



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

# Radio Tv News

23 SETTEMBRE 2016 - **NUMERO 100**

04

Vita Associativa

06

Mercato e Pubblicità

15

Normativa e  
Giurisprudenza

17

Europa

| Direttore Editoriale: Andrea Franceschi

Collaboratori: Rosario A. Donato, Elena Cappuccio, José M. Casas, Carlo Cornelli, Annamaria La Cesa, Andrea Veronese |

Editore: Confindustria Radio Televisioni, Piazza dei SS. Apostoli 66, Roma Tel. 06/93562121 - Fax 06/4402723 | [www.confindustriaradiotv.it](http://www.confindustriaradiotv.it) |

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

# Sommario

O3. La carica dei nostri primi "100" di Franco Siddi

## O4. Vita Associativa

- O4. Primo risultato per CRTV nella causa Google/AGCOM sull'obbligo di fornitura dei dati alla IES: la Corte di Giustizia UE dichiara "manifestamente irricevibile" la richiesta del TAR Lazio di pronunciarsi sulla contrarietà alla normativa europea
- O5. Approvato DDL Editoria al Senato: sì agli incentivi fiscali per gli investimenti pubblicitari incrementali sulle emittenti televisive e radiofoniche locali. Accolte le richieste di CRTV

## O6. Mercato e Pubblicità

- O6. 2,5 miliardi (+7,3%): Tv e Radio spingono gli investimenti pubblicitari a luglio 2016
- O9. Radio: nei bilanci 2014 i primi segnali di ripresa del settore

## 15. Normativa e Giurisprudenza

- 15. Operatori Tv locali, pubblicate dal Mise prime graduatorie regionali per i diritti d'uso su frequenze coordinate
- 15. Procedura per l'assegnazione delle frequenze in Onde Medie: pubblicate dal Mise risposte ai quesiti posti dagli operatori
- 16. Radio: Il 31 ottobre 2016 scade il termine per il pagamento del canone di concessione 2016

## 17. Europa

- 17. UE: nuovo pacchetto di norme sul diritto d'autore
- 18. UE: Pacchetto per la Connettività





## La carica dei nostri primi "100"

"Cento. Con questo, sono cento i numeri di "Radio TV News", un traguardo che indica una stabilità e una maturità di percorso informativo che merita di essere appuntato. Cento numeri della nostra newsletter sono, infatti, un riferimento sia perché sono lo specchio del lavoro della nostra Associazione per un periodo di due anni e mezzo sia perché ci hanno consentito di sperimentare e realizzare un rapporto di informazione specializzata e di qualità con gli associati e con i nostri "stakeholder" (istituzioni, regolatori, decisori politici, etc) e di avere, nel contempo, uno strumento di misura delle nostre relazioni e della loro incidenza.

Nel primo numero, pubblicato il 4 aprile 2014, il Presidente De Laurentiis presentava "Radio Tv News" come pubblicazione destinata a "rappresentare non solo un momento di informazione e approfondimento interno" ma anche a fotografare le tappe e le scadenze normative, sociali, tecnologiche e di mercato "con un occhio attento ai nuovi scenari digitali".

Ci siamo. Oltre mille articoli pubblicati e nuove modalità di informazione continua, approfondimenti, studi e ricerche, numeri speciali documentano le tappe di una esperienza informativa che cresce avendo costantemente l'obiettivo di migliorarsi e di cogliere tutte le opportunità che gli strumenti di diffusione tecnologica consentono. Sotto l'attenta cura, fino a pochi mesi fa, dell'allora Vice Presidente Emilio Carelli, "Radio Tv News" ha trovato la strada per dare immediatezza comunicativa ad un'attività complessa con linguaggi tipici della comunicazione professionale.

Oggi "Radio Tv News" non è più solo una newsletter periodica, ma molto di più. Il notiziario in rete è quasi quotidiano, con notizie fresche, "alert" sulla pubblicazione di fatti, atti e articoli rilevanti poi raccolti nella newsletter quindicinale insieme agli approfondimenti e le ricerche che, ovviamente, trovano lì l'ambito ideale di pubblicazione integrale ed esclusiva.

Grazie a tutta la squadra e a quanti lavorano, a diversi livelli di responsabilità, nella struttura di CRTV.

Grazie a chi ci legge e ci offre spunti di riflessione e di confronto, o preziose osservazioni - anche critiche - che ci sono di conforto e ci aiutano a migliorare e a tenere ben chiare esigenze e obiettivi di tutti, da ricomporre nel nostro disegno associativo.

Questo è il primo traguardo significativo di una storia che crediamo ancora lunga, alla quale intendiamo partecipare da protagonisti all'interno del sistema dei media italiani."

**Franco Siddi**

*Presidente*

*Confindustria Radio Televisioni*

# Vita Associativa

## Primo risultato per CRTV nella causa Google/AGCOM sull'obbligo di fornitura dei dati alla IES: la Corte di Giustizia UE dichiara "manifestamente irricevibile" la richiesta del TAR Lazio di pronunciarsi sulla contrarietà alla normativa europea.

Nei giorni scorsi è stata resa pubblica l'ordinanza della Corte di Giustizia UE che ha dichiarato "manifestamente irricevibile" il quesito circa la contrarietà al TFUE proposto dal TAR Lazio nella causa Google contro AGCom, giudizio in cui la multinazionale di Internet metteva in discussione l'obbligo di fornitura dei dati alla Informativa Economica di Sistema (IES) anche per le concessionarie pubblicitarie sul web aventi sede in altro Stato Membro.

La decisione è importante in quanto costituisce un'indicazione univoca non solo circa l'insussistenza di elementi idonei a configurare una violazione del diritto europeo, ma anche sulla questione interpretativa della norma stessa, generando riflessi anche nel merito della causa nel proseguo di fronte al TAR (non a caso la Corte di Giustizia UE non ha accolto la proposta di riformulazione del quesito avanzata nel corso del giudizio).

Pur trattandosi di una pronuncia di tipo procedurale rappresenta quindi un primo risultato positivo verso il riconoscimento dei diritti dell'industria italiana radiotelevisiva e delle comunicazioni, a fronte della mancata accettazione da parte di Google delle regole vigenti nel nostro ordinamento in tema di pluralismo.

Il giudizio, lo ricordiamo, si fonda sul ricorso di Google contro la delibera AGCom n. 397/13/CONS dove Google sostiene di non raccogliere direttamente pubblicità in Italia, ma di limitarsi a prestare "servizi ausiliari" alla sua controllata irlandese, la sola - a suo dire - vera e propria concessionaria. Si tratta, in realtà, di un evidente escamotage: scindendo l'attività di raccolta pubblicitaria in due distinti soggetti giuridici, uno soltanto dei quali stabilito in Italia, ed assegnando a quest'ultimo un ruolo meramente strumentale, il

gruppo statunitense mira ad operare sul mercato italiano eludendo le regole di tutela del pluralismo, attraverso la formale imputazione ad un soggetto di diritto irlandese di un'attività economica che produce effetti sul mercato italiano. In altri termini se il gruppo Google non fosse soggetto all'applicazione dell'art. 43, TUSMAR, l'AGCom non potrebbe imporgli alcun genere di misura volta alla tutela del pluralismo, anche qualora emergesse la sussistenza, in capo al medesimo gruppo, di posizione dominante lesiva del pluralismo su un mercato del SIC (ad esempio: la raccolta pubblicitaria "on-line").

CRTV ha quindi deciso di contrastare queste tesi mediante un intervento adesivo in giudizio, a sostegno delle ragioni dell'Autorità (in considerazione del fatto che nel 2013 la norma è stata estesa alla pubblicità on-line). L'esclusione di Google dall'applicazione dell'art. 43, TUSMAR darebbe infatti luogo ad una grave ed ingiustificata asimmetria, a discapito di tutti i soggetti del SIC, che vedrebbero uno dei loro principali concorrenti escluso dall'applicazione delle regole di tutela del pluralismo. Ciò costituirebbe inoltre un pericoloso precedente ostativo al recepimento normativo e all'affermazione (anche a livello europeo) di un mercato a regolazione unica quale si presenta oggi quello dei "broadcaster" e degli OTT attivi sul mercato pubblicitario.

L'ordinanza quindi si presenta quindi come un primo passo avanti, sia pure non ancora risolutivo, affinché l'Autorità possa procedere agli adempimenti del caso (p.e.s. iscrizione d'ufficio al ROC) e alle relative conseguenze. CRTV resta impegnata e moltiplica i propri sforzi in tale senso perchè tali obiettivi vengano conseguiti nel rispetto delle regole nel nostro ordinamento.

## Approvato DDL Editoria al Senato: si agli incentivi fiscali per gli investimenti pubblicitari incrementali sulle emittenti televisive e radiofoniche locali. Accolte le richieste di CRTV

E' stato approvato dall'Aula del Senato della Repubblica nella seduta di giovedì 15/9 il disegno di legge *"Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria, della disciplina di profili pensionistici dei giornalisti e della composizione e delle competenze del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti (2271) Deputati COSCIA ed altri"* (DDL Editoria).

Il Provvedimento contiene misure rilevanti per il settore già approvate dalle Commissioni competenti, "in primis" l'istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, una misura su cui CRTV si è più volte pronunciata criticamente in quanto nel Fondo confluisce anche un contributo di solidarietà dello 0,1% del reddito complessivo previsto anche a carico delle concessionarie pubblicitarie operanti nel settore. Un provvedimento contraddittorio che da un lato assicura un sostegno e dall'altro drena risorse prodotte in una situazione di difficoltà di mercato.

Tuttavia per il sistema radiotelevisivo locale tale situazione è mitigata grazie all'estensione (tra le deleghe al Governo per la ridefinizione della disciplina del sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale) dell'incentivazione fiscale prevista per gli investimenti pubblicitari incrementali sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali (con un particolare beneficio agli inserzionisti di micro, piccola o media dimensione e alle "start-up" innovative).

Il raggiungimento di questo importante risultato per il comparto è stato possibile grazie all'impegno e alla tenacia di Confindustria Radio Televisioni - e in particolare dall'Associazione TV Locali e Associazione Radio FRT aderenti a CRTV - che lo ha richiesto e sostenuto con forza in ogni sede, fin dall'audizione di fronte alla Commissione "Affari Costituzionali" del Senato del 5 maggio 2016, e ora accolto nel testo votato al Senato che ora torna alla Camera dei Deputati per l'approvazione finale.



# Mercato e Pubblicità

## 2,5 miliardi (+7,3%): Tv e Radio spingono gli investimenti pubblicitari a luglio 2016

Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia registra nei primi sette mesi del 2016 un valore complessivo di oltre 3,7 miliardi di euro (perimetro tradizionale Nielsen), con una crescita del +3,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (+124 milioni di euro).

Nel singolo mese di luglio il dato si attesta a 386 milioni di euro circa con un +3,1% rispetto allo stesso mese nel 2015. Si tratta delle ultime stime pubblicate da Nielsen relativamente al "perimetro tradizionale".

**ITALIA: investimenti pubblicitari - Totale mezzi**  
(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



Nota: il perimetro tradizionale monitorato da Nielsen, include i mezzi Stampa (Quotidiani e Periodici), Televisione, Radio, Internet (senza le componenti Search e Social), Cinema, Outdoor, Transit, Out of Home TV e Direct Mail.  
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il valore degli investimenti pubblicitari nazionali del "perimetro Nielsen esteso", ossia includendo principalmente le componenti Search e Social di Internet, attualmente non pubblicato su base mensile, sale nei primi sette mesi dell'anno a +5,0% rispetto al 2015.

Il mercato pubblicitario nazionale continua a crescere

grazie agli eventi sportivi (Europei di calcio e Olimpiadi) e a un trend economico che sembra aver ridato fiducia agli inserzionisti. *Secondo Nielsen Italia per la seconda metà dell'anno sarà più piatta e meno performante mentre secondo UPA la spesa pubblicitaria potrebbe realisticamente attestarsi per fine anno 2016 fra il +3% e il +4%.*



### ITALIA: Investimenti pubblicitari - Radio & Televisione (milioni di Euro)

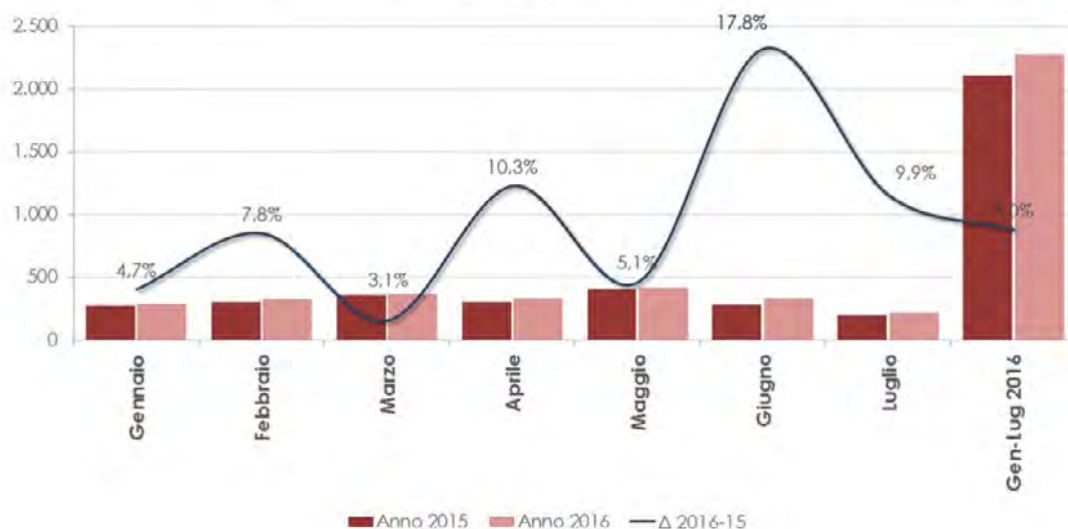


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRIV) su dati Nielsen

Il settore radiotelevisivo cresce complessivamente del +7,3% rispetto all'anno scorso arrivando nei primi sette mesi 2016 a un investimento complessivo al di sopra di 2,5 miliardi di euro (+170 milioni circa in più rispetto allo stesso periodo del 2015). L'andamento

sino a qui registrato promette una chiusura dell'anno dell'intero settore ampiamente sopra ai 4 miliardi di circa. Nel periodo gennaio-luglio 2016, l'intero settore pesa il 67% sul totale mezzi, in crescita rispetto agli anni precedenti (+3 p.p.).

### ITALIA: Investimenti pubblicitari - Televisione (milioni di Euro)



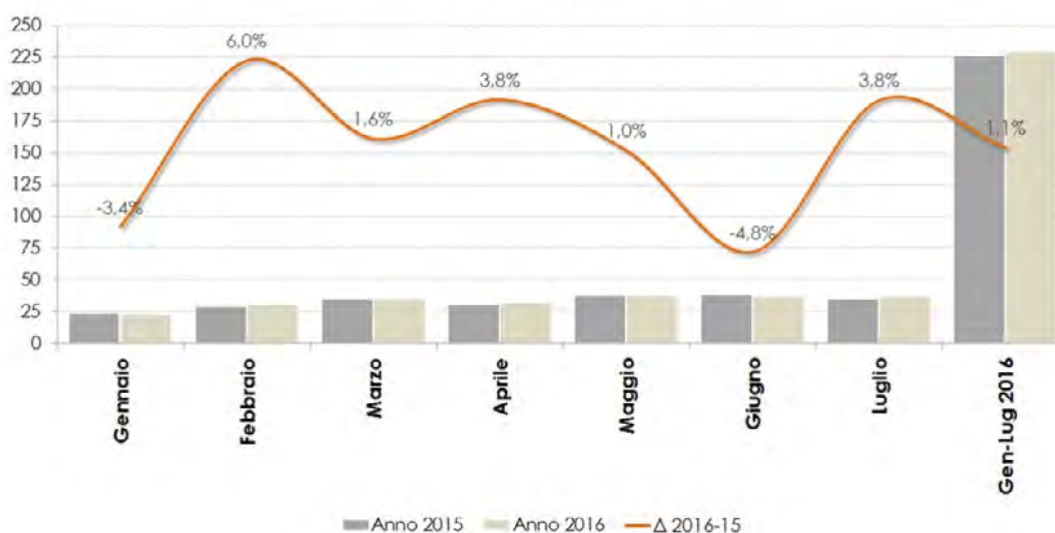
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen



La **Televisione** è il mezzo che in questo momento sta trainando maggiormente il mercato, grazie soprattutto agli eventi sportivi, attestandosi a quasi 2,3 miliardi di euro con un +8,0% rispetto ai primi sette mesi del 2015

(+170 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di luglio il valore degli investimenti si è attestato a 216 milioni di euro per una crescita del +9,9% (+19 milioni di euro rispetto al 2015).

### ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio (milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRIV) su dati Nielsen

Dopo il brusco rallentamento dello scorso mese, la **Radio** segna nello stesso periodo un +1,1% raggiungendo 230 milioni di euro circa (+3 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di luglio il valore degli investimenti radiofonici si è attestato a 36 milioni di euro per una crescita del +3,8%.

**Internet**, relativamente al perimetro tradizionale, registra un decremento del -1,6% nel periodo gennaio-luglio che nel solo mese di luglio è pari a -2,6%, ma allargando il dato al perimetro Nielsen esteso (aggiungendo le componenti Search e Social), i primi sette mesi chiuderebbero a +8,2% mentre il singolo mese a +6,8%.



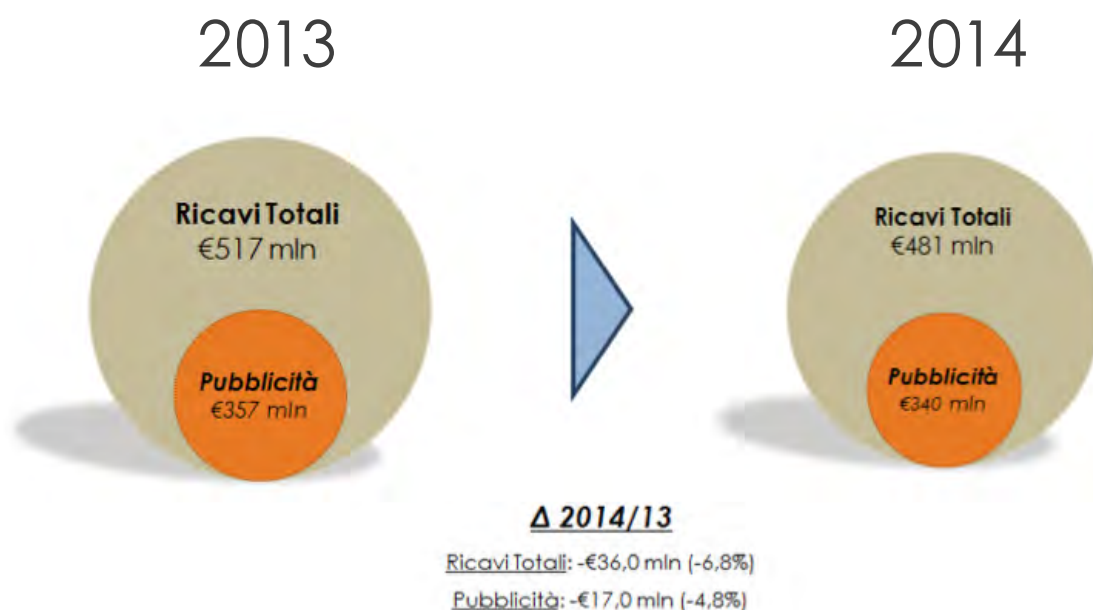
## Radio: nei bilanci 2014 i primi segnali di ripresa del settore

Studio Economico del settore Radiofonico Italiano CRTV

Nel 2014 il mercato radiofonico italiano vale 481 milioni di euro, in calo del 7% rispetto al 2013: si tratta dei ricavi totali delle radio commerciali, nazionali e locali, e del servizio pubblico desunti dai bilanci aziendali. La stessa fonte indica che i ricavi pubblicitari ammontano

complessivamente a 339 milioni di euro, in calo del 4,8% rispetto al 2013. È quanto risulta dallo Studio Economico del Settore Radiofonico Italiano pubblicato oggi da Confindustria Radio Televisioni.

### Evoluzione dei Ricavi Totali delle Società radiofoniche



**Nota:** a livello nazionale non sono incluse le radio a carattere comunitario (tra cui Radio Maria e Radio Padania Libera) e Radio Radicale che fattura nel 2014 ricavi pari a 12,3 milioni di euro. Il dato include la quota parte di canone attribuibile alle attività radiofoniche Rai (stima AGCOM) e in alcuni casi una parte di ricavi derivanti dalle attività Tv/Online. Per le radio locali il dato è riferito ai ricavi delle società di capitali per cui sono reperibili i bilanci ((441 nel 2013, 407 nel 2014).

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV

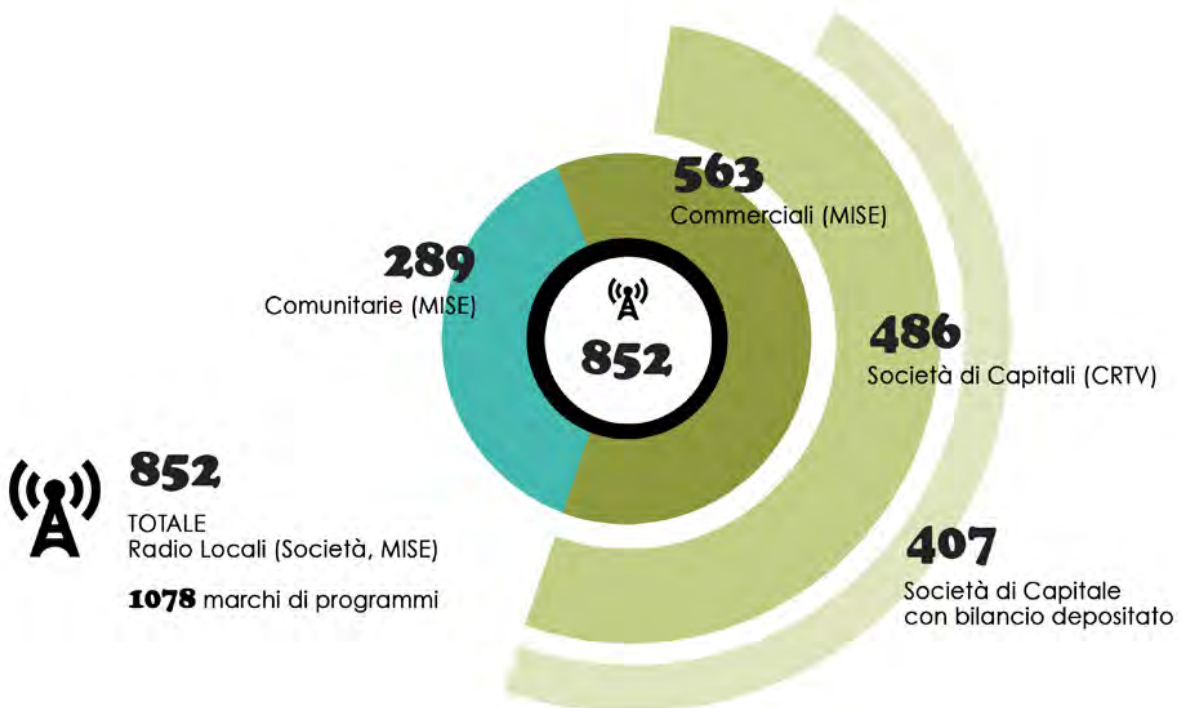


I valori complessivi del settore risultano in calo, ma la ripresa si legge già nei bilanci delle emittenti commerciali nazionali che nel 2014 registrano complessivamente un +0,1% dei ricavi pubblicitari rispetto all'anno precedente, ma a livello di singole società toccano anche punte del +7%. La "ripresina" per le emittenti nazionali si legge anche nel Risultato Operativo, che complessivamente passa in area positiva nel 2014, ma stenta ancora a tradursi in risultati di esercizio positivi a livello complessivo e aziendale.

Ma la vera sofferenza del settore si rileva nel comparto locale, che secondo le liste MISE nel 2014 conta 852 società emittenti radiofoniche (con 1078 marchi di programmi sul territorio), di cui 563 commerciali. Di queste ultime lo studio ha analizzato i bilanci di 407 società di capitali: si tratta di un campione rappresentativo del comparto commerciale locale per numero (oltre il 70% del totale) e per distribuzione sul territorio.



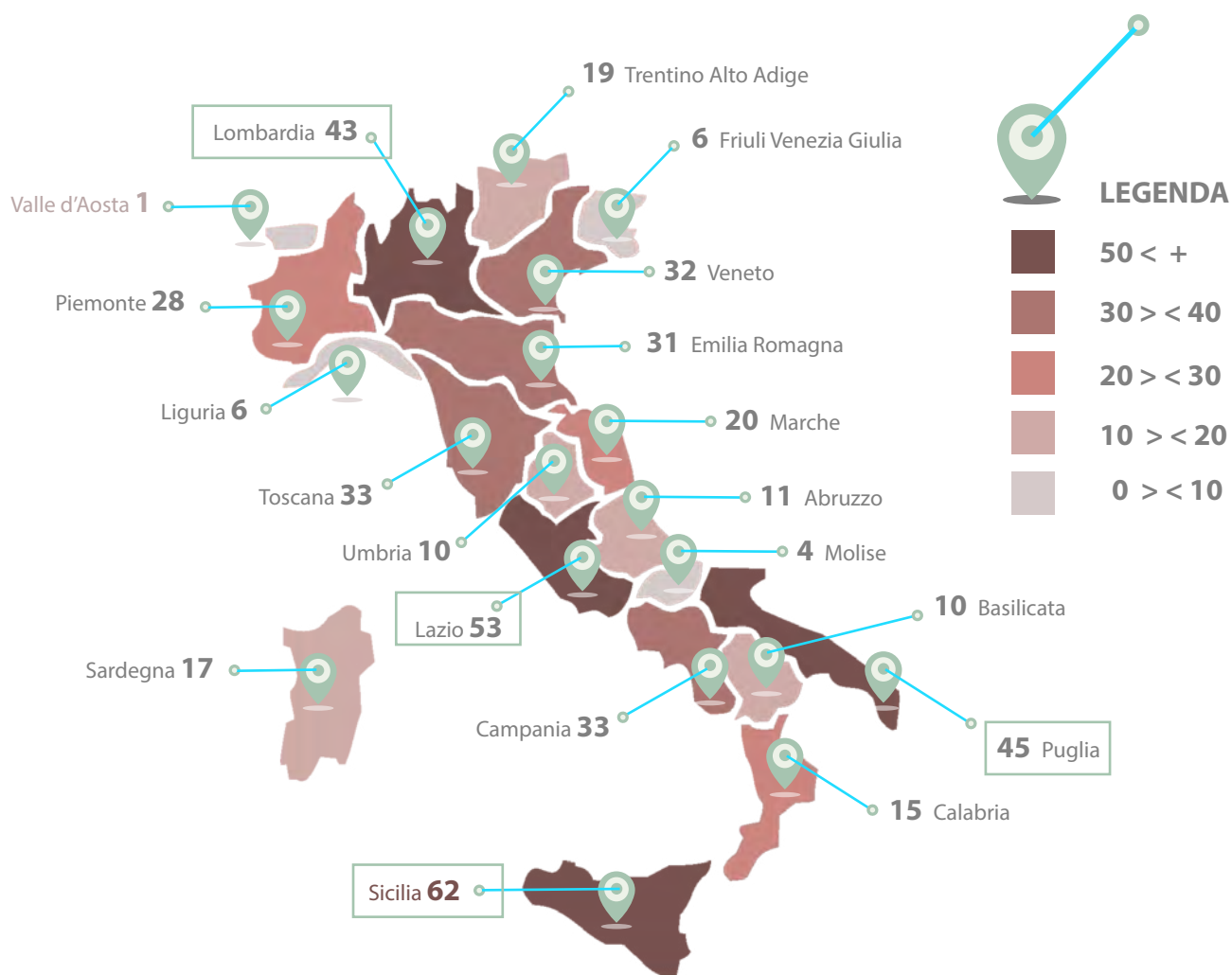
## Universo radiofonico locale e campione monitorato



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV



## Distribuzione geografica delle società di capitali (2014)



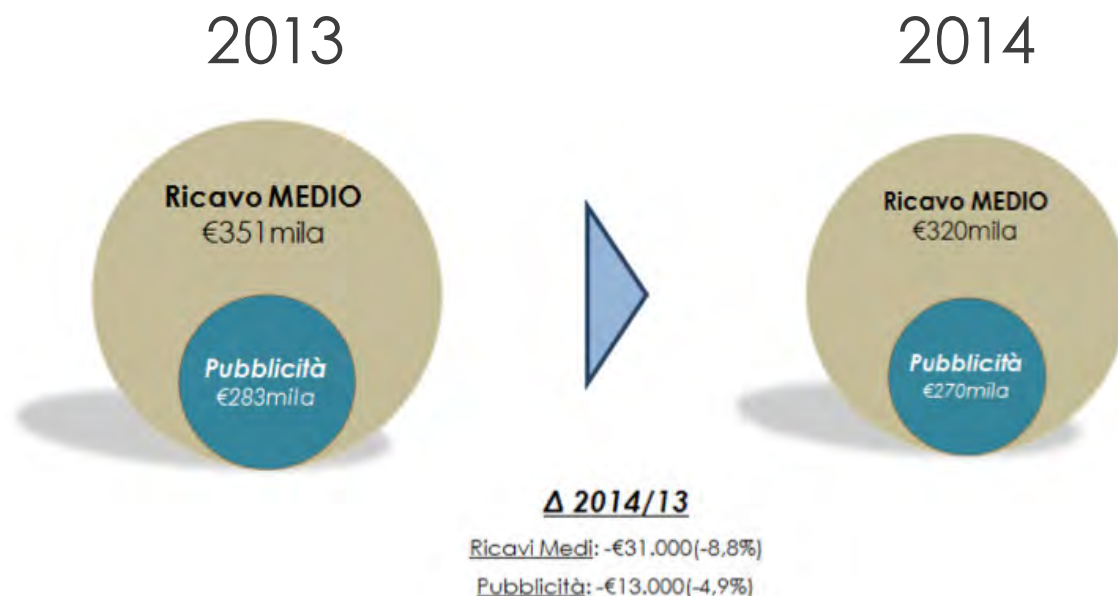
**Nota:** distribuzione basata su 486 società radiofoniche di capitali rilevate all'interno del database CRTV. In questa mappa il dato non fa riferimento al numero delle società che hanno depositato il bilancio (CERVED). Non sono incluse le radio comunitarie.  
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV

Il ricavo totale medio di una radio commerciale locale si situa a 320 milioni di euro, -8,8% rispetto all'anno

precedente. Più contenuto, e in linea con i dati delle emittenti nazionali, il calo dei ricavi pubblicitari (-4,9%).



## Evoluzione dei ricavi MEDI delle Società Radiofoniche locali



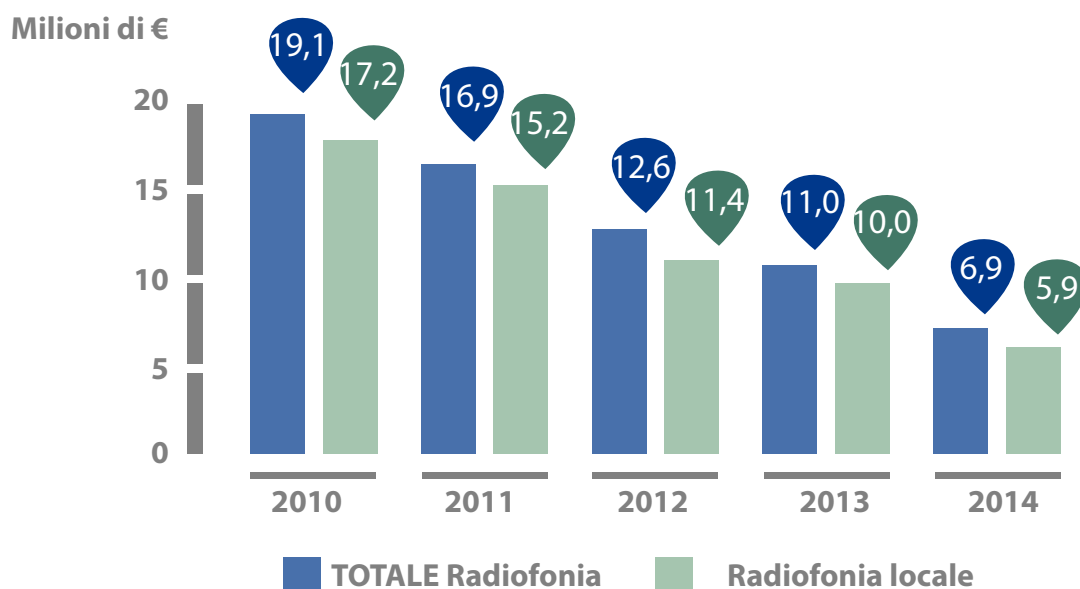
**Nota:** ricavi medi delle società radiofoniche di capitali calcolati sui ricavi totali. . In alcuni casi il valore include una parte di ricavi derivanti da attività TV/Online. Il dato non include le radio comunitarie.

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV

In peggioramento anche la performance del comparto: ammontano a 25,4 milioni di euro le perdite complessive, in raddoppio rispetto all'anno precedente. Sul risultato influiscono i cali dei ricavi pubblicitari

(-4,9%, ricavi medi), che continuano a rappresentare la risorsa principale del settore (80% dei ricavi totali); ma anche la contrazione dei contributi statali, più che dimezzati (-66%) in 5 anni.

## Contributi erogati dallo Stato all'emittenza Radio (milioni Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV



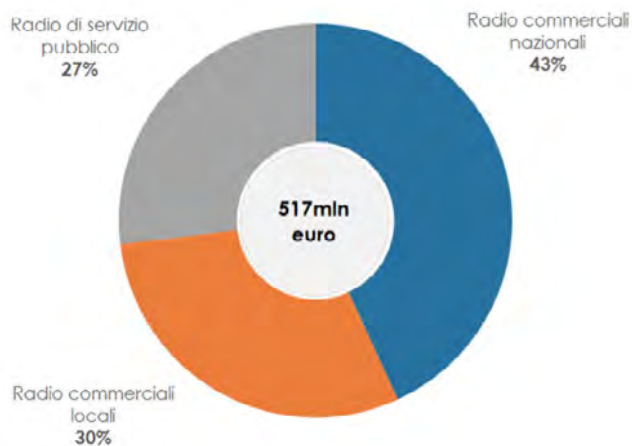
La sofferenza, che tocca indistintamente tutte le regioni, riguarda soprattutto le società più piccole (classi di ricavo sotto i 250.000 euro).

Si tratta di dati che fanno riflettere. Si consideri che l'analisi riguarda la punta più strutturata del comparto radiofonico locale (società di capitali), che nel 2014 conta, circa 1500 occupati (dati da bilancio, stime CRTV

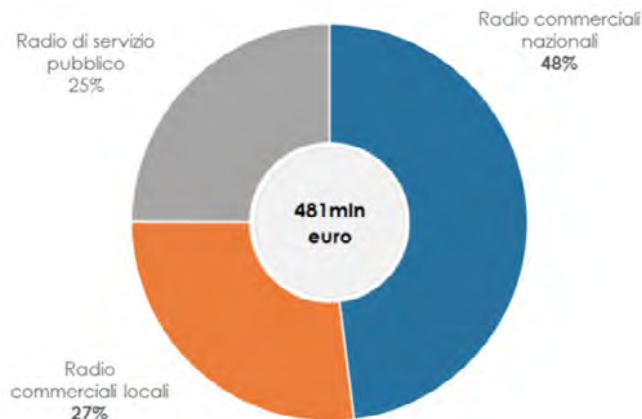
per le locali), pari al 75% degli occupati del totale settore radiofonico commerciale (nazionale e locale, esclusa Rai). Si consideri anche che la pubblicità radiofonica locale (locale su locale e nazionale su locale), pur in calo, rappresenta nel 2014 una quota del 32% del totale settore.

### Ricavi totali per tipologia di operatore - Quote di mercato (società di capitali, nazionali + locali)

2013



2014



**Nota:** RAI include la quota parte di canone attribuibile alle attività radiofoniche (stima AGCOM). In alcuni casi, il valore include una parte di ricavi derivanti dalle attività Tv/Online. Non sono incluse le radio locali a carattere comunitario  
*Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni -CRTV*

Lo Studio Economico del Settore Radiofonico Privato in Italia si basa sull'analisi dei bilanci delle emittenti nazionali e locali per il biennio 2013-14. Si tratta degli anni che precludono alla ripresa degli investimenti pubblicitari sulla radio, primo fra i mezzi "tradizionali" (+8,8% nel 2015, +1,1% nei primi 7 mesi 2016); e che precedono le ondate di consolidamento, lato emittenti e concessionarie, che stanno ridisegnando il settore. Si tratta degli anni che precedono l'ulteriore sviluppo

del settore attraverso l'introduzione della tecnologia DAB come servizio complementare e l'avvio di un nuovo sistema ufficiale di monitoraggio degli ascolti con il nuovo organismo Tavolo Editori Radio (TER). Il sistema radiofonico è vitale e gode di ampio seguito, autorevolezza su tutti i pubblici, le piattaforme e i terminali, come attesta la prima Ricerca di Base dedicata dell'ottobre 2015.



**Oggetto e metodologia.** Lo Studio Economico analizza i dati delle emittenti radiofoniche commerciali, nazionali e locali, costituite in società di capitali, (principalmente SRL, SPA, Società cooperative) per le quali vige l'obbligo di deposito del bilancio. Tuttavia, a fini di completezza dell'analisi di sistema e per il peso dell'emittente pubblica radiofonica sul mercato pubblicitario, nel perimetro è incluso anche l'operatore di servizio pubblico Rai. L'elaborazione si ferma all'esercizio fiscale 2014, l'ultimo anno utile per rendere rappresentativi e comparabili i dati del comparto locale e nazionale: a livello locale infatti si scontano notevoli ritardi nel deposito e la pubblicazione dei bilanci presso le Camere di Commercio. Lo Studio infatti rimane incentrato sul comparto radiofonico locale, per il quale l'analisi delle emittenti nazionali funge da contesto di riferimento e confronto in continuità con lo storico elaborato da FRT (associata

a Confindustria Radio Televisioni attraverso l'Associazione Radio FRT e Associazione TV Locali). In mancanza di dati di sistema, infatti, è soprattutto per il comparto locale che lo Studio costituisce uno strumento di approfondimento periodico unico che permette di:

1. censire i soggetti operanti nel comparto, ed estrarre ed elaborare per un campione rappresentativo (oltre il 70% delle emittenti commerciali) parametri oggettivi, misurabili e comparabili;
2. fare una fotografia del comparto: valore (ricavi totali e pubblicitari), performance (utili e perdite, indici di redditività), investimenti (patrimonializzazione), stime del numero degli occupati;
3. fornire informazioni sulla tipologia di aziende operanti (es. classi di ricavi e patrimonializzazione) e sulla loro distribuzione sul territorio;
4. delineare gli andamenti del comparto locale parametrato sul totale settore radiofonico.

Lo Studio si basa su un aggiornamento del database delle emittenti radiofoniche locali precedentemente utilizzato (ultimo studio pubblicato da FRT nel marzo 2012 su dati 2010) e una sua revisione in un'ottica di analisi del sistema radiotelevisivo nel suo complesso. L'aggiornamento è stato effettuato incrociando i dati forniti da CERVED per gli anni considerati con gli elenchi annuali stilati dal MISE (per l'erogazione dei contributi ex L. 448/1990 e s.m.i.) e dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri (per le cosiddette "Provvidenze Editoria". L.250/1990). Nell'ottica associativa di Confindustria Radio Televisioni si è quindi avviata un'analisi integrata con il database utilizzato per l'analogo Studio Economico del Settore Televisivo Privato (di prossima pubblicazione) per la verifica di eventuali sovrapposizioni (società emittenti televisive e radiofoniche).

## Normativa e Giurisprudenza

### Operatori Tv locali, pubblicate dal Mise prime graduatorie regionali per i diritti d'uso su frequenze coordinate

Il Ministero dello Sviluppo Economico ha pubblicato sul proprio sito internet istituzionale al link:



le determine della DGSCERP con cui sono state approvate le prime graduatorie regionali (Friuli Venezia Giulia CH 60 UHF; Veneto CH 58UHF e Puglia CH 24UHF, 58UHF e 60UHF) per il rilascio, agli operatori

di rete televisiva in ambito locale, dei diritti d'uso di frequenze attribuite a livello internazionale all'Italia c. d. "frequenze coordinate" - non assegnate ad operatori di rete nazionali per il servizio televisivo digitale terrestre, a conclusione delle procedure avviate con i relativi bandi.

Le frequenze assegnate sono state aggiudicate esclusivamente ad operatori di rete in ambito locale, collocati utilmente in graduatoria ai sensi delle disposizioni di cui alla legge di stabilità 2015 (legge 23 dicembre 2014, n. 190. Art. 1, comma 147).

### Procedura per l'assegnazione delle frequenze in Onde Medie: pubblicate dal Mise risposte ai quesiti posti dagli operatori

Nel sito internet istituzionale del Ministero dello Sviluppo Economico [www.sviluppoeconomico.gov.it](http://www.sviluppoeconomico.gov.it) al link: [http://www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/risposte\\_quesiti\\_onde\\_medie\\_DEF.pdf](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/risposte_quesiti_onde_medie_DEF.pdf) sono state pubblicate risposte ai quesiti posti dagli operatori relativamente alla procedura di assegnazione delle frequenze radio in onde medie (AM) avviata dal Mise con apposito avviso pubblico. In alcune risposte il Ministero ha precisato che possono

partecipare alla procedura tutte le imprese (compresi nuovi soggetti) già in possesso o che hanno presentato istanza di autorizzazione generale all'Amministrazione ai sensi dell'art. 25 del Codice delle Comunicazioni elettroniche di cui al Decreto Legislativo 259/03.

Il termine per la presentazione delle domande per l'assegnazione delle frequenze radiofoniche in Onde Medie scadrà il 30 settembre p.v.



*Clicca sul bottone per visualizzare direttamente il link del Ministero dello Sviluppo Economico*

## Radio: Il 31 ottobre 2016 scade il termine per il pagamento del canone di concessione 2016

Si ricorda alle emittenti radiofoniche nazionali e locali che operano via etere in tecnologia diffusiva analogica, che il 31 ottobre p.v. scade il termine per il pagamento del canone di concessione 2016. L'importo del canone viene determinato sulla base dell'1% del fatturato 2015 (ripartito pro quota in caso di società cui fanno capo più di un'emittente radiofonica) riferibile all'esercizio dell'attività radiofonica con un tetto massimo di 82.952,00 euro per le radio nazionali e di 11.850,00 per le radio locali.





## UE: nuovo pacchetto di norme sul diritto d'autore

Fruizione online e transfrontaliera di programmi radiotv, diritto connesso per gli editori

"Il lavoro di giornalisti, editori e autori deve essere retribuito, che sia svolto in una redazione o a casa, che sia diffuso offline o online, che sia pubblicato con una fotocopiatrice o con un hyperlink commerciale sul web."

**Jean Claude Juncker**, Presidente della Commissione UE, discorso sullo Stato dell'Unione 2016.

In occasione del discorso sullo stato dell'Unione del 2016, la Commissione ha presentato oggi alcune proposte per la modernizzazione del diritto d'autore. Le norme odierne, presentate unitamente ad iniziative per promuovere la connettività internet all'interno dell'Unione (comunicato stampa) sono inserite nell'ambito della Strategia per il Mercato Unico Europeo (DSM) presentata nel maggio 2015, e integrano la proposta di Regolamento in materia di portabilità dei contenuti legali (dicembre 2015) e la revisione della Direttiva sui Servizi di Media Audiovisivi e la Comunicazione sulle Piattaforme Online (maggio 2016).

"L'Europa desidera un accesso transfrontaliero alla nostra cultura così ricca e varia" ha dichiarato **Andrus Ansip**, Vicepresidente della Commissione europea e Commissario per il Mercato unico digitale, "Il contenuto creativo dell'Europa non deve essere inaccessibile, ma deve anche essere rigorosamente protetto, in particolare per migliorare le possibilità di remunerazione dei nostri creatori", che ha concluso "Senza un mercato unico digitale efficiente perderemo creatività, crescita e occupazione."

Sulla stessa linea **Günther H. Oettinger**, Commissario per l'Economia e la società digitali, ha dichiarato:

"Proponiamo un ambiente per il diritto d'autore che sia stimolante, equo e che premi gli investimenti."

### Documenti adottati oggi:

[Comunicazione — Promuovere un'economia europea equa, efficiente e competitiva basata sul diritto d'autore nel mercato unico digitale;](#)

[Regolamento che stabilisce norme relative all'esercizio del diritto d'autore e dei diritti connessi applicabili a talune trasmissioni online degli organismi di diffusione radiotelevisiva e ritrasmissioni di programmi televisivi e radiofonici;](#)

[Direttiva sul diritto d'autore nel mercato unico digitale;](#)

[Regolamento relativo allo scambio transfrontaliero tra l'Unione e i paesi terzi di copie in formato accessibile di determinate opere e altro materiale protetto da diritto d'autore e diritti connessi, a beneficio delle persone non vedenti, con disabilità visive o con altre difficoltà nella lettura di testi a stampa;](#)

[Direttiva relativa a taluni utilizzi consentiti delle opere e di altro materiale protetto da diritto d'autore e diritti connessi a beneficio delle persone non vedenti, con disabilità visive o con altre difficoltà nella lettura di testi a stampa e che modifica la direttiva 2001/29/CE sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione;](#)

## UE: Pacchetto per la Connettività

Codice UE delle Comunicazioni elettroniche, Piano d'azione per il 5G

**"Abbiamo bisogno di essere connessi: è indispensabile sia per la nostra economia sia per i cittadini. Ed è adesso che dobbiamo investire in questa connettività."** - Jean Claude Juncker Presidente Commissione UE, Stato dell'Unione 2016

In occasione del discorso sullo Stato dell'Unione 2016, la Commissione oggi ha presentato tre obiettivi strategici di connettività per il 2025 (estratti dal comunicato stampa) link [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-3008\\_it.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-3008_it.htm).

1. tutti i principali motori socioeconomici, quali scuole, università, centri di ricerca, poli di trasporto, fornitori di servizi pubblici come ospedali e amministrazioni, così come le imprese basate sulle tecnologie digitali dovrebbero avere accesso a una connettività gigabit (1 gigabit di dati al secondo);

2. tutte le famiglie europee, nelle zone rurali o urbane, dovrebbero avere accesso a una connettività che offra velocità di download di almeno 100 Mb/s, che può passare all'ordine dei Gb/s;

3. tutte le aree urbane e le principali strade e ferrovie dovrebbero avere una continuità di copertura delle reti 5G. Come obiettivo intermedio, entro il 2020 il 5G dovrebbe essere in commercio almeno in una grande città di ogni Stato membro dell'UE.

Andrus Ansip, Vicepresidente della Commissione europea e Commissario per il Mercato unico digitale, ha dichiarato: *"Senza reti di comunicazione di prim'ordine non è possibile realizzare un mercato unico digitale. Abbiamo bisogno di connettività alla portata di tutti e dappertutto. A tal fine, è necessario coordinare meglio le politiche in materia di spettro praticate nell'UE"*.

Günther H. Oettinger, Commissario per l'Economia e la società digitali, così si è espresso: *"Il futuro digitale dell'Europa non può prescindere dalla connettività: L'internet degli oggetti, la digitalizzazione dell'industria, il cloud, i Big Data sono tutti elementi che richiedono una connettività sicura e universale, dalla massima velocità e della migliore qualità. L'Europa ha l'ambizione di porsi alla testa della diffusione del 5G."* link a comunicato stampa

La Commissione, basandosi sugli obiettivi per la banda

larga nell'UE a orizzonte 2020 <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-releases-2016-european-digital-progress-report-unequal-progress-towards-digital>>, ha delineato una visione di società gigabit europea, nella quale la disponibilità e la diffusione delle reti ad altissima capacità generalizzeranno non solo l'uso, ma anche lo sviluppo, di prodotti, servizi e applicazioni nel mercato unico digitale.

Per raggiungere tali obiettivi ha proposto:

- un nuovo codice europeo delle comunicazioni elettroniche sotto forma di un pacchetto di documenti (valutazioni di impatto, proposta di direttiva)

link Codice europeo delle comunicazioni elettroniche <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/news-redirect/34112>>

- un piano d'azione per avviare in tutta l'UE, a partire dal 2018, l'installazione del 5G <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/towards-5g>> (piano d'azione e documento di lavoro).

link 5G per l'Europa <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/news-redirect/34115>>

- L'iniziativa WiFi4EU, che punta ad aiutare le comunità a offrire a tutti i cittadini punti di accesso wi-fi gratuito (proposta di regolamento).

link Regolamento sulla promozione della connettività internet nelle comunità locali e negli spazi pubblici (WiFi4EU) <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/news-redirect/34228>>

Nell'ambito delle proposte legislative presentate oggi, la Commissione ha inteso anche rafforzare il ruolo delle autorità nazionali di regolamentazione e dell'agenzia BEREC <<http://berec.europa.eu/>>, (proposta di regolamento). Link Regolamento sull'organismo dei regolatori europei delle comunicazioni elettroniche (BEREC) <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/news-redirect/34114>>