

Internet veloce e integrazioni verticali sono le criticità del settore secondo l'indagine dell'Authority

Antitrust, ecco i nodi della tv

Le priorità? Diritti sportivi e cessione della banda 700 mhz

DI MARCO A. CAPISANI

Netflix, Amazon Prime Video o Discovery: i nuovi operatori tv sbarcati in Italia hanno fatto parlare molto di sé ma la concorrenza nel sistema televisivo italiano ha ancora molti nodi da sciogliere. E i motivi sono molteplici, dall'elevata integrazione verticale tra operatori di rete e fornitori di contenuti nel digitale terrestre fino al ritardo della diffusione di reti internet a banda ultralarga, in particolare quelle Nga (Next generation access) con velocità di download superiore ai 30 mbps. Ma oltre ai problemi strutturali italiani, ci sono altre criticità da risolvere, almeno secondo l'Antitrust presieduta da **Giovanni Pitruzzella** che ha annunciato ieri i risultati dell'indagine conoscitiva sul settore audiovisivo della Penisola. In particolare, sul fronte dei contenuti, per l'Autorità garante della concorrenza e del mercato vanno riviste le regole della legge Melandri per l'assegnazione tv dei diritti sportivi. Mentre dal punto di vista infrastrutturale, la cessione alla telefonia mobile delle frequenze della banda 700 mhz

non è stata ancora definita e di conseguenza la transizione genera incertezza.

Lo sport e le partite di calcio, dalla Serie A alla Champions, sono tra i contenuti più ricercati dai telespettatori, al pari dei film. Ma le «previsioni regolamentari» della legge Melandri non sono state in grado di «arginare fenomeni anticoncorrenziali, mentre altre hanno fallito nello stimolare l'emergere di un'offerta alternativa a quella degli operatori storici». Peraltro, con l'arrivo del nuovo governo guidato da **Paolo Gentiloni** e il ritorno del ministero dello sport, affidato a **Luca Lotti** (ex sottosegretario alla presidenza del consiglio di **Matteo Renzi**, che mantiene anche la delega sull'editoria), una revisione del modello di assegnazione dei diritti sportivi tv è tornata d'attualità e quindi l'Antitrust auspica la definizione di linee guida più dettagliate, maggior competizione non solo su una singola piattaforma, tempi rapidi e certi nell'assegnazione e che la valutazione della stessa Auto-

rità abbia valore vincolante. Pena «la nullità della procedura». Soprattutto internet non dev'essere considerato «accessorio» alle piattaforme tradizionali, digitale terrestre e satellite. Solo così si può favorire la partecipazione alla gara di nuovi operatori, secondo l'Antitrust.



Giovanni Pitruzzella

Efficiente, trasparente e veloce dev'essere il passaggio della banda 700 mhz agli operatori di telefonia mobile, se non si vogliono avere ripercussioni negative sui consumatori. La cessione ridurrà la disponibilità di frequenze per la tv e allora, a giudizio dell'Authority guidata da Pitruzzella, le sue regole devono essere conosciute da tutti gli operatori con

anticipo e, nel loro rilascio, devono essere favoriti gli operatori che maggiormente possono utilizzarle in modo efficiente. L'Authority vigilerà perciò su possibili concentrazioni che limitino la concorrenza. Alla riduzione delle frequenze disponibili, inoltre, si abbina la possibile tras migrazione al nuovo standard trasmissivo Dvb-T2 che permette sicuramente un uso più efficiente delle frequenze ma che crea, a sua volta, incertezza sui dispositivi già acquistati dai telespettatori italiani, che possono essere o meno compatibili col nuovo standard.

L'importanza di essere una serie tv

non è solo aver conosciuto un forte gradimento di pubblico ma il fatto stesso che lungometraggi e film per la tv siano prodotti in serie ne determina l'abbondanza sul mercato e la loro equa ripartizione tra diversi operatori, senza privilegiarne alcuni. Il riscontro di audience permette così l'emergere di nuovi canali e operatori. Quindi, la loro diffusione può incidere

sulla configurazione di un settore che predilige l'acquisto delle licenze di contenuti. Non a caso sta crescendo l'importanza di chi produce contenuti nel settore tv che, oggi, è alle prese con operazioni di concentrazione, come la paventata scalata ostile di **Vincent Bollore** a Mediaset per creare un polo tv del Sud Europa. E c'è già chi si aspetta un forte balzo in avanti nella spesa di contenuti (non solo sportivi) con l'acquisizione di Sky da parte della Fox di **Rupert Murdoch**. Dalla ricchezza dei palinsesti offerti deriverà l'appel sia dei servizi tv a pagamento sia degli spazi pubblicitari in chiaro.

E infatti proprio le serie tv e i film hanno aiutato l'emergere anche in Italia di nuovi servizi, come quelli on demand. Peccato che oggi l'incidenza della spesa degli italiani in servizi subscription video on demand (svod) sia inferiore a quella di altri paesi europei, 3% contro una media del 5,26%. Quest'anno, i ricavi attesi dei servizi svod sono pari a circa 90 milioni. In Gran Bretagna, per esempio, toccheranno quota un miliardo di euro.