



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Radio Tv News

17 LUGLIO 2014 - NUMERO 16

03

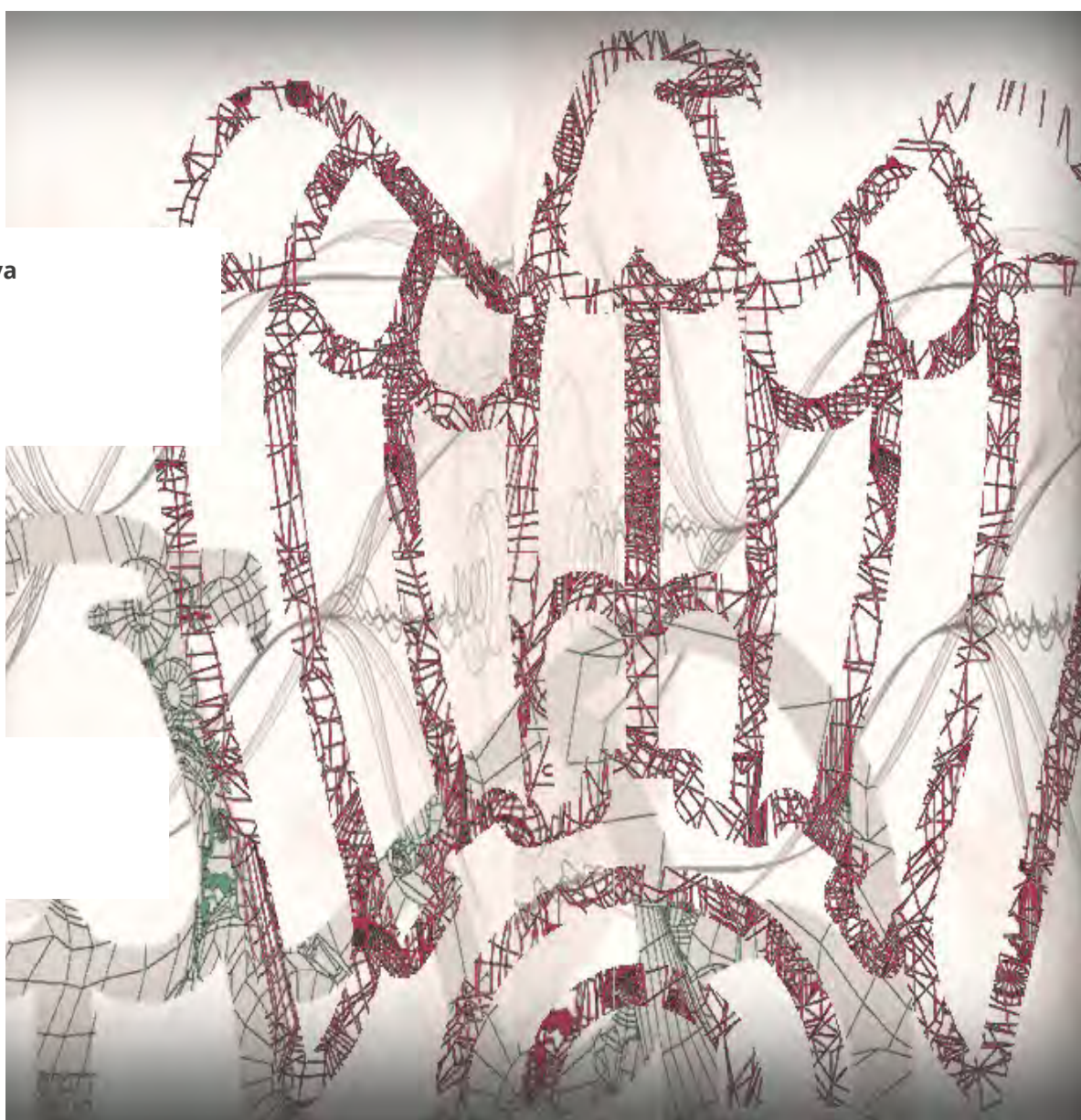
Vita Associativa

06

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. Vita Associativa

O3. Riaffermazione del ruolo degli editori televisivi
e richiesta di regole estese anche agli OTT



O6. Mercato e Pubblicità

O6. Relazione AGCom: 2013, ancora un anno
in rosso per Tv, editoria, tlc



O7. In breve

O7. Tribunale di Torino: YouTube non mero
prestatore di servizi



O8. Araimo COO di Discovery Sud Europa



O8. Normativa

O8. E' possibile pubblicare atti d'indagine
se le notizie sono d'interesse per la collettività



Sommario



Vita Associativa

Riaffermazione del ruolo degli editori televisivi e richiesta di regole estese anche agli OTT

Il contributo CRTV all'indagine AGCom su Internet e Informazione

Conferma del ruolo degli editori radiotelevisivi nel nuovo ecosistema informativo; revisione della normativa della "par condicio"; implementazione della tutela dei minori online; tutela della proprietà intellettuale (hosting attivo, link); approccio regolativo nei confronti dei nuovi servizi OTT: questi i temi anticipati nel corso dell'audizione di Confindustria Radio Tv presso l'AGCom il 4 luglio scorso nell'ambito dell'Indagine conoscitiva su "Informazione e Internet in Italia. Modelli di business, consumi, professioni" (del. 113/14/CONS).

L'audizione è stata consolidata in un position paper (generato dai lavori della Commissione Regolamentare e Istituzionale) con cui CRTV ha concluso la prima fase di indagine di AGCom. L'indagine, avviata nei mesi scorsi con la partecipazione delle associazioni maggiormente rappresentative, si concluderà infatti dopo il periodo feriale con l'audizione degli operatori.

Generata a valle di una precedente ricognizione dell'Autorità sul settore dei servizi internet e sulla pubblicità online (del 19/14/CONS), l'indagine è volta a delineare le trasformazioni - industriali, economiche, culturali, organizzative - dei servizi informativi con riferimento alla recente evoluzione dell'offerta on air e alle declinazioni online predisposte dagli operatori tradizionali e ai cambiamenti indotti dall'offerta e dalla fruizione Internet. La ricognizione include l'analisi di eventuali profili regolamentari - nonché contrattuali, per le figure professionali - riconducibili a tali evoluzioni.

Cosa è cambiato. La preconizzata convergenza fra Internet e Tv è arrivata sul televisore casalingo che è connettibile alla rete, ma anche sui PC e soprattutto sui cosiddetti device mobili (smartphone e tablet) diventati il primo mezzo di accesso alla Rete anche in Italia: sono 7,4 milioni gli italiani (37% degli utenti online) che si collegano a Internet da tali device nel giorno medio, 5,3 milioni quelli che accedono solo da PC (Total Digital Audience Audiweb/Nielsen). L'impatto delle nuove modalità di fruizione di servizi audiovisivi ha effetti dirompenti sul settore radiotelevisivo per:

- la disintermediazione nell'erogazione dei contenuti, che non passa più attraverso un palinsesto lineare, e, soprattutto, non passa attraverso un editore;
- la concorrenza sul tempo e l'attenzione dell'utente, che si traduce in contatti pubblicitari monetizzabili o in pagamenti diretti (singoli o sotto forma di abbonamento).

CRTV ha sottolineato come il primo aspetto imponga delle riflessioni sul valore dell'editore tradizionale e sul ruolo che esso continua a giocare nell'ambiente digitale e connesso ai fini dell'attendibilità delle notizie, delle fonti e del loro pluralismo. Con la disaggregazione e riaggregazione delle notizie rischia infatti di essere messa in discussione la legittima aspettativa di riferire i contenuti a chi li produce per l'equa remunerazione del diritto di autore, per i proventi pubblicitari generati e, non ultima, per l'individuazione delle fonti.





L'impatto delle nuove forme di fruizione di servizi audiovisivi, riflettendosi sulla ripartizione delle risorse afferenti al settore radiotelevisivo, impone considerazioni in relazione alla normativa del SIC, al diritto antitrust generale, nonché alle esigenze di creare un level playing field e armonizzare le regole nell'ambito di quello che deve essere riconosciuto come un mercato unico dei contenuti. Su questi argomenti CRTV si è diffusamente espressa in occasione dell'indagine conoscitiva della Camera dei Deputati sul sistema dei media audiovisivi e radiofonici tenutasi il 3/7/2014.

La forza dell'editore tradizionale. 1 occupato su 10 delle Tv nazionali è giornalista, 1 su 3 nelle Tv locali è giornalista/teleradioreporter (fonte CRTV/ Confindustria). Le emittenti associate in CRTV hanno investito nell'area news per sviluppare le declinazioni multiplatforma, per razionalizzare le attività di reperimento fonti e editoriali in agenzie centralizzate, per digitalizzare segnale, riprese e workflow e, in alcuni casi, per alimentare i canali all news. All'interno delle redazioni radiotelevisive, l'offerta di informazione su web è nata come costola di quella on air, altamente professionalizzata, proceduralizzata e inserita nel sistema strutturato di responsabilità editoriale della testata, che si aggiunge a tutti gli altri obblighi in capo agli editori radiotelevisivi. Tali attività non hanno mai portato a una riduzione dell'organico professionale (giornalisti) e anzi sono state effettuate mantenendo i livelli occupazionali o aumentandoli. Si sono infatti aggiunti addetti, molti dei quali dedicati alla produzione di attività online/multiplatforma che non hanno richiesto nuovi inquadramenti contrattuali. Al riguardo CRTV ha anzi specificato di ritenere prematuro prefigurare per via regolamentare nuovi modelli contrattuali o organizzativi in uno scenario in rapida evoluzione.

L' audizione ha toccato anche l'ambito radiotelevisivo locale e il ruolo informativo preminente delle emittenti sul territorio, sancito per legge (si veda definizione radiofonia e televisione locale a carattere informativo e relativi obblighi di programmazione ribaditi nel TUSMAR). Per adempiere a tali obblighi, le emittenti radiofoniche locali e quelle televisive locali a carattere informativo hanno creato e registrato proprie testate giornalistiche: informazione qualificata, certificata e verificata, che svolge un prezioso ruolo di servizio sul territorio e di utilità pubblica specie in situazioni di emergenza. CRTV ha anche ricordato che nel 1993 è

stato introdotto nel CCNL per i Dipendenti di Imprese Radio Televisive Private locali il "Teleradioreporter", prima figura professionale di dipendente con mansioni giornalistiche e informative.

Par Condicio. A fronte della diffusione di massa delle reti e degli strumenti telematici di informazione e dibattito, che hanno già prodotto profonde trasformazioni del panorama politico-istituzionale permane la continua imposizione a carico della sola informazione televisiva di logiche quantitative, attraverso la par condicio che attribuisce ai partiti un diritto di tribuna secondo criteri aritmetici. Già nel 2013 il Presidente AGCom nella Relazione Annuale al Parlamento del luglio 2013, aveva evidenziato come la legge vigente "pensata per un sistema bipolare, evidenzia pesanti limiti applicativi in un contesto di competizione politica sempre più frammentato e con regole di comunicazione in continua evoluzione". In maniera più colorita in occasione della recente Assemblea Annuale di Confindustria Radio Televisioni (11 giugno 2014) anche il Commissario AGCom Antonio Preto è tornato sul tema paragonando la par condicio a un "residuo bellico, che come tale deve essere rimosso perché pericoloso".

Secondo CRTV, la revisione deve tener conto dei diversi soggetti disciplinati distinguendo fra gli obblighi in capo all'emittente pubblica e quelli riferiti alle Tv private nazionali e locali. Quanto ai soggetti che diffondono servizi audiovisivi e contenuti esclusivamente via Internet dovranno essere individuati criteri minimi per tutelare i cittadini, soprattutto a livello di trasparenza e di provenienza dei dati diffusi.

Minori. La tutela dei minori è governata in ambito televisivo da un complesso di norme e disposizioni particolarmente dettagliate e vincolanti, molte delle quali hanno avuto una genesi autoregolamentare (fasce orarie di programmazione, segnaletica, parental control, divieto di mandare in onda contenuti ritenuti gravemente nocivi, VM 18 o a questi assimilabili) oltre a un'ampia e dettagliata disciplina che regola la tutela dei minori nell'informazione televisiva e nella professione giornalistica.

Riconoscendo il prezioso contributo del Libro Bianco sulla Tutela dei Minori dell'Autorità, CRTV ha ricordato come al suo interno sia in corso un approfondimento per definire le linee guida di un nuovo "Codice di Autoregolamentazione Media e Minori" che, alla luce dell'avvenuto cambiamento normativo e tecnologico, ridefinisca ambiti di applicazione e logiche di tutela





dei minori al fine di rendere attuali e quindi efficaci le regole (formalmente il Codice dovrà essere recepito dal TU).

In particolare CRTV ritiene importante e necessario favorire processi di auto/co-regolamentazione che coinvolgano anche i nuovi soggetti operanti su Internet. Proprietà intellettuale. Il search, l'aggregazione/catalogazione e l'indicizzazione dei contenuti su Internet sono profili di estrema rilevanza per l'informazione. CRTV ha ribadito come sia necessario che AGCom possa identificare le responsabilità editoriali effettive, respingendo, ove del caso, l'impropria invocazione delle regole di limitazione di responsabilità previste dalla disciplina europea dei servizi della società dell'informazione per gli intermediari tecnici.

Secondo CRTV è utile far riferimento alla giurisprudenza ordinaria già formatasi, in tema di diritto d'autore, riguardo al c.d. "hosting attivo": soggetti che sfruttano i contenuti audiovisivi su Internet per raccogliere audience e pubblicità non possono essere considerati meri intermediari tecnici, poiché non operano da una posizione di indifferenza rispetto ai contenuti, ma su di essi fondano un'attività commerciale.

CRTV ha anche citato come rilevante ai fini della regolazione delle nuove forme di informazione in rete il tema dei link facendo riferimento alla sentenza C-466/12 sulla causa Nils Svensson e a./ Retriever Sverige AB della Corte di giustizia dell'Unione Europea. Tale sentenza ha stabilito che il "link" è alla base delle funzioni "ipertestuali" dei contenuti su Internet, e come tale è nella fisiologia stessa della Rete e lecito, a meno che la comunicazione non sia rivolta ad un pubblico nuovo. La sentenza conferma la capacità "espansiva" della Rete, ma rischia di scoraggiare gli investimenti per la creazione di siti "professionali" di informazione, poiché gli editori vedono messi in pericolo i già difficili introiti pubblicitari (per non parlare di eventuali paywall) di cui beneficiano invece gli aggregatori, a costo minimo se non nullo.

Regolazione degli OTT. Si moltiplicano le rimostanze degli editori nei confronti dei nuovi aggregatori di notizie: l'ultima in ordine di tempo è la richiesta dell'11% delle entrate lorde dei motori di ricerca generate dalla pubblicazione online di estratti di notizie rivolta da una nutrita serie di testate tedesche (fra cui Axel Springer, Burda, WAZ, the Müncher Merkur), attraverso un'azione

legale contro Google, Microsoft e Yahoo!. Questa e altre iniziative (attivate anche in Francia) sono volte a limitare la capacità dei nuovi operatori OTT, e in particolare di Google, di avvantaggiarsi economicamente dalla pubblicità derivante dai servizi di informazione forniti da terzi. Google è oggi un operatore dominante in un mercato altamente concentrato al vertice: Google raccoglie infatti il 31,5% della pubblicità mondiale, seguito da Facebook, 4,1%, Yahoo! 3,4%, Microsoft 2,5%, AOL 1% ecc. (si veda al riguardo delibera 19/14/CONS all.A). Si tratta di un mercato per cui in Italia non esiste ancora una valorizzazione pienamente consolidata.

L'impatto che i grandi operatori hanno sul settore editoriale, televisivo e non, secondo CRTV rileva inoltre anche ai fini della regolamentazione dei contenuti (a cui non sono tendenzialmente sottoposti a causa della delocalizzazione delle attività operative, strumentali rispetto alla entità madre stabilita in un Paese terzo) e per gli aspetti fiscali e di tutela della privacy. Al riguardo riecheggiano le dichiarazioni del Presidente dell'Autorità per la Privacy Antonello Soro nella sua relazione annuale del 10 giugno scorso: "[gli operatori del web] tendono ad occupare in modo sempre più esclusivo gli spazi di intermediazione tra produttori e consumatori assumendo un potere che si traduce anche in potere politico sottratto a qualsiasi regola democratica".

CRTV ha ribadito la necessità di presidiare anche nell'ecosistema Internet quei principi che, tutelando diritti costituzionalmente garantiti, sono alla base della regolamentazione del settore radiotelevisivo (ad es., tutela della pluralità dell'informazione, diritti dei minori, diritto alla riservatezza) e di pervenire comunque ad un assetto regolamentare non discriminatorio, più flessibile e meno invasivo anche per i broadcaster.

All'audizione hanno partecipato Andrea Franceschi, Direttore Generale, e Elena Cappuccio, Studi e Ricerche in rappresentanza di CRTV.

Mercato e Pubblicità



Relazione AGCom:

2013, ancora un anno in rosso per Tv, editoria, tlc

Regolazione 2.0 per operatori tradizionali e nuovi entranti in arrivo?

Una relazione ricca di chiaroscuri, di passaggio, a fronte di uno scenario tecnologico e di mercato che cambia a velocità vertiginosa in un anno nero (anzi rosso per i fondamentali economici anche delle Tv e delle radio) come il 2013 e che richiederà un nuovo approccio regolatorio 2.0 orientato all'analisi dell'industria piuttosto che a quella dei singoli mercati. Un nuovo modello "Internet oriented" che (integrando i poteri dell'Antitrust e della Privacy, come per la britannica Ofcom, e magari eliminando le troppe zone grigie di competenza comuni con il MISE) si dimostri capace di cogliere e regolare in modo equanime la complessità che deriva da un Internet pervasivo. Un Internet che genera "prodotti potenzialmente concorrenti rispetto a quelli delle modalità tradizionali". Ma tutto ciò "...con juicio!" come a sottolineare delicatezza e urgenza, anche del raccordo su scala europea (soprattutto per gli OTT).

E' in questa logica che si è articolata la relazione del Presidente di AGCom Angelo Marcello Cardani portata all'attenzione del

Parlamento il 15 luglio scorso nell'affollata Sala della Regina. Nella prolusione iniziale in particolare la Presidente della Camera Laura Boldrini ha accennato al comparto dell'emittenza locale e della "fase difficilissima che attraversa, voci che si stanno spegnendo con il rischio di rendere più povera l'offerta informativa, essenziale in ogni democrazia". "Bisogna evitare - ha aggiunto - che il pluralismo si concentri su pochi grandi soggetti televisivi e della carta stampata. Neppure troppo velato anche il riferimento agli OTT quando chiede nuove regole "che ci salvaguardino non solo dall'invasione degli Stati, ma anche da quella dei nuovi giganti della comunicazione digitale che promettendoci tutto gratis entrano in modo suadente a controllare i nostri dati, dunque le nostre vite". Certo è che la crisi nel 2013 ha messo a dura prova il settore delle comunicazioni (sceso a meno del 4% del PIL), ma meno degli anni passati: secondo i dati (stimati) di AGCom ammontano infatti a 56,1 mld di euro i ricavi complessivi con un decremento di 5,4 mld (-9% anno su anno) e il

trend negativo vale anche per Tv e Radio che si assestano a quota 8,6 mld. Calano in particolare sia il fatturato della Tv gratuita (4,6 mld pari a -6%) che la pay (3,3 mld, -2%), La radio si ferma a 603 mln (-5%). In dettaglio nel comparto televisivo: 21stCentury Fox/Sky Italia registra 2,6 mld di ricavi (-3,5%) di cui 210 mln da pubblicità e 2,39 mld da offerte pay; Rai arretra dell'1,6% a 2,3 mld con il canone sostanzialmente stabile e la pubblicità in contrazione (632 mln); Mediaset espone ricavi complessivi per 2,28 mld (-8,2%) di cui 1,73 mld da raccolta pubblicitaria mentre le offerte a pagamento salgono a 550 mln. Di segno inverso i risultati di Cairo Communication (136 mln pari al +269%) e Discovery (125 mln , + 110%).

Tanti i temi strategici nella vision di Cardani: dalla tutela dei consumatori alla promozione della concorrenza nei mercati delle comunicazioni elettroniche e dell'AV; dalla pianificazione dell'uso dello spettro radioelettrico alla garanzia del pluralismo e della parità di accesso ai mezzi di comunicazione e informazione;





dalla tutela dei minori sui media all'educazione alla legalità e promozione dell'offerta legale di contenuti digitali passando per la "par condicio", una normativa nata in un sistema fortemente polarizzato e basato su criteri aritmetici che ormai mostrano la corda nel tempo dei talk-show e soprattutto di Internet. Forte il richiamo al legislatore – per il secondo anno consecutivo – perché provveda a una revisione integrale della materia con atto di

rango primario (idem per la riforma del sistema radio Tv e del servizio pubblico e della governance Rai). Particolare attenzione è stata riservata al tema della tutela del diritto d'autore on line che grazie all'introduzione del recente Regolamento già nei primi mesi di applicazione ha conseguito significativi risultati attivando un circuito virtuoso: "numerose procedure avviate si sono infatti concluse con l'adeguamento spontaneo di uploader, provider

e gestori di siti alle richieste di AGCom, mostrando una risposta positiva della rete alle attività di contrasto alla pirateria" che deve essere accompagnata "da una serie di azioni positive volte a creare una cultura della legalità nella fruizione dei contenuti". [NDR= CRTV è parte attiva del neo costituito "Comitato per lo sviluppo e la tutela dell'offerta legale di opere digitali"]].

In breve

Araimo COO di Discovery Sud Europa

Alessandro Araimo è stato nominato Chief Operating Officer di Discovery Sud Europa. Il nuovo manager, che sarà operativo dal prossimo settembre, sarà responsabile della strategia e dello sviluppo del business, con una particolare attenzione al mondo del digitale in Italia, dove Discovery è terzo editore per share con 12 canali presenti su diverse piattaforme, e in Spagna e Portogallo, dove la media company detiene la leadership televisiva del factual entertainment.

Araimo, arriva a Discovery dal Gruppo Sole 24 Ore dove ricopriva la carica di Direttore Generale Education, Events and Services e vanta una significativa esperienza consulenziale internazionale e manageriale nel mondo dell'editoria, IT e telecomunicazioni. Nel suo ruolo, Araimo riporterà direttamente a Marinella Soldi, General Manager Discovery Sud Europa e AD di Discovery Italia.

Tribunale di Torino: YouTube non mero prestatore di servizi

Con l'evoluzione della rete informatica, YouTube non può essere considerato un mero prestatore di servizi, totalmente estraneo alle informazioni memorizzate, perché non guadagna più solo «vendendo lo spazio», ma «sotto forma di introiti pubblicitari, in ragione dei servizi che lui stesso crea organizzando e manipolando quei contenuti». Con questa motivazione il Tribunale di Torino ha dato ragione a Delta Tv, azienda che produce e commercializza programmi televisivi, che ha chiamato

in causa YouTube per violazione del diritto d'autore. Ribaltando la precedente ordinanza, il Tribunale ha ordinato a YouTube di cancellare i video illeciti di proprietà della Delta Tv e imposto alla stessa di evitare ulteriori caricamenti di tali contenuti, a propria cura e spese, indicando anche come ottenere tecnicamente tale risultato (utilizzando il software Content ID e creando un «reference file» che identifica i video).



E' possibile pubblicare atti d'indagine se le notizie sono d'interesse per la collettività

Il tema più discusso nei difficili rapporti tra stampa e diritti personali è forse quello delle notizie inerenti i procedimenti penali in corso, in cui si scontrano drammaticamente l'interesse del pubblico alla notizia e l'interesse delle persone coinvolte al mantenimento della loro riservatezza.

Una sentenza "storica" della Corte Europea dei Diritti dell'Uomo (XII sez. sentenza del 10 luglio 2014 nella causa 56925/08) offre ora delle indicazioni di principio che privilegiano con tutta evidenza il diritto del "pubblico" a conoscere i particolari dei procedimenti giudiziari.

La vicenda all'origine del caso non riguarda, come ci si sarebbe aspettato, grandi scandali, ma un tragico incidente stradale che ha causato, in Svizzera, la morte di tre persone.

Un giornalista ha pensato di concentrare la sua attenzione sul conducente del veicolo, sottoposto a procedimento penale, e ha pubblicato un resoconto dell'interrogatorio incluse alcune dichiarazioni rese dall'imputato durante l'inchiesta, facendo trapelare particolari sulla vita privata dell'uomo. L'articolo, significativamente, era intitolato "L'interrogatorio del conducente pazzo".

Il giornalista è incorso quindi nel divieto di pubblicazione degli atti istruttori, sanzionato dal codice penale svizzero all'art. 293, subendo una condanna, ritenuta dalla Corte dei diritti dell'Uomo contraria ai principi di cui all'art. 10 della Convenzione europea dei diritti

dell'uomo.

La Corte ha stabilito che sussiste, in via generale, un interesse del pubblico ad essere informato sui procedimenti penali. Nel caso esaminato, l'incidente all'origine della vicenda giornalistica aveva suscitato grande emozione nella comunità elvetica, ed era stato oggetto di molti commenti sulla stampa, anche in relazione al trattamento che la giustizia penale stava riservando al presunto colpevole. Il giornalista si era concentrato sull'aspetto umano di quest'ultimo, che sembrava avere problemi psichiatrici. Pertanto l'articolo incriminato rispondeva ad un interesse informativo generale.

Secondo i giudici di Strasburgo, non era stato neppure compromesso il diritto alla presunzione d'innocenza dell'indagato, dato che il processo nei confronti del conducente si era svolto dopo due anni dalla pubblicazione dell'articolo. Inoltre il giornalista non si era neppure soffermato sull'imputabilità dei fatti delittuosi al soggetto in questione.

Riguardo poi alla pubblicazione delle fotografie delle lettere, la Corte ha ribadito che l'articolo 10 della Convenzione non solo protegge il contenuto delle idee e delle informazioni ma anche la forma con la quale sono riprodotte, e non spetta né alla Corte stessa né ai giudici nazionali sostituirsi alla stampa nell'individuazione del giusto modo di scrivere un articolo.

Tutte conclusioni che possono esser interpretate analogicamente per il settore televisivo.