

TeleRadiofax n. 4/2019 - 22 febbraio 2019

 [Scarica il testo in formato PDF](#)

Sommario

Indagine conoscitiva Agcom sull'informazione locale: emerge un ruolo fondamentale dell'emittenza locale
Contributi statali a tv e radio locali: la situazione
Raccolta pubblicitaria: il 2018 si chiude con segno positivo per radio e tv
28° congresso FNSI: Lorusso rieletto Segretario generale, Giulietti riconfermato Presidente
Il 28 febbraio a Roma la relazione annuale 2019 di Auditel
Agcom, al via consultazione pubblica su schema di regolamento in materia di rispetto della dignità umana e della non discriminazione
Contributo pro Agcom per il 2019: il termine per il pagamento scade il 1° aprile p.v.

INDAGINE CONOSCITIVA AGCOM SULL'INFORMAZIONE LOCALE: EMERGE UN RUOLO FONDAMENTALE DELL'EMITTENZA LOCALE

■ Con delibera n. 570/18/CONS, pubblicata l'11 febbraio u.s., l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha chiuso l'Indagine conoscitiva sull'informazione locale, realizzata dalla stessa Autorità.

Tale indagine conoscitiva ha analizzato, tra l'altro, le caratteristiche e le dinamiche dell'offerta e della domanda di informazione in Italia, con un focus particolare sull'ambito locale, offrendo un esame approfondito dei sistemi regionali (e/o provinciali) ed evidenziando le diversità territoriali.

Lo studio Agcom si è basato sull'elaborazione dei dati raccolti da GfK Italia, che ha realizzato interviste su un campione di oltre 14mila individui, rappresentativo

della popolazione italiana.

Il primo elemento che emerge da tale analisi è che in Italia, circa il 95% della popolazione si informa su almeno un mezzo di comunicazione tra Tv, radio, quotidiani (cartacei e digitali) e internet.

Nel nostro Paese, inoltre, come evidenzia l'Agcom nel documento, l'attenzione verso l'informazione locale, che rappresenta una fattispecie di informazione avente la caratteristica di essere circoscritta al territorio o alla realtà locale, appare ampia, se si considera che l'86% dei cittadini si informa abitualmente su fatti locali, attraverso canali televisivi, emittenti radiofoniche, quotidiani o servizi online (siti e app di testate online, social network, motori di ricerca). Inoltre, nel sistema informativo locale, un ruolo fondamentale viene svolto dalle emittenti televisive e radiofoniche locali. In numerose regioni, infatti, tv e radio locali sono tra i brand più utilizzati per informarsi su fatti locali.

Tale elemento distintivo è particolarmente ben evidenziato dalla Parte II dell'Indagine conoscitiva, integralmente dedicata al Sistema informativo regionale. In 283 pagine, l'Agcom offre una visione di contesto tramite schede regionali, che forniscono una serie di preziose informazioni relative, in particolare, al "peso" e ai numeri del settore dell'informazione nell'ambito regionale (inteso come numero di addetti e numero di imprese operanti nel settore dell'informazione e della comunicazione).

Vengono, quindi, forniti grafici di dettaglio sui mezzi utilizzati per informarsi (in percentuale) e sulle fonti utilizzate. Il successivo grafico (quello citato sopra, sui brand più utilizzati per informarsi su fatti locali) evidenzia come in numerose regioni, nel sistema informativo locale, un ruolo di rilievo viene svolto dalle emittenti televisive e radiofoniche locali (i cui marchi compaiono spesso in tale grafico).

In sintesi, l'indagine Agcom fa emergere che l'emittenza locale, sia televisiva, sia radiofonica, rappresenta un elemento fondamentale nel presidio del pluralismo informativo.

L'indagine conoscitiva Agcom e i relativi allegati sono pubblicati nel sito www.aeranticorallo.it, sezione "Normativa", sottosezione "Studi e ricerche dell'Agcom"

CONTRIBUTI STATALI A TV E RADIO LOCALI: LA SITUAZIONE

■ Dovrebbe essere imminente la pubblicazione della graduatoria definitiva per i contributi statali 2017 per le tv locali commerciali (la relativa graduatoria provvisoria è stata pubblicata con decreto direttoriale 20 dicembre 2018). Grazie all'intenso lavoro della Dgscerp e del Direttore generale Antonio Liroi,

dovrebbero, inoltre, essere pubblicate a breve le graduatorie provvisorie per i contributi 2017 alle tv locali comunitarie e quelle relative ai contributi 2017 per le radio locali commerciali e comunitarie.

E', inoltre, auspicabile che trovi soluzione positiva la problematica, sollevata nelle scorse settimane da AERANTI-CORALLO, riguardante la proposta di svincolare l'accantonamento del 50% degli importi dei contributi per le tv locali commerciali relativi all'anno 2016 (tale accantonamento era stato prudenzialmente disposto dal MiSe a seguito dei ricorsi pendenti al Tar del Lazio avverso il DPR 146/2017). Sul tema dei contributi, rammentiamo inoltre che, fino al 28 febbraio p.v., è attiva la procedura online "Sicem" per presentare le domande per il riconoscimento dei contributi statali a favore delle imprese televisive e radiofoniche locali, commerciali e comunitarie per l'anno 2019.

RACCOLTA PUBBLICITARIA : IL 2018 SI CHIUDE CON SEGNO POSITIVO PER RADIO E TV

■ Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia - rilevato mensilmente da Nielsen - chiude l'anno 2018 con una crescita del +2,0% rispetto all'anno 2017.

Con riferimento ai singoli mezzi, la tv mette a segno un +0,6% annuale (negativa, a

-2,5%, la raccolta del solo mese di dicembre raffrontato con il mese precedente). Inoltre, la radio prosegue il trend positivo di tutto l'anno 2018: anno su anno, il mezzo cresce del +5,5%, mentre su base mensile, si registra una crescita del +7,9%.

Non accenna, invece, a diminuire l'inarrestabile declino nella raccolta pubblicitaria sulla carta stampata (-6,2% i quotidiani, -8,2% i periodici su base annua).

Per quanto riguarda, infine, la raccolta sul web, il 2018 (considerando la stima fatta da Nielsen sull'intero comparto "allargato", comprendente search, social, annunci sponsorizzati e over the top) chiude a +8,0% (+4,5% considerando il solo perimetro rilevato da Fcp AssoInternet).

Il dettaglio dei dati storici, a partire dal 1999, sui numeri della raccolta pubblicitaria in Italia, è disponibile nel sito www.aeranticorallo.it, sezione "Mercato pubblicità"

28° CONGRESSO FNSI: LORUSSO RIELETTO SEGRETARIO GENERALE, GIULIETTI RICONFERMATO PRESIDENTE

■ Si è svolto dal 12 al 14 febbraio u.s., a Levico Terme (TN) il ventottesimo congresso nazionale della stampa italiana (era presente, per AERANTI-CORALLO, Fabrizio Berrini), nell'ambito del quale sono stati rinnovati gli Organi federali.

Raffaele Lorusso, Segretario generale uscente, è stato riconfermato al primo scrutinio. Conferma anche per Giuseppe Giulietti, rieletto Presidente al primo scrutinio, al termine della prima riunione del rinnovato Consiglio nazionale.

AERANTI-CORALLO formula i migliori auguri di buon lavoro al Segretario generale Lorusso e al Presidente Giulietti.

IL 28 FEBBRAIO A ROMA LA RELAZIONE ANNUALE 2019 DI AUDITEL

■ Si svolgerà il prossimo giovedì 28 febbraio, presso la Sala Regina di Palazzo Montecitorio (sede della Camera dei Deputati) a Roma, la presentazione della relazione annuale 2019 di Auditel da parte del Presidente della società, Andrea Imperiali.

Sono previsti numerosi interventi istituzionali, tra i quali quello del Presidente della Commissione di vigilanza Rai Alberto Barachini, del Presidente della Commissione trasporti, poste e telecomunicazioni della Camera, Alessandro Morelli, del Sottosegretario al Lavoro e politiche sociali Claudio Durigon, del Garante europeo per la protezione dei dati personali, Giovanni Buttarelli e del Presidente Agcom Angelo Marcello Cardani.

AGCOM, AL VIA CONSULTAZIONE PUBBLICA SU SCHEMA DI REGOLAMENTO IN MATERIA DI RISPETTO DELLA DIGNITA' UMANA E DELLA NON DISCRIMINAZIONE

■ Con delibera n. 25/19/CONS, pubblicata nel proprio sito internet il 21 febbraio u.s., l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha avviato una consultazione pubblica sullo schema di regolamento recante disposizioni in materia di rispetto della dignità umana e del principio di non discriminazione e di contrasto all'hate speech. Si legge, nelle premesse della delibera, che l'Autorità rileva l'esigenza di garantire, in particolare nei programmi di informazione e intrattenimento, effettività alla tutela dei diritti fondamentali della persona, nel rispetto del principio di non discriminazione e di tutela della diversità etniche, culturali, religiose e connesse a peculiari condizioni soggettive, fisiche, mentali e sociali. In particolare, evidenzia l'Agcom, nel rispetto della libertà editoriale e del diritto di libera manifestazione del pensiero, ciascun fornitore di servizi media deve garantire la completezza dell'informazione e l'assenza di discorsi d'odio: la Corte europea dei diritti dell'uomo si è soffermata più volte sulla distinzione tra forme di discorso pubblico tollerato in una società democratica e discorso che deve essere limitato e sanzionato al fine di proteggere il diritto di individui e gruppi di non essere discriminati, o discorso che può portare alla violenza, ai disordini pubblici e alla criminalità.

Lo schema di regolamento sottoposto a consultazione riguarda i principi e le disposizioni cui dovranno adeguarsi i Fornitori di servizi di media audiovisivi e radiofonici soggetti alla giurisdizione italiana nei programmi di informazione e

intrattenimento per assicurare il rispetto della dignità umana e del principio di non discriminazione e contrasto all'istigazione alla violenza e all'odio nei confronti di gruppi di persone o membri di tali gruppi definiti con riferimento al sesso, all'origine razziale o etnica, alla religione, alla disabilità, all'età o all'orientamento sessuale e ogni altra caratteristica o situazione personale. Lo schema di regolamento dettaglia, poi, una serie di criteri per il rispetto dei citati principi, fissa una serie di obblighi in capo alla Rai e prevede, inoltre, un dispositivo sanzionatorio per il mancato rispetto del regolamento stesso. Viene, infine, prevista, in capo ai fornitori di piattaforme per la condivisione video, la promozione di procedure di coregolamentazione per il contrasto alla diffusione in rete di contenuti che violino i principi sanciti a tutela della dignità umana e per la rimozione dei contenuti d'odio.

La consultazione pubblica, cui AERANTI-CORALLO interverrà con proprie osservazioni, si concluderà entro 30 giorni dalla pubblicazione del provvedimento nel sito Agcom.

CONTRIBUTO PRO AGCOM PER IL 2019: IL TERMINE PER IL PAGAMENTO SCADE IL 1° APRILE P.V.

■ L'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni, con la delibera n. 527/18/CONS del 30 ottobre 2018 (pubblicata in G.U. n. 43 del 20 febbraio 2019) ha fissato la misura e le modalità di versamento del contributo dovuto all'Autorità, per l'anno 2019, dai soggetti che operano nei settori delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media. L'Agcom ha previsto, al fine del versamento del contributo, due diverse aliquote, una per i soggetti di cui all'art. 34 del Codice delle Comunicazioni Elettroniche (cioè per i soggetti che corrispondono diritti amministrativi allo Stato quali titolari di autorizzazione generale e/o di diritti di uso di frequenze), con aliquota pari all'1,30 per mille dei ricavi, l'altra per i soggetti operanti nei restanti mercati, cioè dei soggetti operanti nei settori dei servizi media, con aliquota pari all'1,90 per mille dei ricavi. Non sono tenuti al suddetto versamento dei contributi i soggetti il cui imponibile sia pari o inferiore a euro 500.000, le imprese che versano in stato di crisi, avendo attività sospesa, in liquidazione ovvero essendo soggette a procedure concorsuali e le imprese che hanno iniziato la loro attività nell'anno 2018. Il versamento del contributo da parte delle imprese tenute allo stesso dovrà essere effettuato entro il 1° aprile 2019.

Le istruzioni operative per il versamento del contributo 2019 e il relativo modello telematico per la comunicazione dei dati anagrafici ed economici da parte di ciascun contribuente sono contenuti nella delibera n. 19/19/CONS, disponibile nel sito internet www.agcom.it, nella sezione "Per gli operatori - Contributo dovuto all'Autorità"