

■ LCN: L'AGCOM MUOVE I PRIMI PASSI

Come anticipato nel precedente numero di FRT Radio & Tv Notizie della scorsa settimana, con la delibera approvata venerdì 16 aprile dal Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni non è ancora stato adottato alcun Regolamento, ma è stata soltanto approvata la "consultazione pubblica sullo schema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre e di modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media audiovisivi". La consultazione avrà una durata di 15 giorni e ciò significa che, a voler essere ottimisti, prima del 15/20 (per non dire fine) maggio il Regolamento non sarà disponibile.

Lo schema di numerazione proposto dall'Agcom prevede che:

- i numeri da 1 a 9 siano attribuiti ai canali generalisti tradizionali;
- i numeri da 10 a 19 siano riservati alle emittenti locali ex analogiche di particolare valore e radicamento sul territorio;
- i numeri da 20 a 70 siano attribuiti ai canali digitali nazionali suddivisi per generi di programmazione;
- i numeri da 71 a 100 siano riservati alle emittenti locali.

Tale ripartizione verrà ripetuta nel blocco da 100 a 200, mentre dal numero 300 fino al numero 499 saranno posizionati i canali a pagamento. Dal 500 al 599 ci saranno le trasmissioni in HD e i canali da 600 a 699 saranno assegnati alle radio.

L'Agcom ha anche previsto la possibilità di introdurre, per decoder digitali e televisori integrati, una modalità di navigazione aggiuntiva rispetto all'ordinamento automatico dei canali al fine di consentire la visualizzazione della lista di tutti i programmi disponibili suddivisi per generi di programmazione.

Il Presidente della FRT, **Filippo Rebecchini** ha rilevato quanto segue: *"premesse che l'abitudine degli ascolti degli italiani ha evidenziato che negli ultimi due numeri del primo blocco (numeri 8 e 9 ndr) sono storicamente posizionate le tv locali di maggior ascolto, ciò che particolarmente interessa a tutti gli operatori televisivi è la determinazione dei criteri di attribuzione del numero in ciascun blocco. E' proprio questo che tutti aspettano di sapere. L'esperienza delle aree "All Digital" ha insegnato che il sistema di autoregolamentazione non regge. Si è capito subito che stabilire i blocchi senza trovare un accordo sui criteri di attribuzione del numero all'interno degli stessi serve a ben poco. Proprio per questo motivo Agcom e MSE – Comunicazioni sono intervenuti per fissare una volta per tutte regole e sanzioni. Ma per questo, come già si sapeva, c'è ancora da aspettare".* Sorvolando, per il momento, sul fatto che lo schema di cui sopra non specifica chi deve andare nei blocchi successivi al numero 699 e , soprattutto, nel blocco da 201 a 299 , (per logica dovrebbe replicarsi ancora lo schema precedente), il Presidente dell'Associazione Tv Locali FRT, **Maurizio Giunco**, ha osservato che *"lo schema di attribuzione dell'LCN, sottoposto a consultazione dall'Agcom, penalizza ingiustificatamente le tv locali riservando loro, in ogni blocco di 100 numeri, 40 posizioni contro le 60 previste per le tv nazionali. Premesso che l'individuazione del primo blocco riservato alle emittenti locali non rispecchia pienamente le << abitudini degli ascoltatori >>, lo schema proposto da DGTVi era più equilibrato e più rappresentativo delle esigenze reali prevedendo 49 posizioni alle tv locali e 50 alle tv nazionali"* (il numero 100, infatti, nell'accordo DGTVi, non verrebbe assegnato, ndr) *"in audizione faremo presente questa immotivata sproporzione"*.

■ IL DIGITALE TERRESTRE E LE REGOLE CHE NON CI SONO

La prossima settimana è prevista l'audizione dell'Associazione Tv Locali FRT presso l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Antitrust) in merito all'indagine conoscitiva che ha come obiettivo la verifica degli effetti del processo di evoluzione del settore audiovisivo sulle dinamiche concorrenziali e sui consumatori. La digitalizzazione delle reti trasmissive terrestri, unitamente allo sviluppo di modalità innovative di produzione, distribuzione, trasmissione e fruizione di contenuti potrebbe, infatti, avere un impatto significativo sui mercati sotto il profilo tecnologico ed economico. E' noto che il digitale terrestre, consentendo di superare la scarsità di risorse frequenziali e, di conseguenza, di abbattere la c.d. barriera all'entrata nel mercato, permette sia l'aumento dei canali free-to-air trasmessi a livello nazionale e locale, sia lo sviluppo di servizi di *pay-tv*.

In tale contesto, caratterizzato da forti elementi innovativi è, dunque, indispensabile eliminare fin da subito qualsiasi ostacolo allo sviluppo competitivo tra le imprese consentendo loro di potersi confrontare in un mercato fatto di regole chiare, certe e non discriminatorie. E' necessario evitare perciò che il mercato si sviluppi selvaggiamente per non essere costretti a dover intervenire con disposizioni posticce e di ripiego quando il danno è già stato provocato (come è successo con la mancata regolamentazione dell'LCN). Che, in generale, il mercato corra più veloce del legislatore nessuno lo mette in dubbio. Nel caso della digitalizzazione del sistema radiotelevisivo (per non parlare dell'ampia convergenza dei media sul digitale) non è, però, stato così. Per esempio, della necessità evidenziata dagli operatori televisivi di regolamentare l'LCN se ne discute da anni e la soluzione è ancora attesa. Il problema dei decoder chiusi (come quello della piattaforma Sky) che impediscono l'accesso a nuovi operatori, e quindi a nuove offerte, è un altro grosso ostacolo alla libera concorrenza tra le imprese e alla libera fruizione delle nuove offerte da parte del consumatore finale costretto a dimenarsi tra due, tre o più telecomandi. E che dire sulla pianificazione delle frequenze delle aree del nord Italia di prossima digitalizzazione? Ad un mese dallo switch-over della grande area Lombardia, Piemonte orientale e delle province di Parma e Piacenza non è stato ancora convocato il tavolo tecnico per la pianificazione delle risorse frequenziali. Il rischio è di vedere replicare le negative esperienze di Lazio e Campania, con le emittenti locali che si sono viste assegnare le frequenze solo poche ore prima dello switch-off. In un processo di cambiamento radicale come il DTT può essere accettabile il concetto che le prime fasi (come gli switch-off del 2008 e del 2009) servano – anche - per testare le metodologie operative. Oggi, però, c'è piena consapevolezza su quali sono gli errori da evitare. Per questo motivo il Presidente dell'Associazione Tv Locali FRT, **Maurizio Giunco**, nella riunione di gennaio del CNID, aveva esplicitamente chiesto, come assoluta priorità, l'esigenza di definire per tempo l'LCN e l'assegnazione delle frequenze per dare la possibilità alle imprese di pianificare gli investimenti e dotarsi del materiale tecnico occorrente per la conversione degli impianti.

In un quadro competitivo incerto e non adeguatamente presidiato dalle Istituzioni anche le pratiche commerciali scorrette (come quelle messe in atto sulla raccolta pubblicitaria da alcuni operatori *pay-tv* a danno delle tv locali) sono di facile attuazione e, oltre a causare danni a volte irreparabili, finiscono anche per mortificare il lavoro degli imprenditori televisivi locali.

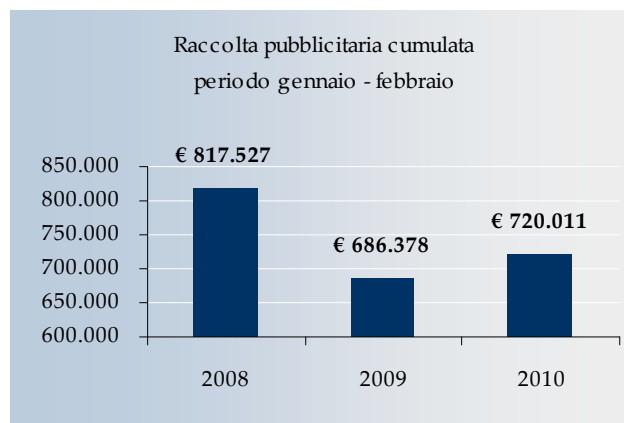
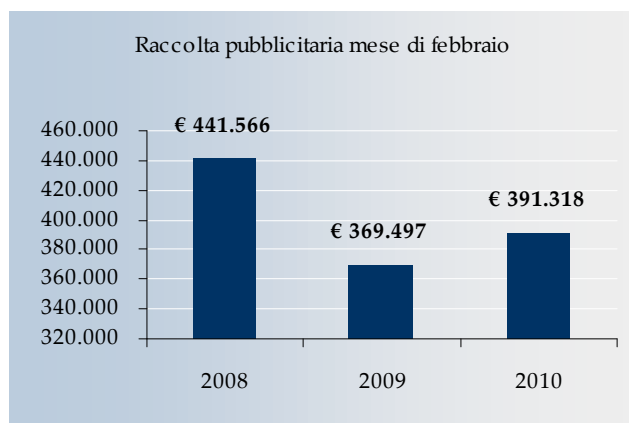
■ A BREVE IL PAGAMENTO DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DELLE TV LOCALI PER LO SWITCH-OFF IN CAMPANIA

A causa di un disguido burocratico relativo alla registrazione in Corte dei Conti del provvedimento del MSE – Comunicazioni si è verificato uno slittamento dell'erogazione dei fondi stanziati dal Ministero per la campagna di comunicazione relativo allo switch-off della *Continua a pagina 3*

regione Campania. Da informazioni assunte dalla FRT nel giro di qualche giorno la Fondazione Ugo Bordoni, soggetto commissionario della campagna di comunicazione, provvederà ad emettere i mandati di pagamento alle tv locali.

■ PUBBLICITA' , CONTINUA LA RIPRESA SUL MEZZO TELEVISIVO

Continua la ripresa degli investimenti pubblicitari sul mezzo televisivo. Nel mese di febbraio la raccolta è stata pari a oltre 391 mln di euro, in aumento di 21,8 mln di euro rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La raccolta riferita invece al primo bimestre 2010 ammonta a 720 mln di euro in crescita del 4,9% sullo stesso periodo dello scorso anno, ma ancora inferiore al primo bimestre del 2008, anno che ha segnato il picco massimo degli investimenti in tv. La ripresa è trainata dagli aumenti degli investimenti di molti settori importanti come alimentari (+10,8%), telecomunicazioni (+16,5%) farmaceutici (+10,4%). In calo invece la spesa pubblicitaria del settore automobili (-6,6%).



Rielaborazione FRT su dati Nielsen

Nel complesso gli investimenti pubblicitari nel primo bimestre del 2010 sono cresciuti del +2,7% rispetto allo stesso periodo del 2009 arrivando a sfiorare la soglia di 1,3 miliardi di Euro. "Il dato - a giudizio degli analisti della Nielsen - è in parte dovuto al confronto con un periodo particolarmente duro come l'inizio del 2009, ma è da considerarsi comunque positivo".

■ CONTRIBUTO ANNUALE AGCOM, VERSAMENTO ENTRO IL 30 APRILE

Come già comunicato con circolare FRT n.14/2010, il 30 aprile prossimo scade il termine per il versamento del contributo annuale per il funzionamento dell'Agcom cui sono tenuti i soggetti indicati dalla delibera n.722/09/CONS. Nel rimandare per dettagli operativi alla sopra citata circolare si ricorda che l'ammontare del contributo è fissato nella misura dell'1,5 per mille dei ricavi complessivi dell'ultimo bilancio approvato prima del 10 dicembre 2009.

■ V° CONFERENZA ANNUALE DGTVi IL 3 E 4 MAGGIO A MILANO



Lunedì 3 e martedì 4 maggio prossimi si svolgerà a Milano, presso il Teatro Dal Verme, la Quinta Conferenza Nazionale sulla TV digitale terrestre dal titolo "L'Italia è Digitale", organizzata da DGTVi. Nell'ambito della Conferenza - che anticiperà di due settimane l'avvio del processo di switch-over della Lombardia e del Piemonte Orientale del 18 maggio - l'Associazione Tv Locali FRT presenterà le nuove offerte delle tv locali già operanti nella piattaforma DTT.