



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Radio Tv News

19 GIUGNO 2014 - NUMERO 12

03

Vita Associativa

Report Assemblea Generale

06

Normativa

09

Galleria Foto

16

Rassegna Stampa

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, Piazza dei SS. Apostoli 66, 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. Vita Associativa

- O3. De Laurentiis: level playing field per competere ad armi pari
- O5. Riunito il Consiglio Generale di Confindustria Radio Televisioni
- O4. RTL 102.5 Vince agli NC Awards 2014



O6. Normativa

- O6. Il 30 giugno scade il termine entro il quale i fornitori di servizi di media audiovisivi devono comunicare all'Agcom il numero dei programmi autorizzati
- O7. Cambia il codice del consumo e la tutela per chi stipula contratti a distanza
- O7. Diritto d'autore, reati e contrassegno SIAE



O9. Galleria Foto

- O9. I volti dell'Assemblea



16. Rassegna Stampa

Sommario





Vita Associativa

De Laurentiis: level playing field per competere ad armi pari

Nel corso dell'Assemblea annuale di CRTV, gli associati hanno chiesto un nuovo quadro regolamentare per un settore strategico che con gli OTT sta cambiando velocemente

Stesso campo da gioco, regole eque per tutti. E' la richiesta emersa dall'Assemblea generale di Confindustria Radio Televisione tenutasi l'11 giugno a Roma. Nel corso dei lavori, l'Associazione presieduta da Rodolfo De Laurentiis ha posto al centro del dibattito il ruolo dell'industria televisiva come "motore di sviluppo dell'Italia e dell'Europa". Gli interventi di tutti i relatori, davanti ad una platea affollatissima, si sono focalizzati sulla necessità di un adeguamento del quadro regolamentare che consenta al sistema di raccogliere i frutti del valore, non solo economico, creato. In questa occasione, il presidente di Confindustria Giorgio Napolitano ha chiesto a tutti i mezzi televisivi di dare

un'attenzione diversa al mondo delle imprese creando una cultura favorevole all'industria. Raccontando le opportunità di lavoro che l'industria continua a creare. Fra le istanze avanzate da CRTV, per bocca del suo Presidente, ci sono "un mercato unico dei contenuti, l'inserimento dei contenuti nell'Agenda Digitale Europea, la tutela del diritto d'autore online, una fiscalità equa anche sul web e la tutela del prodotto europeo nei trattati di commercio internazionale, andando oltre l'eccezione culturale". De Laurentiis ha ricordato che "secondo stime Siae 2013 sono di almeno 3 miliardi di euro all'anno i danni da download illegale, di cui 1,5 miliardi riferiti a musica e a film.





Nel 2011 i danni economici arrecati al solo audiovisivo erano stimati in 500 milioni di euro dall'indagine Papav/Ipsos, 60 milioni di euro quelli riferibili al settore tv dalla sola pirateria digitale di film. Secondo la stessa indagine, un quarto dei programmi televisivi veniva visionato illegalmente su internet: fra questi contenuti pregiati, come le serie tv (13%) e gli eventi sportivi. Oggi con app che semplificano download e streaming sui device mobili il fenomeno è sicuramente più accentuato".

I giganti del web, ecco il punto, capitalizzano guadagni "senza sottostare alle regole degli editori tradizionali" e "restituiscono pochissimo al sistema Paese in occupazione e tasse. Noi chiediamo di poter competere ad armi pari con regole nuove ed eque. Non chiediamo trattamenti di favore ma un comune campo di gara che elimini le distorsioni a livello di contenuti, investimenti, tetti che pesano su una sola parte del mercato". Per il presidente di Mediaset Fedele Confalonieri "dai cosiddetti 'Over the top' arriva un elemento di concorrenza sleale, perché ormai siamo sullo stesso prodotto. Noi paghiamo le tasse, invece da parte loro c'è una forma di neo colonialismo nel senso che qui non lasciano nulla in termini di occupazione e fiscali" aggiungendo che "quando si va a parlare con i commissari europei c'è un'apertura esagerata nei confronti delle aziende di tlc che non potendo aumentare gli introiti del loro mercato tradizionale vengono sui contenuti". Mentre Eric Gerritsen, Executive Vice President Communication & Public Affairs di Sky, ha puntato i riflettori sul business della pay tv: "in Italia è ancora poco sviluppata rispetto agli altri Paesi. Il totale del comparto "rappresenta meno dello 0,5% del Pil mentre in Gran Bretagna è lo 0,85 e gli abbonamenti alla pay Tv sono il doppio che in Italia" ed ha sottolineato che la "pay Tv è un'opportunità per la crescita e lo sviluppo del Paese". Gerritsen ha ricordato il recente accordo con Telecom, la crescita di Cielo e il lancio di Sky Online, sottolineando che Sky "è uscita dal perimetro del satellite aprendosi ad altri mercati" citando come esempio di creatività italiana la serie Gomorra "venduta in 60 paesi, creando valore". Per la Rai è intervenuto il vicedirettore generale della Antonio Marano secondo il quale è giunto il tempo per Viale Mazzini di "rifare la sua agenda". "Non dobbiamo essere alternativi a Sky o a Mediaset - ha sottolineato - ma complementari. Siamo una media company e la nostra sfida è passare a una offerta multiplatforma. E' un passaggio tecnologico e finanziario decisivo. Il 2016 - ha rimarcato - sarà la data del rinnovo del

contratto di concessione e sapremo quali strategie ci chiede il paese". Maurizio Giunco, presidente dell'Associazione delle tv locali ha sostenuto invece che le norme e i regolamenti sino ad ora applicati al suo settore non sono mai stati selettivi, non sono mai stati tesi alla valorizzazione delle aziende con una reale dignità d'impresa. Hanno sempre mirato alla conservazione di una pluralità di soggetti molti dei quali inesistenti mentre sono solo circa 100 le emittenti che garanti-scono l'occupazione, gli ascolti del comparto, una consistenza patrimoniale e concentrano i ricavi del settore". Per Giunco l'Associazione Tv Locali, aderente a CRTV, "non intende né ha mai inteso rappresentare emittenti pirata o collezionisti di frequenze, ma rappresenta invece gli editori televisivi locali orgogliosi di esserlo che hanno sempre fatto impresa e vogliono continuare a farla. Occorre però capire se il "sistema Italia" vuole ancora le Tv locali. Quello che è certo è che gli imprenditori hanno bisogno di regole chiare e certezze per il futuro".

Una prima risposta dalle istituzioni è arrivata, in tempo reale, dal sottosegretario con delega alle Comunicazioni, Antonello Giacomelli presente al tavolo. Il quale ha replicato a Giunco affermando che la 'ratio' dei contributi alle tv locali "sarà il sostegno all'attività editoriale mentre ora i contributi sono dati sul presupposto che le emittenti siano un operatore di rete. Cambiamo - ha affermato - in modo tale che il meccanismo dia la preminenza a chi investe in informazione, in innovazione tecnologica, a chi ha dipendenti impiegati in attività editoriali". Giacomelli si è soffermato anche sul tema degli 'Ott', prendendo spunto dall'intervento del presidente di Mediaset: "Non parlerei di neocolonialismo - ha sostenuto - ma il problema esiste. Ritengo che gli operatori devono operare a parità di condizioni al di là delle piattaforme su cui trasmettono", ma solo le regole non servono e comunque "ci deve essere una voce comune di tutta l'Europa". L' intento è sfruttare l'opportunità del semestre di presidenza italiana dell'Ue alle porte per sollecitare una soluzione a questo e altri temi caldi che possono trovare risposte adeguate solo a livello continentale. Anche perché il problema del sovraccarico di regole che pesa sugli operatori tradizionali, anche in termini di maggiori costi a fronte di una carenza di regole per le aziende del web, è riconosciuto dalle Authority. Lo hanno sottolineato nel corso dei lavori sia il presidente Antitrust, Giovanni Pitruzzella, che il commissario Agcom, Antonio Preto.





Per il primo “la sfida con gli Over the top va accolta perché questi ultimi assumono sempre più i connotati di operatori tradizionali” ma serve “equilibrio” nel valutare la loro azione. E’ un settore che può creare crescita e posti di lavoro, va seguito e stimolato”. Secondo Pitruzzella su questo terreno “il dialogo tra Autorità nazionali e Commissione europea e’ fondamentale”. Nel settore delle comunicazioni elettroniche “è infatti auspicabile la creazione di un vero mercato unico”. Infine, non ha negato che esista un problema di “sovraccarico regolatorio per gli operatori tradizionali che si traduce in costi d’impresa e dall’altro a una carenza di regole”. Anche per il commissario Agcom Preto è necessario “risolvere le asimmetrie normative tra operatori televisivi e società di internet per evitare che il mercato sia

sbilanciato a favore di una sola categoria di soggetti”. “C’è bisogno – per Preto - di una regolamentazione che non guardi più al sistema dei media come silos separati tra loro (radio, tv, stampa), perché Internet, grazie alla convergenza, ha allargato il perimetro di gioco. Perciò bisogna accelerare il percorso di modifica tanto della direttiva e-commerce quanto di quella sui servizi media audiovisivi. Oggi, infatti - ha sottolineato - cinema, fiction e altri generi di intrattenimento sono finanziati direttamente o indirettamente solo dal piccolo schermo. Si deve dunque andare verso una nuova regolazione dei contenuti per assicurare un ‘level playing field’. Infatti, l’applicazione di regole diverse a settori prima separati ed oggi convergenti tra loro può creare distorsioni concorrenziali e deprimere la stessa industria audiovisiva”.



Riunito il Consiglio Generale di Confindustria Radio Televisioni

L’11 giugno scorso si è tenuta a Roma presso la nuova sede di Confindustria Radio Televisioni di Piazza dei SS. Apostoli n. 66, la prima riunione del Consiglio Generale dell’Associazione presieduta da Rodolfo De Laurentiis. Nel corso della seduta il Consiglio Generale ha provveduto alla sostituzione per cooptazione, su proposta del Presidente, dei consiglieri Giorgio Tacchino (in rappresentanza di FRT) con Renato Stramondo, Marco Guglielmi (Rete Blu) con Paolo Ruffini e Raffaele Anecchino (Viacom) con Andrea Castellari. Entrano di diritto nel Consiglio Generale, in quanto membri cooptati dal Consiglio di Presidenza del 22 maggio scorso, anche Marcello Dolores (Discovery) e Stefano Selli (Mediaset). L’avv. Selli è stato anche nominato Vice Presidente dell’Associazione. Ai nuovi membri vanno le congratulazioni e gli auguri di buon lavoro da parte della redazione.

Il Consiglio ha inoltre approvato all’unanimità il bilancio preventivo 2014, il bilancio consuntivo 2013, le quote associative per il 2015, il piano delle attività e le modifiche allo statuto apportate con il fine di renderlo più snello mediante l’eliminazione di alcune duplicazioni e sovrapposizioni di funzioni tra il Consiglio di Presidenza e il Consiglio Generale con l’obiettivo di agevolare le attività del primo, che deve svolgere il compito di organo esecutivo, e di affidare al secondo funzioni di indirizzo strategico e consultive.

Il nuovo statuto individua, infine, in maniera più puntuale tre diverse categorie di associati, distinguendoli in imprese radiofoniche e televisive operanti in ambito nazionale, imprese radiofoniche e televisive operanti in ambito locale e soci aggregati.



Normativa

Il 30 giugno scade il termine entro il quale i fornitori di servizi di media audiovisivi devono comunicare all'Agcom il numero dei programmi autorizzati

Entro il 30 giugno prossimo, ai sensi dell'art. 23 comma 2 della Delibera N.353/11/CONS dell'Agcom, i fornitori di servizi di media audiovisivi devono comunicare all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni il numero dei programmi autorizzati alla diffusione secondo il modello allegato alla sopra citata delibera. La comunicazione può essere effettuata tramite e mail certificata all'indirizzo agcom@cert.agcom.it oppure mediante raccomandata con ricevuta di ritorno. Si

ricorda che la comunicazione è finalizzata alla verifica del rispetto dei limiti alle autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi nazionali e locali che l'Agcom effettua periodicamente d'ufficio e comunque entro il 30 ottobre di ogni anno nonché in occasione di notifica d'intese od operazioni di concentrazioni ai sensi dell'art. 43, comma 1 del Testo Unico dei Servizi di media audiovisivi e radiofonici ovvero su segnalazione di chi vi abbia interesse.

Cambia il codice del consumo e la tutela per chi stipula contratti a distanza (pubblicizzati anche attraverso le televendite)

Ampliato il diritto di recesso e le informazioni all'acquirente
Le nuove norme già in vigore dal 13 giugno scorso

Il decreto legislativo n. 21 del 21 febbraio 2014, in attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, ha introdotto modifiche al Codice del consumo decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (limitatamente agli articoli da 45 a 67). Molte le novità soprattutto per i contratti a distanza (pubblicizzati anche attraverso le televendite) per quelli stipulati via internet e comunque fuori dai locali commerciali: dall'ampliamento della durata del diritto di recesso che passa da dieci a quattordici giorni, ai tempi stretti per ottenere il rimborso di quanto pagato. Le nuove norme sono già entrate in vigore il 13 giugno scorso e si applicano sui contratti stipulati dopo tale data. Il provvedimento ha introdotto, tra l'altro, una norma che affida in via esclusiva all'Autorità Antitrust le competenze in materia di pratiche commerciali scorrette anche nei settori regolati. In base al decreto oroscopi, ricette, suonerie e giochi elettronici non potranno più essere pubblicizzati come gratuiti salvo poi nascondere costosi abbonamenti mensili o settimanali. I consumatori dovranno infatti confermare esplicitamente che l'offerta è a pagamento.

In caso contrario essi non sono vincolati al contratto o all'ordine e, quindi, non sono obbligati a pagare. Per quanto riguarda i contratti a distanza pubblicizzati

mediante le televendite debbono essere fornite, in modo chiaro, leggibile e comprensibile prima della conclusione del contratto, almeno le informazioni precontrattuali riguardanti:

- 1) le caratteristiche principali dei beni e servizi proposti;
- 2) l'identità del professionista;
- 3) il prezzo totale comprensivo delle imposte;
- 4) il diritto di recesso;
- 5) la durata del contratto.

Nel caso poi di contratti a tempo indeterminato, devono poi essere fornite informazioni aggiuntive sulle condizioni di risoluzione del contratto. Inoltre in caso di sussistenza del diritto di recesso, debbono essere fornite informazioni sulle procedure e le modalità per esercitarlo attraverso apposita documentazione predisposta, sulla durata del contratto e sulle condizioni per poter recedere da esso. Da segnalare infine che il consumatore dispone ora di 14 giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dai locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi aggiuntivi tranne quelli di spedizione per la restituzione del bene.

Diritto d'autore, reati e contrassegno SIAE

Negli ultimi tempi, la riflessione sulla tutela del diritto d'autore si è concentrata fortemente sul tema delle riproduzioni immateriali dei contenuti audiovisivi e la loro diffusione tramite Internet. Sorprendentemente, ogni tanto torna alla ribalta anche il vecchio tema delle riproduzioni su supporto materiale che, forse anche in ragione del digital divide che ancora caratterizza la nostra area geografica, continuano a rappresentare una voce importante del mercato sommerso basato sullo sfruttamento abusivo di contenuti protetti dal

diritto d'autore.

Per molto tempo, il bollino SIAE ha rappresentato uno strumento di contenimento di tale fenomeno delittuoso, e ciò anche grazie alla tutela penale garantita dalla L. 22 aprile 1941, n. 633, art. 171 ter, comma 1, il quale punisce, da un lato, l'abusiva duplicazione e riproduzione (lett. a) e b)) e, dall'altro lato, sia la detenzione per la vendita di opere abusivamente duplicate o riprodotte (lett. e), sia la detenzione per la vendita di opere prive del contrassegno Siae (lett. d).





Tuttavia, la Corte di Giustizia europea - con sentenza emessa l'8 novembre 2007 nel procedimento C-20/05, Schwibbert, ha statuito che l'obbligo di apporre sui compact disc contenenti opere d'arte figurativa il contrassegno Siae in vista della loro commercializzazione nello Stato membro interessato, rientra nel novero delle regole tecniche che devono essere notificate dallo Stato alla Commissione della Comunità europea, la quale deve poter disporre di informazioni complete al fine di verificare la compatibilità dell'obbligo con il principio di libera circolazione delle merci, con la conseguenza che qualora tali regole tecniche non siano state notificate alla Commissione non possono essere fatte valere nei confronti dei privati e devono essere disapplicate dal giudice nazionale.

Ora, poiché l'obbligo di apposizione del bollino SIAE per i supporti non cartacei è posteriore alla istituzione, con la direttiva 83/189/CEE, della procedura di comunicazione. Lo Stato italiano avrebbe dunque dovuto procedere a notificare la nuova normativa alla Commissione non appena approvata la riforma della legge sul diritto d'autore che introduceva il bollino per i supporti non cartacei, ma ha ommesso di farlo.

Il Governo allora in carica ha tentato di correre ai ripari con il D.P.C.M. 23 febbraio 2009, n. 31, stabilendo che erano "legittimamente circolanti, ai sensi del citato articolo 181-bis della legge 22 aprile 1941, n. 633, i supporti prodotti entro la data di entrata in vigore della legge 18 agosto 2000, n. 248, purché conformi alla legislazione previgente in materia di contrassegno e di tutela del diritto d'autore, nonché i supporti prodotti dopo l'entrata in vigore della medesima legge n. 248/2000 e conformi alle disposizioni regolamentari di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 11 luglio 2001, n. 338, come modificato dal decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 25 ottobre 2002, n. 296" (art. 1, comma 2). Al di là dei tecnicismi, il tentativo era quello di accreditare la tesi per la quale il bollino non era una novità da comunicare alla Commissione, ma semplicemente un'applicazione delle norme della legge del '41.

La giurisprudenza penale è stata di tutt'altro avviso e, fino alla recentissima sentenza Cass. pen. Sez. III, Sent., (ud. 15-04-2014) 19-05-2014, n. 20497 ha ribadito che, per il periodo precedente al 2009, l'obbligo di apposizione del contrassegno Siae non poteva essere fatto valere nei confronti dei privati e doveva essere disapplicato dal giudice nazionale.

Non essendo quindi in vigore un obbligo di apporre sui supporti il contrassegno SIAE, la detenzione, commercializzazione, noleggio, ecc. di supporti privi di detto contrassegno non poteva considerarsi prevista dalla legge come reato.

Osserva in proposito la Corte: "Alla mancanza del contrassegno Siae, dunque, non può attribuirsi neppure valore indiziario. Invero, dall'obbligo per il giudice di disapplicazione deriva necessariamente che egli non può più considerare la mancanza di contrassegno Siae come indizio della abusiva duplicazione o riproduzione dei supporti, giacché altrimenti si continuerebbe a dare al contrassegno quel suo valore essenziale di garanzia della originalità e autenticità dell'opera, che invece non ha acquisito nei confronti dei soggetti privati per effetto della mancata comunicazione alla Commissione europea".

La carenza di tutela del diritto d'autore per il lunghissimo tempo trascorso tra l'entrata in vigore delle nuove norme e la loro comunicazione alla Commissione non rappresenta, secondo la Corte, che un mero fatto, non rilevante per la decisione.

Il principio giurisprudenziale ora descritto sembra ormai consolidato, e il danno, per così dire, è fatto. Resta la speranza che il ritorno del bollino dal 2009 consenta una migliore repressione del fenomeno che, come accennavamo all'inizio, non sembra destinato a sparire con l'avvento della rete, visto che la cronaca quasi quotidiana parla di sequestri importanti di CD e DVD contraffatti, realizzati nell'ambito di operazioni criminali spesso orchestrate dalla criminalità organizzata.

Galleria Foto

I volti dell'Assemblea



“Vogliamo competere ad armi pari”

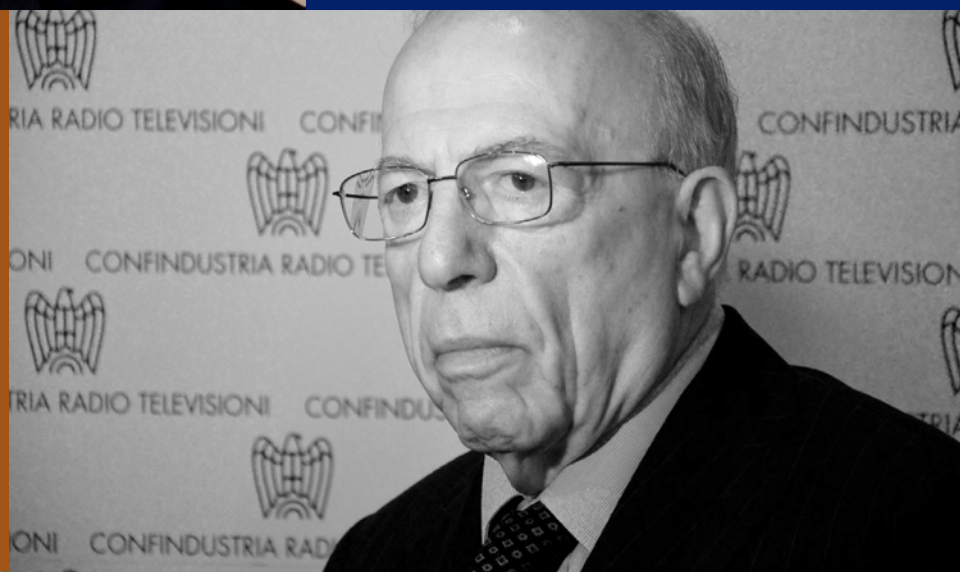
Rodolfo De Laurentiis

Presidente Confindustria
Radio Televisioni

“Dagli OTT concorrenza sleale”

Fedele Confalonieri

Presidente Mediaset



“Anche le Tv locali hanno bisogno di regole chiare”

Maurizio Giunco

Presidente FRT



“La pay Tv è un’opportunità
per lo sviluppo del Paese”

Eric Gerritsen

EVP Communication & PA SKY Italia

“Sugli OTT serve equilibrio”

Giovanni Pitruzzella

Presidente AGCM



“Nuova regolazione
per assicurare un
‘level playing field’ ”

Antonio Preto

Commissario AGCom

“Sfrutteremo il nostro
semestre Ue per la
soluzione dei temi
caldi del settore”

Antonello Giacomelli

Sottosegretario di Stato MISE





“La sfida della Rai
è passare ad un’offerta
multiplatforma”

Antonio Morano

Vice Direttore Generale Rai

“Chiediamo alla Tv di
creare una cultura
favorevole alle imprese”

Giorgio Squinzi

Presidente Confindustria











Rassegna Stampa

Il Sole 24 Ore

«Pari condizioni con i big del web»

Squinzi: le tv raccontino l'impresa - De Laurentiis: il sistema televisivo è centrale

Il Sole 24 Ore

Industria televisiva al bivio cruciale

La Repubblica - Ed. Nazionale

Lo sciopero oscura la Rai adesioni al 75%, no Usigrai

Pubblicom Now

L'industria radio tv e l'Europa

L'industria radiotelevisiva può essere un motore di sviluppo per l'Italia e per l'Europa? Su questo tema si è dibattuto ieri a Roma, durante l'assemblea generale di Confindustria radio televisioni, associazione di categoria nata esattamente un anno fa.

Il Sole 24 Ore

Anni
I media festeggiano:
90 anni di radio,
60 di televisione
e 25 di web

90

Frequenze. Confalonieri: sulla banda 700 hai un'autorizzazione per vent'anni e, tutto a un tratto, ti trovi a dover migrare

La Repubblica – Ed. Nazionale

CONCORRENZA Sotto accusa il sistema impositivo più favorevole

La Santa alleanza delle tv contro i colossi di Internet

Unione Sarda

Rai, sciopero e palinsesti in tilt

ItaliaOggi

Ieri l'assemblea di Confindustria Radio Tv. De Laurentiis: i vincoli pesano su una sola parte

Le tv vogliono parità col web

Per Rai e Mediaset 200 mln in meno all'anno di spot dal 2008

Pubblicom Now

Industria radiotv: l'Europa un treno da non perdere

Brescia Oggi

Il Giornale di Vicenza

L'Arena di Verona

FISCO DIGITALE. Nel mirino le tasse non pagate: avviata un'indagine

Allarme delle imprese italiane «I giganti web ci soffocano»