

Memoria conclusiva di AERANTI-CORALLO relativa al procedimento avviato con delibera n. 326/04/CONS della AGCOM per l'accertamento della sussistenza di posizioni dominanti ai sensi dell'art. 14 della legge 3 maggio 2004, n. 112, nei confronti delle società RAI spa, RTI spa e PUBLITALIA '80 spa

MEMORIA CONCLUSIVA DI AERANTI-CORALLO RELATIVA AL PROCEDIMENTO AVVIATO CON DELIBERA N. 326/04/CONS DELLA AGCOM PER L'ACCERTAMENTO DELLA SUSSISTENZA DI POSIZIONI

quanto segue:

A) Aeranti-Corallo è un organismo associativo, aderente a Confcommercio, che rappresenta Aeranti e Corallo, alle quale aderiscono, tra l'altro, imprese televisive locali e satellitari.

In particolare:

Aeranti- Corallo, rappresenta nel settore televisivo n. 319 imprese televisive locali e n. 19 imprese televisive via satellite (dati al 15 novembre 2004);

Aeranti-Corallo rappresenta 37 delle 93 imprese televisive locali che hanno ottenuto la concessione regionale in base alla legge n. 66/2001. Tra queste rappresenta la prima emittente delle graduatorie per il rilascio delle concessioni dei bacini regionali Lombardia, Piemonte, Liguria, Marche, Abruzzo, Valle d'Aosta. Nel Lazio rappresenta la prima e la seconda emittente;

Aeranti-Corallo rappresenta 62 delle 155 imprese televisive locali rilevate da Auditel con 7.622.000 ascolti relativi al dato netto giornaliero (media annuale dati 2004);

Aeranti e Corallo sono presenti con propri rappresentanti nei seguenti organismi, relativi al comparto televisivo: Commissione per l'assetto del sistema radiotelevisivo presso il Ministero delle Comunicazioni; Commissione per le provvidenze editoria alle imprese televisive locali presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri; Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione nei rapporti tra i minori e le TV presso il Ministero delle Comunicazioni; Comitato di controllo previsto dal Codice di autoregolamentazione sulle televendite di astrologia, cartomanzia, e pronostici presso il Ministero delle Comunicazioni; Consiglio Direttivo e Commissione di Studio dell'Istituto della Autodisciplina pubblicitaria;

Aeranti-Corallo è tra i soci fondatori della Certil (Confédération Européenne des Radios et Télévisions Indépendantes et Locales) con sede in Bruxelles, di cui è presidente il coordinatore di Aeranti-Corallo;

Aeranti-Corallo ha stipulato il Contratto Collettivo Nazionale di lavoro 3 ottobre 2000 con la FNSI - Federazione Nazionale della Stampa Italiana per il lavoro giornalistico nelle imprese radiofoniche e televisive locali.

B) Le imprese televisive locali e le imprese televisive satellitari di Aeranti-Corallo rientrano tra i soggetti che subiscono un pregiudizio diretto, immediato ed attuale a causa della sussistenza in capo alle società RAI SPA, RTI SPA e PUBLITALIA 80 di posizione dominante nel mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento.

C) Aeranti-Corallo condivide l'impostazione che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha reso nella delibera n. 326/04/CONS di avvio dell'istruttoria del presente procedimento relativamente all'analisi delle posizioni dominanti da effettuarsi con riferimento ai singoli membri che compongono il Sistema integrato delle Comunicazioni (cosiddetto SIC).

D) La sussistenza del cosiddetto duopolio televisivo viene evidenziata dalla Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni fin dalla propria relazione annuale al Parlamento del 30 giugno 1999.

In particolare a pag. 92 (punto 4.1) della stessa si legge testualmente: I due principali operatori controllano larga parte dell'offerta e delle risorse economiche, mentre gli altri soggetti della televisione in chiaro occupano posizioni marginali.

Nella stessa relazione si legge inoltre (pag. 93) che le 650 emittenti televisive locali, all'epoca operanti, acquisivano complessivamente il 5,7% della raccolta pubblicitaria.

Tale situazione è rimasta totalmente immutata negli anni.

Nella relazione annuale al Parlamento redatta dalla Autorità al 30 giugno 2002 (pag. 99) si legge: la struttura duopolistica del mercato rimane particolarmente solida, con i due principali operatori (Rai e Mediaset) che assorbono l'80% delle risorse destinate al settore radiotelevisivo contano sul 90% dell'audience e delle risorse pubblicitarie.

Nella relazione annuale al Parlamento redatta dall'Autorità al 30 giugno 2003 (pag. 105) si legge testualmente: struttura del mercato marcatamente duopolistica: i due principali operatori Rai e Mediaset, controllano la metà dei canali televisivi nazionali in chiaro, attorno al 90% dell'audience televisiva ed oltre i 3/4 delle risorse del settore.

Nella relazione annuale al Parlamento redatta dall'Autorità al 30 giugno 2004 (pag. 111) si legge testualmente: struttura del mercato marcatamente duopolistica: i due principali operatori Rai e Mediaset, controllano la metà dei canali televisivi nazionali in chiaro, attorno al 90% dell'audience televisiva media e circa il 75% delle risorse complessive del settore .

Nell'indagine conoscitiva sul settore televisivo: la raccolta pubblicitaria, recentemente redatta dalla Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato si legge (premessa delle conclusioni): Il settore nazionale della raccolta pubblicitaria, ed in particolare il mercato della raccolta pubblicitaria televisiva, sono caratterizzati da un'elevata concentrazione, che non ha riscontro negli altri Paesi europei, nonché dalla presenza di elevate barriere di ingresso.

Al punto II delle conclusioni si legge inoltre; la presente indagine ha evidenziato come il settore sia caratterizzato da un assetto oligopolistico, con due operatori, Fininvest e Rai, che ne controllano la parte maggioritaria.

Da tutto ciò consegue che l'esistenza del sistema duopolistico (Rai e Rti, controllata da Mediaset) consolidato nel tempo è stata accertata dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

E) La sussistenza del suddetto sistema duopolistico ha come conseguenza:

l'assenza di concorrenza nel settore televisivo;

l'assenza di pluralismo nel settore televisivo.

Gli elementi sintomatici di tale assenza di concorrenza e di pluralismo sono i seguenti :

e1) l'esercizio da parte di Rai e di Rti di un numero di impianti di diffusione in tecnica analogica di molto superiore a quelli previsti dal piano nazionale di assegnazione delle frequenze televisive (Deliberazione n. 68/98 della AGCOM). Ciò comporta una presenza nell'etere molto superiore a quella che sarebbe necessaria per la copertura nazionale con evidenti ridondanze;

e2) la politica di acquisizione dei diritti di sfruttamento dei programmi dei principali distributori;

e3) la politica di acquisizione dei diritti dei principali eventi;

e4) la politica di acquisizione in esclusiva di risorse umane pregiate da parte di Rai e Rti, quali conduttori televisivi; registi e sceneggiatori, che rimarrebbero a disposizione delle stesse per lunghi periodi di tempo anche quando non effettivamente utilizzate per le trasmissioni;

e5) la politica di vendita della pubblicità nei periodi di minor valore degli spazi pubblicitari televisivi (quali ad esempio i mesi estivi), a prezzi particolarmente favorevoli in modo da accogliere anche inserzionisti con minor capacità di spesa che solitamente si rivolgono all'emittenza televisiva locale o altri mezzi.

F) L'attuale distribuzione delle risorse pubblicitarie risulta difficilmente modificabile anche in considerazione della concentrazione degli ascolti in capo a Rai e Rti.

Al riguardo Aeranti-Corallo evidenzia che il numero dei meter installato da Auditel è quantitativamente insufficiente per rilevare le emittenti locali di dimensione sub-regionale; inoltre dovrebbe essere modificato l'assetto societario di Auditel con l'ingresso anche di soggetti come Aeranti-Corallo che rappresentano molti attori del sistema televisivo.

G) Il passaggio alle trasmissioni in tecnica digitale potrebbe rafforzare ancora maggiormente l'assetto duopolistico.

Infatti le acquisizioni di canali di trasmissione che parte da Rai e Rti al fine del passaggio alle trasmissioni digitali (acquisizioni consentite dalle leggi n. 66/2000 e n. 112/2004) potrebbero portare ad un sistema digitale con le infrastrutture di trasmissione quasi completamente controllate da Rai e Rti.

H) La legge 3 maggio 2004, n. 112, nel modificare le norme antitrust, consente il cosiddetto *traino pubblicitario*, cioè la possibilità per le concessionarie pubblicitarie controllate da Rai e Rti di vendere spazi pubblicitari per le imprese televisive locali.

Se tale forma di vendita trovasse ora attuazione si realizzerebbe un fortissimo squilibrio delle risorse tra le Tv locali *trainate* e tutte le altre, con evidenti conseguenze sul pluralismo e sulla concorrenza nelle diverse aree territoriali.

l) Da tutto quanto esposto consegue l'assoluta esigenza che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni adotti una serie di interventi finalizzati alla rimozione delle posizioni dominanti oggi sussistenti nel mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento.

In particolare Aeranti-Corallo chiede che vengano adottate le seguenti misure correttive:

inibire la trasmissione di televendite da parte di Rti;

inibire a Rai e Rti di vendere, attraverso le concessionarie di pubblicità controllate dalle stesse, o comunque facenti parte dello stesso gruppo, spazi pubblicitari per le imprese televisive locali;

includere le telepromozioni nel computo dei tetti di affollamento pubblicitario previsti per Rai e Rti;

vietare alle concessionarie pubblicitarie di Rai e Rti di raccogliere pubblicità nel mercato digitale terrestre sino allo spegnimento delle trasmissioni analogiche da parte di Rai e Rti;

rendere pubbliche e trasparenti le condizioni contrattuali praticate nei confronti degli inserzionisti pubblicitari;

introdurre limitazioni alle facoltà di Rai e Rti di acquisire nuovi canali di trasmissione per il passaggio alle trasmissioni digitali terrestri.

Ancona, lì 21 febbraio 2005

(Avv. Marco Rossignoli)