

- TV LOCALI: emergenza economica covid19, "Aiutateci"
- RADIO: cancellazione Ter, la protesta del CNRT-TPD
- RADIO: locali Abruzzo, una proposta univoca a Regione
- RADIOTV: locali, l'invito del CNRT-TPD ad aderire
- RADIO-WEB: l'andamento nel periodo dell'emergenza
- TV LOCALI: contributi ex dpr 146/2017, sentenza del Tar
- WEB: gli italiani trascorrono online ¼ del tempo giorno
- TV: emergenza coronavirus, cresce ancora il consumo
- DIRITTI TV: calcio, lobby in difficoltà, Sky fa infuriare tutti
- RADIO: gli ascolti in streaming del mese di marzo 2020
- VOD: nuovi monopoli con Disney+ che debutta con botto
- MEDIA: richiamo del Garante della Privacy su covid-19



## EMERGENZA CORONAVIRUS: PROVVEDIMENTO SOSTEGNO RADIOTV

# AIUTATECI

### ISTANZA DEL CNRT TPD AL GOVERNO. ALLERTATI TUTTI GLI EDITORI

I fatti delle ultime due settimane non meritano ulteriori commenti: sotto gli occhi di tutti si è palesata una enorme crisi economica che rischia di degenerare anche socialmente. Per questo il **Government** ha posto in campo provvedimenti straordinari con il decreto "Cura Italia" e l'ultima integrazione del 28/3 per le fasce più indigenti.

Purtroppo anche il comparto radiotelevisivo locale rischia di crollare, e con esso la garanzia di servizio pubblico che esso espleta, soprattutto nei momenti di emergenza nazionale. In **CNRT-TPD** ha, per questo, messo in campo tutte le azioni per valutare e chiedere al **Government** un mirato intervento, che lo stesso ha programmato per questo mese. Dopo una due note (datate 11 e 14 marzo) con richiesta di agire su specifici punti, il **CNRT-TPD** ha nuovamente sollecitato direttamente il **Presidente del Consiglio dei Ministri On. Conte** e tutti i Ministri interessati chiedendo misure urgenti e concrete.

DECRETO  
CURA ITALIA

E LE RADIOTV  
LOCALI ??



Sono state ribadite difficoltà e necessità ma è stata anche formulata una proposta concreta e semplice per scongiurare la chiusura della stragrande maggioranza di emittenti che sarebbero costrette a sospendere *sine die* la preziosa attività di pubblico servizio che stanno svolgendo, in questo frangente, intensamente e mille difficoltà.

#### ECCO NELLO SPECIFICO COSA È STATO RICHIESTO:

- *interventi economici per far fronte al pagamento delle utenze elettriche in particolare e telefoniche;*
- *interventi economici per far fronte al pagamento dei fitti (sedi e impianti);*
- *interventi economici per far fronte al pagamento degli stipendi o sussidi diretti ai dipendenti;*
- *sospensione dei pagamenti relativi al diritto d'autore;*
- *sospensione dei pagamenti degli oneri bancari e dei mutui;*
- *sospensione dei pagamenti delle rateizzazioni con l'Agenzia delle Entrate;*
- *sospensione dei pagamenti ordinari con l'Erario;*
- *sospensione o azzeramento dei contributi INPS, INAIL, ENPALS e INPGI.*
- *ristoro dell' 80% della voce "costi totali dell'attività radiotelevisiva locale" (rigo 99) rilevabile dall'IES Informativa Economica di Sistema dell'ultimo anno di gestione trasmesso all'AGCom mediante versamento diretto (eventualmente in tre tranches trimestrali anticipate) direttamente all'azienda radiotelevisiva editrice.*

### IL CNRT SI DISSOCIA DA PROVVEDIMENTI DISCRIMINATORI

Il **CNRT-TPD** intende chiarire che prende le distanze da talune associazioni che asseriscono di rappresentare l'emittenza locale ma che di fatto si muovono sulla scia delle nazionali che hanno certamente interessi diversi dai nostri. Associazioni che hanno richiesto, in emergenza, fondi aggiuntivi da far confluire sul **Fondo dell'Informazione e del Pluralismo**. Con questa modalità di andrebbero a sostenere esclusivamente quelle emittenti nelle posizioni alte della delle graduatorie che già percepiscono congrue somme che, a seguito del Regolamento di cui al DPR 146/17, giungerebbero a pochi eletti ma soprattutto tardivamente.

# CANCELLAZIONE INDAGINE RADIOTER



## **CNRT-TPD: DECISIONE ASSOLUTAMENTE INGIUSTIFICATA!**

Con un laconico quanto lacunoso comunicato stampa, il 31 marzo scorso **TER - Tavoli Editori Radio** ha annunciato la cancellazione delle indagini d'ascolto.

Il **CNRT-TPD** ritiene precisare e sottolineare che trattasi di indagini non ufficiali e non riconosciute dall'**AGCom** ma che, ad ogni modo, la sospensione, peraltro resa nota solo nel primo giorno in cui queste dovevano partire, è assolutamente ingiustificata.

Il **CNRT-TPD** ritiene, inoltre, che le indagini, in quanto telefoniche, potevano essere fatte in modalità *smart working* così come peraltro stanno facendo moltissime aziende italiane.

A seguito dell'emergenza sanitaria, alla luce di una crescita degli ascolti per il mezzo radio da casa piuttosto che in movimento, i dati, peraltro già ampiamente criticati da **RAI** che fa parte del CdA **TER**, potevano portare a risultati diversi e distanti e parzialmente parametrabili con quelli già acquisiti ma poteva valer la pena conoscere e valutare il cambio di abitudini degli ascoltatori in questa eccezionale fase.

## **LE PENALIZZATE SONO SEMPRE LE EMITTENTI LOCALI**

Va da se che ad essere maggiormente penalizzate sono le emittenti locali che, ritenendo tali indagini utili, hanno commissionato pagando anticipatamente il servizio, facendo investimenti sul territorio per sostenere la propria notorietà senza contare che, proprio a seguito dell'emergenza sanitaria, hanno intensificato la propria azione territoriale.

Probabilmente questo sarebbe emerso. Forse è questo che ha influito facendo propendere per al sospensione che se è stata voluta dalle emittenti nazionali potrebbe essere anche legittimo ma non lo è certamente per le emittenti locali a volte solo apparentemente rappresentate e tutelate.



Il **CNRT-TPD** ritiene che l'**AGCom** e l'**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Antitrust)** hanno il dovere di intervenire e vigilare: la prima, visto che la normativa gli e lo impone, non potrà più continuare far finta di nulla; la seconda di valutare eventuali turbative. E' palese che esistono posizioni dominanti tese a soffocare l'emittenza locale che è espressione di pluralità.

## **MISURE DI SOSTEGNO : UNA PROPOSTA DELLE RADIO LOCALI DELL'ABRUZZO ALLA REGIONE**

Nell'ambito dell'emergenza causata dal coronavirus, arriva intanto una proposta da un gruppo molto numeroso di emittenti abruzzesi, che hanno chiesto alla Regione di attivare nel provvedimento "**Salva Abruzzo**" misure di sostegno al comparto dell'informazione per i mesi a venire,

*"liberando le risorse per consentire alle imprese di attuare campagne di comunicazione e campagne di finanziamento a valere su progetti comunitari, fondi di sviluppo per l'impresa POR FESR, altri fondi comunitari e fondi propri regionali con una quota percentuale da riservare ai mezzi di informazione radiofonica locale".*

Inizia così una nota inviata da numerose emittenti radiofoniche abruzzesi (**Ballaradio, Radio Amica international, Radio Antenna Futura, Radio Abruzzo Marche, Radio California, Radio Centrale, Radio Ciao, Radio C1, Radio Delta 1, Radio Evolution, Radio Giulianova, Radio International, Radio L'Aquila 1, Radio Luna Avezzano, Radio Luna Pescara, Radio Monte Velino, Radio Parsifal, Radio Planet, Radio Play Capital, Radio Stella, Radio Studio 5, Radio Teramo In**), alla Regione Abruzzo.

# IL CNRT-TPD INVITA TUTTI GLI EDITORI RADIOTELEVISIVI LOCALI AD ADEDIRE ALL'ASSOCIAZIONE CHE RAPPRESENTA COSTANTEMENTE L'INTERO SETTORE NELLE SEDI ISTITUZIONALI PER GARANTIRE DIRITTI E OTTENERE SOSTEGNO SENZA DISCRIMINAZIONI



la informiamo che il **CNRT-TPD** soprattutto in questo periodo di emergenza causato da una pandemia, provvede costantemente a rappresentare al **Presidente del Consiglio dei Ministri On. Giuseppe Conte** ed ai Ministri interessati la difficoltà del settore radiotelevisivo chiedendo misure urgenti e concrete.

Anche in periodi di ordinaria amministrazione, l'associazione è in campo per monitorare il comparto dell'emittenza radiotelevisiva

locale e nazionale indipendente, garantendo rappresentatività a tutti gli associati con una presenza ai tavoli e nelle sedi istituzionali, portando loro la voce degli editori. Ebbene, ora, le richieste misure urgenti diventano oramai urgentissime e vitali al fine di scongiurare che l'intero settore collassi.

## **NO A QUELLI CHE SI AFFIANCANO A GRUPPI MONOPOLISTICI**

E' molto importante chiarire che il **CNRT-TPD** ha sempre preso e continua a prendere le distanze da talune associazioni che asseriscono di rappresentare l'emittenza locale ma che di fatto si muovono sulla scia delle nazionali che hanno certamente interessi diversi. Associazioni che spesso si affiancano agli interessi dei grossi gruppi editoriali, alcuni di essi in regime di monopolio, per cui non garantiscono il rispetto di pluralismo, concorrenza e non discriminazione nel mercato.

E' per questo che il **CNRT-TPD** invita tutti gli editori ad una riflessione sulla reale rappresentatività dell'emittenza locale e ad aderire, qualora non l'abbia già fatto, a questa associazione.



Per scaricare il modulo di adesione clicca QUI : compila, firma e spedisce in pdf a [radio@cnrtv.eu](mailto:radio@cnrtv.eu)



## **RADIO, WEB E CORONAVIRUS**

**I DATI AUDIWEB** - Secondo l'analisi condotta da **Audiweb**, la categoria "*Current Events and Global News*" ha registrato un incremento del 3,8% nella settimana 16/03-22/03, mentre del 111,4% rispetto all'arco temporale tra il 20/01 e il 15/03.

Nonostante alcuni siti nella top 15 abbiano subito una leggera flessione nell'ultima settimana analizzata, come il "*Corriere della Sera*" (-5,4%), "*La Repubblica*" (-6,9%) e "*Il Messaggero*" (-3,1%), altri continuano a crescere. Ne sono esempio "*Tgcom 24*" (+2,5%), "*La Stampa*" (+8,5%), "*Leggo*" (+23,5%), "*Il Giornale*" (+3,7%) e i quotidiani locali **Gedi** (+7,4%).

### **RADIO TRA INFORMAZIONE E TEMPO LIBERO**

In tempi di quarantena appare evidente come le persone vogliono restare informate, ma anche cercare svaghi e attività per riempire le giornate monotone della reclusione in casa. Per questo non risulta difficile comprendere come aumentino gli utenti dei siti che mettono a disposizione un tale prodotto.

Crescono così "*Radio deejay*" (+74%), che offre un'informazione più rilassata, e i contenuti web delle categorie "*Home and Fashion*" (+24,4%), ed "*Entertainment*" (+0,8%).

# CONTRIBUTI EX DPR 146/2017, TAR LAZIO RESPINGE NEL MERITO RICORSI CONTRO IL REGOLAMENTO



Il TAR Lazio, decidendo nel merito di una serie di ricorsi proposti per l'annullamento del DPR 146/2017 recante il "Regolamento concernente i criteri di riparto tra i soggetti beneficiari e le procedure di erogazione delle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione in favore delle emittenti televisive e radiofoniche locali", ha rigettato le contestazioni riguardanti il Decreto del MISE del 20/10/2017 concernente le modalità di presentazione delle domande e di un gruppo di atti presupposti, consequenziali e connessi

**LE CONTESTAZIONI RIGUARDAVANO:** *"Le critiche svolte (...) ruotano intorno al presunto carattere irragionevole e non conforme alle finalità fissate dall'art. 1, comma 163, della Legge 28.12.2015, n. 208 (vale a dire: pluralismo dell'informazione, sostegno dell'occupazione nel settore, miglioramento dei livelli qualitativi dei contenuti forniti e l'incentivazione dell'uso di tecnologie innovative) del carattere nazionale della graduatoria e del carattere assoluto degli elementi di attribuzione del punteggio, non accompagnati da alcun meccanismo perequativo che tenga conto delle notevoli diversità demografiche ed economiche esistenti tra le diverse regioni italiane e, pertanto, tali da penalizzare proprio le regioni più piccole e meno popolate, costrette a competere con quelle di dimensioni non comparabili", si legge in una delle sentenze.*

Il TAR però, rigettandole, non è stato convinto *"in quanto, in realtà, il d.P.R. n. 146/2017 tiene conto della popolazione residente nelle diverse regioni con riguardo alla fase (...) di individuazione dei requisiti minimi che le emittenti debbono possedere per l'ammissione alla procedura, laddove prescrive, all'art. 4, comma 1, il possesso di un numero minimo di dipendenti (parametrato alla popolazione dell'ambito territoriale in cui opera l'emittente) (...). Tale criterio, nel richiedere, per l'ammissione alla procedura, il possesso di un numero maggiore di dipendenti ad un'emittente che operi in una regione maggiormente popolata e un numero più basso di dipendenti ad un'emittente che operi in una regione meno popolosa, sembra soddisfare il principio di proporzionalità e di non discriminazione tra tutti i soggetti partecipanti che siano attivi in regioni diverse, con diversi livelli di popolazione.*

Rigettate anche le contestazioni relative ai criteri dell'**Auditel**.

## CNRT-TPD: PREMIATI, PURTROPPO, GLI "INTERESSI FORTI"

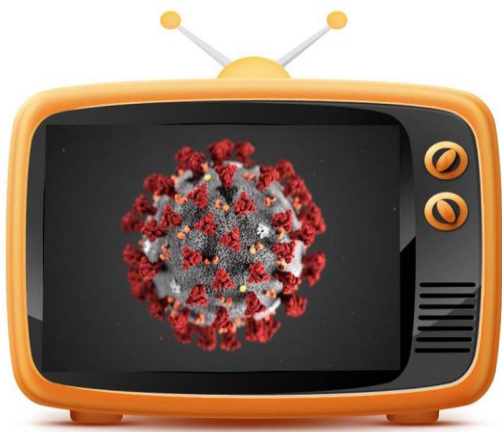
E' evidente che le motivazioni dei giudici giovano alle emittenti locali forti, molto vicine agli interessi dei gruppi nazionali, che hanno potuto basare il proprio successo anche grazie a discriminanti posizioni LCN a causa della Delibera AGCom 366/10/CONS (annullata in ogni grado di giudizio).

Il CNRT-TPD è fermamente convinto che esiste discriminazione sia in merito alle diversità territoriali, dove non è detto che in una popolosa area debbano operare esclusivamente emittenti forti e con numeroso personale. Quanto al criterio degli ascolti, purtroppo, ancora una volta bisogna sottolineare come questi sono ancora oggi influenzati da discriminanti assegnazioni di posizioni LCN avvenute nel 2010. Il vantaggio competitivo che ne è derivato per chi non ne aveva diritto, viene oggi premiato da queste graduatorie già falsate in ambito embrionale.

## GLI ITALIANI TRASCORRONO ONLINE UN QUARTO DELLA GIORNATA E HANNO (IN MEDIA) 8 ACCOUNT SOCIAL. YOUTUBE LA PIATTAFORMA PIÙ ATTIVA, POI LE APP DI FB

*We Are Social* ha presentato *Digital 2020*, il report annuale che analizza lo scenario *social e digital* a livello locale e globale, realizzato in collaborazione con **Hootsuite**.

La ricerca – alla sua nona edizione – delinea un paese "maturo" nell'utilizzo di Internet e dei canali social: ogni giorno sono 45 milioni le persone che accedono a Internet da mobile e 35 milioni quelle attive sui canali social, utilizzati in maniera sempre più diversificata, a scopo di intrattenimento, informazione, condivisione e conversazione.



# EMERGENZA CORONAVIRUS

## CRESCE ANCORA IL CONSUMO TV

### NEWS REGINE NEI SOCIAL.

### BOOM INTERAZIONI ON DEMAND

Trecentocinquantasei minuti al giorno davanti allo schermo, 108 in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Il *lockdown* spinge sempre più gli italiani al consumo di tv, che mette a segno una crescita costante.

Ad avvantaggiarsene sono in primo luogo news e approfondimenti, che si fanno largo nei palinsesti e dominano anche il dibattito sui

*social network*. Per chi invece cerca momenti di evasione, grandi serial, film e intrattenimento, un attracco sicuro e' nel porto della *tv on demand*. È il quadro che emerge dall'andamento dei dati **Auditel** elaborati dallo **Studio Frasi** e dalle rilevazioni **Nielsen** sulla *social tv*.

**Secondo l'Osservatorio dello Studio Frasi, tra l'8 (all'inizio della quarantena) e il 28 marzo si sono sintonizzate in media davanti a un televisore 14,5 milioni di persone, ben 4,4 milioni in più rispetto all'anno scorso e 2 milioni in più anche rispetto alla settimana precedente,** quando l'attenzione sull'epidemia di coronavirus era già molto alta. Una tendenza destinata a durare: se il 21 febbraio (quando e' scattata l'emergenza) gli ascolti erano di 10 milioni, ieri sono state 15,3 milioni le persone con un televisore acceso in casa, per ben 377 minuti, cioè oltre sei ore.

**I PROGRAMMI PIU' VISTI:** Al vertice assoluto dei programmi più visti dell'ultima settimana c'è la Benedizione *Urbi et Orbi* di **Papa Francesco** del 27 marzo, con l'immagine potentissima della preghiera del pontefice sotto la pioggia in una piazza San Pietro deserta: un momento storico seguito su **Rai1** da 8,6 milioni di spettatori, cui vanno aggiunti i 2,7 milioni che l'hanno visto su **Tv2000**, senza contare poi gli oltre 5 milioni di visualizzazioni su **YouTube**, calcolando i dati del canale **Vatican Media** e dei tanti altri canali che l'hanno trasmesso nel mondo. Alle spalle di questo evento straordinario c'è il **Tg1** della sera del 28 marzo, con 9,5 milioni di spettatori e il 31.3% di *share*.

E tra i primi 25 programmi più visti dall'8 marzo - segnala ancora lo **Studio Frasi** - ci sono tutti i **Tg1** della sera e tre edizioni delle 13:30. Il tg dell'ammiraglia **Rai**, ma anche **Tg5** e **TgR** aumentano di oltre 2 milioni ciascuno.

Un discorso a sé meritano però i ragazzi: sul target 15-24 anni ad occupare le prime quattro posizioni dei programmi più visti ci sono i film della saga di *Harry Potter* riproposti da Italia 1, con *share* superiori al 40%; poi l'edizione straord. del **Tg1** del 21/3, seguita da *Don Matteo 12*, *C'è posta per te* e dalla straord. del **Tg5**.

**SOCIAL E TV:** Molti programmi, dagli show allo sport, hanno dovuto chiudere temporaneamente i battenti e così talk e canali all news stanno crescendo rapidamente in termini di interazioni, e quindi di coinvolgimento degli utenti, su **Facebook**, **Twitter**, **Instagram**. Stando ai dati **Nielsen Social Content Ratings**, nelle prime due settimane di *lockdown* (9-22 marzo) il genere '*talk show e approfondimento politico*' e' l'unico a crescere, con un +20% di interazioni (rispetto alle due settimane precedenti, 24 febbraio-8 marzo).

Bene le principali all news, **Rainews 24**, **TgCom 24** e **Sky Tg24**, con un aumento delle interazioni tra il 70 e il 90%, e i programmi di approfondimento: le interazioni crescono in media dell'86% rispetto alle due settimane precedenti.

**TV ON DEMAND:** con i continui cambi in corsa di palinsesto, per trovare film, serie e intrattenimento gli utenti cercano rifugio anche nella *tv on demand* e si confrontano sui social: non a caso - fa notare **Stefano Russo**, *Head of Social Content Ratings Italy* - la grande famiglia delle piattaforme in *streaming* ha raccolto un +18% di interazioni nel periodo 9-22 marzo. I picchi più evidenti hanno interessato **Prime Video** (+511% di interazioni), **Timvision** (+128%) e **Infinity** (+85%). **Disney+** al pre-debutto (il via ufficiale in Italia e' del 24 marzo) ha fatto segnare +243%, **Netflix** +15% rispetto però a un volume di interazioni già molto alto (oltre 4 milioni).

## L'IMPORTANZA DELLE TV LOCALI SOFFOCATE DAI MONOPOLI

Anche l'emittenza locale sta compiendo sforzi enormi e ottenendo più ascolti, anche se il dato va sempre visto in proporzione ai grossi *players*, per cui non deve illudere. Tecnicamente resta un *gap* enorme causato dai monopoli di mercato che non permettono ai piccoli editori di poter emergere, costringendoli ad un galleggiamento patologico che affossa l'intero settore.

# DIRITTI TV CALCIO E CORONAVIRUS



## UEFA E FEDERAZIONI A LAVORO SUI CALENDARI: PRIMA I CAMPIONATI E POI COPPE IN ESTATE

Sono state sospese le amichevoli delle nazionali previste a giugno, che potrebbero essere giocate più avanti. La decisione è stata presa nella riunione fra la **Uefa** e i segretari generali

delle 55 federazioni per fare spazio ai calendari dei campionati nazionali, della *Champions* e dell'*Europa League*, che si intende portare a termine dopo la sospensione per l'emergenza coronavirus.

Dal vertice è emerso l'orientamento di far disputare anche a luglio e agosto le coppe europee, che comunque la **Uefa** vuole concludere anche se qualche campionato non dovesse ripartire.

## INTANTO SKY AUMENTA COSTI E FA INFURIARE TUTTI

In questo clima di emergenza dove tutto non tornerà normale a breve, ricordiamo che il monopolio di **Sky** è legata alla trasmissione di eventi sportivi dal vivo, e passeranno mesi prima di poter rivedere calcio, **Formula 1**, **MotoGP** e tutti gli altri sport in TV. **Sky**, ricordiamolo, aveva anche *Europei* e *Olimpiadi*, rimandati all'anno prossimo. La *pay TV* sta cercando di ricorrere a vie legali per evitare di pagare l'ultimo saldo dei diritti delle partite che deve corrispondere entro maggio alla **Serie A**.

Il ragionamento di **Sky** è: niente campionato, niente soldi. Il calcio è un business, e tutto è una catena legata ai soldi dei diritti TV: se **Sky** dovesse trovare il modo di non pagare la **Lega Calcio** molte società rischierebbero il tracollo. In questa situazione, tuttavia, la *pay TV* sarebbe nelle condizioni economiche per decidere di sospendere agli abbonati il pagamento dei pacchetti relativi agli eventi sportivi che oggi gli utenti non stanno sfruttando.

Tutta una catena, appunto: i soldi degli abbonati a **Sky Calcio** sono quelli che poi finiscono nelle tasche della **Lega Calcio**, se **Sky** non paga la **Lega** potrebbe ridare i soldi agli utenti per evitare disdette.

Ad oggi l'unica mossa messa in campo da **Sky** per evitare e arginare una fuga di massa degli utenti dalla *pay TV* è l'apertura di tutti i pacchetti a tutti, ma ci sono molti utenti che hanno sottoscritto tutti i pacchetti e come unico vantaggio hanno solo qualche film anteprema in *pay per view*, troppo poco anche per i clienti più fedeli. Senza contare che inevitabilmente stanno rallentando anche le produzioni originali.

Molti clienti di **Sky** oggi sono delusi: si aspettavano che la *pay TV* riducesse temporaneamente il prezzo del canone escludendo i pacchetti sport e calcio, invece, paradosso, arrivano gli aumenti. E invece no: proprio in questo periodo delicato, dove ci immaginiamo che la propensione alla disdetta o per lo meno alla rimodulazione degli abbonamenti sia in aumento, **Sky** sta recapitando a molti utenti comunicazioni di aumenti di 3,50 euro.

## UTENTI TELEVISIVI VITTIME DELLA LOBBY !!!

Come era prevedibile, la posta in gioco è sempre stata talmente alta dalla quale si è potuta sviluppare e accrescere la *lobby* che il **CNRT-TPD** ha sempre denunciato. Niente e nessuno ha fermato l'avanzata del monopolio **Sky** e gli affari di pochi grossi soggetti legati al mercato dei diritti sportivi del calcio.

Nessuno, però poteva immaginare che una pandemia potesse intralciare gli affari e rompere il cerchio.

Il danno, anche in questo caso, è tutto degli utenti finali, che non solo sono stati costretti a pagare cifre elevate fuori concorrenza, ma oggi anche la beffa dei non rimborsi, anzi, degli aumenti! Occorre un intervento immediato per tutelare tutto il pubblico televisivo schiavo dei poteri forti di questo mercato.



# ASCOLTI RADIOFONICI IN STREAMING



## MARZO 2020: DOMINA RDS BENE RADIO 24, RTL, RADIO ITALIA, CAPITAL, MARIA, RAI E R101

Dopo la clamorosa decisione del Tavolo Editori Radio di sospendere la rilevazione TER 2020 relativamente al secondo trimestre, sono stati diffusi i dati degli ascolti radiofonici in streaming attraverso il principale aggregatore di radio italiane, **FM World (FMW)** che, premettiamo, non è esaustivo di tutto il panorama radiofonico ma almeno fornisce un'indicazione, al momento, interessante.

Il dato statistico si fonda su un campione mensile riferito a Marzo 2020 di quasi un milione di sessioni (esattamente 959.774, +18,5% rispetto a febbraio), equamente distribuite sul territorio nazionale.

### IL PODIO

1. **RDS** si pone al primo posto (con un +20,3% di crescita);
2. **Radio 24** (+18,8%);
3. in leggero calo, **Radio DeeJay**;
4. **Rai Radio 1**;
5. Piccola crescita per **RTL 102,5** al quinto posto;
6. stabile **Radio 105**;
7. **Radio Italia** in crescita.

Stabile **RAI Radio 2** all'8° posto e calo di **m2o** al 9°, così come per **Kiss Kiss** al decimo, in discesa. Bel salto (+12,5%) per **Radio Capital** (11°) e leggero calo di **RMC**, che va al dodicesimo.

Diminuzione di **Radio Bruno**, mentre compie un grande salto in avanti **Dimensione Suono Soft** (14°), che cresce dell'80%. Scende **Virgin Radio**. Sempre in casa **Radiomediasset**, stabile **R 101** al 16° posto, bel guadagno per **Radio Maria** (+23,8%) e lieve crescita di **Radio Subasio** al 18° (+4,1%).

Discesa di **Onde Dance** (ora al 19° posto) e di **Love FM** (20°), come negativo è il trend su **FMW** di **Radio Ibiza** (21°), mentre top performance per **Giornale Radio** (+193,3%!), che supera **Discoradio**.

Comprensibile il calo di **Radio Sportiva**, vista l'assenza di argomentazioni sul formato specifico (24°), mentre performa bene **RAI Radio 3**, che cresce del 29,1% e ancor di più di **Lattemiele** (41,3%). Va invece giù **Radio Studio Più** (ora al 28° posto), tallonata dalla nativa digitale 70-80 **Hits HQ** che cresce del 41,3%, collocandosi al 29° posto, prima di **Stereocittà**.

Relativamente alle migliori performance oltre il 30° posto, registriamo **Radio Millennium** al 35° (+115%, grazie alla miglior visibilità dell'icona) e **Radio Italia Anni 60** (40° posto).

## NUOVI MONOPOLI STREAMING VIDEO ON DEMAND

### 5 MLN DI DOWNLOAD DELL'APP DISNEY+ NEL SOLO GIORNO DEL DEBUTTO IN SEI PAESI D'EUROPA

Attenzione alla costante crescita di un altro forte gruppo monopolistico internazionale, quello di **Topolino**. Nel solo giorno del debutto di **Disney+** sono stati registrati più di 5 mln di download su smartphone e tablet e – secondo i dati analizzati dalla società specializzata **App Annie** – al 27/03/2020 è stata la Germania ad avere più nuovi utenti, abbonatisi alla piattaforma di *streaming on demand*.



Queste rilevazioni tengono in considerazione coloro che hanno scaricato l'applicazione – che sono stati per l'appunto più di 5 mln nei vari paesi europei – escludendo, così, coloro che invece hanno scaricato il servizio sulla propria *smart tv* oppure si sono collegati tramite il sito web de “*La casa di Topolino*”, uno tra programmi di più successo per bambini.

# EMERGENZA CORONAVIRUS

## RICHIAMO DEL GARANTE PRIVACY A TUTTI I MEZZI DI COMUNICAZIONE



**GARANTE  
PER LA PROTEZIONE  
DEI DATI PERSONALI**

Il **Garante per la protezione dei dati personali** sta ricevendo in questi giorni segnalazioni e reclami con i quali viene lamentata, da parte dei famigliari, la diffusione sui mezzi di comunicazione, specie social e organi di stampa, anche on line, di dati personali eccessivi (nome, cognome, indirizzo di casa, dettagli clinici) riguardanti persone risultate positive al Covid 19.

Con un proprio comunicato, il **Garante per la protezione dei dati personali** ha sottolineato che anche in una situazione di emergenza quale quella attuale, in cui l'informazione mostra tutte le sue caratteristiche di servizio indispensabile per la collettività, non possono essere disattese alcune garanzie a tutela della riservatezza e della dignità delle persone colpite dalla malattia contenute nella normativa vigente e nelle Regole deontologiche relative all'attività giornalistica, pubblicate ai sensi dell'art. 20, comma 4, del d.lgs. 10 agosto 2018, n. 101 – 29 novembre 2018 (Pubblicate in G.U. n. 3 del 4 gennaio 2019).

Il **Garante** richiama pertanto l'attenzione di tutti gli operatori dell'informazione al rispetto del requisito dell'"essenzialità" delle notizie che vengono fornite, astenendosi dal riportare i dati personali dei malati che non rivestono ruoli pubblici, per questi ultimi nella misura in cui la conoscenza della positività assuma rilievo in ragione del ruolo svolto.

In ogni caso – sottolinea il **Garante** – devono essere evitati riferimenti particolareggiati alla situazione clinica delle persone affette dalla malattia come prescrive l'art. 10 delle Regole deontologiche citate.

**News**  
IN BREVE

CNRT-Terzo Polo Digitale  
**EPD**

**News**  
IN BREVE

### FREQUENZE IN DVB-T2 L'ASSETTO DI MERCATO FORTEMENTE SQUILIBRATO

Ricordiamo che la divisione dei *multiplex* nazionali in DVB-t tra gli operatori di rete del nostro Paese resta ancora fortemente squilibrata (come recentemente sentenziato dal **Consiglio di Stato**) tale da non consentire la chiusura della procedura di infrazione da parte della **Commissione UE** nei confronti dell'Italia. Di seguito l'assetto di mercato per numero di operatori e *mux* assegnati:

- E. Industriale (EI Towers-Mediaset): **2,5**
- RaiWay (Rai): **2,5**
- Persidera (Telecom-L'Espresso): **2,5**
- Premiata Ditta Borghini & Stocchetti di Torino (ReteCapri): **0,5**
- Prima Tv: **0,5**
- Europa Way: **0,5**
- H3G: **0,5**
- Cairo Network: **0,5**

### ADERISCI ALLA NOSTRA ASSOCIAZIONE

Questo momento delicato per le emittenti locali e nazionali indipendenti vede il **CNRT-TPD** fortemente attivo sul campo allo scopo di tutelarle. Gli editori che lo volessero, possono aderire alla nostra associazione collegandosi al sito: **www.cnrtv.eu** dove poter scaricare il modulo di adesione. Uniti si vince!



### EMERGENZA COVID-19 E EMITTENTI LOCALI

Le emittenti appartenenti al **CNRT-TPD**, nonostante le forti ripercussioni economiche dovute alla straordinaria fase di emergenza sociale e sanitaria, sono incessantemente impegnate a garantire non solo il servizio pubblico di comunicazione e informazione a totale disposizione di tutte le indicazioni delle istituzioni competenti, dal **Governo** al gli enti locali, dalle autorità, agli organi scientifici ufficiali, ma anche a garantire la *mission* di intrattenimento, particolarmente necessaria in questo momento storico delicato. Nessun editore, assieme al personale tecnico e giornalistico, si è mai tirato indietro, correndo anche dei rischi, ma da sempre al servizio delle comunità locali. Il **Governo**, non potrà non tener conto di quanto tali realtà siano strategiche per l'intero Paese.

Comunicazione per i destinatari di "CNRT-Inforna": In base all'art. 13 del Decreto Legislativo N°196 del 2003, i vostri recapiti vengono utilizzati esclusivamente ai fini di questo servizio di informazione e non sono, pertanto, comunicati e/o diffusi a terzi. Nel caso non desideriate ricevere più il "CNRT-Inforna", ed essere cancellati dal suo elenco, inviate un fax al N. 081 837 0421 oppure una e-mail all'indirizzo: [news@cnrtv.eu](mailto:news@cnrtv.eu)