



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

# Radio Tv News

12 FEBBRAIO 2015 - NUMERO 37

03

Vita Associativa

05

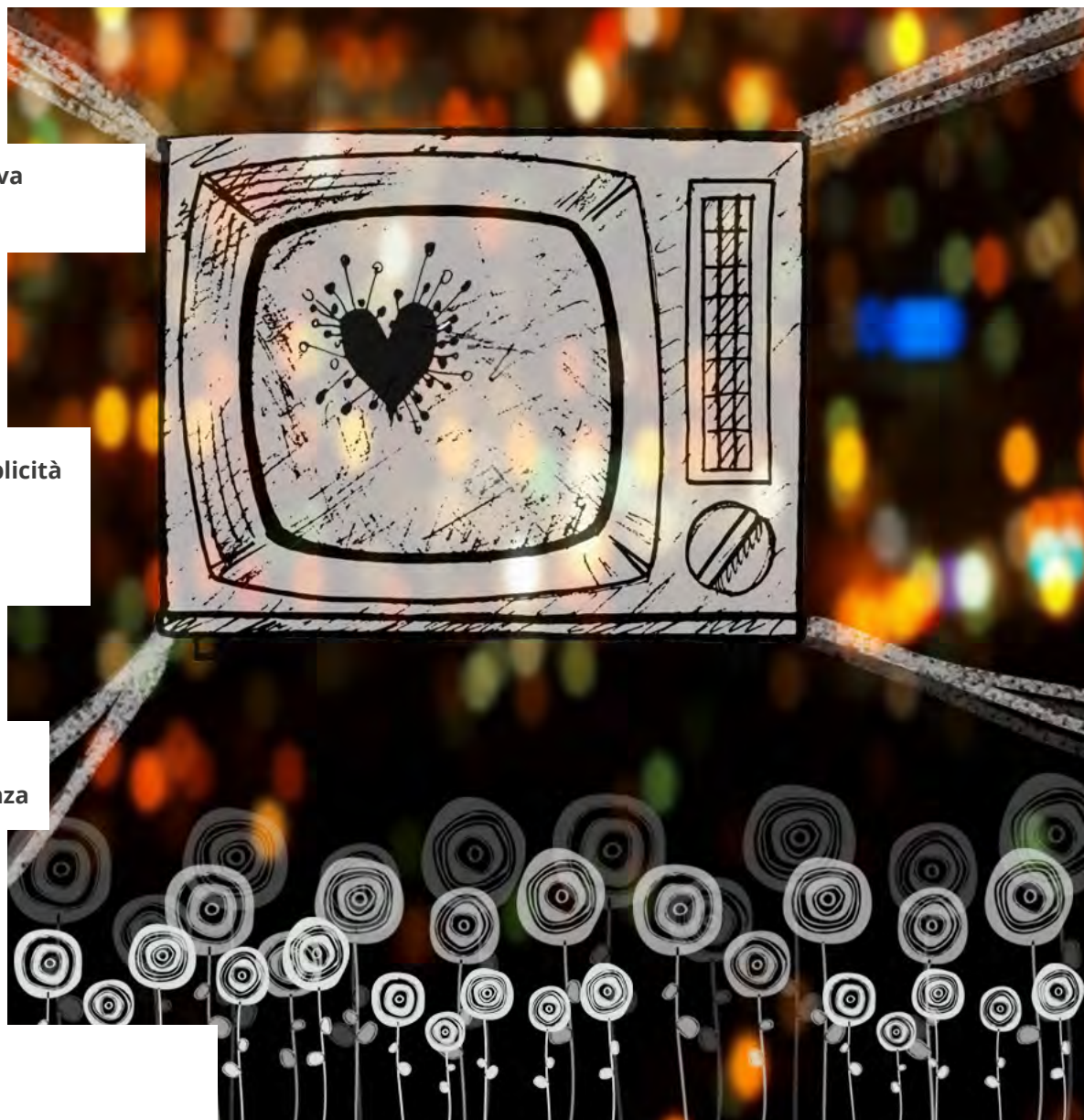
Mercato e Pubblicità

08

Normativa e  
Giurisprudenza

08

Tecnologie



Direttore Responsabile: Emilio Carelli | Direttore Editoriale: Andrea Franceschi

In redazione (redazione@confindustrialradiotv.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.confindustrialradiotv.it |

segreteria@confindustrialradiotv.it | Iscritto al n. 54 del Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma il giorno 01/04/2014

# Sommario

## O3. Vita Associativa

- O3. ELEMEDIA nuova associata CRTV
- O3. Incontro Associazione Radio con On. Giacomelli
- O4. L'Associazione Tv Locali chiede al Sottosegretario Giacomelli di adoperarsi per sbloccare i pagamenti dei contributi alle Tv Locali
- O4. La Rai lancia Ray: Tv in streaming rivolta al pubblico di Internet

## O5. Mercato e Pubblicità

- O5. Pubblicità: il 2014 chiude a -2,5%
- O6. UK, British Telecom acquisisce EE per 12,5 miliardi di sterline
- O7. Cisco: cresce il Video Sharing nel mercato digitale

## O8. Normativa e Giurisprudenza

- O8. AGCM: CRTV partecipa alla consultazione pubblica sulla bozza di Regolamento in tema di pubblicità ingannevole e comparativa

## O8. Tecnologie

- O8. Apple e Google montano alla guida delle autoradio

# Vita Associativa

## ELEMEDIA nuova associata CRTV

ELEMEDIA (Gruppo l'Espresso), società editrice di Radio Capital, Radio Dj e M20, è entrata in Confindustria Radio Televisioni come associata effettiva.

Il Consiglio di Presidenza, presieduto da Rodolfo De Laurentiis, nella seduta dello scorso 28 gennaio ha deliberato l'accoglimento della domanda di adesione. Diventano quindi 22 gli associati, di cui 18 effettivi e 4 aggregati.



## Incontro Associazione Radio con On. Giacomelli

Mercoledì 11 febbraio il presidente dell'Associazione Radio FRT Giovannini, ha incontrato presso il MISE - Dipartimento delle Comunicazioni, il sottosegretario On. Giacomelli. L'incontro, che si è svolto in un clima di grande cordialità, ha avuto per oggetto l'illustrazione, da parte di Giovannini, dei contenuti del documento sul sistema radiofonico, deliberato dal Consiglio direttivo della stessa Associazione Radio. Sono stati sottolineati i punti più significativi del documento, pubblicato sulla

newsletter di Confindustriaradiotv n. 35 del 9 gennaio, riguardanti la razionalizzazione e modernizzazione del comparto radiofonico, con particolare riguardo all'emittenza locale e allo sviluppo della tecnologia digitale. Il Sottosegretario si è mostrato molto interessato alle proposte illustrate e ha assicurato tutto il suo impegno per un positivo esito di quanto evidenziato nel corso dell'incontro.

## L'Associazione Tv Locali chiede al Sottosegretario Giacomelli di adoperarsi per sbloccare i pagamenti dei contributi alle Tv Locali

Nel corso di un incontro con il Sottosegretario di Stato con delega alle Comunicazioni Antonello Giacomelli, e il Capo della Sua Segreteria Alessio Beltrame, Maurizio Giunco, Presidente dell'Associazione Tv Locali (aderente a CRTV) ha chiesto di volersi adoperare al fine di

risolvere le problematiche di ordine burocratico con la Ragioneria dello Stato che ritardano l'erogazione delle somme spettanti alle Tv Locali delle misure di sostegno ex legge 448/98 del 2013.

Infatti ad oltre un anno e 5 mesi dalla presentazione della domanda, prevista dal bando di attribuzione

dei contributi, un considerevole numero di emittenti è ancora in attesa di essere liquidata.

Sia il Sottosegretario di Stato Giacomelli, sia il Capo della Sua Segreteria Beltrame hanno assicurato il loro impegno per risolvere positivamente la questione.

## La Rai lancia Ray: Tv in streaming rivolta al pubblico di Internet

Si chiama Ray la nuova piattaforma in streaming del gruppo Rai dedicata ai giovani. "E' il primo passo di una strategia della Rai per diventare una 'video company' nell'era della molteplicità delle reti e dei terminali, nella quale i giovani hanno un approccio personalizzato ai contenuti" sostiene Valerio Zingarelli, direttore delle Tecnologie e Produzioni. Con questa iniziativa la Rai dimostra di cavalcare i tempi

che corrono, cosciente che la Tv in streaming sta prendendo il posto di quella tradizionale. Tra i diversi contenuti troviamo la seconda serie della fiction "Braccialetti Rossi", "Due posti al sole" talent per cercare due nuovi attori per la serie "Un posto al sole", "Cento anni dopo" cortometraggi che confrontano il linguaggio moderno con le lettere e le parole usate dai soldati della Grande Guerra, e

"Ray Lab" centro di ricerca di nuovi talenti.



# Mercato e Pubblicità

## Pubblicità: il 2014 chiude a -2,5%

Il mercato degli investimenti pubblicitari chiude il 2014 a 6201 milioni di euro, ancora in calo - sono complessivamente 158 i milioni di euro (-2,5%) persi rispetto al 2013 - ma si tratta del decremento più contenuto degli ultimi 4 anni (un netto miglioramento rispetto al 2013 che si era chiuso a -12,3%): sono questi i dati delle stime ADEX coerenti con i dati pubblicati mensilmente da Nielsen.

Alberto Dal Sasso, Advertising Information Services Business e Nielsen TAM Managing Director: "Se aggiungiamo le stime degli investimenti sulla totalità del digital che attualmente non misuriamo mensilmente, vale a dire video, social e search advertising, il mercato chiude a -0,4%" e 7,627 milioni di euro, cifra calcolata con le stime della raccolta digitale, l'unica ad avere un segno + davanti (+7,6%)

Secondo tali stime il mercato dell'adv online e digitale in Italia vale 1,9 miliardi di euro pari al 18% del totale mercato, una quota paragonabile a quella di gran parte dei Paesi sviluppati.

### MEZZI

Performance sopra la media di mercato per Tv e radio. La Tv chiude a -0,5%, 17 milioni in meno rispetto al 2013 e performance positive per i Mondiali di Calcio del Brasile - anche se l'impatto è stato più contenuto rispetto alle edizioni precedenti - e nei mesi di marzo e novembre. La radio chiude il 2014 a -1,8%, 6 milioni

in meno rispetto al 2013, e conferma gli andamenti positivi degli ultimi mesi e un dicembre in crescita. Anche internet mostra una crescita nel mese di dicembre, attestandosi, controtendenza a +2,1% per tutto il 2014.

La stampa, in leggera ripresa, chiude a -9,7% e -6,5% rispettivamente per quotidiani e periodici rispetto al 2013. Cinema in forte sofferenza, -18,2%, direct mail -4,5%, outdoor, in controtendenza, in crescita del +3,2%.

### SETTORI MERCEOLOGICI

Per quanto riguarda i settori merceologici, in crescita, con un apporto complessivo di circa 148 milioni di euro: alimentari (+3,4%, pari a 25 milioni) distribuzione (+6,9%, circa 23 milioni), finanza / assicurazioni (+20,6%), farmaceutici e sanitari (+9,3%) ed elettrodomestici (+8,5). In calo automotive (-4,2%, circa 25 milioni) telecomunicazioni (-26,5%, - 129 milioni).

### INVESTITORI

17500 gli investitori attivi sul mercato italiano nel 2014, 5% in meno rispetto al 2013. Se cresce l'investimento medio (+3%) sul totale mercato, ma la televisione, mezzo che registra addirittura un 28% di investitori in più sconta un calo dell'investimento medio di oltre il 20%.



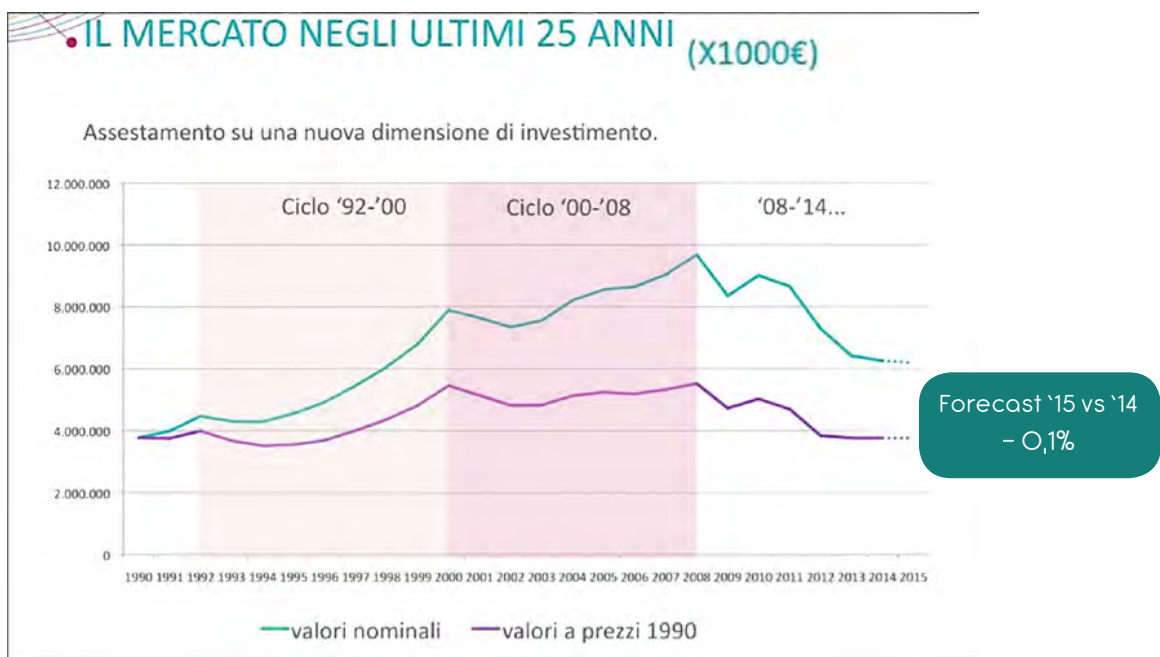




**CONTESTO E PREVISIONI**

“Il 2014 è stato un anno di transizione e di stabilizzazione del mercato – aggiunge Dal Sasso – soprattutto se guardiamo al trend di medio-lungo periodo, che ci può far parlare di una ripresa seppur su basi e valori assoluti

di investimento più contenuti rispetto al passato. In termini di valori reali e nominali, si tratta degli stessi valori di fine anni 90, anche se allora si era verso la fine di un ciclo di crescita che sarebbe culminato nel 2000”.



Fonte: Stima AdEx del mercato pubblicitario – incluse tutte le Tipologie pubblicitarie

Previsioni a quota zero per il 2015 in attesa della ripresa attesa per il *quantitative easing*, la debolezza dell'euro e calo del prezzo del petrolio.

Italia, Francia, Giappone e Australia sono tra i pochi Paesi del mondo ad aver registrato un segno meno nel 2014, in crescita la pubblicità nei maggiori mercati del mondo.

**UK, British Telecom acquisisce EE per 12,5 miliardi di sterline**

British Telecom rileverà il controllo di EE (*Everything Everywhere*), principale operatore mobile del Regno Unito con 31,5 milioni di clienti, per 12,5 miliardi di sterline, pari a 16,74 miliardi di euro. Dopo diverse settimane di trattative Bt ha raggiunto un accordo con Orange e Deutsche Telekom, la quale in cambio riceverà una quota del 12% in Bt, con il diritto di nominare un membro non esecutivo nel Cda, mentre ad Orange andrà il 4%. La cifra in questione sarà da

pagare in parte in contanti e in parte con l'emissione di nuove azioni per 1,43 miliardi di euro. La British Telecom acquisirà i 24 milioni di clienti in Gran Bretagna della EE, che attualmente gestisce la fetta più grande di spettro radio e possiede la più vasta base di clienti 4G di qualsiasi operatore europeo. Ora BT potrà offrire servizi che vanno dalla telefonia fisso-mobile, alla televisione e ai servizi in banda larga e ultralarga.

## Cisco: cresce il *Video Sharing* nel mercato digitale

Chiunque con un po' di talento può guadagnare in rete. Basta avere un'idea, saper girare filmati, metterli on line e promuoverli in modo da farli cliccare a più persone possibili. Chi riesce ad attrarre la pubblicità entra a far parte di questa nuova fetta di mercato del *Video Sharing*.

Su Youtube, la piattaforma di condivisione video più importante al mondo, vengono caricate ogni minuto più di 100 ore di filmati; per avere un'idea, per vedere tutto quello che viene caricato in 24 ore servirebbero più di 6 mila giorni. E' chiaro che questa tendenza segnerà il futuro di web e social network. Per Cisco, entro il 2017 più dei due terzi del traffico Internet mondiale sarà generato dal consumo di video e il mercato dovrebbe superare i 32 miliardi di euro di valore. Per questo motivo si stanno diffondendo Start up e nuovi siti Internet di aggregatori di video. Un esempio è *Buzzmyvideos*, network internazionale di video maker su Youtube alla portata di tutti. Secondo la fondatrice Paola Marinone, su *Buzzmyvideos* si scoprono talenti e si offrono loro servizi e strumenti tecnologici per

la crescita dell'audience. Il network lavora anche con le aziende che desiderano intercettare il proprio pubblico di riferimento in modo innovativo, attraverso diverse collaborazioni, come i *Youtuber*; "persone che comunicano le proprie passioni attraverso il proprio canale video" li definisce la Marinone.

*Viralize* è invece una piattaforma che dal marzo 2015 permetterà a qualsiasi utente di poter monetizzare la propria "fama" creata sui social. Come? Proponendo una campagna pubblicitaria virale in Internet. Basta iscriversi su *Viralize*, scegliere la campagna proposta dal network e condividerla sui personali profili social. Più un utente ha amici, più aumentano le possibilità che la campagna venga visualizzata, condivisa e, di conseguenza, incrementi i guadagni dell'utente stesso. E' un modello di monetizzazione 'pay per view' dell'ordine di pochi centesimi per ogni video guardato. Resta da capire se ciò andrà a vantaggio della qualità nel settore dell'Audiovisivo.

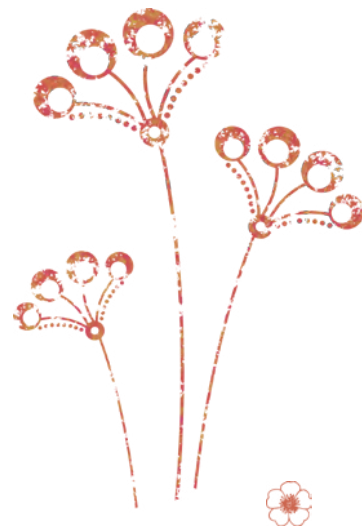
### Da CORRIERECONOMIA - Le 4 maggiori piattaforme di *Video Sharing*

		 www.mosaicoon.com	 www.buzzmyvideos.com	 www.viralize.com
<b>Data di nascita</b>	Dicembre 2014 in Italia	2009	2012 (Gran Bretagna) 2013 (Italia)	Maggio 2013
<b>Fondatori</b>	Bruno Pellegrini e Nick Pahade	Ugo Parodi Giusino	Paola Marinone, Bengu Atamer	Marco Paolieri, Maurizio Sambati, Ugo Vespièr
<b>Come funziona</b>	Video content comunità per creare qualsiasi tipo di filmato con più di 100 mila «video-maker» professionisti	Aiuta a produrre video virali, di cui, poi, gestisce la distribuzione e controlla l'efficacia	Offre a «video-maker» di talento su Youtube i servizi per accrescere l'audience e guadagnare attraverso i propri video	Consente di pubblicare, promuovere e monetizzare i contenuti video online
<b>Investitori</b>	Mk capital, Innogest e TLcom	Vertis, Atlante Ventures	United Venture	Club Italia Investimenti 2, P101
<b>Investimenti totali ricevuti</b>	<b>16,5</b> milioni di euro	<b>3</b> milioni di euro	<b>2,2</b> milioni di euro	<b>500</b> mila euro
 <b>69%</b> stima della percentuale del traffico Internet mondiale generato dal consumo di video entro il 2017				

Fonte: Cisco Vni Global IP Traffic Forecast, 2012-2017



# Normativa e Giurisprudenza



## AGCM: CRTV partecipa alla consultazione pubblica sulla bozza di Regolamento in tema di pubblicità ingannevole e comparativa

Si è conclusa nei giorni scorsi la consultazione della AGCM sulla bozza di Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazione e clausole vessatorie. Confindustria Radio Televisioni ha preso parte attiva alla consultazione pubblica inviando le proprie

osservazioni ed esprimendo, al di là di alcuni rilievi tecnici puntuali, una complessiva valutazione positiva sul provvedimento. Un Regolamento che va a normare un tema importante e sensibile per l'operatività dei *broadcaster* e per i consumatori i quali attendevano un intervento chiaro e solido nell'impianto, per quanto attiene gli aspetti procedurali della complessa materia.

## Tecnologie



## Apple e Google montano alla guida delle autoradio

Android il sistema mobile di Google e iOS, quello della Apple, dopo essersi insediati nelle nostre Smart Tv ora stanno entrando anche nelle nostre auto. All'ultimo Auto Show di Los Angeles i due colossi hanno presentato rispettivamente *Android Auto* e *Car Play*, due sistemi operativi che consentono di usare cellulare e tablet, una volta connessi alla macchina, attraverso i comandi e lo schermo tattile dell'automobile, per mandare messaggi, leggere mail, consultare le mappe o ascoltare musica in streaming, una modalità di fruizione che apre nuovi scenari competitivi per la radiofonia del futuro. L'app principale rimane quella del navigatore, le mappe sono state riprogrammate per

funzionare con i comandi vocali e rispondere a richieste aggiuntive come gli orari di apertura di un locale verso cui navighiamo, la ricerca di punti di interesse o del prossimo appuntamento in calendario. Tutto, dalla musica alle app, resta fisicamente sul telefono: l'uso del touchscreen e dei comandi vocali servono solo per una maggior facilità di interazione con lo smartphone. Tra gli obiettivi c'è la volontà di migliorare la sicurezza in automobile. Infatti, secondo recenti ricerche la maggior parte delle persone controlla il cellulare più di 150 volte in un giorno indipendentemente da dove si trovi.

