

Spot in pay tv, al governo basta un "di"

Un decreto legislativo sbaglia una preposizione ed elimina di fatto qualsiasi tetto pubblicitario

UNA SEMPLICE PREPOSIZIONE STA per liberare da qualunque vincolo, anzitutto pubblicitario, la nuova tv a pagamento, sia essa fornita attraverso il digitale terrestre che su protocollo Internet. A realizzare questo miracolo è la preposizione "di", contenuta nell'espressione fornitore di servizi interattivi associati o di servizi "di" accesso condizionato "di", non "ad", come invece sarebbe logico nella lingua italiana) prevista all'articolo 2, comma 1 lettera h del decreto legislativo sul testo unico di riordino del sistema radiotelevisivo, che ha il compito di armonizzare tutta la legislazione prodotta in questi anni sull'argomento.

Come può una parolina così innocua realizzare un cambiamento tanto grande? In modo tutto sommato abbastanza elementare. Per quanto possa sembrare paradossale, infatti, i fornitori di servizi "di" accesso condizionato sono qualcosa di molto diverso dai fornitori di servizi "ad" accesso condizionato e di conseguenza hanno obblighi ben diversi nei confronti del consumatore. La seconda definizione indica gli operatori televisivi come **Sky**, in quanto l'accesso ai suoi programmi è condizionato da un decoder collegato a una parabola, oppure **Mediaset** e **La 7** nel momento in cui criptano un programma e lo condizionano all'insertimento di una smart card al-

l'interno di un set top box.

Che cosa sono, invece, i fornitori di servizi "di" accesso condizionato? Semplici fornitori di tecnologia che abilitano altri operatori a realizzare i loro sistemi di codificazione dei programmi. Insomma un soggetto intermedio, la cui categoria merceologica sono i sistemi di crittazione non i contenuti televisivi, che entra in rapporto con il pubblico solo attraverso la sua collaborazione con altri operatori economici, in una relazione business to business che non ha bisogno di nessuna di quelle tutele necessarie quando si è responsabili dei programmi proposti

all'utente finale. La distinzione fra i due si può riscontrare facilmente all'articolo 1 del decreto legislativo 15 novembre 2000 n. 373, che dà attuazione alla direttiva europea 98/84.

Per essere ancora più chiari: da una parte ci sono i fornitori di contenuti, operatori televisivi responsabili per ciò che mandano in onda e pertanto sottoposti a un'ampia serie di vincoli, economici, etici e professionali; dall'altra i cosiddetti "abilitatori", che mettono a disposizione la tecnologia necessaria a condizionare la fruizione di quei contenuti al pagamento di un corrispettivo da parte dei telespettatori, e che in quanto fornitori di pura e semplice tecnologia sono soggetti solo all'obbligo di mettere i loro servizi a disposizione di tutte le emittenti che li richiedono.

Questa lunga e complicata pre-



messa era necessaria per porsi in modo corretto e consapevole la seguente domanda: è ragionevole che chi fornisce programmi in pay per view sia collocato nella seconda di queste categorie anziché nella prima? La logica sembra dire di no, perché la tv a pagamento consiste appunto nella fornitura dei contenuti, non delle tecnologie abilitanti che vengono usate per veicolare. Ma è proprio quello che succede nel "Testo unico delle disposizioni legislative in materia di radiotelevisione", che all'articolo 2, riguardante le definizioni, comma 1, lettera h recita: «Fornitore di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato è il soggetto che fornisce, attraverso l'operatore di rete, servizi al pubblico di accesso condizionato, compresa la pay per view, mediante la distribuzione agli utenti di chiavi numeriche per l'abilitazione alla visione dei programmi, alla fatturazione dei servizi ed eventualmente alla fornitura degli apparati». Dunque nel testo del decreto legislativo che si appresta a

completare il suo iter in Parlamento e fra poche settimane sarà legge, chi offre al pubblico la pay per view non è considerato come un fornitore di contenuti, figura prevista poche righe più sopra, al comma d, ma come fornitore di servizi "di" accesso condizionato.

Si potrebbe pensare a un errore materiale da parte di chi ha scritto il testo del decreto (non sarebbe, ahinoi, un caso particolarmente raro). Se non fosse che l'anomalia è stata segnalata a suo tempo, in modo discreto ma inequivocabile, dall'Authority per le Comunicazioni, senza produrre alcun cambiamento. Nelle sue osservazioni al testo del decreto legislativo, richieste per legge, l'Authority annota: «All'articolo 2, comma 1 lettera h, ci si limita ad evidenziare che l'inciso compresa la pay per view non è contenuto nella corrispondente norma della legge n.112 del 2004 (articolo 5, comma 1, lettera b). L'Authority si accorta che in materia di fornitori di servizi "di" accesso condizionato c'è una formulazione diversa rispetto al

testo della legge Gasparri, con l'aggiunta di un elemento nuovo di cui non si capisce la motivazione.

Chi, al ministero, ha ricevuto quelle osservazioni non può non aver considerato questo punto. Dunque bisogna pensare che non si sia trattato di una svista, ma di una scelta consapevole. Con quale finalità, bisognerebbe chiederlo a chi ha scritto la legge. Nel frattempo, però, può essere utile tenere presente che conseguenze ha il considerare i produttori di pay per view (che sia quella trasmessa da Sky, Mediaset, e La 7 attraverso il digitale satellitare o terrestre oppure quella via Internet che **Telecom Italia**, **Wind** e altri potrebbero in futuro a mettere sul mercato) fra i fornitori di servizi "di" accesso condizionato piuttosto che fra i fornitori di contenuti. La principale conseguenza è che per loro non ci saranno tetti di affollamento pubblicitario, né obbligo di fornire programmi di informazione in proporzione al resto della programmazione e neppure la necessità di fornire garanzie al cliente in materia di programmi o di tutela dei minori. Siccome a pensar male si fa peccato ma spesso si indovina, vien da chiedersi se in quella preposizione ballerina non ci sia il desiderio di spianare la strada alla tv a pagamento (su cui, dopo il boom delle carte prepagate per le partite di calcio, operatori televisivi e di telecomunicazioni hanno cominciato a nutrire grandi aspettative) per renderla remunerativa nel più breve tempo possibile. Anche a costo di aggirare le norme in vigore.

LINO CAI

La Tv della Politica



a cura di Francesco Lener

Le picche di Mediaset

Visto che la pagina tre oggi si getta a capofitto sulle scorciatoie digitali dei grandi broadcaster italiani, cominciamo subito da una notizia pertinente. Ebbene, il **Movimento difesa del Cittadino e Adiconsum**, le due associazioni di consumatori più attive sul fronte Dtt, hanno annunciato che agiranno in giudizio contro **Rti** per il servizio pay tv in digitale terrestre **Mediaset Premium**. Il tutto, dopo un incontro fantozziano davanti al **Correcom Lazio** in cui - pare - Mediaset ha risposto regolarmente picche ad ogni richiesta a tutela degli utenti. «Alcune clausole dei contratti che regolano il rapporto tra Rti e gli utenti - dicono le associazioni - sono vessatorie, lesive del diritto dei consumatori e delle precise garanzie previste dal codice civile. Probabilmente l'episodio non avrà tutto il sonno a **Piersilvio**, ma c'è da scommettere che gli effetti nefasti del Dtt arriveranno sempre più spesso nelle aule dei tribunali.

Neorevisionismo cattolico

Il livido **Cesare Salvi**, ex ministro Ds oggi finito un po' nell'angolo, si toglie qualche sassolino dalle scarpe in casa **Diano**, gettando veleno contro l'emergente **Floris**. «Porta a porta - dice - è orientato in un certo modo, ma anche Ballarò lo è nel senso opposto. Sono due talk show ben condotti ma entrambi orientati. La trasmissione di **Bruno Vespa** guarda verso **Berlusconi** mentre quella di **Floris** verso l'Ulivo. La gente lo sa e si regola». Maturità? Spirito bipartisan? Suprematismo consapevole di una dialettica ostile? Macché: «Vespa mi ha invitato e **Floris** mai»...

L'astensione chiede voce

Offensiva degli astensionisti referendari contro la Rai. A **Michele Bonatesta** (An) non piacciono gli spot istituzionali targati Rai, ritoccati dopo un intervento ad hoc di **Claudio Petrucci**. «Spiace dirlo, ma i testi degli spot informativi della Rai sul referendum contro la legge in materia di procreazione medicalmente assistita, che stanno andando in onda sulle reti radiofoniche e televisive pubbliche, sono edulcorati e reticenti, quel tanto che basta per sopire le coscienze e non consentire ai cittadini di comprendere quali siano i reali obiettivi dei quesiti». **Maurizio Fabris**, senatore dell'Udc, dalle parole passa ai fatti: «Ho depositato un disegno di legge volto a modificare l'articolo della legge sulla parità di accesso ai mezzi di informazione che esclude dalle trasmissioni tutte le forze politiche che sostengono una posizione astensionista. Fatica sprecata: gli astensionisti per fare il proprio gioco dovrebbero piuttosto parlare solo di altri argomenti.

Non maltrattatemi Leonzio

Re Leonzio, se non erro, era un personaggio dell'imperdibile romanzo di **Dino Buzzati** «La famosa invasione degli orsi in Sicilia» (l'ho letto in prima media). Memore forse di cotanta avventura letteraria, **Leonzio Borea**, senatore Udc, ha cercato di dare una regolata all'invasione dei media in Sicilia, ricevendo per tutta risposta un buffo comunicato di protesta del Cdr della testata regionale Rai: «Riteniamo anomalo, discutibile, e inaccettabile l'atteggiamento di **Leonzio Borea**, che durante un servizio di una troupe della Tgr Rai Sicilia riteneva di imporre lui quali parlamentari intervistare, quali interviste andavano trasmesse ed addirittura quale inquadramento andava realizzata durante l'intervista». Caro Leonzio, non ci sono più gli orsi di una volta...



Obiettivi politici, strategici ed economici. Sono tanti i motivi che hanno spinto il governo a insistere sul Dtt. Ma i nodi verranno al pettine entro la data dell'impossibile switch off, tra un anno e mezzo. E intanto in Francia i decoder costano 70 euro. Senza incentivi...

LA DENUNCIA fatta da **Adiconsum** e **Movimento difesa del Cittadino** ha avuto una certa eco sugli organi di stampa, aiutati anche dalla contemporanea performance di **Beppe Grillo** che, gridando al convegno di Bagnaia «Il digitale terrestre è già morto, è una falsa tecnologia. Su Internet c'è qualunque cosa gratis» è riuscito se non altro a catturare l'attenzione di un telespettatore che giustamente non riesce ad appassionarsi ad una materia che semplicemente non lo interessa. Meno noto è che le due associazioni di categoria hanno fatto precise e circostanziate domande sul digitale terrestre. Domande retoriche, che forse non prevedevano una risposta. Noi purtroppo non siamo strapagati esperti di settore, né politici competenti, solo «curiosi ignoranti», che però, dopo oltre un anno di ricerche e decine di articoli sul tema, una nostra verità ce la siamo costruita. E allora abbiamo provato a rispondere al questionario posto da **Maurizio Vergari**, responsabile nuove tecnologie di Adiconsum. Ne è venuta fuori una intervista alla rovescia, una bizzarria che ben si inserisce in un tema che ormai di assurdità ne ha collezionate parecchie.

Perché il Dtt viene imposto ai cittadini?

Il motivo è uno solo: la sentenza della Corte costituzionale che imponeva il trasferimento di una rete Mediaset sul satellite e un cana-

le Rai senza pubblicità. Il Dtt è stata la chiave tecnologica per disattivare il dispositivo della corte. Per questo la data ravvicinata dello switch-off è indispensabile. Questo ha comportato poi la necessità di obbligare, pur con le buone, i cittadini a fornirsi di un sinto Dtt.

Perché non si è scelta la tv digitale satellitare, che offre maggiore scelta e costa molto meno?

Sarebbe l'uovo di Colombo, da noi segnalato già più volte. I vantaggi sono tali e tanti che non si sa se ridere o piangere di fronte alla insensatezza della nostra classe politica. Peccato che questo avrebbe portato alla fine del duopolio, perché un'ora dopo il passaggio il Paese si sarebbe trovato con un migliaio di canali "nazionali". Non è difficile immaginare quale sarebbe l'impatto di tale scelta. Bisogna inoltre considerare che il valore degli impianti di trasmissione del segnale, che se non erro è in bilancino, scenderebbe semplicemente a zero.

Perché il Dtt viene incentivato con soldi pubblici nonostante la televisione abbia molte risorse?

Perché bisogna far sì che per il 1° gennaio 2007 vi sia il maggior numero di utenti collegati possibile. Senza incentivi semplicemente non si sarebbe venduto neanche un decoder. Aggiungiamo poi come si siano fatti altri errori, perché se per assurdo il Governo avesse

Digitale terrestre, tutti i "perché" di una colossale bufala italiana

Intervista alla rovescia dopo gli interrogativi posti dall'Adiconsum

acquistato e distribuito direttamente i decoder zapper, il prezzo per lo Stato sarebbe sceso a soli 30 euro e se ne sarebbero potuti consegnare ben 8.000.000.

Perché il digitale terrestre è l'unico adeguamento tecnologico che interessa al governo e non ci si preoccupa della tv e della radio trasmesse con altre modalità?

Perché il digitale terrestre è l'unica migliorata tecnologia che lascia inalterate le posizioni dominanti. Degli sconvolgimenti del satellite abbiamo già detto, ma sarebbe nulla in confronto della via internet, che si porta dietro la filosofia della visione asincrona. Il giorno che i telespettatori capiranno di poter vedere quello che vogliono quando lo desiderano segnerà la fine della tv generalista.

Perché il Dtt per farsi conoscere ha utilizzato messaggi ingannevoli?

Bisogna distinguere: Mediaset e La 7 lo hanno fatto per puro vantaggio economico. Non sono i primi, non saranno gli ultimi. Il volantinaggio fatto dal ministero a favore del calcio Dtt invece rientra in qualcosa di assolutamente surreale, la cui causa può riassumersi con un solo termine: disperazione. Ad oggi infatti, nonostante i contributi, nonostante ormai bastino 40 euro per comprare un decoder, che comunque consente una migliore visione dei canali in zone disturbate, sono solo 859.977 degli italiani che hanno approfittato degli incentivi 2005.

Perché tanta fretta di chiudere la tv analogica nel 2006?

Questa è la parte più divertente: la fretta di mettere una pezza alla sentenza della Corte costituzionale ha messo i paracocchi al Governo, che ha testardamente continuato ad accreditare una tesi insostenibile. Questo ha convinto l'Authority garante delle comunicazioni di varare un regolamento attuativo che destina alle future radio Dab le frequenze che



verranno liberate dallo switch-off, decisione ormai messa nero su bianco. Questo vuol dire che se il 1° gennaio 2007 non si switcherà al digitale, le associazioni per il Dab faranno partire le azioni legali per far rispettare la legge, mentre la Corte Costituzionale potrebbe (qui il condizionale è d'obbligo) riattivarsi per trasferire Rete4 sul satellite e togliere la pubblicità a Rai Tre. Per il duopolio sarebbe insomma il giorno dell'Armageddon, dove davanti al mondo della tv ci sarà la sfida finale tra Colui che sarà (nella stanza dei bottoni) e l'Angelo caduto (da circa sei mesi). La cosa è divertente perché la situazione è scaturita esclusivamente da decisioni del Governo Berlusconi.

Perché non è stato incentivato l'ammmodernamento degli impianti di ricezione nei palazzi, prima di proporre il Dtt?

Perché nessuno ama spendere soldi senza alcuna vera contropartita. Meglio far trovare le persone di fronte al fatto compiuto. Il problema ora è quello di evitare che le riunioni di condominio ove si apriranno le buste con i costi di ammodernamento si svolgano prima delle elezioni, altrimenti l'impatto sulla campagna elettorale potrebbe essere devastante.

Perché i produttori dei televisori sono indifferenti al Dtt?

Non sono indifferenti, semplicemente non possono mettere sul mercato una tecnologia che è an-

cora "sperimentale". Quando verranno messe nero su bianco tutte le specifiche tecniche, in armonia con il resto dell'Europa, le case non avranno alcuna difficoltà a produrre tv digitali. Piuttosto vi sono problemi con gli standard, perché il Dtt usa flussi mpeg2 con definizione fino a 720 x 576 pixel. I nuovi televisori digitali viaggiano già a definizioni superiori, 1280 x 720. Non solo, quando il dtt avrà raggiunto la sua maturità, gli schermi saranno ormai tutti a 1920 x 1080.

Perché i decoder sono costosi, di vecchia concezione e solo per il Dtt?

I decoder non sono costosi, è l'incentivo che li rende costosi. Nostre ricerche hanno potuto verificare come in Francia i decoder vengano venduti intorno ai 70 euro, senza incentivi. Abbiamo potuto appurare come il costo industriale del decoder sia di 8 euro per le licenze: Java, Mhp e Mpeg, circa 30 euro i costi di produzione, altri 10 euro per la distribuzione e altrettanti per l'Iva, in tutto circa 60 euro. A questi si debbono aggiungere il delta dei ricavi della filiera che porta il decoder nelle mani del cliente finale. Non sono solo per il Dtt perché il decoder Fastweb riceve i contributi. Il satellite non li riceve perché Sky, avendo chiuso il decoder, ha dato più di un appiglio al governo per negare il contributo.

Perché i soldi pubblici aiutano le pay tv?

Il Dtt è comunque un sistema aperto. Alcuni hanno trovato lo spiraglio per fornire servizi a pagamento ma, a differenza di Sky, non sono esclusivi. La prima tranché di contributi non è quindi imputabile ai favori alle aziende. La seconda invece no, perché ormai era chiaro che i contributi si sarebbero tratti in aiuto a Mediaset e Telecom. Comunque sono tecnologie dalla vita corta. Per la decrittazione dei codici Irdet il come è già stato risolto, tanto è vero che Sky lo ha abbandonato. Ormai il termine corretto è "quando".

GIORGIO SEBASTIANO