



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Radio Tv News

26 GIUGNO 2014 - NUMERO 13

03

Mercato e Pubblicità

08

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, 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. Mercato e Pubblicità

- O3. Arrivano le nuove tariffe per la copia privata
- O4. Una vittoria importantissima per i Broadcasters televisivi americani: la Corte Suprema ferma Aereo
- O5. Brusco rallentamento del mercato pubblicitario ad aprile
- O7. Pirata on line patteggia la pena. Condannati anche i genitori



O7. In breve

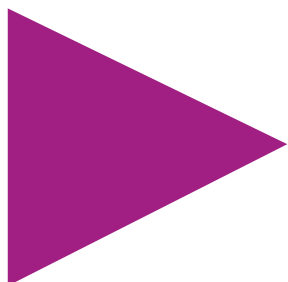
- O7. Il Gruppo Cairo Communication ha il proprio multiplex



O8. Normativa

- O8. Nuove indicazioni dell'AGCom sull'obbligo di comunicazione ai fini della verifica del rispetto dei limiti alle autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi
- O9. Il TAR del Lazio impone al MSE e all'AGCom di inibire interferenze illegittime
- O9. Alla firma il decreto sul fondo straordinario per l'editoria

Mercato e Pubblicità



Arrivano le nuove tariffe per la copia privata

Dopo diverse sollecitazioni, tra le quali va annoverato l'appello dei 4000 autori promosso dalla SIAE, il MIBAC ha ritoccato le tariffe dell'equo compenso per la riproduzione privata di fonogrammi e di videogrammi previsto dalla legge sul diritto d'autore. Il relativo decreto, già firmato dal Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo Dario Franceschini, è in attesa della pubblicazione, che avverrà dopo il passaggio alla Corte dei Conti e al Ministero dell'Economia. Confindustria Radio Televisioni è intervenuta nella consultazione ribadendo che la salvaguardia del sistema di equo compenso per il diritto di copia privata è una tutela fondamentale per la creazione di contenuti audiovisivi originali e auspicando l'adeguamento delle tariffe unitarie alla media europea. CRTV aveva inoltre offerto come spunti di riflessione:

- la valutazione delle memorie non residenti localizzate nella nuvola "cloud", assoggettabili a tariffe analoghe applicate ad altri supporti di archiviazione su hard disk esterni;
- la riconsiderazione delle tariffe applicate ad alcuni device ibridi, quali i decoder con funzionalità di registrazione limitata nel tempo e interna, in linea con la media europea.

Le nuove tariffe sono: 4 euro per gli smartphone con capacità di 16 gb; 4 euro i tablet, sempre con 16 gb di memoria; 0,36 euro per le memory card con 4 gb di capacità; 0,20 euro per i dvd.

Nonostante si tratti di somme più basse di quelle mediamente praticate in altri paesi dell'Unione - lo stesso MIBAC ha messo a confronto il dato italiano con quelli tedeschi e francesi - non sono mancate le polemiche: si è detto che le tariffe sarebbero superiori

rispetto ad altri paesi non presi in considerazione nel confronto e che la percentuale di coloro che usano i supporti digitali per le copie private è bassa. Si denuncia inoltre che le tariffe andranno a ricadere sul consumatore finale.

In realtà le tariffe vanno a compensare gli effetti negativi della infinita riproducibilità dei contenuti. Considerando che la capacità media di storage dei supporti digitali aumenta di anno in anno, non sembra che si potesse evitare un adeguamento della disciplina. Lo stesso ministro Franceschini ha programmato un riesame delle tariffe tra 12 mesi, in base ai lavori di un tavolo che, già previsto dalla normativa, è stato riattivato.

Il ministro ha poi dichiarato che "parlare di tassa sui telefonini è capzioso e strumentale: il decreto non introduce alcuna nuova tassa ma si limita a rimodulare ed aggiornare le tariffe che i produttori di dispositivi tecnologici dovranno corrispondere (a titolo di indennizzo forfettario sui nuovi prodotti) agli autori e agli artisti per la concessione della riproduzione ad uso personale di opere musicali e audiovisive scaricate dal web. Un meccanismo esistente dal 2009 che doveva essere aggiornato per legge".

Insomma, la misura si iscrive, per le intenzioni palesate dal Ministro, nella politica di sostegno all'industria culturale del paese perseguita dal Governo.

Il sacrificio imposto al comparto digitale pare d'altra parte non eccessivo, considerando che gli importi sono trascurabili in confronto al prezzo di vendita dei prodotti elettronici e dei supporti digitali.



Una vittoria importantissima per i Broadcasters televisivi americani: la Corte Suprema ferma Aereo

È arrivata il 25 giugno 2014 una notizia che il mondo delle televisioni e degli operatori Internet attendeva da tempo: la Corte Suprema degli Stati Uniti ha dichiarato che l'attività di Aereo rappresenta a tutti gli effetti una forma di trasmissione di contenuto, e pertanto può violare il Copyright. Aereo è una start up nata nel 2012 che ha inventato un business ingegnoso, ma condotto a spese delle grandi Tv: innanzitutto ha messo su un sito fisico (praticamente un capannone) dotandolo di servers, transcoders, e migliaia di piccole antenne. I clienti di Aereo, abbonati al servizio, che vogliono vedere tramite Internet un determinato programma televisivo, si collegano al sito WEB della società ed effettuano la richiesta. Aereo orienta l'antenna giusta, cattura l'emissione del broadcaster

desiderato e la tramuta in dati. Archivia poi il programma nei suoi server, creando una vera e propria copia privata, e lo mette a disposizione del cliente, che può vederlo in streaming in quasi-contemporanea rispetto alla trasmissione via etere, o più tardi, con suo comodo.

In pratica, il servizio consente di fruire di qualsiasi programma emesso via etere come se fosse trasmesso anche on-line. La particolarità è che il servizio si svolge totalmente on demand, ossia si attiva esclusivamente a richiesta del singolo cliente. Se due clienti vogliono vedere lo stesso programma, Aereo orienta due antenne nella stessa direzione e salva i dati due volte sullo stesso o su diversi server.

Ovviamente, non c'è alcun accordo con le televisioni e queste non

ricevono alcuna parte dei proventi. Vista la situazione, i principali network americani (capofila la ABC), hanno citato la Aereo per violazione del Copyright, assumendo che quest'ultima diffonde i loro programmi illegittimamente. La società si è difesa sostenendo che i ricorrenti lavorano "pubblicamente", mentre il suo servizio fornisce all'utente gli strumenti per una nuova rappresentazione dei programmi, creata tramite il suo particolare modo di cattura, lavorazione e messa a disposizione sul server del segnale televisivo "individuale" e non pubblico. Pertanto, nelle sue prospettazioni, non avrebbe infranto la legge americana, che riserva al titolare del Copyright il diritto di trasmettere o comunicare al pubblico una rappresentazione dell'opera protetta.





L'argomento della Aereo è stato respinto: la Corte ha deciso infatti che, sebbene la norma si riferisca alle trasmissioni e rappresentazioni tradizionali, per le finalità che essa persegue la società convenuta doveva considerarsi come impegnata in operazioni di trasmissione (scrivono i supremi giudici: "An entity that engages in activities like Aereo's performs"). La Corte ha poi richiamato il precedente della CATV, che compiva sostanzialmente le attività imputate ad Aereo, ma ritrasmettendo i programmi via cavo, ricordando che le modifiche imposte dal Congresso al Copyright Act erano dirette proprio a ricondurre tale sistema alle regole che disciplinano i broadcasters via etere.

Sostiene però Aereo che il suo caso è diverso: se CATV trasmetteva senza soluzione di continuità i programmi delle televisioni

tradizionali, essa risponde a specifiche e singole richieste. Quindi, non è Aereo che trasmette i contenuti protetti, ma i singoli utenti.

L'argomento non ha fatto breccia: i Giudici hanno infatti deciso che, considerato che ogni volta che un utente lo richiede, Aereo fornisce il programma desiderato in streaming, essa trasmette tale programma a tutti gli effetti.

Ma, prosegue Aereo: la trasmissione, se avviene, avviene one by one (ossia con indirizzamento al singolo utente), non "al pubblico". Per respingere tale argomento i Giudici americani fanno ricorso ad una metafora che difficilmente troverebbe spazio nelle, più ingessate, motivazioni delle nostre sentenze: affermano che uno può cantare una canzone alla propria famiglia, ma se la canta a tutti membri insieme o a uno alla volta, il risultato non cambia, in

quanto l'opera è la stessa.

Insomma, conclude la Corte, Aereo trasmette "al pubblico" costituito dai suoi utenti, anche se questi non ricevono la trasmissione nello stesso tempo o nello stesso luogo. Chiarito il principio, la causa è stata rimessa alla Corte distrettuale d'Appello dalla quale proveniva, per il prosieguo.

È presto per dire quali conseguenze avrà tale decisione (sofferta, e infatti presa a maggioranza dei membri della Corte): certamente essa rappresenta una sconfitta per coloro che intendono la rete come un territorio franco dove sfruttare, con pochi mezzi tecnologici, contenuti realizzati da altri. Non a caso la Suprema Corte ha segnalato, incidentalmente, che rimangono aperte e ancora da esplorare diverse questioni (come quella sul cloud computing) che mettono a dura prova i limiti del Fair Use dei contenuti protetti.

Brusco rallentamento del mercato pubblicitario ad aprile

Dopo l'incoraggiante primo trimestre di quest'anno i dati sugli investimenti pubblicitari di aprile (-4,4% su aprile 2013) deludono le aspettative delle imprese del mercato editoriale.

Nel primo quadrimestre del 2014 si registra infatti una riduzione tendenziale del -3,6% pari a circa 77,8 milioni di euro. Il mese di marzo si era chiuso a -1,9%.

Secondo Nielsen "persiste una situazione difficile nei primi quattro mesi dell'anno visti nel loro insieme. Il susseguirsi di festività e ponti in aprile ha contribuito a frenare l'andamento economico e in particolare quello del mercato pubblicitario".

Tuttavia l'analisi dei singoli mezzi evidenzia ancora la positiva performance della Tv che chiude il periodo

gennaio - aprile a +0,5% con andamenti differenti al suo interno. Sul singolo mese di aprile anche la Tv chiude negativamente attestandosi a -3,6%, diverso dal +5,1% di marzo.

Anche la Radio, pur rimanendo in terreno positivo nel periodo gennaio-aprile, frena il suo andamento anticiclico rispetto agli altri mezzi che si era registrato nei primi mesi dell'anno, chiudendo aprile a -9,8%.

Continua il calo del mezzo stampa, con i quotidiani al -13,6% per il periodo cumulato e -7,6% sul singolo mese (dal febbraio 2012 i cali mensili sono stati sempre a doppia cifra). I periodici chiudono il quadrimestre a -12,5% e il mese di aprile a -8%.





Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato, conferma il -2,7% già visto nel trimestre e cala di -2,6% sul singolo mese di aprile. Al momento possiamo stimare un universo Internet nella sua globalità vicino al 3% cumulato.

Ancora in negativo il cinema, il direct mail e l'outdoor. Per quanto riguarda i settori merceologici, buoni segnali arrivano dagli alimentari (+2,8% nel primo quadrimestre e +23% ad aprile). Positivo il comparto finanza (+12% sul quadrimestre e +26% sul mese).

Ancora in forte calo la telefonia: il quadrimestre si chiude a -26,5%. Automotive, pharma e distribuzione invertono la positiva tendenza dell'ultima rilevazione, fermandosi rispettivamente a -18%, -10% e -17,7% per il singolo mese.

Per l'istituto di ricerca Nielsen "I segnali che arrivano sono ancora molto contrastanti per prevedere un cambiamento di trend o una riconfermata situazione altalenante mese dopo mese, maggio è stato un mese pre-elettorale e di conseguenza carico di incertezza".

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)	2013 Gen/Apr.	2014 Gen/Apr.	nielsen Var %
MIGLIAIA DI EURO			
TOTALE PUBBLICITA'	2,159,842	2,082,014	-3.6
QUOTIDIANI	302,091	261,090	-13.6
PERIODICI	184,870	161.811	-12.5
TV	1,219,860	1,226,425	0.5
RADIO	107,970	109,738	1.6
INTERNET (Fonte: FCP-Assointernet)	151,074	147,023	-2.7
OUTDOOR (Fonte: AudiOutdoor)	23,949	24,076	0.5
TRANSIT	29,197	26,886	-7.9
OUT OF HOME TV	4,967	4,757	-4.2
CINEMA	7,318	6,160	-15.8
DIRECT MAIL	128,545	114,048	-11.3

Fonte nielsen

39%



Pirata on line patteggia la pena. Condannati anche i genitori

Pesante punizione per un giovane pirata on line.

Un ragazzo di poco più di vent'anni aveva organizzato un sistema attraverso il quale traeva ingenti profitti. Gestiva due siti offrendo in downloading o streaming musica e film illegalmente, facendo della pirateria un vero e proprio business.

Il giovane era riuscito ad incassare lauti guadagni sfruttando i banner pubblicitari posizionati su siti che offrivano film e musica violando le norme sul diritto d'autore.

La Guardia di Finanza di Venezia, su disposizione del Giudice delle indagini preliminari di Parma, ha ordinato di inibire gli accessi ai siti "*scaricalibero.com*" e "*filmgratis.it*" ed ai loro eventuali futuri indirizzi IP.

Dalle indagini degli inquirenti è emerso che dalla propria attività illegale il giovane avrebbe tratto almeno 137 mila euro di guadagni e che da tale attività avrebbero tratto vantaggi economici anche i genitori, sul cui conto corrente bancario sarebbe stata accreditata una cifra pari a circa 48 mila euro proveniente proprio dall'attività illecita. Da qui la condanna ad 11 mesi di reclusione per i genitori per

ricettazione con sospensione condizionale della pena.

Il giovane invece ha patteggiato; avrebbe dovuto scontare una condanna ad un anno e dieci mesi se il Giudice non avesse concesso anche a lui il beneficio della sospensione condizionale della pena.

Il caso è emblematico, oltre che per la gravità del fatto in sé, anche perché riporta l'attenzione degli operatori del settore e delle istituzioni sulla necessità di proseguire l'azione repressiva nei confronti dei brand che fanno pubblicità sulle piattaforme pirata.

In proposito, è bene ricordare che nei giorni scorsi Fapav, IAB e FBM hanno sottoscritto un Memorandum of Understanding volto proprio ad inibire le inserzioni pubblicitarie sui siti illegali.

L'AGCom ha espresso evidentemente soddisfazione per la sigla dell'Accordo ricordando, attraverso il Commissario Posteraro, come lo stesso rappresenti "*un punto di svolta nella lotta alla pirateria digitale*", perché "*dare modo agli operatori pubblicitari di non allocare le loro inserzioni sui siti pirata equivale a privare questi ultimi della principale risorsa che alimenta il loro business criminale*".

In breve

Il Gruppo Cairo Communication ha il proprio multiplex

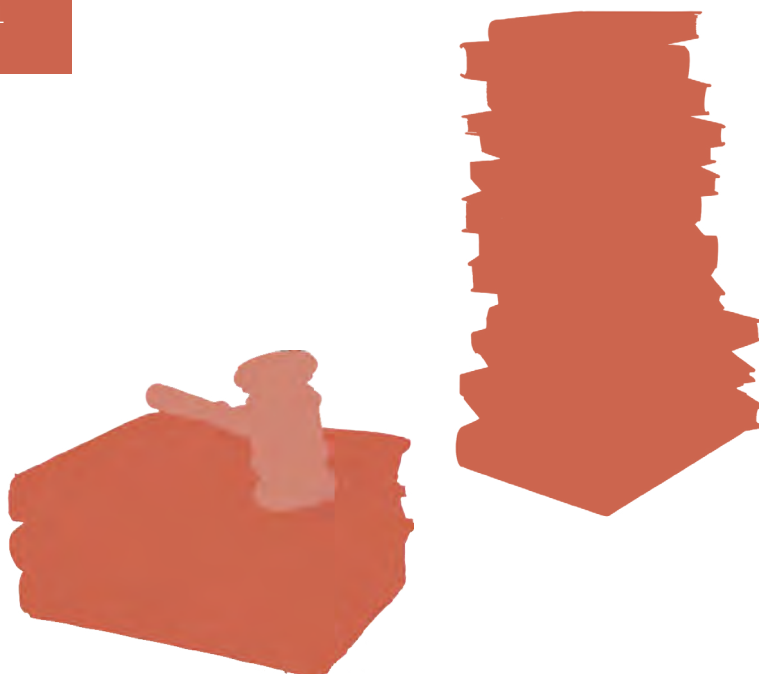
Con un'offerta di 31,626 milioni di euro la Cairo Network (gruppo Cairo Communication, proprietaria di La7) si è aggiudicata i diritti d'uso ventennali per il lotto di frequenze più pregiato (il lotto L3) tra quelli messi all'asta dal governo.

Al termine dell'apertura delle buste, avvenuta ieri 25 giugno presso la sede del Ministero dello sviluppo economico, il Sottosegretario Antonello Giacomelli ha diramato una nota nella quale si legge che «Una

volta ultimate le procedure previste nel relativo disciplinare di gara, la direzione generale per i servizi di comunicazione elettronica di radiodiffusione e postali provvederà all'attribuzione del relativo provvedimento per i diritti d'uso delle frequenze».

Qualche giorno fa il gruppo aveva reso noto di aver sottoscritto un accordo con Eutelsat per la gestione tecnica delle frequenze che a regime consentirà di avere una copertura di oltre il 94% della popolazione.

Normativa



Nuove indicazioni dell'AGCom sull'obbligo di comunicazione ai fini della verifica del rispetto dei limiti alle autorizzazioni alla fornitura di programmi televisivi

L'obbligo di comunicazione all'AGCom ai fini della verifica del rispetto dei limiti alle autorizzazioni alla fornitura dei programmi televisivi deve essere espletato attraverso gli adempimenti di variazione e di comunicazione annuale del Registro degli operatori delle comunicazioni (R.O.C.). Sono queste le nuove indicazioni dell'Agcom contenute in un avviso di semplificazione amministrativa pubblicato il 20 giugno scorso sul proprio sito internet. Pertanto i fornitori di servizi media audiovisivi sono ora tenuti a comunicare le informazioni di cui all'art. 23 dell'allegato A alla Delibera N.353/11/CONS con una procedura diversa. Infatti per l'adempimento non viene più previsto l'invio dell'apposito modello cartaceo per posta elettronica certificata o per via postale mediante la spedizione di una raccomandata con ricevuta di ritorno. Ora occorre procedere unicamente attraverso gli adempimenti di comunicazione annuale e di variazione del Registro degli operatori di comunicazione (R.O.C.). Nell'avviso l'Autorità ricorda che, ogni qualvolta si verifichino variazioni relative al numero di programmi autorizzati e al bacino di diffusione, i fornitori di servizi media audiovisivi sono tenuti a comunicarle "online"

attraverso una comunicazione di variazione al R.O.C. (<http://www.agcom.it/adempimenti-roc>) entro il termine massimo di 30 giorni dall'avvenuta variazione. Per quanto riguarda la modulistica da utilizzare l'AGCom precisa che, per l'adempimento, debbono essere compilati in via telematica un modello per ogni testata o marchio editoriale diffuso. I modelli sono il n. 22 e il n. 24 (diversi a seconda delle caratteristiche del soggetto). Nel documento viene anche segnalato che in via di prima applicazione le variazioni intercorse dal 1° luglio 2013 sino al 20 giugno scorso (data di pubblicazione dell'avviso) dovranno essere comunque comunicate al ROC entro il 30 giugno 2014. I soggetti che hanno aggiornato la propria posizione nel Registro nel 2013, e che da allora non hanno modificato numero di programmi e bacino di diffusione, non dovranno invece effettuare nuove modifiche di variazione. L'Agcom fa infine sapere che la vigilanza sul rispetto del tetto relativo al numero di programmi trasmessi da ciascun soggetto verrà espletata avvalendosi delle informazioni presenti nel R.O.C. aggiornate secondo quanto sopra indicato.

Il TAR del Lazio impone al MSE e all'AGCom di inibire interferenze illegittime

Il Tribunale Amministrativo per il Lazio ha fatto registrare una importante pronuncia sul tema delle interferenze, che potrebbe aprire diversi scenari in vista della tutela delle emittenti locali.

La vicenda da cui ha tratto origine la pronuncia è complessa e annosa, tanto che a più riprese se ne è occupata anche la politica. Si tratta in sostanza di una interferenza tra le emissioni di una TV locale del nord Italia e il segnale RAI, interferenza tale da aver praticamente danneggiato la ricezione di entrambi i segnali.

La rete locale è risultata utilmente collocata nelle graduatorie delle regioni in cui opera, ottenendo quindi la legittimazione a proseguire l'attività di operatore di rete. Ciò nonostante, ha continuato a lamentare interferenze alle proprie trasmissioni sulla frequenza assegnata a causa delle trasmissioni del Mux 1 della RAI operante sullo stesso canale.

L'emittente ha quindi richiesto al Ministero per lo Sviluppo Economico "l'adozione di tutte le misure amministrative e tecniche necessarie per eliminare la perdurante situazione interferenziale" ma, di fronte al

silenzio dell'Amministrazione, si è rivolta al TAR.

Il Ministero si è difeso sostenendo di essersi in effetti pronunciato sulla questione all'esame, adottando un provvedimento di modifica del diritto d'uso definitivo rilasciato alla RAI, in tal modo confermando l'utilizzo da parte di RAI del canale in questione, invece di disporre la disattivazione.

Il TAR Lazio, prima sezione, con la sentenza 27-05-2014, n. 5653, ha ritenuto che tale ultimo provvedimento non fosse affatto diretto a definire l'istanza presentata dalla ricorrente e ha ordinato al Ministero dello Sviluppo economico di pronunciarsi sulla richiesta volta alla eliminazione della situazione interferenziale, tenendo conto dei contenuti dei provvedimenti già adottati.

La pronuncia è importante perché stabilisce il principio per il quale il Ministero, di fronte a questioni inerenti le interferenze, deve pronunciarsi direttamente sulle istanze che gli pervengono e potrebbe costituire, fermi gli sviluppi della vicenda specifica, tutti in divenire, un precedente per "smuovere", all'occasione, i complessi meccanismi ministeriali nella complessa materia.

Alla firma il decreto sul fondo straordinario per l'editoria

"Dobbiamo dare un'occasione ai giovani, rompere il soffitto di cristallo che ha impedito loro di entrare nel mondo del lavoro". Lo dice, in un'intervista a Repubblica, il sottosegretario alla presidenza del consiglio con delega all'Editoria Luca Lotti. "Aiutiamo le aziende con i pre-pensionamenti - aggiunge - in un momento di crisi profonda del settore ma le sfidiamo a fare di più sul fronte dell'occupazione". Lotti oggi firmerà il decreto della Presidenza del Consiglio sul Fondo straordinario per l'editoria che prevede, per la prima volta, il vincolo delle assunzioni per le imprese editoriali che accedono ai soldi pubblici: ogni 3 pre-pensionati ci dovrà essere

un neoassunto. "E' una sfida che lanciamo agli editori - spiega - Finora il fondo forse era troppo sbilanciato a loro favore". E prosegue: "Siamo andati oltre: abbiamo aggiunto gli sgravi fiscali. Al 100 per cento, per tre anni, in caso di contratto a tempo indeterminato. Al 50 per cento nei contratti a tempo determinato. E sgravi del 100 per cento retroattivi per il passaggio dal contratto precario a quello fisso. Sono 11 milioni di euro solo per il 2014. Ci sono poi 7,5 milioni per investimenti in nuove tecnologie e incentivi per le start up. Una misura quest'ultima allargata anche all'editoria libraria".