

16 dicembre 2009 12:21

ITALIA: Il tetto pubblicitario allo studio del governo per le pay tv, nuova puntata dello scontro Mediaset-Sky



Un affollamento pubblicitario piu' elastico e con tetto piu' alto per le tv private free: dal 18 al 20 per cento orario (dodici minuti), con punte del 22 nelle fasce di massima audience. Un affollamento pubblicitario invariato per la Rai: dodici per cento orario (e quindi poco piu' di sette minuti). E un affollamento pubblicitario piu' basso (dall'attuale 18 al 12 per cento) per tutta la tv pay. E' solo una delle "ipotesi di studio" al vaglio del consiglio dei ministri di giovedi' 17 dicembre.

"Una bozza di lavoro" - ha spiegato il viceministro Paolo Romani - che dopo il varo di giovedi' "in ogni caso dovra' andare in Parlamento, dove le Commissioni potranno dare i pareri, formulando come sempre le proprie eventuali osservazioni". Ma con la bozza divenuta decreto, e con il decreto recepito nella nuova direttiva Ue "Tv senza frontiere", le polemiche (nel Palazzo e nel mondo tv) sarebbero inevitabili. Si', perche' da una parte con i nuovi tetti - sui quali l'Ue non direbbe nulla - si costringe Sky Italia (ma la soglia darebbe fastidio anche a Mediaset Premium) a rinunciare a una fetta importante della propria raccolta che nel 2008 e' stata di 232 milioni. Dall'altra si concedono al "Biscione" - che sempre nel 2008 ha incassato oltre due miliardi dagli spot - soglie piu' elastiche con un mix spot-telepromozioni, con piu' tolleranza sugli inserimenti durante gli avvenimenti sportivi e i programmi per bambini e chiudendo un occhio sulle telepromozioni.