

AGCOM

«Serve un piano delle frequenze»

Marco Mele ▶ pagina 17

Authority. Il presidente dell'Agcom, Cardani, alla presentazione della Relazione annuale 2016: serve una nuova legge per la par condicio

«Piano nazionale per le frequenze»

«La competitività spinge le tlc alla convergenza, la tv è ancora un settore concentrato»

IL MONITO

La presidente della Camera, Laura Boldrini: «L'ecosistema digitale italiano è troppo arretrato rispetto al resto dell'Europa»

Marco Mele

■ Una legge che riformi la par condicio. Un piano di azione urgente per la transizione delle frequenze della banda 700 MHz ai servizi di comunicazione a banda larga con l'orizzonte al 2022. Il tutto nel quadro della strategia europea del Mercato unico digitale, nel quale si inseriscono, a livello comunitario, la revisione delle regole sui servizi di comunicazione elettronica, quella della direttiva sui servizi media audiovisivi e la regolamentazione delle nuove piattaforme digitali.

Angelo Marcello Cardani, presidente dell'Agcom, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, avanza diverse proposte alla politica e alle istituzioni in occasione della presentazione della Relazione annuale 2016, ricordando come la Brexit non possa voler dire «rinunciare a un'Europa digitale connessa».

Il saluto di Laura Boldrini, presidente della Camera e padrona di casa, è tutt'altro che formale. Sia quando denuncia come «l'ecosistema digitale nazionale mostri arretratezza rispetto all'Europa: l'accesso o il non accesso a Internet può essere il nuovo volto della disegualianza», sia, soprattutto, quando, sul referendum costituzionale del prossimo ottobre, prima chiede di «parlare delle modifiche della Costituzione, del merito del referendum» e, poi, si dice «certa che l'Agcom e la commissione di Vigilanza sapranno guardare

con attenzione, anche prima del formale inizio della par condicio, al diritto di parola delle due posizioni». Oggi, all'audizione del presidente della Rai, Monica Maggioni, in commissione di Vigilanza, il tema «par condicio sul referendum» sarà al centro delle polemiche.

Cardani rilancia la palla alla politica, alla quale chiede quella «riforma della par condicio mai intervenuta; così com'è, non solo serve a poco, ma ha l'effetto perverso di inasprire gli animi nell'agone elettorale». Inutile «puntare il dito contro l'Autorità, «quando le inefficienze della legge vengono a galla». Manca una riflessione sulle rilevazioni del pluralismo nei telegiornali e sulle relative metodologie. Trenta secondi in un Tg del mattino possono valere come trenta in Tg di prima serata?

La relazione è imperniata sul mercato unico digitale. La crescita di competitività e la necessità di investimenti e innovazione, in tale scenario, spingono «le imprese europee e nazionali al consolidamento e alla convergenza». Cardani nomina le intese per la fusione H3g e Wind, l'alleanza Mediaset-Vivendi, la joint venture l'Espresso-La Stampa e quelle annunciate (tra le quali, curiosamente, viene inserita RaiWay-EI Towers). Nessuna riflessione su tali operazioni, per esempio sul ruolo di Vivendi in Telecom Italia o sulla quota del nuovo gruppo Espresso-La Stampa rispetto al 20% permesso dalla legge sull'editoria.

Sulle frequenze, Cardani ricorda come sia pronto il regolamento per le frequenze 3.600-3.800 Mhz, usate per la banda fissa domestica ma passando per l'etere. Positivo il commento dell'associazione degli operatori wireless del

CFWA. Sul problema delle frequenze della banda 700, l'Autorità «ritiene che l'Italia non debba permettersi ulteriori ritardi nel definire il Piano di azione» con l'orizzonte al 2022. Va ricordato come approvare il Piano di assegnazione per la cessione alla banda larga di tali frequenze sia compito dell'Agcom: siamo nel luglio 2016 e tale Piano andrà coordinato con i paesi confinanti entro il dicembre 2017.

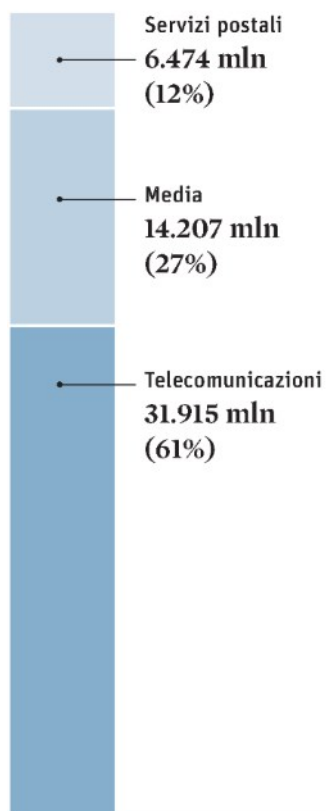
Quanto ai ricavi del settore media, che valgono 14,2 miliardi, Internet inclusa. Sky ha circa il 33% delle risorse, Mediaset e Rai il 28% ciascuno. Nella tv in chiaro Rai e Mediaset concentrano, nel 2015, l'83% dei ricavi (il 48% Rai e il 35% Mediaset). Nella pay tv, Sky ha il 76% delle risorse rispetto al 19% di Mediaset Premium, ceduta a Vivendi. La tv in chiaro e quella a pagamento, per Cardani «continuano ad essere settori particolarmente concentrati», al contrario di radio e quotidiani. Quanto al rinnovo della concessione decennale alla Rai, in scadenza il 31 ottobre, «occorre interrogarsi sugli obiettivi di interesse generale svolti dal servizio pubblico». Su editoria e media locali, nella presentazione di Cardani, appena un accenno, mai dati della Relazione mettono in evidenza un calo del 5% annuo per i ricavi dei quotidiani e del 10% per i periodici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



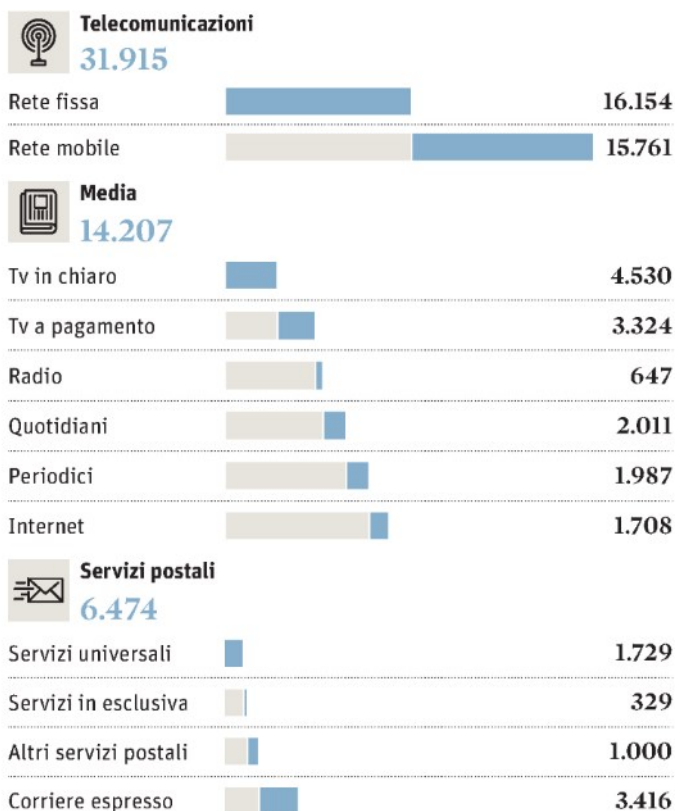
La fotografia del comparto

IL SETTORE DELLE COMUNICAZIONI IN ITALIA



COMPOSIZIONE DEI RICAVI

Dati 2015 e var % 2014/2015



Fonte: Agcom