



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 di radio e televisione. È il colpo della stereofonia, che era accompagnato dall'effetto neve e dai fruscii quando il segnale arrivava col 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 bts. E soprattutto moltiplica i canali: 93 nazionali, 32 a pagamento, 10 on demand, 1.200 locali e, ogni frequenza analogica può ospitare fino a 8 canali, fa impennare la qualità e porta l'altra 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 è tutto: è ora che 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 coprirebbe mai in tutti i Comuni. Non è un caso che sia nata TivùSat, la piattaforma satellitare che «apre» il digitale terrestre e che viene utilizzata dalle grandi catene e mezzo di italiani. Ciò significa che il 5% della popolazione fa fatica a vedere la tv «numerica».

Il nuovo standard approvato 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 sfiora i col passaggi: nel 2010 è invece il 10% del mercato privato a riuscire a ridurre la posizione dominante di Mediaset. Si dovrà attendere l'autunno 2008 prima che in una regione, la Sardegna, avvenga il debutto hi-tech. Poi sarà la volta del Nord Italia con gli appendici di Lazio e Campania. L'elenco 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 i canali locali che producono più di 1.200 canali. E la crescita dell'offerta ha creato nuova domanda di tv allargando la dieta medietica degli italiani. Secondo l'indagine «Media monitor» di Gfk-Eurisko, il volume di tempo dedicato al piccolo schermo è cresciuto dell'8,4% nell'ultimo anno. Un'«evolution» che è figlia proprio del digitale terrestre. Per il consumo dei canali televisivi, nulla col nuovo standard è più che radappato 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, Rai 2, Canale 5, 9, 10, 11 e 12) è scesa del 5,4%, attestandosi sul 71%. Invece schizzano le emittenti non generaliste che, in base all'ultima analisi di Starcom, raggruppano 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 di periferia sono state costrette a battersi per conquistare le frequenze necessarie ad andare in onda con i pro-

prietari dopo il taglio di nove canali diretti verso la televisione mobile. Ma hanno dovuto fare i conti con le coste di elevati costi di installazione degli impianti e con il crollo del mercato pubblicitario locale. Ecco quindi che, per loro, il salto è negativo: almeno cinquanta emittenti hanno interrotto i programmi e la nuova tecnologia si è portata in calo il mercato generalista e le reti di periferia che direzione di via. Forse la disfarsa 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, più che a spese di chi è in grado di schizzare in salotto. Certo, il digitale è anche stimolino di mancate promesse. Come quella dell'interattività a portata di televisore che avrebbe dovuto far giungere in casa l'anagrafe comunitaria 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 costerà tutti a cambiare i decoder.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«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, direttore del canale 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 generare più tagli, spese e costi di gestione della risorsa digitale pubblicitaria. Con il rischio di produrre meno di meno, e quel che è peggio, di investire molto in apparenza minoritaria, ma in effetti molto ben delineata, ad attirare maggiormente l'interesse degli investitori».

«Non direi. Per la televisione quello che si sta chitando è molto più decennale: esplorare nuovi modelli di riduzione dei costi di uno strumento che qualcuno si era affrettato a dare per obsoleto. Non dimentichiamo che, all'altezza del 2012, 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».

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



Massimo Scaglioni

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La televisione generalista è morta? «Niente affatto. È cambiato il sistema, che oggi si assiste sulla logica del 70-30: le reti generaliste assorbono il 70% degli ascolti, il resto è diviso fra le appannaggio dei nuovi canali digitali». Da qui la frammentazione degli ascolti? «Sì, ma anche la necessità di adottare meteche che cerchino di essere altrettanto innovative. Mi spiego: qualche anno fa, quando funziona difatti i primi dati di ascolto delle nuove reti, c'era chi si fece un discorso a proposito dei presunti nanoshares. 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 un'esperienza di isolamento? «E 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, accendere 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 ben un po'».



Dino Boffo
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dino Boffo,
direttore di Tv2000:
«Resta controversa
la valutazione
sull'efficacia
dello strumento
Gli spettatori? Sono sorprendenti»

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 compiono, ciò che è vero, è la lista autorizzata di quelle che si possono ricevere. Ma, quando si entra nell'etere, la cifra del canale conta eccone. Soprattutto se nove frequenze spariranno dal panorama televisivo dopo l'asta con cui il ministero dello Sviluppo economico le ha cedute alle compagnie telefoniche che gestiscono il digitale mobile. I canali che vanno dal 61 al 90 e che la legge di Stabilità del 2010 ha solo soltanto alle locali. Frequenze che nelle dieci regioni digitalizzate prima del 2011 erano state assegnate alle tv del territorio e dal ministero e che le emittenti dovranno restituire entro fine anno.

In Italia sono 145 le locali che le utilizzano. Una parte sta già partecipando al bando del ministero per la restituzione volontaria: ogni rete liberata in un'altra regione vede riconosciuta il diritto - da 550 mila euro del Trentino al 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 coercitive».

Che cosa accadrà alle tv riconosciute? Le frequenze che in ciascuna regione ci sarà una ridistribuzione di tutti i canali delle locali. E probabilmente si ripeteranno i discorsi che hanno segnato il passaggio al digitale. In pratica si assistereà 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 i marchi o programmi dagli schermi e sarà

necessario risintonizzare più volte i decoder. Anelito caso è previsto quando le sei frequenze del «heavy content» (ossia i canali nazionali) liberati col passaggio al digitale saranno assegnati 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 televisione mobile, non è da escludere un anno o più di tempo per la gara che soprignerà il concorso a titolo gratuito annullato dall'esecutivo Monti.

A tutto ciò si aggiunge che la tv in bin non è

a prova di disturbo. Lo san-

no bene le famiglie che vivono fra Molise, Marche, Calabria e Sicilia dove le inter-

ferenze che arrivano da oltre Adriatico e dal Nord Africa.

Di fatto le stesse frequenze

sono utilizzate da Paesi di-
versi e la loro disposizione di
posta e portata è diversificata.

black-out delle immagini.

E poi vanno ancora studiati i disturbi che si creeranno per la vicinanza fra la banda larga dei cellulari 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. E dal gennaio scorso 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

«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 importante. Una data di grande riconoscimento per il nuovo sistema televisivo italiano: 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 mediano nelle 24 ore si attestava intorno allo 0,10%. Oggi siamo stabili sotto il 0,05% all'arco dell'intera giornata, con punte che sfiorano il 0,07% e che toccano abitualmente il 2,1 o il 3,4%».

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 de-
veloppement, non cominciata da un multipiattaforma, ma dalla televisione pubblica. Dopo 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 varie zone d'ombra in regioni come le Marche e la Sardegna, 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».

Technologia a parte, quali altri difficoltà incontrano i canali digitali?

«Anzitutto quella di superare le incostituzionalità 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, ottenendone una risposta che ci ha sorpreso in termini di pubblico e di trasmettitori, decisamente più di quelli dei canali schermi. È un segnale 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 televisiva deve essere molto più competitiva. Dopo l'obiettivo dell'1% su media giornaliera. Ci stiamo provando, senza dimostrare che i problemi di budget esistono, così come quelli legati alla raccolta pubblicitaria. A farla la differenza, però, è la qualità del prodotto. E su questi si: credo che Tv2000 sia fin d'ora competitiva».

Alessandro Zaccuri

© RIPRODUZIONE RISERVATA