

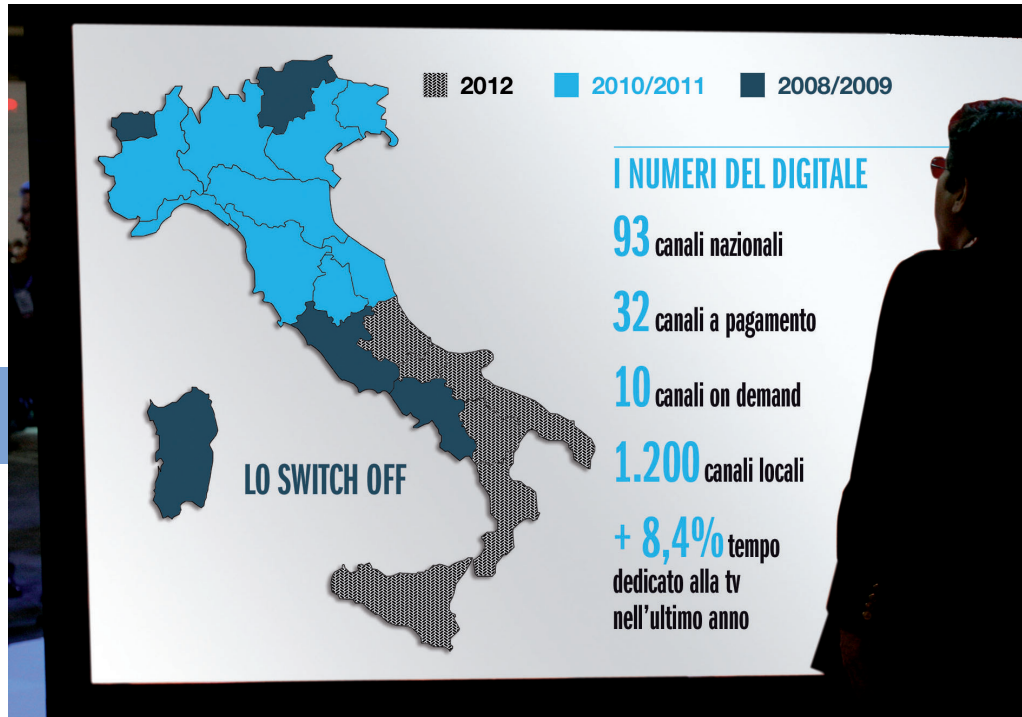
4 MERCOLEDÌ
4 LUGLIO 2012

PRIMO piano

LE INCHIESTE
DI AVVENIREIL FUTURO
DEI MEDIA

DI GIACOMO GAMBASSI

Addio cara «vecchia» tv. Finisce l'era della televisione analogica in Italia. Con gli ultimi switch-off che in queste ore si stanno susseguendo a Palermo e Messina, cala il sipario sulla «scatola magica» delle origini: quella che si era accesa il 3 gennaio 1954 con le prime trasmissioni Rai, che ci aveva regalato il colore e la stereofonia, che era accompagnata dall'effetto neve e dai fruscii quando il segnale arrivava contagocce. Tempi passati. Da oggi tutto il Paese è entrato nella tv digitale. O, meglio, nel digitale terrestre che continua a essere ricevuto con le antenne di casa ma arriva in bit. È soprattutto moltiplica i canali sul piccolo schermo (ogni frequenza analogica può ospitare fino a sei emittenti), fa impennare la qualità e porta l'alta definizione in famiglia. «Si tratta di un'importante



Sul telecomando l'Italia è digitale

Vecchie antenne addio, ormai è realtà in tutto il Paese la tecnologia che cambia il rapporto con la tv. Ma resta il nodo dell'emittenza locale

prova di innovazione», commenta il ministro Corrado Passera. Ma non tutto è oro: la nuova tecnologia non è la più adatta all'Italia. La complessa morfologia della Penisola non facilita la ricezione di un segnale «pesante» che non coprirà mai in tutti i Comuni. Non è un caso che sia nata TivùSat, la piattaforma satellitare che «replica» il digitale terrestre e che viene utilizzata da quasi un milione e mezzo di italiani. Ciò significa che il 5% della popolazione fa fatica a vedere la tv «numerica».

Il nuovo standard approda in Italia su indicazione europea. Nel 2001 il governo Amato stabilisce che entro il 2006 tutte le trasmissioni vadano in onda in digitale. Una data che slitterà col passare degli anni e si intreccerà al braccio di ferro politico per rivedere la «posizione dominante» di Mediaset. Si dovrà attendere l'ottobre 2008 prima che in una regione, la Sardegna, avvenga il debutto hi-tech. Poi sarà la volta del Nord Italia con le appendici di Lazio e Campania. Lo scorso autunno tocca al Centro, mentre nel Mezzogiorno le famiglie stanno diventando full digital solo da maggio.

Accendendo oggi un televisore, i canali che compaiono sono in media 200 per regione. I soli mar-

chi nazionali sono 93 in chiaro, a cui se ne aggiungono 32 a pagamento e 10 on demand. Poi ci sono le emittenti locali che producono più di 1.200 canali. E la crescita dell'offerta ha creato nuova domanda di tv allungando la dieta mediatica degli italiani. Secondo l'indagine «Media monitor 2012» di GfK-Eurisko, il volume di tempo dedicato al piccolo schermo è cresciuto dell'8,4% nell'ultimo anno. Un'oscillazione che è figlia proprio del digitale terrestre. Perché il consumo dei canali tematici nati col nuovo standard è più che raddoppiato in dodici mesi.

In pratica piacciono le tv specializzate. Lo dicono anche gli ascolti. In un anno l'audience delle sette reti nazionali che erano anche in analogico (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Italia 1, Rete 4 e La 7) è scesa del 5,4% attestandosi sul 71%. Invece schizzano le emittenti non generaliste che, in base all'ultima analisi di Starcom, raccolgono il 31% della platea televisiva con punte del 36% al mattino e nel primo pomeriggio. Fra i nuovi canali più visti Real Time, Rai Premium, Iris e Rai 4. Più complessa la ricaduta del digitale sulle emittenti locali. Non soltanto le tv del territorio sono state costrette a battersi per conquistare le frequenze necessarie ad andare in onda con le pro-

pri ripetitori dopo il taglio di nove canali dirottati verso la telefonia mobile. Ma hanno dovuto fare i conti anche con gli elevati costi per riconvertire gli impianti e con il crollo del mercato pubblicitario locale. Ecco quindi che, per loro, il saldo è negativo: almeno cinquanta emittenti hanno interrotto i programmi e la nuova tecnologia si è portata dietro un calo di ascolti generalizzato, come testimoniano le rilevazioni Auditel. Forse la disaffezione verso le locali è legata anche alla loro posizione sul telecomando, in mezzo a decine di grandi network. E sulla numerazione automatica delle reti si sta combattendo una battaglia legale che va avanti da mesi. Si contrappongono le «piccole» tv e le emittenti nazionali, pur di ottenere un posto d'onore fra i tasti schiacciati in salotto. Certo, il digitale è anche sinonimo di mancate promesse. Come quella dell'interattività a portata di televisore che avrebbe dovuto far giungere in casa l'anagrafe comunale o gli sportelli amministrativi. E dal 2015 il digitale che l'Italia ha appena adottato sarà affiancato da quello di seconda generazione, il Dvb-T2, che incrementerà ancora qualità e spazi, ma costringerà tutti a cambiare il decoder.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Frequenze da riassegnare, tra poco l'etere si troverà di nuovo in subbuglio

Sul telecomando di casa i numeri che marcano le frequenze televisive non compaiono: ciò che si vede è la lista automatica che regola il traffico della tv in bit. Ma, quando si entra nell'etere, la cifra del canale conta eccome. Soprattutto se nove frequenze spariranno dal panorama televisivo dopo l'asta con cui il ministero dello Sviluppo economico le ha cedute alle compagnie telefoniche per quattro miliardi di euro. Sono i canali che vanno dal 61 al 69 e che la legge di Stabilità del 2010 ha tolto soltanto ai locali. Frequenze che nelle sei regioni digitalizzate prima del 2011 erano state assegnate alle tv del territorio e che le emittenti dovranno restituire entro la fine di quest'anno.

In tutta Italia sono 145 le locali che le utilizzano. Una partita già partecipata, a giudizio del ministero per la restituzione volontaria: ogni canale liberato in un'intera regione vale un secondo canale in casterno - da 550 mila euro del Trentino ai 5 milioni di euro della Lombardia. Se, però, non fosse sufficiente la cessione libera, si procederà a una sorta di esproprio e il ministero è pronto a far scattare anche «misure coattive».

Che cosa accadrà quando le tv riconsegnano le frequenze? In ciascuna regione ci sarà una ridistribuzione di tutti i canali delle locali. E probabilmente si ripeteranno i disagi che hanno segnato il passaggio al digitale. In pratica si assisterà a un «secondo» switch-off in Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lazio, Campania e Sardegna. Risultato? Spariranno marchi o programmi dagli schermi e sarà

necessario risintonizzare più volte i decoder. Analogo caos è previsto quando le sei frequenze del *beauty contest* (ossia i canali nazionali liberati col passaggio al digitale e riservati ai grandi network) saranno messi all'asta. Perché sono già occupati anche quelli. Certo, non si annunciano tempi brevi: a differenza dei canali sottratti alle locali che fra pochi mesi passeranno alla telefonia mobile, non è ancora stata ancora messa a punto la gara che soppianta il concorso a titolo gratuito annullato dall'esecutivo Monti.

A tutto ciò si aggiunge che la tv in bit non è a prova di disturbo. Lo sanno bene le famiglie che vivono fra Marche, Calabria e Sicilia dove il digitale fa i conti con le interferenze che arrivano da oltre Adriatico e dal Nord Africa. Di fatto le stesse frequenze sono utilizzate da Paesi diversi e la sovrapposizione di onde produce autentici *black-out* delle immagini.

E poi vanno ancora studiati i disturbi che si creeranno per la vicinanza fra la banda larga del cellulare ricavata dagli ex canali tv e i segnali delle emittenti locali. L'ipotesi è che possa oscurarsi un televisore su quattro nei grandi centri urbani. Così dal 27 giugno il ministero ha dato il via a una sperimentazione che ha come banco di prova San Benedetto del Tronto. Nella città marchigiana vengono passate al vaglio per un mese qualità dei segnali e criticità dello «scontro» fra le due tecnologie. Gli esiti saranno valutati nel tavolo tecnico istituito dal Dipartimento delle comunicazioni.

Giacomo Gambassi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lo studioso Massimo Scaglioni: «La domanda del pubblico attuale è molto forte. Ma la crisi rischia di frenare l'innovazione»

«In dieci anni il sistema è cambiato. Le reti generaliste ora coprono il 70%»

DI ALESSANDRO ZACCURI

Lo switch-off ai tempi del paradosso. Così Massimo Scaglioni, docente di Storia dei media all'Università cattolica di Milano, riassume il clima in cui si sta compiendo il passaggio al digitale terrestre nel nostro Paese. «La domanda di tv non è mai stata così forte», spiega, «eppure mai come in questo momento le emittenti si sono trovate nella necessità di operare forti tagli, specie in conseguenza della crisi della raccolta pubblicitaria. Con il rischio di produrre di meno e, quel che è peggio, di investire di meno nell'innovazione del prodotto».

Una situazione di stallo, dunque? «Non direi. Per la televisione quello che si sta chiudendo è stato un decennio esplosivo, in cui è stata ribadita la centralità di uno strumento che qualcuno si era affrettato a dare per obsoleto. Non dimentichiamo che, all'altezza del 2002, la tv italiana si riduceva a sette reti generaliste, alle quali in ogni regione si aggiungeva una manciata di emittenti locali. Oggi invece, tenendo conto sia del digitale terrestre sia del satellite, si ragiona in termini di centinaia di canali diversi».

La televisione generalista è morta?
«Niente affatto. È cambiato il sistema, che oggi si assesta sulla logica del 70-30: le reti generaliste assorbono il 70% degli ascolti, il rimanente 30% è ad appannaggio dei nuovi canali digitali».

Da qui la frammentazione degli ascolti?
«Sì, ma anche la necessità di adottare metriche che cerchino di essere altrettanto innovative. Mi spiego: qualche anno fa, quando furono diffusi i primi dati di ascolto delle cosiddette «altre tv», si fece molta ironia a proposito dei presunti *nonwatcher*. Ma in questo momento sono proprio questi profili in apparenza minoritari, ma in effetti molto ben delineati, ad attirare maggiormente l'interesse degli investitori».

Ma la nuova televisione non doveva essere interattiva?
«È lo è, in effetti. Solo che quella che tecnicamente si definisce «convergenza dei contenuti» si realizza mediante la «divergenza degli strumenti»: basta navigare nel web, accedere uno smartphone, frequentare qualche social network e ci si accorge che la tv è uno degli argomenti più dibattuti. E continuerà a esserlo ancora per bel po'».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dino Boffo, direttore dell'ottobre 2010, quello di questi giorni è un traguardo doppiamente significativo. Alla piena digitalizzazione del nostro sistema televisivo si affianca infatti la conclusione di una stagione durante la quale Tv2000 ha affrontato e vinto più di una sfida. «Un anno fa - ricorda Boffo - il nostro ascolto medio nelle 24 ore si attestava intorno allo 0,10%. Oggi siamo stabili sullo 0,40% nell'arco dell'intera giornata, con punte che sfiorano il 5% e che toccano abitualmente il 2,3, il 4%».

Merito del digitale terrestre?
«La nostra rete si serve di questa tecnologia fin dal 2005, nella convinzione che si tratti di un'occasione felicissima di maggior democrazia, resa concreta da una moltiplicazione delle voci altrimenti impensabile. Detto questo, la valutazione sull'efficacia dello strumento rimane controversa. Ogni giorno riceviamo numerose proteste legate alla mancata visibilità del canale. Abbiamo effettuato un *check-up* autonomo, che non ha pretese di completezza, ma che ha portato a registrare vaste zone d'ombra in regioni come le Marche e la Toscana, oltre che in alcuni quartieri di Roma e Milano. Viene da

«Oggi abbiamo più democrazia in onda, così la vera sfida si sposta sui contenuti»

Per Tv2000, la rete di cui Dino Boffo è direttore dall'ottobre 2010, quello di questi giorni è un traguardo doppiamente significativo. Alla piena digitalizzazione del nostro sistema televisivo si affianca infatti la conclusione di una stagione durante la quale Tv2000 ha affrontato e vinto più di una sfida. «Un anno fa - ricorda Boffo - il nostro ascolto medio nelle 24 ore si attestava intorno allo 0,10%. Oggi siamo stabili sullo 0,40% nell'arco dell'intera giornata, con punte che sfiorano il 5% e che toccano abitualmente il 2,3, il 4%».

Merito del digitale terrestre?
«La nostra rete si serve di questa tecnologia fin dal 2005, nella convinzione che si tratti di un'occasione felicissima di maggior democrazia, resa concreta da una moltiplicazione delle voci altrimenti impensabile. Detto questo, la valutazione sull'efficacia dello strumento rimane controversa. Ogni giorno riceviamo numerose proteste legate alla mancata visibilità del canale. Abbiamo effettuato un *check-up* autonomo, che non ha pretese di completezza, ma che ha portato a registrare vaste zone d'ombra in regioni come le Marche e la Toscana, oltre che in alcuni quartieri di Roma e Milano. Viene da

pensare che, almeno in passato, il processo non sia stato governato a regola d'arte. Tecnologia a parte, quali altri difficoltà incontra una rete digitale?

«Anzitutto quella di rompere le incrostazioni dell'abitudine. Gli spettatori televisivi hanno di norma un atteggiamento conservatore, ma sanno anche essere sorprendenti. Negli ultimi mesi, qui a Tv2000, abbiamo completamente rivoluzionato il palinsesto, ottenendo una risposta che ci ha sorpreso in termini di reattività, entusiasmo, desiderio di fare comunità al di fuori dei soliti schemi. È un segno di stanchezza nei confronti della tv generalista?»

«Rai, Mediaset e La7 continuano a detenere i tre quarti del mercato. Per sopravvivere nella porzione che rimane disponibile, una rete digitale deve assolutamente raggiungere l'obiettivo dell'1% su media giornaliera. Ci stiamo provando, senza dimenticare che i problemi di budget esistono, così come quelli legati alla raccolta pubblicitaria. A fare la differenza, però, è la qualità del prodotto. È su questo, sì, credo che Tv2000 sia fin d'ora competitiva».

Alessandro Zaccuri

© RIPRODUZIONE RISERVATA