

I media

PER SAPERNE DI PIÙ

ec.europa.eu
antenne.blogautore.repubblica.it

Il regalo dell'Europa alle televisioni private più spot in prime time

La Ue vuole eliminare il tetto orario alle pubblicità
Per le tv così maggiori ricavi fino a 264 milioni

Bruxelles introduce un limite giornaliero al 20%
La parola ora al Parlamento

Gli editori dei giornali: "Un colpo alla nostra stabilità"
La Fnsi: abbiamo già dato

ALDO FONTANAROSA

ROMA. La Commissione europea confeziona un grande regalo per gli editori televisivi privati. Il governo comunitario permetterà di aumentare - in modo forte, visibile - gli spot pubblicitari nelle fasce di maggiore ascolto. Fino a questo momento, la voracità delle tv ha trovato un limite nella norma che è scritta nella Direttiva sui Media audiovisivi del 2010. Questa Direttiva impedisce alle emittenti di superare - con i loro spot - il tetto del 12% di qualsiasi ora della giornata. Adesso la Commissione europea vuole spazzare via questo tetto orario del 12% e sostituirlo con un limite solo giornaliero. In pratica, le televisioni saranno in regola se non oltrepasseranno la barriera del 20%, complessivamente, tra le ore 7 e le 23.

Se la proposta della Commis-

Italia, quote del mercato della pubblicità

dati 2011-2014

2011

54,6%

Tv

7,1%

Radio

9,1%

Periodici

14,3%

Internet

15,4%

Quotidiani

2014

53,9%

Tv

6,9%

Radio

7,9%

Periodici

12,6%

Quotidiani

18,6%

Internet

ORIPRODUZIONE RISERVATA

sione avrà il via libera del Parlamento europeo ed entrerà in vigore, le tv private avranno facile gioco a svuotare di pubblicità le ore con ascolti più bassi (come le prime del mattino) riempiendo di spot le ore serali e di prime time. Tutto questo produrrà ricavi molto maggiori per le emittenti e - a cascata - molto più risicati per la carta stampata, i siti Internet e la radio. Un simile scenario - discutibile in ogni altro Paese europeo - può risultare inaccettabile in Italia dove la televisione gioca da tempo ad asso pigliatutto. Il

Garante per le Comunicazioni calcola che le nostre tv nazionali hanno preso per sé oltre 3,3 miliardi di pubblicità sui 7,4 disponibili nel 2014.

Ora non è semplice calcolare quanto le televisioni italiane potranno ricavare dalle nuove norme che l'Europa sta proponendo. Le variabili in campo sono almeno tre. Le emittenti, certo, aumenteranno gli spot di sera, ma non possono superare la soglia di sopportazione dei telespettatori. E comunque una crescita anche ragionevole della pubblicità porta con sé una ridu-

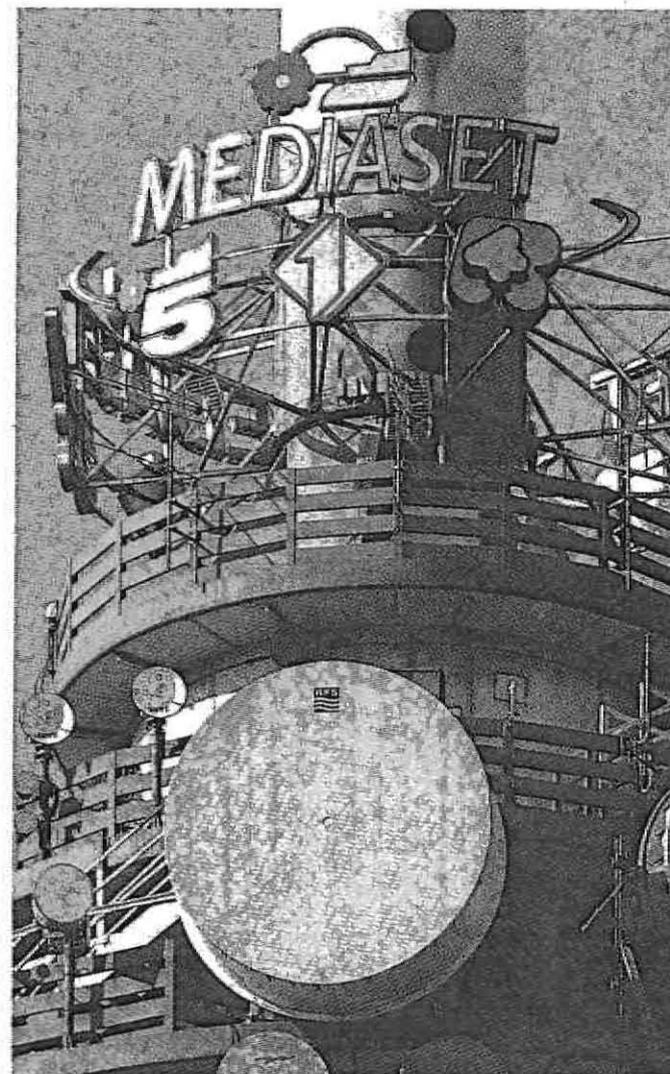


FOTO: GANSA

zione degli ascolti. La terza ed ultima variabile è il prezzo delle inserzioni che le tv potranno pretendere dalle aziende. Un aumento dell'offerta di spot può determinare una flessione dei prezzi, sia pure contenuta.

Alla fine dei conti, una stima prudenziale fissa ad almeno 100 milioni le maggiori entrate per gli editori televisivi. Ma uno dei massimi esperti nazionali - che chiede l'anonimato - sposta l'asticella molto più in alto. Questo esperto immagina che le tv trasmettano spot per il 25% del tempo (tra le ore 18 e le 23, e

tra le 12 e le 15) e per il 15% (tra le 7 e le 12 e tra le 15 e le 18). Questo "schema di gioco" procurerà alle emittenti almeno l'8 per cento in più di contatti e telespettatori, e almeno 264 milioni di maggiori ricavi. Questa somma potrebbe abbassarsi, ma lievemente, nel caso di un calo degli ascolti e dei prezzi delle inserzioni.

Ora, perché mai l'Europa fa questo super regalo alle tv? La Commissione vuole dare ossigeno e flessibilità alle televisioni che devono fronteggiare la voracità dei colossi mondiali di In-

ENTRATE EXTRA

La Commissione Ue propone ora di eliminare i tetti orari alle pubblicità. Così Bruxelles vuole aiutare le tv a sfidare Google e Facebook

ternet - come Google o Facebook - ormai insaziabili nella raccolta di inserzioni.

Il problema è che le nuove regole europee minacciano di colpire anche i medi e piccoli editori della Rete, le radio, la carta stampata. Per questo, l'Associazione europea degli editori dei giornali bolla le nuove norme della Ue come un colpo alle già martoriate casse di quotidiani e settimanali. A suo giudizio, eliminare il limite orario al 12% affonderà un meccanismo di «equa distribuzione delle risorse tra i diversi media». In allarme è anche Giuseppe Giulietti: «L'Italia - dice il presidente del sindacato dei giornalisti della Fnsi - ha già dato. Prima il conflitto d'interessi, poi l'appetito delle nostre tv che non ha pari nel mondo. Adesso l'Ue che manda in pensione, e per sempre, la parola pluralismo. Mi auguro che il Parlamento italiano e le presunte Autorità di garanzia vogliano spezzare una lancia, e non il solito stuzzicadenti, in favore delle libertà di espressione».

Le novità normative in arrivo dalla Ue rappresentano una sfida anche per i nostri partiti. Si staglia all'orizzonte un nuovo scenario che vedrà Mediaset e La7 fare il pieno di spot. Ma il governo italiano avrà comunque il potere di fissare regole meno permissive in Italia rispetto agli altri Paesi. E sempre il governo ragionerà sui tetti di affollamento più stringenti che oggi interessano la Rai pubblica e la pay-tv, Sky e Premium.

ORIPRODUZIONE RISERVATA