** e dell'**Antitrust**. Una situazione spinosa che ha spinto la stessa **Ei Towers** a ritirare l'offerta sul 66,7% e anche quella successiva che puntava invece al 40%.

IL GIOCO DEL DUOPOLIO: MEDIASET PASSA LA PALLA ALLA RAI ESCLUDENDO L'INTEGRAZIONE CON TELECOM

Adesso però i giochi potrebbero riaprirsi, perché l'idea di un operatore unico delle torri resta attuale e valida, come l'Ad di **Ei Towers** aveva già rimarcato durante la presentazione dell'ultima trimestrale. Ma questa volta a fare il primo dovrà essere la Tv pubblica. "È un'operazione chiusa", ha ammesso **Barbieri**, secondo il quale "un'altra offerta da parte nostra a **RaiWay** è decisamente esclusa". Tuttavia, l'Ad ha rimarcato che "il progetto industriale ha talmente senso che chiunque voglia fare la prima mossa" per realizzarlo "è il benvenuto". L'Ad ha precisato che "l'Italia è l'unico paese che non ha un operatore unico in Europa delle torri di trasmissione e soprattutto la presenza di operatori internazionali che si dichiarano molto aggressivi sul mercato italiano dovrebbe far riflettere sull'importanza di avere un operatore con le spalle larghe".

Al vaglio di **Ei Towers** non c'è invece la possibile integrazione con **Inwit**, ventilata in un primo momento.

"La prossimità con la quotazione è un valido motivo da parte di **Telecom** per dire di no", ha spiegato, sottolineando tuttavia che avrebbe comunque senso un'integrazione tra un operatore di torri principalmente broadcast con uno telefonico. **Barbieri** ha, infatti, ricordato che prima di **Rai Way**, **Ei Towers** aveva studiato un'operazione con **Wind**. I vertici di **RaiWay**, del resto, non hanno mai celato di avere tutto l'interesse a lavorare a un operatore unico delle torri, anzi, l'Ad del gruppo **Camillo Rossotto** ha ammesso alla **Consob** che il Cda sta già vagliando possibili trattative

UN UNICO POLO CHE COMPRENDA TUTTI GLI OPERATORI DI RETE

Nel disegno dell'operatore unico c'è, però, da spaventarsi non poco. Il paragone che fa **Barbieri** con gli altri paesi non è certamente una valida giustificazione se nel nobile intento vengono esclusi gli operatori di rete che non appartengono ai soliti grandi attori del monopolio, come **Rai**, **Mediaset** o l'ipotesi **Wind** o anche altri *big* delle telecomunicazioni. Il polo unico non deve essere fonte di discriminazione e, quindi, di duopolio, triopolio o oligopolio, ma di apertura e di pluralismo. Lo ripeteremo all'infinito.

ALLARME MONOPOLIO PAY



IN CANTIERE UNA “SUPER SKY”

Un miliardo e 100 milioni. È questa - secondo quanto risulta a Radiocor ripresa dal Sole24Ore - l'offerta presentata nei mesi scorsi da **Sky** per rilevare il 100% di **Premium**. La proposta, secondo fonti finanziarie, è stata messa *in stand-by* da **Mediaset** innanzi tutto per due ragioni: nonostante l'ammontare sia superiore a quanto Cologno valuta la sua tv a pagamento (800 milioni di *enterprise value* + 100 milioni di cassa), il “*premio*” per avere il via libera al controllo totale del mercato italiano dei contenuti *pay* è stato ritenuto non sufficiente; in secondo luogo, il timore, avvalorato anche da analisi di mercato, sugli effetti che una “*super-Sky*” avrebbe sullo sviluppo futuro di **Mediaset**.

Pier Silvio Berlusconi ha lasciato intendere che un'offerta di **Sky** è arrivata nei mesi scorsi pur puntualizzando che non ci sono accordi in vista con l'emittente satellitare. L'ipotesi alternativa studiata dagli *advisor* è la creazione di una *newco* che unisca le attività italiane di **Sky** (valutate 3 miliardi un anno fa alla nascita di **Sky Europe**) e **Premium**: a **Mediaset** spetterebbe un 20-25% della nuova società. Ma alcuni osservatori ritengono difficile al momento un'intesa sia sulle dimensioni della partecipazione di Cologno Monzese sia sulla *governance*. Ecco perché, secondo altre fonti finanziarie, la struttura su cui si sta ragionando nelle ultime settimane è una offerta *cash* vicino al valore attuale di **Premium** (800 milioni) a cui si aggiungerebbe una quota di minoranza nella nuova società. Se questa formula prendesse corpo, **Mediaset** potrebbe anche fare un passo indietro sulla *governance*.

LE PROIEZIONI DEGLI ANALISTI: RIMANDATO TUTTO AL 2016

Dopo una primavera di trattative e di contatti, le parti sembrano in questo momento aver rallentato rispetto a qualche settimana fa: la valutazione dei costi-benefici di una eventuale fusione o di una acquisizione non permette mosse azzardate in un senso o nell'altro. Per **Sky**, il rischio infatti è di strapagare **Premium**, con l'onere degli esosi contratti sulla *Champions League* di calcio che valgono 717 milioni in tre anni, prima di sapere se la campagna abbonati di Cologno avrà effettivamente successo o meno. In secondo luogo, **Sky** dovrebbe fare i conti con le richieste dell'**Antitrust** nel momento cui diventasse il soggetto monopolista della *pay-tv* in Italia. Per **Mediaset** invece la voglia di tener duro di fronte alle proposte del gruppo **Murdoch** è fondata sulla scommessa che la *Champions League* possa portare molti abbonati ad abbandonare la concorrenza. Le stime di Cologno puntano a “rubare” in un triennio tra i 500mila e i 700mila sottoscrittori alla tv satellitare. Dunque, la campagna abbonamenti 2015-16 sembra ricoprire un ruolo decisivo sulle future scelte strategiche delle due aziende. Forse, come suggeriva una recente analisi di **Barclays**, il momento cruciale per una alleanza è da rimandare al 2016.

UNO SCELLERATO “SI” CAUSEREBBE IL CROLLO DI UN PILASTRO DEL MERCATO UNICO EUROPEO

Pagina 4 Sia che **Sky** diventi unico “*super*” operatore, sia che **Mediaset** ne mantenga una minima quota, siamo di fronte al baratro più profondo. Fallisce l'idea europea di un mercato liberamente concorrenziale e, soprattutto, pluralista. Se le Autorità **Antitrust** dovessero, poi, avallare una simile mostruosità, allora fallirebbe anche l'idea della tutela e della garanzia dello stesso pluralismo. Crollerebbe, inoltre, uno dei pilastri su cui si fonda il mercato unico europeo.

DIRITTI TV CALCIO



IL MONOPOLIO E' SERVITO



DEFINITI I PACCHETTI DEL CAMPIONATO DI SERIE A

Oltre alle notizie sulle vicende legate alla proprietà, sul piano dei contenuti sono state definite le squadre per i pacchetti della *pay-tv* delle partite del campionato di **Serie A** 2015-16. Con l'assegnazione avvenuta un anno fa, **Sky** si era assicurata tutti e 380 i *match* del prossimo campionato per la piattaforma satellitare (e anche delle due stagioni successive) mentre **Mediaset Premium** aveva ottenuto di trasmettere sul digitale terrestre le 248 partite delle otto migliori squadre. Proprio l'elenco delle otto 'big' è stato completato negli ultimi giorni: alla scontata presenza nel carnet di *Juventus, Milan, Inter, Napoli, Roma e Lazio* si sono aggiunte le partite di *Genoa e Fiorentina*. Pertanto tutti gli incontri di **Serie A** di queste otto squadre saranno visibili sia sul satellite sia sul digitale terrestre. Su questi, **Premium** avrà l'esclusiva dei servizi accessori (immagini dagli spogliatoi e dal tunnel, diritto di precedenza nelle interviste). **Sky** invece sarà l'unica a trasmettere l'intero campionato avendo acquistato l'esclusiva assoluta per le restanti 132 partite.

LA TORTA SPARTITA TRA SOLI DUE OPERATORI

Sul mercato italiano della televisione a pagamento non c'è altro da aggiungere: i due potenti operatori si sono spartiti tutto costituendo, anzi, riconfermando il rispettivo monopolio sulla propria piattaforma di riferimento: il satellite per **Sky** e il digitale terrestre per **Mediaset**. Tutto questo senza considerare il calcio internazionale con le coppe, dove **Mediaset** si è anche divorata la *Champions League*, mentre **Sky** l'*Europa League*. Insomma, un bel banchetto tutto per due che ha visto nelle strategie di **Berlusconi** quella di non mollare il mercato *pay*, mentre in quelle di **Sky** di dividersi tra *pay* e tv in chiaro con investimenti sul DTT (vedi **Cielo** e **SkyTg24**, oltre alle trattative per prendere il n. 8 di **MTV**).

OGNI TIPO DI IMMAGINE SOTTRATTO ALLE LOCALI

Riteniamo che non sia tanto grave spartirsi la trasmissione dell'incontro di calcio, ma il costante divorare di ogni spazio possibile relativo all'incontro, dalle immagini sugli spalti a quelli negli spogliatoi. Non esiste più una sola briciola a cui le tv locali o nazionali indipendenti hanno potuto puntare per continuare ad inventarsi un prodotto originale come negli anni precedenti avevano fatto. Proprio per il loro successo di inventiva, sono state punite ulteriormente allo scopo di guadagnare quanti più abbonati possibile, costringendo le tv locali a non poter più respirare. Oggi, infatti, gli unici programmi in onda restano i soliti *talk show* in studio puntando su personaggi noti e meno noti per costruire un po' di critica e dar voce ai tifosi. Tutto il resto è totale preda degli squali. Ci dobbiamo aspettare che si inventino anche i diritti sui *talk show* per poter "prendere" anche quelli in esclusiva? non ci sarebbe da meravigliarsi, a buon sonno di **AGCom** e **Antitrust**.

BANDA LARGA CONTINUA IL RITARDO

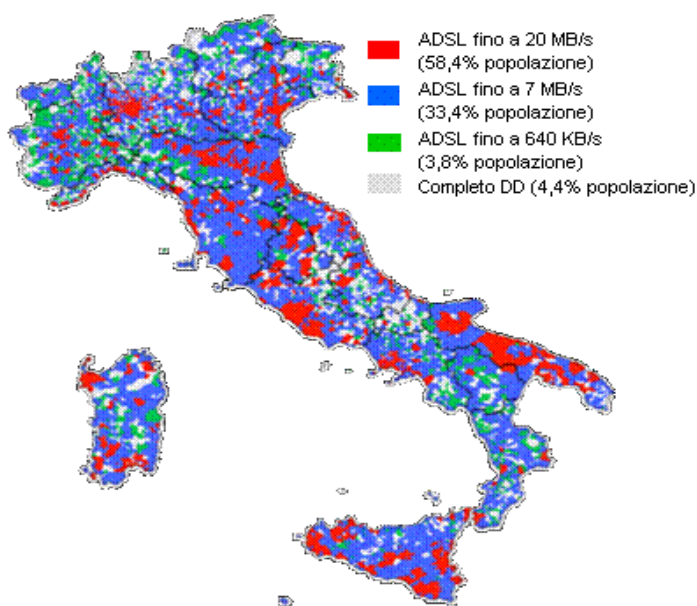
NIENTE DECRETO E TUTTO RINVIATO A DOPO L'ESTATE

Dopo l'ennesimo rinvio, il sottosegretario allo Sviluppo Economico **Antonello Giacomelli** conferma che il decreto comunicazioni non si fa più e che si seguiranno altre strade. Nonostante il penoso stato della rete italiana, e le promesse del **Governo** di avviare al più presto il promettente piano per la banda ultralarga annunciato a febbraio, sarà difficile a questo punto vedere qualcosa di concreto prima del prossimo autunno.



Scartato lo strumento del decreto legge, si pensa ora di spacchettare l'insieme delle misure in almeno due interventi. Per quanto riguarda i finanziamenti pubblici per gli operatori che vorranno realizzare le infrastrutture nelle aree a fallimento di mercato (per l'individuazione delle quali, tra l'altro, il termine per le consultazioni è stato ulteriormente prorogato), si pensa ora di passare per il **CIPE (Comitato interministeriale per la programmazione economica)** dal quale però difficilmente sarà possibile "scucire" i 6 miliardi di investimenti originariamente previsti dal piano, visto che lì di fondi sufficienti non ce ne stanno.

Per quanto riguarda invece i *voucher* agli utenti e i crediti di imposta previsti dal piano come incentivi, si pensa a un altro provvedimento separato, a questo punto meno urgente (se le connessioni non ci sono, i *voucher* ancora non servono), per il quale potrebbe essere seguita la strada del disegno di legge. La scelta di abbandonare il decreto deriverebbe dalla paura di una futura bocciatura dopo l'esame dell'Europa, che potrebbe arrivare diversi mesi dopo l'entrata in vigore del provvedimento, provocando chiaramente un disastro, ma resta il fatto che i tempi si stanno allungando oltremodo e con maggiore incertezza sul reperimento delle risorse necessarie per l'attuazione del piano.



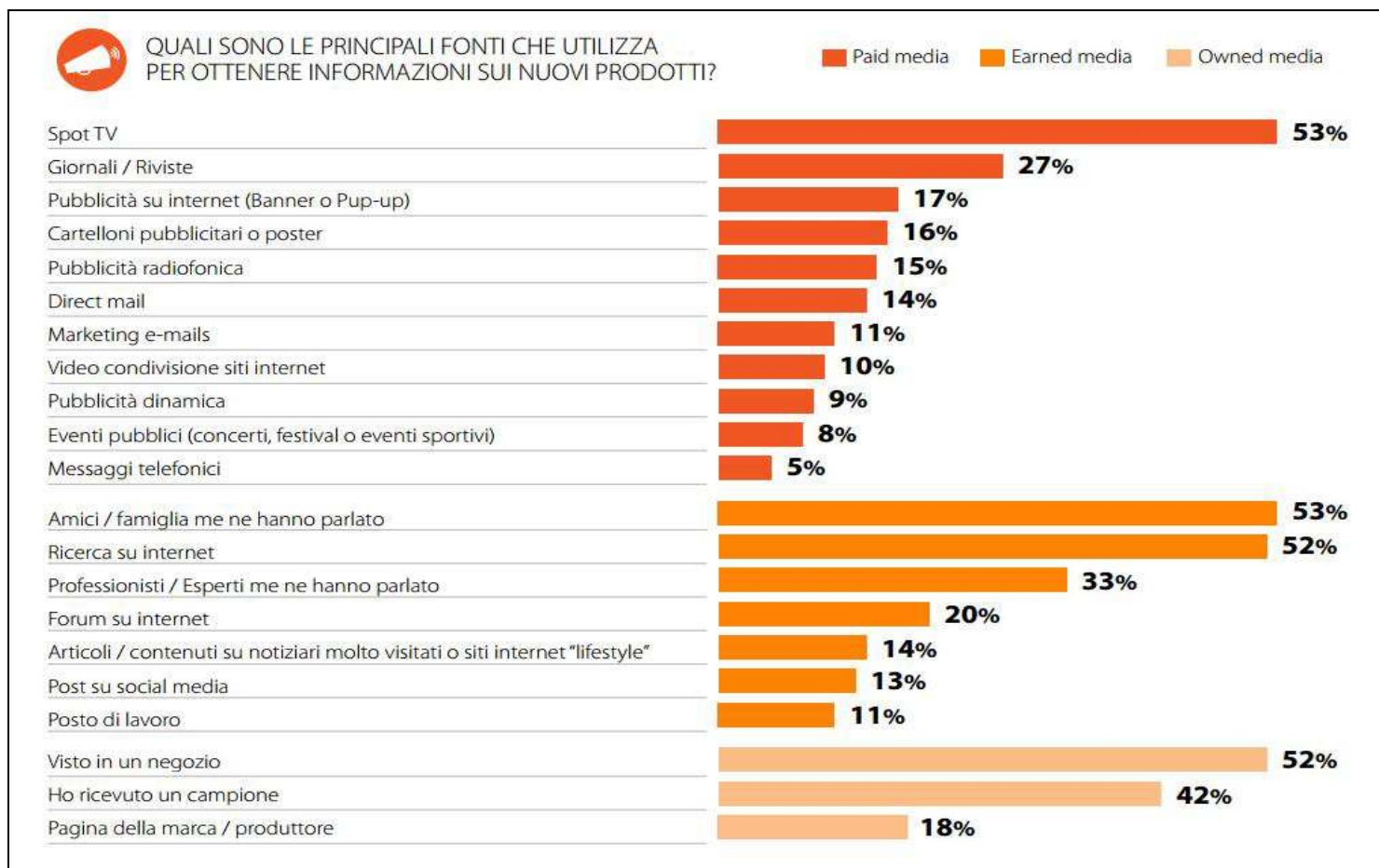
LA DIFESA DEI MONOPOLI A COSTO DI ARRETRARE

Ancora una volta si evidenzia l'assoluta arretratezza del nostro **Paese** dovuto alla troppa attenzione verso la tv tradizionale con particolare attenzione alla difesa dei monopoli **Rai** e **Mediaset**, e sempre poca sulla banda larga che andrebbe, con la convergenza, a interessare anche la tv. Non è un caso se si è parlato della "minaccia" di **Netflix**, il colosso americano del video in *streaming* che dovrebbe sbarcare in Italia, ma che senza banda sufficiente rischierebbe di non scalfire nessuno. Guarda caso! Il conflitto di interessi e la difesa dei *big players* ha comportato sempre l'inossidabile resistenza dell'etere, analogica prima e digitale terrestre ora.

LA TV PRIMA FONTE DI INFORMAZIONE PER ACQUISTI MA AVANZA IL SOCIAL POSTING



Il 57% dei consumatori italiani dichiara di avere acquistato almeno un prodotto nuovo durante l'ultima spesa al supermercato, attestandosi così ai primi posti in Europa nella propensione alle novità (media UE pari al 44%, Germania 41%, Francia 36% e Gran Bretagna 29%). La conoscenza di prodotti innovativi in Italia avviene principalmente ancora attraverso la TV (53% della popolazione ne fa uso per la conoscenza di nuovi articoli, in linea con il dato registrato nel 2012) ma il *posting* sui social media è utilizzato sempre in maggior misura (dal 7% del 2012 all'attuale 13%). Il 28% è disposto a pagare un prezzo più alto per i nuovi prodotti, percentuale che supera la media europea e quella globale (UE 10%, Global 18%). Il prodotto oltre che innovativo deve essere adatto a tutta la famiglia (18% vs l'11% dei prodotti destinati a uso esclusivamente personale, in Germania e Francia rispettivamente al 10% e 8%). Solo il 55% dei nuovi prodotti riesce a mantenere la distribuzione nei supermarket per sei mesi, il 24% raggiunge l'anno di vita. I dati emergono dalla *survey* di *Nielsen Global New Product Innovation* eseguita su un campione di 30.000 individui in 60 Paesi tra i quali l'Italia.



La ricerca mette a fuoco anche i canali informativi utilizzati dalla popolazione italiana per venire a conoscenza dei nuovi prodotti. Tra le prime cinque fonti, assieme alla TV il passaparola (famigliari e amici) occupa la prima posizione, scelto dal 53% degli individui intervistati. La ricerca attiva e personale su internet si attesta al 52%, come la conoscenza diretta acquisita sul punto vendita. Si rileva, inoltre, il rapido sviluppo dei social media, utilizzati dal 13% (erano il 7% nel 2012). Da notare, al contrario, la decrescita del *direct mail* che dal 30% di tre anni fa passa al 14% nel 2015.



CRISI TV LOCALI

APPELLO AL CONDONO FISCALE

Nonostante si continui a parlare di buoni propositi sul fronte della ripartizione delle frequenze, degli incentivi alla rottamazione e di riforma del sistema radiotelevisivo locale, i fatti continuano a mostrare situazioni disastrose con vertenze, scioperi, tagli del personale e chiusura di attività nei casi estremi. Il **Governo** continua a coprirsi gli occhi davanti ad una mattanza senza precedenti iniziata l'indomani del passaggio al digitale terrestre e che prosegue senza sosta ancora oggi. Editori costretti a dissanguarsi prima con il cambio degli impianti e con l'accensione di altre emittenti legate ai *multiplex*, poi le interferenze interne, il taglio delle misure di sostegno oltre che i ritardi, il *far west* del telecomando e la normativa discriminatoria ancora in vigore nonostante annullata da **Tar e Consiglio di Stato**, poi la sottrazione delle migliori frequenze a favore delle *telco*, e l'elenco è ancora lungo. Conseguenza naturale è stato il freno degli investimenti oltre che il ricorso agli ammortizzatori sociali per poter sopravvivere, fino a quando molte realtà hanno preferito gettare la spugna mentre altre continuano a "galleggiare".

In tale arco temporale storico la mano del fisco, con **Equitalia** "*braccio armato*", non ha mai mollato la morsa, anzi, ha continuato a operare indiscriminatamente senza tenere conto dello stato di crisi economica e delle difficoltà del settore del comparto locale lasciato totalmente nell'abbandono da parte del **Governo**, di qualunque colore politico. Per garantire una possibilità di sopravvivenza e di il rilancio della produttività avevamo da tempo sostenuto il suggerimento della **Commissione UE** agli stati membri sull'uso di un condono *una tantum* per alleggerire il carico e consentire il rilancio produttivo.

RALLENTA LA CRESCITA DELLA PUBBLICITÀ, CHE PERÒ RESTA POSITIVA ANCHE A MAGGIO

Per la radio il dato corrisponde ad un fatturato totale di €31.240.000,00. **Paolo Salvaderi**, Presidente **FCP-Assoradio**, ha così commentato la performance: "*Per il sesto mese consecutivo il fatturato delle Concessionarie rilevate dall'Osservatorio FCP-Assoradio fa segnare un incremento rispetto all'anno precedente. Restare in terreno positivo nonostante l'ancora debole inversione di tendenza del mercato in generale è un risultato importante. Aggiungiamo che Maggio rappresenta un mese delicato essendo lo snodo che precede la stagione estiva. Il suo fatturato ha inoltre un peso assolutamente rilevante sul totale anno. Due elementi che rendono il risultato positivo ancora più ragguardevole*".



L'Osservatorio FCP-Assoradio ha raccolto i dati relativi al fatturato pubblicitario del mese di Maggio 2015. I dati evidenziano un aumento del fatturato pubblicitario della pubblicità nazionale radiofonica pari al +1,1% nel mese di Maggio 2015 rispetto al corrispettivo 2014. Tale dato corrisponde ad un fatturato totale di € 31.240.000,00.

DIRITTI TV SPORTIVI A EUROSPORT (DISCOVERY) IN ESCLUSIVA I DIRITTI TV PER LE OLIMPIADI DAL 2018 AL 2024



PACCHETTO VALUTATO 1,3 MLD

Il Comitato Olimpico Internazionale (CIO) ha annunciato che tutti i diritti di trasmissione televisiva e multiplatforma per i quattro Giochi Olimpici che si svolgeranno nel periodo 2018-2024 sono stati assegnati a **Discovery Communications**, la casa madre di **Eurosport**. **Discovery** ha acquisito i diritti esclusivi, del valore di 1,3 miliardi di Euro, su tutte le piattaforme, inclusa la televisione free-to-air, la pay-TV, internet e la telefonia mobile in tutte le lingue dei 50 paesi e territori del continente Europeo. In linea con i requisiti del CIO e del mercato locale, **Discovery** si è impegnata a trasmettere almeno 200 ore dei Giochi olimpici e 100 ore dei Giochi olimpici invernali sulla televisione free-to-air durante il periodo dei Giochi. **Discovery** concederà in sottolicensing una parte dei diritti in molti mercati europei.



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.**



RADIO LOCALI MISURE SOSTEGNO

Con Determina direttoriale del 15 maggio 2015, del Direttore Generale della **Dgscerp** del **MISE-Com**, (il cui avviso è pubblicato sulla **Gazzetta Ufficiale** n. 143 del 23/6/15), sono stati approvati gli elenchi e la graduatoria relativi alle misure di sostegno per le radio locali relativamente all'anno 2013. Come di consueto, tale graduatoria e tali elenchi verranno resi definitivi dopo 60 giorni dalla pubblicazione. Rammentiamo 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 2013, ammonta a € **9.039.441** circa.

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



Direttore Responsabile: Manfredi Pagano
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
Sito: www.coordinamentonazionaletelevisioni.it