



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Radio Tv News

24 APRILE 2014 - NUMERO 04

03

Lavoro

04

Mercato e Pubblicità

06

Tecnologie

07

Normativa



Direttore Responsabile: Emilio Carelli | Direttore Editoriale: Andrea Franceschi

In redazione (redazione@confindustriaradiotv.it): Rosario A. Donato, José M. Casas, Elena Cappuccio, Annamaria La Cesa, Michele Farina, Carlo Cornelli

Editore: Confindustria Radio Televisioni, Viale Regina Margherita n. 286, Roma Tel. 06/4402104 - Fax 06/4402723 | www.confindustriaradiotv.it |

segreteria@confindustriaradiotv.it | Iscritto al n. 54 del Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma il giorno 01/04/2014



O3. Lavoro

O3. CCNL: siglato con CGIL-CISL-UIL l'ipotesi di accordo relativa alla parte economica



O4. Mercato e Pubblicità

O4. Cinema italiano 2013: produzione stabile, incassi e presenze in crescita, investimenti in calo



O6. Tecnologie

O6. Atlante europeo dei 34 poli di eccellenza ICT



O7. Normativa

O7. La diffamazione resta tale anche se il diffamato non è indicato per nome, ma è comunque identificabile



O8. In breve

O8. Comunicazione annuale al ROC

Lavoro



CCNL: siglato con CGIL-CISL-UIL l'ipotesi di accordo relativa alla parte economica

Giovedì 17 aprile, presso la sede di Confindustria Radio Televisioni, le delegazioni di parte datoriale (composta da Confindustria Radio Televisioni e dalla RNA - Radio Nazionali Associate, con l'ANICA) e sindacale dei lavoratori (SLC-CGIL/FISTel-CISL /UILCOM-UIL) hanno siglato l'ipotesi di un accordo ponte del CCNL di settore a valere per il biennio 2013/2014. Le parti sottoscrittrici hanno regolato con reciproca soddisfazione la parte economica relativa al settore radiotelevisivo. E' stato previsto un aumento retributivo pari a 51 euro mensili per il 5° livello baricentrico che sarà erogato in due soluzioni, rispettivamente di 20 e di 31 euro, con

decorrenza dal 1° maggio e dal 1° settembre 2014. E' stata inoltre prevista un' "una tantum" a copertura del periodo gennaio 2013-aprile 2014 fissata, sempre per il 5° livello, in 260 euro. Per il settore radiofonico (il riferimento è al 3° livello della classificazione) l'aumento è di 35,70 euro mensili, con un' "una tantum" di 182 euro. Nell'ipotesi di accordo è stata inoltre prevista la costituzione di un'apposita Commissione, in seno all'Osservatorio Nazionale, per la definizione di una copertura assistenziale sanitaria integrativa per i lavoratori del comparto.

Mercato e Pubblicità

Cinema italiano 2013: produzione stabile, incassi e presenze in crescita, investimenti in calo

Mappa del prodotto cinema in Tv

La produzione di film italiani si mantiene stabile, 167 titoli prodotti nel 2013, uno in più del 2012, ma calano gli investimenti scesi del 27% a 358 milioni di euro. Scende, di conseguenza, il budget medio dei film (1,7 milioni, era 2 milioni nel 2012), ma soprattutto diminuiscono i film ad alto budget (da 34 a 28) mentre aumentano i film a "micro budget" (meno di 200 mila euro), che balzano da 37 a 53. Salgono incassi e presenze, +20% rispetto al 2012, ma si è ancora lontani dai livelli del 2011. È questo il quadro luci e ombre del cinema italiano che emerge dai dati elaborati dal MiBact e dall'Anica per il 2013 e presentati a Roma il 15 aprile alla presenza del Ministro Dario Franceschini. Dai dati risulta che il cinema, e in particolare il

cinema italiano, si conferma una risorsa per la Tv:

- aumenta il numero di passaggi televisivi di film italiani o coprodotti sulle Tv generaliste: 1607 passaggi (1391 titoli unici) nel 2013 contro i 1594 (1383) nel 2012;
- aumentano i film italiani in prime time, da 140 a 164: segno + per Rai 1, Rai 3, Canale 5 e Italia1, uguale Rete 4, in calo La7; Canale 5 è la rete che trasmette più cinema italiano in prima serata, 48 film seguita da Rai 3, 47;
- i film italiani rappresentano una risorsa per la Tv sia a livello di nuovi titoli, 86 i passaggi di film italiani prodotti dopo il 2010, sia di catalogo, oltre la metà dei passaggi si riferisce a titoli italiani del periodo 1950-1979.
- tra le top 10 di film in Tv, cinque

sono titoli italiani, fra cui i primi tre (La Vita è bella, Benvenuti al Sud, Il peggior Natale della mia vita) con oltre il 22% di *share*.

Quindi il cinema in Tv c'è, anche negli spazi pregiati, con una resa di *share* media al 5,3%, seconda solo ai film USA (5,9%). Non si dimentichi poi la massiccia presenza di prodotto cinematografico sulle televisioni tematiche. Sulle reti satellitari sono 48.479 i passaggi di film, 2.144 i titoli unici, di cui 24% italiani (513 titoli), in leggero calo rispetto al 2012 (quando erano 647). Ma forse il dato più interessante è quello della presenza di cinema italiano sulle reti tematiche trasmesse su digitale terrestre, un'offerta che si aggiunge gratuita al pubblico televisivo: sono 1.730 i titoli unici italiani trasmessi sulle reti DTT





nel 2013, di cui 1.073 trasmessi da Mediaset (Iris, La 5, Italia 2 e Top Crime), 584 da Rai (Rai 4, Rai 5, Rai Movie). I film italiani costituiscono il 62% dell'offerta di film delle reti tematiche gratuite di Mediaset, il 30% delle reti Rai. Nel grafico si riporta la ripartizione del cinema fra gli editori delle televisioni tematiche.

La Tv è il primo investitore unico nel cinema italiano, attraverso l'investimento diretto e le prevendite con un apporto stimabile per il 2013 a ben oltre il 50% delle fonti "altre" citate da Anica (altri fondi locali, apporti societari, prevendite diritti, investimenti emittenti) e pari complessivamente a 170,7 milioni di euro. Pur nella crisi che attanaglia il settore audiovisivo, il cinema italiano mantiene quote di mercato locale considerevoli, oltre il 30% degli incassi totali, un *exploit* condiviso in Europa solo con la

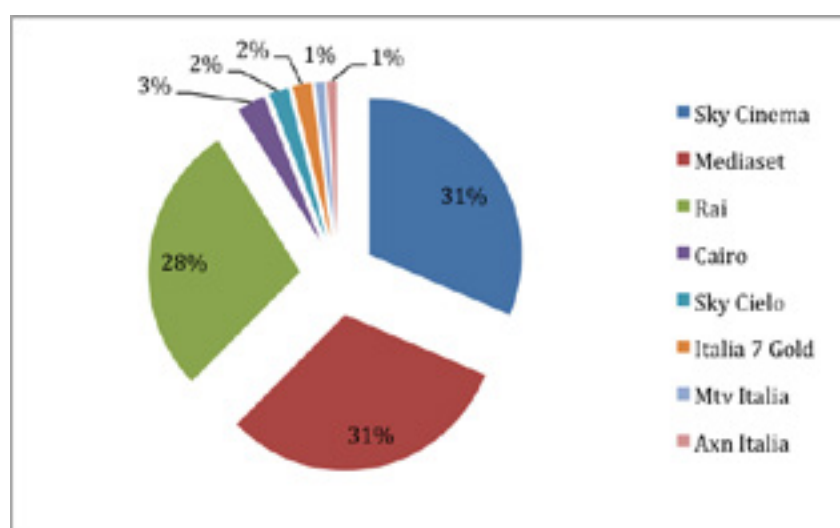
Francia, mercato dove il prodotto è molto più sostenuto. E genera eccellenze: il 2014 ha premiato con l'Oscar La Grande Bellezza. Una produzione Medusa, gruppo Mediaset.

Durante la presentazione della ricerca sono comunque emersi commenti e pareri contrastanti.

"Sono le Tv che hanno fatto calare gli investimenti, il sistema delle quote non ha funzionato" ha commentato Riccardo Tozzi Presidente dell'Anica che ha anche sottolineato la scarsa presenza di cinema in Tv, "soprattutto film italiani in prima serata, e in particolare sull'emittente pubblica Rai". Giampaolo Letta Amministratore Delegato di Medusa Film ha ribattuto che la sua azienda ha ridotto l'impegno in cinema straniero a favore della produzione italiana, e mantenuto i livelli di investimento nonostante la crisi. Paolo Del Brocco, amministratore

delegato di Rai Cinema, dopo aver richiamato l'impegno profuso dalle reti ammiraglie sulla fiction italiana ha aggiunto che la Rai in piena autonomia "nell'ambito del perimetro degli investimenti in cinema italiano già previsti dalla legge vigente ha inteso accogliere volontariamente una sollecitazione del Ministero dei Beni culturali che meglio qualifica la sottoquota d'investimento nelle nuove produzioni per il prossimo triennio..." chiarendo che l'investimento in produzione di nuovi film crescerà nel prossimo triennio del 20%. Il ministro Dario Franceschini ha ribadito che "le televisioni devono dare un contributo fondamentale per il sostegno alla produzione. Le norme sulle quote di investimento vanno sistemate, dovremo spingere per la programmazione di film italiani in Tv".

PROGRAMMAZIONE TITOLI UNICI TRASMESSI DALLE TV TEMATICHE (SAT E DTT) NEL 2013



Fonte DG Cinema/Anica su elaborazione Studio Frasi

Tecnologie



Atlante europeo dei 34 poli di eccellenza ICT

Milano, primo hub italiano, al 14° posto

La Commissione europea ha pubblicato il nuovo atlante europeo dei poli di eccellenza nella ICT che mostra in quali zone prosperano le tecnologie digitali e analizza i fattori che contribuiscono al loro successo. Lo studio ha analizzato tutte le regioni dell'UE (ossia le 1303 regioni NUTS3) sotto il profilo dell'attività nelle ICT, assegnando a ciascuna un punteggio basato sul suo peso relativo: il 14% delle regioni ha totalizzato oltre 20 punti, le 34 migliori tra 41 e 100 punti. I tre fattori analizzati del settore ICT sono l'attività imprenditoriale, la ricerca e sviluppo e l'innovazione, in base alla relativa intensità (ad es., fatturato, crescita del fatturato, numero di dipendenti), internazionalizzazione (ad es., numero di partner internazionali dell'impresa/centro di ricerca/università) e presenza nelle reti (ruolo di ciascuna regione nelle reti: quali regioni costituiscono nodi nevralgici in collegamento diretto con molti partner, quali invece hanno collegamenti che consentono solo scambi limitati). Lo studio mostra che la maggior parte dell'attività nelle ICT si concentra in 34 regioni sparse in 12 paesi e che una regione riesce a conseguire l'eccellenza nelle ICT grazie alle attività di ricerca e sviluppo che ospita sul territorio, alla capacità di trasporre sul mercato la conoscenza (ossia all'innovazione) e alla capacità di costruire su quest'innovazione un'attività imprenditoriale intensa.

Ai primi posti sono le grandi aree di Monaco, Londra e Parigi (con indice EIPE, cioè l'indicatore composito utilizzato per valutare globalmente i vari parametri considerati, compreso tra 90 e 100), ma lo studio mette in evidenza anche l'importanza di regioni di dimensioni più piccole, come Darmstadt e Karlsruhe in Germania, Lovanio in Belgio e Cambridge nel regno Unito (con indice EIPE compreso tra 60 e 80). La prima e unica area italiana presente nella classifica dei primi 34 hub ICT europei è Milano, al 14° posto, con indice EIPE pari a 59 su 100 punti. Le altre aree italiane con un indice EIPE compreso tra 21 e 41 sono: Roma con 39, Torino con 32, Bologna con 29 e Firenze con 21. Le regioni di punta nelle ICT sono accomunate da queste caratteristiche: sono perlopiù zone industriali di vecchia data; ospitano istituti d'istruzione prestigiosi e altri attori fondamentali dell'innovazione; conducono politiche a lungo termine in tema di ricerca e innovazione; godono di vantaggi storici (sono ad esempio la capitale politica nazionale); tendono a raggrupparsi (dei 34 poli di eccellenza, la metà è costituita da regioni limitrofe). Le stesse caratteristiche sono state osservate in posti come la Silicon Valley (USA), Bangalore (India) o Changzhou (Cina). Per saperne di più:

<http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/ISG/EIPE.html>

Normativa

La diffamazione resta tale anche se il diffamato non è indicato per nome, ma è comunque identificabile

Pochi giorni fa la Cassazione, con sentenza del 16 aprile 2014, n. 16712 ha espresso una linea particolarmente rigorosa nel valutare un comportamento diffamatorio che andava a colpire una persona, il cui nome non veniva menzionato, ma comunque identificabile.

Alla sentenza è stato dato ampio risalto soprattutto perché la vicenda si è consumata all'interno di un social network come Facebook, ma va segnalato che i principi espressi sono applicabili a maggior ragione ai media audiovisivi.

L'episodio riguardava le frasi offensive pubblicate su Facebook da un imputato nei confronti di un collega di lavoro (non indicato nominativamente) verso il quale erano stati espressi giudizi

ed apprezzamenti negativi e insinuanti, espressi perdipiù in modo volgare.

La vittima di tali affermazioni, come detto, non era stata nominata, ma poteva essere agevolmente identificabile per il contesto lavorativo in cui i fatti erano maturati e per i riferimenti alle specifiche scadenze temporali.

Il giudice di appello aveva assolto l'imputato per insussistenza del fatto, in quanto l'identificazione della persona offesa era sì possibile, ma solo da parte di una ristretta cerchia di soggetti facenti parte dei contatti dell'imputato.

Ha osservato invece la Corte di Cassazione che la frase incriminata era ampiamente conoscibile e suscettibile di diffusione, essendo stata pubblicata sul

cosiddetto "profilo Facebook", mentre l'identificazione della persona diffamata era favorita dal riferimento al contesto (contrastati relativi ad avanzamenti di carriera) nell'ambito del quale il conflitto era nato.

Insomma, data la frase e dal contesto del profilo poteva desumersi, con ragionevole certezza, l'inequivoca identificazione dell'offeso.

È stata ritenuta irrilevante la circostanza per la quale tale identificazione poteva avvenire solo da parte di un numero limitato di persone. La pubblicazione su Facebook aveva determinato la conoscenza delle frasi offensive da parte di più «soggetti iscritti al social network e chiunque, collega o conoscente dell'imputato, avrebbe potuto individuare la





persona diffamata».

Dalla sentenza in esame si evince quindi il principio per il quale i comportamenti diffamatori, sia nell'attività giornalistica esercitata attraverso media audiovisivi che in quella "social" non potranno essere discriminati da un finto anonimato della persona oggetto di attenzione, se quest'ultima risulterà essere riconoscibile anche all'interno di una cerchia ristretta di persone.

La pronuncia si inserisce in un contesto di attesa per l'approvazione del progetto di riforma di legge sulla diffamazione, approvato alla Camera dei Deputati nel mese di ottobre 2013, fermo

però a tutt'oggi, alla Commissione Bilancio al Senato.

Tra i temi affrontati nel disegno di legge non c'è solo quello dell'abolizione del carcere per i giornalisti ma anche la modifica dello strumento della querela per diffamazione, del diritto di rettifica e dei limiti per eventuali risarcimenti di danni. Queste modifiche alla legislazione attuale sono necessarie per evitare che l'utilizzo improprio di questi strumenti abbia quale effetto quello di azzittire televisioni, giornali e/o siti internet.

Tra l'altro, recentemente, nel corso di un convegno organizzato in Senato è stato lo stesso Presidente

Pietro Grasso a sollecitare un rapido esame della legge per arrivare il più presto possibile all'approvazione, come chiedono da tempo la Corte europea dei diritti dell'uomo e l'Organizzazione per la sicurezza e la cooperazione in Europa, eppure, ad oggi il disegno sembra finito nel dimenticatoio.



In breve

Comunicazione annuale al ROC

Si ricorda che i soggetti iscritti al ROC (Registro degli operatori di comunicazione) sono tenuti ad inviare all'AGcom la comunicazione annuale anche in assenza di variazioni rispetto all'anno precedente. Si segnala che ai sensi dell'art. 2, comma 2 della Delibera n. 565/13/CONS recante "Modifiche alla Delibera n.666/08/CONS del 26 novembre 2008, Catasto pubblico delle frequenze ed altre disposizioni concernenti la tenuta del Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC)" i soggetti costituiti in forma di società di capitali o cooperative

debbono effettuare la comunicazione annuale al ROC entro trenta giorni dalla data di deposito del bilancio in Camera di Commercio (mentre in precedenza l'obbligo della comunicazione doveva essere adempiuto entro trenta giorni dalla data dell'assemblea che approva il bilancio e la comunicazione doveva essere aggiornata alla data dell'assemblea). Per i soggetti costituiti in forma di società di persone resta invece fermo l'obbligo di trasmettere la comunicazione annuale entro il 31 luglio di ciascun anno con i dati aggiornati a tale data.