



Info Rai – TV n° . 77 del 01 Marzo 2011

**Sommario:**

1. *Rai, Pdl illustra bozza pluralismo*
2. *Proiettili e lettera minacce a Santoro. Bossoli anche contro Gomez e Travaglio inviati a Raitre*
3. *Web Rai: sempre più in alto*
4. *Fiction cartoon e giochi: a Torino la tv dei ragazzi*
5. *Sanremo 2011, costi e guadagni: i cachet degli artisti e i ricavi pubblicitari*
6. *DTT, ingresso Sky. Gentiloni (PD): Consiglio di Stato ha bocciato ostruzionismo governativo. Via subito a beauty contest*
7. *DTT, rinviati di 15 giorni i lavori del CNID. Secondo Aeranti-Corallo la riduzione delle frequenze alle locali impedirà gli switch-off conclusivi*
8. *Calendario switch off, ecco la proposta del ministero dello Sviluppo Economico*
9. *Rai Trade approva il bilancio 2010, risultati in crescita nonostante la crisi*
10. *Vodafone: in 2 mesi Internet a 60 comuni. Prosegue progetto '1000 comuni', per superare digital divide*
11. *Prezzi alle stelle: aumentano anche benzina e pane*
12. *Carburanti sempre su, Federconsumatori e Adusbef: "Aumenti intollerabili"*

**Rai, Pdl illustra bozza pluralismo**

Fonte: **TGCOM** <http://www.tgcom.mediaset.it/politica/articoli/articolo504526.shtml>

"Talk-show politici a targhe alterne"

Alternanza settimanale tra conduttori di talk-show, con diversa formazione culturale, che vanno in onda nelle fasce migliori del palinsesto in casa Rai. Questo è uno dei punti scritto nella bozza di atto di indirizzo sul pluralismo presentata dal Pdl. Il relatore di maggioranza Alessio Butti, nell'illustrarla in Vigilanza, ha dichiarato che l'occupare sempre le serate di martedì e di giovedì "è diventata una rendita a vantaggio solo di alcuni".

"Tenuto conto dell'attuale distribuzione, durante la settimana, delle diverse tipologie di trasmissioni - si legge nel testo depositato da Butti -, che concentrano nella prima serata del martedì e del giovedì i programmi più importanti di approfondimento politico, onde evitare il determinarsi di una evidente posizione dominante da parte di alcuni operatori dell'informazione rispetto ad altri, la Rai valuta l'opportunità di sperimentare l'apertura di altri spazi informativi e/o di approfondimento affidati ad altri conduttori, da posizionare negli stessi giorni (martedì e giovedì), alla stessa ora (prima serata), sulle stesse reti e con le stesse risorse esistenti secondo una equilibrata alternanza settimanale".

Il presidente della Rai, Sergio Zavoli, critica intanto l'opposizione, che a suo avviso non sta aiutando il raggiungimento dell'obiettivo di un testo comune. Zavoli sottolinea come il suo impegno sia quello di "cercare un punto di convergenza", rilevando anche di aver trovato

"passi avanti nel testo presentato oggi dal senatore Butti". Però, invece di eventuali emendamenti, "c'è stato il dibattito. Questo è lavorare per la Rai, per il Parlamento, per il servizio pubblico?". Poi la sferzata: "Il silenzio di chi oggi è qui e non parla mi conferma il sospetto che non si voglia prendere una decisione, non si voglia una soluzione condivisa". Ma "il 'tanto peggio tanto meglio' non rientra nella mia visione democratica, è uno sgarro al Parlamento. Butti ha dato prova di grande disponibilità, ma oggi per evitare di affrontare la lettera della nuova formulazione del testo si è parlato di altro".

A questo punto sembra tramontare l'ipotesi di un voto già mercoledì, anche perché, come ha spiegato a fine lavori il capogruppo Pd, Fabrizio Morri, "bisognerà leggere il documento proposto da Butti e bisognerà vedere se ci sono emendamenti da presentare". Morri ha comunque già espresso critiche: "Come si fa a sostenere che la Rai non rispecchia nei suoi programmi l'opinione della maggioranza? Questo è irricevibile: va garantita la libertà d'espressione, la completezza delle notizie, l'autonomia del giornalista". E "irricevibile" è, per Morri, anche l'idea che ci sia nei programmi di approfondimento un doppio opinionista in un format: "Siamo al delirio, è un'ossessione del centrodestra verso alcuni programmi, belli o brutti che siano".

L'Udc ha invece annunciato con il capogruppo Roberto Rao e con Enzo Carra che il gruppo non proporrà emendamenti.

### **Proiettili e lettera minacce a Santoro. Bossoli anche contro Gomez e Travaglio inviati a Raitre**

Fonte: **Ansa**

[http://www.ansa.it/web/notizie/rubriche/topnews/2011/03/01/visualizza\\_new.html\\_1561741879.html](http://www.ansa.it/web/notizie/rubriche/topnews/2011/03/01/visualizza_new.html_1561741879.html)

Una busta contenente quattro proiettili e' stata recapitata oggi alla redazione di Raitre nella sede di via Teulada a Roma. All'interno del plico c'era anche una lettera di minacce ai giornalisti Marco Travaglio, Michele Santoro, Peter Gomez e Gianni Barbacetto. Sulla vicenda indaga la Digos di Roma. Solidarietà e' giunta da esponenti del Pd.

'Ci sono tanti modi di imbavagliare l'informazione. Uno di questi sono le intimidazioni' hanno detto Stefano Corradino e Giuseppe Giulietti di Articolo 21.

### **Web Rai: sempre più in alto**

Fonte: **Giornale Radio Rai** <http://www.grr.rai.it/dl/grr/notizie/ContentItem-2f5a160b-25e9-45f3-8af0-35b57280e3ce.html>

Sanremo spinge la corsa di un'azienda sempre più "social". Febbraio mese top con 9,6 milioni di utenti unici. Affermazione dei contenuti multimediali del Giornale Radio  
ROMA -A febbraio nuovo record storico per il traffico della Rai sul Web, con 9,6 milioni di utenti unici ed oltre 152,4 milioni di pagine viste. Si annuncia in una nota stampa del web Rai. Cresce soprattutto la richiesta video su Rai.tv, che ormai rappresenta da solo la metà di tutti gli utenti della Rai su Internet. Il videoportale - il più ricco e completo sito multimediale italiano - che con 54,2 milioni di pagine viste (4,7 milioni gli utenti unici) è cresciuto infatti del 42 per cento rispetto a 12 mesi fa e del 29 per cento sul mese precedente. Qui trovano spazio anche i video originali, le videochat e le fotogallery realizzate dagli inviati e dalla redazione Internet del Giornale Radio, come è stato nel caso di Sanremo, contenuti multimediali proposti nel nostro Speciale sul Festival che ha riscosso un nuovo successo di commenti degli utenti nel corso delle serate in liveblogging. Sul portale Rai.tv, grande richiesta sia per il simulcast - ovvero la possibilità di vedere in diretta tutti i programmi della Rai generalista, dei canali specializzati e del digitale terrestre - che per Replay tv, il servizio che permette di rivedere l'intero palinsesto dell'ultima settimana. Replay tv, lanciato lo scorso giugno, ha registrato una crescita del 60 per cento negli ultimi 3 mesi in termini di pagine viste (8,5 milioni di pagine viste). Contribuisce alla performance, il Festival di Sanremo (8,3 milioni di pagine viste), grazie anche alla sempre più assidua presenza Rai sui Social Network più amati dai navigatori italiani e alla possibilità di conversare su tutte le curiosità sul Festival. Una svolta strategica, quella intrapresa da Rai verso il fenomeno della "Social Television", con utenti che condividono commenti con la propria

"rete sociale" sui principali Social Network. In questo ambito Sanremo ha giocato un ruolo importante su un pubblico giovane e spesso complementare a quello televisivo. Impennata di interazioni incentrate sul Festival si sono registrate sia su Facebook - grazie anche al rilancio delle performance degli artisti, degli ospiti e dei conduttori - che su Twitter, dove il Festival è stato uno degli argomenti di discussione più cliccati a livello globale. Qui Sanremo è entrato nei "trending topic" internazionali durante le serate del Festival.

### **Fiction cartoon e giochi: a Torino la tv dei ragazzi**

Fonte: **La Stampa** <http://www3.lastampa.it/torino/sezioni/costume/articolo/lstp/391136/>

La Rai concentra negli studi di via Verdi la produzione  
ALESSANDRA COMAZZI  
TORINO

Il quartier generale della tv dei ragazzi a Torino. Il luogo dove si pensano, si decidono e si realizzano, i programmi Rai per bambini e adolescenti. Una cosa trasversale tra le reti, generaliste e tematiche, e trasversale tra i mezzi di comunicazione, video, web, social network. Produzione e realizzazione di fiction, animazione. Senza dimenticare la divulgazione scientifica e culturale. E' il progetto ambizioso, speriamo anche realizzabile, di cui ieri, nella sede di via Verdi, hanno parlato Antonio Marano, vicedirettore generale Rai, Maurizio Braccialarghe, direttore del Centro di Produzione di Torino, e Gianfranco Noferi di Rai Ragazzi.

Rai Yo Yo. E' il canale per i più piccoli, dove si impara attraverso il gioco. Secondo il tipico schema modulare dei tematici, i contenuti vengono ripetuti lungo le 24 ore. Si rivedono «Le melevisioni», «Il Videogiornale del Fantabosco», le avventure della Pimpa, «E' domenica papà», in onda però anche il venerdì e il sabato. Dice il suo conduttore, Armando Traverso: «Dal teatro dei burattini al 3D, questo è il nostro progetto. Un progetto che peraltro già realizziamo, con i nuovi personaggi Ambrogio l'Orologio e Bice la Vernice. Non più solo un contenitore, ma anche la possibilità di produrre, seguendo tutta la filiera». Ecco, questo della filiera produttiva tutta concentrata qui è un po' il lieto motiv della speranza operativa.

Rai Gulp. E' la rete per i ragazzi più grandi: oltre alle classiche fiction, nascono a Torino «Music Planet», una «finestra sul mondo della musica»; «Pausa Posta», lettere e mail dedicate ai temi che interessano gli adolescenti, «Gulp Game», sui videogiochi. E poi c'è «Social King», direttamente collegato con l'omonimo di Raidue. E' un gioco che si sviluppa su diverse piattaforme, compresi web e social network.

Che su questi temi si giochi il futuro non soltanto del Centro di produzione di Torino, ma della Rai servizio pubblico appare chiaro a tutti. Marano: «Si parla sempre di servizio pubblico, io per primo so che talvolta noi siamo inadempienti. Se fosse in mio potere, manderei una circolare in cui si vieti di parlare del ritrovamento di quella povera ragazza, altro che "Vita in diretta"». Dice proprio così, e purtroppo, per come è adesso la tv, sembra proprio un paradosso. «Per me il servizio pubblico nasce da domani, quindi credo in questa esperienza torinese che deve avere valore propulsivo. Cerchiamo di dare un progetto aziendale, senza contesti politici. Il vero valore strategico non sono i canali ma è la multimedialità, ed è importante che tutto questo si compia qui: Torino non è una città ai confini dell'impero, Torino è città della scienza, della cultura».

A Braccialarghe piacerebbe che le istituzioni lo sostenessero di più. Però, via, al Centro di produzione di Torino c'è sempre una certa aria di smantellamento. «Ma crediamoci! Questo distretto produttivo è importantissimo. Ringrazio Mussi Bollini, ringrazio Giacobbo e tutta la loro tv dei ragazzi, e faccio un esempio. Qui abbiamo l'eccellenza dell'Orchestra Nazionale; l'obiettivo di Rai5 è culturale: bene, leghiamo le due realtà. Stiamo pensando a un programma che faccia da guida all'ascolto della musica sinfonica. Poi c'è la vocazione scientifica, "Ambiente Italia", "Tg Leonardo": e insomma, crediamo di aver molte cose da dire». Noferi: «C'è un progetto di lunga serialità per ragazzi da realizzare qui, fondamentale è la sinergia con il web». Realtà o buone intenzioni? Un po' l'una e un po' le altre. Per realizzare tutte queste cose ci vogliono mezzi e autonomia e interlocutori chiari. Non è chiaro che siano così chiari.

## **Sanremo 2011, costi e guadagni: i cachet degli artisti e i ricavi pubblicitari**

Fonte: **NanoPress** <http://www.televisionando.it/articolo/sanremo-2011-costi-e-guadagni-i-cachet-degli-artisti-e-i-ricavi-pubblicitari/45847/>

Publicato da Giorgia in Festival di Sanremo 2011, Primo Piano.

Sanremo 2011 è ormai terminato da una settimana, ma l'onda lunga delle polemiche è destinata a durare ancora a lungo tra i corridoi di Viale Mazzini. Fuori dai palazzi Rai, però, c'è curiosità per i costi e i ricavi del Festival di Sanremo: a svelare i cachet degli artisti impegnati sul palco dell'Ariston dal 15 al 19 febbraio scorso ci ha pensato Vanity Fair, riportando i compensi di Gianni Morandi, Belen Rodriguez, Elisabetta Canalis, Luca e Paolo e i superospiti, da Roberto Benigni a Robert De Niro, Monica Bellucci, Andy Garcia, i Take That e Avril Lavigne. Ma una valutazione dei costi non si può fare senza uno sguardo ai ricavi: cifre Sipra riportano oltre 20 mln di euro dalla vendita degli spazi pubblicitari.

Quali sono stati i cachet degli artisti di Sanremo 2011? Ce lo dice Vanity Fair che in alcuni casi conferma, in altri alza, le cifre circolate nei giorni scorsi.

### **I CACHET DELLA SQUADRA**

Partiamo dal capitano Gianni Morandi: per lui si era parlato di un compenso lordo di 600.000 euro, ora ritoccato al 'rialzo'; il cantante avrebbe percepito 800.000 euro di contratto cui vanno aggiunti 24.000 euro per ogni telepromozione. Considerato che ognuna delle cinque serate del Festival prevedeva quattro telepromozioni, in totale Morandi avrebbe portato a casa 1 milione e 280mila euro, ma non si sa se lordi o netti.

Sostanzialmente confermati, invece, i cachet di Belen Rodriguez ed Elisabetta Canalis che hanno guadagnato ciascuna 160.000 euro (anche qui non si sa se lordi o netti): non molto, considerato il peso di Sanremo. 'Fuori budget' Rai la villa in Messico regalata alla Canalis dal fidanzato George Clooney.

Per Luca e Paolo, veri mattatori di Sanremo 2011, 150.000 euro a testa; diciamo pure che non sono andati lì per soldi.

### **SETTORE ARTISTICO (vallette, coreografi, regista, autori)**

Vediamo anche i compensi per alcune figure di 'supporto': a Ellen Hidding, protagonista delle telepromozioni con Morandi, 2.500 euro a spot, per un totale di 50.000 euro (per rapporto con le showgirls decisamente ben pagato); per la valletta Szilvia Winter, comparsa sul palco di Sanremo per consegnare le buste dei verdetti a Morandi, 500 euro a puntata per un totale di 2.500 euro.

Rimanendo sul settore artistico, Daniel Ezralow e il suo corpo di ballo si sono divisi 340.000 euro (da cui vanno dedotte le spese); Franco Miseria, coreografo di Belen e Canalis, ha portato a casa solo 40.000 euro, mentre il regista Duccio Forzano ha ricevuto un compenso di 100.000 euro che ha coperto non solo le cinque serate del Festival ma anche tutta la lunga preparazione. Per Gianmarco Mazzi 200.000 euro, stabiliti da contratto; altrettanti sono previsti per Sanremo 2012.

E perché non dare un'occhiata ai compensi degli autori? Nutrito il team di autori (artefici delle splendide interviste che rimarranno una delle 'pietre miliari' di Sanremo 2011) composto da Simona Ercolani, Federico Moccia, Martino Clericetti, Ivano Balduini, Francesco Valitutti e Michele Ferrari, che sarebbe costato in tutto 336.000 euro, più il vitto e l'alloggio a Sanremo e a Roma (per le riunioni di preparazione).

### **I CACHET DEGLI OSPITI DI SANREMO 2011**

Veniamo ai superospiti: la Rai non ha sborsato un euro per Robert De Niro e Monica Bellucci (e meno male, considerato le orrende interviste che li hanno visti protagonisti), pagati dalla Filmauro di De Laurentiis, casa di produzione di Manuale d'Amore 3, come costo promozionale per la pellicola; partecipazione gratuita anche per Antonella Clerici, cui è toccato aprire la 61ma edizione con la figlia Maelle per passare il testimone a Morandi; chiude la lista degli ospiti a costo zero Avril Lavigne, giunta all'Ariston per promuovere il suo disco.

La Rai ha invece pagato Andy Garcia, ospite della prima puntata, cui ha versato ben 250.000

euro e i Take That, cui sarebbero andati 130.000 euro. E appare evidente come le polemiche sui 250.000 euro a Benigni siano state assolutamente strumentali: non c'è paragone tra l'ora di show 'regalato' da Benigni nella serata dedicata all'Unità d'Italia (che ha totalizzato picchi di ascolto di oltre 19 milioni di telespettatori proprio durante la sua esibizione) e l'inquietante mezz'oretta che ha visto Garcia 'intervistato' da Morandi, con annessa esibizione canora su Cuba Libre.

Per quanto riguarda gli ospiti 'mancati', per Fabio Cannavaro erano stati concordati 150.000 euro, mentre Sylvester Stallone aveva richiesto 380.000 euro, cifra decisamente troppo alta data la media dell'annata.

Fin qui i costi noti, visto che mancano tutte le spese connesse all'organizzazione dell'evento (dalla promozione all'ospitalità, dal comparto tecnico a quello logistico e via così), ma cerchiamo anche di capire le entrate della Rai per le cinque serate di Sanremo 2011. In questo ci ha aiutato il prof. Daniele Doglio, docente di Economia dei Media all'Università Cattolica di Milano, ospite fisso di Tv Talk. Partendo da presupposto che agli investitori pubblicitari non interessa la percentuale di share (utile piuttosto alle emittenti per valutare i rapporti con la concorrenza), il prof. Doglio ha snocciolato alcune cifre degli introiti pubblicitari della Sipra, la concessionaria Rai. Ebbene la Sipra ha dichiarato circa 41 milioni di euro di ricavi dalla vendita di tutti gli spazi previsti (break, spot, telepromozioni, farfalle, etc.), che al netto degli sconti applicati per i pacchetti Sanremo porterebbero a circa 28/29 milioni di entrate pubblicitarie.

Ecco quanto dichiarato dal docente nella puntata di Tv Talk di sabato 19 febbraio: "Come al solito è impossibile fare i conti in tasca alle singole manifestazioni, perché gli spazi vengono venduti molto prima, vengono venduti a prezzi di listino, la trattativa comporta forti sconti... io posso darvi i dati certi: la Sipra ha dichiarato circa 41 mln di euro di raccolta pubblicitaria per questo Sanremo – dice Doglio – Applicando gli sconti medi, il risultato netto potrebbe essere intorno ai 28/29 milioni, che corrisponde al 2,5% del fatturato annuo di Sipra".

Cifre di tutto rispetto, quindi, che permettono alla Rai di portare a casa un discreto guadagno, al netto delle spese organizzative e 'artistiche'. Certo, cifre 'irrisorie' se confrontate al maggiore evento della tv Usa, il Super Bowl, citato dallo stesso Doglio per dare una misura delle cifre del mercato televisivo internazionale. "Il Super Bowl registra 110 mln di telespettatori per un'ora e mezza, Sanremo 2011 ha raccolto circa 55 milioni di telespettatori (sommando i dati delle varie serate, n.d.r.) in 25 ore di trasmissione: gli introiti pubblicitari di Sanremo sono circa meno di un decimo di quello che ha raccolto Fox per il Super Bowl. Ricordiamo che in quel caso un secondo di spot costa 100.000 euro, da noi le cifre si aggirano sui 5.700/5.800 al secondo". Impossibile fare un paragone con gli Usa, ovviamente, ma gli introiti pubblicitari di Sanremo sono utili per capire il rapporto costi-benefici: quei tanto criticati 250.000 euro a Benigni (devoluti peraltro in beneficenza all'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze) sono valsi molto, ma molto di più alla Rai.

### **DTT, ingresso Sky. Gentiloni (PD): Consiglio di Stato ha bocciato ostruzionismo governativo. Via subito a beauty contest**

Fonte: **Newsline** <http://www.newsline.it/notizie/dtt-ingresso-sky-gentiloni-pd-consiglio-di-stato-ha-bocciato-ostruzionismo-governativo-via-s>

"Il Consiglio di Stato ha bocciato il ministero dello Sviluppo Economico in materia di digitale terrestre": lo annuncia in una nota il responsabile del Forum Ict del Partito democratico, Paolo Gentiloni.

"Dopo il via libera Ue a Sky, il Governo aveva cercato di impedirne l'accesso al digitale terrestre invocando il 'principio di reciprocità. In sostanza - prosegue Gentiloni - mettendo in forse la possibilità di assegnare frequenze a Sky Italia perché controllata da azionisti di un paese extracomunitario, gli Stati Uniti, in cui vige una normativa diversa dalla nostra. Il carattere strumentale dell'operazione era reso evidente dal fatto che le nostre frequenze sono da tempo assegnate a società con azionisti di paesi extra Ue - dall'Egitto alla Cina - e che

l'impedimento sia stato sollevato solo per gli Usa". Secondo Gentiloni, "il parere del Consiglio di Stato, trasmesso oggi anche all'Agcom, demolisce gli argomenti utilizzati dal ministero e conferma che in base alle norme Ue, alle leggi italiane e alle delibere Agcom non sono proponibili ostacoli a società stabilite in Italia. Ora - conclude il responsabile del Forum Ict del Pd - mi aspetto che il ministro Romani trasmetta senza ulteriori ritardi all'Ue il disciplinare di gara, ultimo passaggio necessario prima della sua pubblicazione". (ANSA)

### **DTT, rinviati di 15 giorni i lavori del CNID. Secondo Aeranti-Corallo la riduzione delle frequenze alle locali impedirà gli switch-off conclusivi**

Fonte: **Newsline** <http://www.newsline.it/notizie/dtt-rinviati-di-15-giorni-i-lavori-del-cnid-secondo-aeranti-corallo-la-riduzione-delle-frequenze>

"Dopo lunga discussione, la riunione odierna è stata rinviata di quindici giorni senza ancora definire alcun calendario". Lo fa sapere l'associazione Aeranti-Corallo in una nota inviataci poco fa.

"Nel corso della riunione - spiega nel comunicato l'ente esponenziale - Aeranti-Corallo ha evidenziato che la riduzione delle frequenze originariamente previste per le tv locali dal piano nazionale di assegnazione, da 27 a 18, non permette in alcun modo di procedere agli switch off nelle aree ancora da digitalizzare. Infatti con tale esiguo numero di frequenze, non è assolutamente possibile che tutte le tv locali delle aree ancora da digitalizzare ricevano le assegnazioni frequenziali e divengano operatori di rete. In particolare il numero di 18 frequenze è assolutamente insufficiente nelle Regioni Toscana, Puglia, Calabria, Sicilia e Abruzzo e, comunque, sussistono rilevanti difficoltà anche nelle altre regioni in relazione alle esigenze di coordinamento tecnico con le trasmissioni televisive digitali dei paesi esteri confinanti. A conferma della delicatezza della problematica i rappresentanti di molte Regioni hanno espresso forte preoccupazione per le problematiche delle televisioni locali connesse al processo di transizione. Auspichiamo ora - conclude il portatore di interessi diffusi - che il Ministero dello Sviluppo economico, in vista della prossima riunione del Cnid, individui nuovi percorsi per la transizione nelle Regioni ancora da digitalizzare che non penalizzino il comparto televisivo locale e mantengano inalterato il ruolo dello stesso sul territorio". Sulla riunione del CNID ha preso invece una durissima posizione l'associazione CONNA, che pure ci ha inviato poco fa una nota con la quale contesta la propria esclusione dal consesso di "parti associative che avendo grosse riserve se non aperta ostilità verso codeste operazioni affaristiche potevano creare problemi". Per il CONNA "La catastrofe del digitale terrestre di cui ben pochi parlano, si somma all'arroganza dei rappresentanti di questo governo, senza che le forze politiche che potrebbero farlo se ne occupino in modo coordinato". (M.L per NL)

### **Calendario switch off, ecco la proposta del ministero dello Sviluppo Economico**

Fonte: **Digital-Sat (com. stampa)** <http://www.digital-sat.it/new.php?id=25279>

Inserita da Giorgio Scorsone (Giosco)

Il Comitato Nazionale Italia Digitale (composto dai rappresentanti dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni, delle Regioni, delle associazioni di Tv locali e delle emittenti nazionali, dei produttori, distributori e consumatori) si è riunito questa mattina presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico, Paolo Romani.

Il Ministro ha presentato la proposta di nuovo calendario nazionale per il completamento del passaggio alla televisione digitale. La proposta prevede un anticipo di sei mesi rispetto alla data ultima oggi prevista di fine 2012, ed è così articolata:

II° semestre 2011 – Liguria, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Molise

I° semestre 2012 – Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia

Tenendo conto del dibattito svoltosi durante i lavori del CNID ed, in particolare, rispondendo alle esigenze poste dalle associazioni delle Tv locali e di alcune Regioni, il Ministro ha predisposto una serie di approfondimenti tecnici da svolgersi in breve tempo, per riconvocare il CNID tra due settimane e concordare definitivamente la proposta di Calendario.

## **Rai Trade approva il bilancio 2010, risultati in crescita nonostante la crisi**

Fonte: **Digital-Sat (com.stampa)** <http://www.digital-sat.it/new.php?id=25258>

Inserita da Simone Rossi (Satred)

Rai Trade nel 2010 ha fatto registrare un risultato ante imposte pari a 6,4 milioni di euro (erano 4,9 nel 2009) ed un utile pari a 2,7 milioni di euro in crescita rispetto al valore del 2009 nonostante la crisi che ha investito il mercato globale dell'audiovisivo.

Il risultato dell'esercizio 2010, conferma ancora una volta la continuità degli esiti in attivo della gestione di Rai Trade sin dalla sua costituzione, e rappresenta un obiettivo di particolare significato all'interno del Gruppo Rai.

"Durante la crisi di mercato – ha spiegato Carlo Nardello, Amministratore Delegato - abbiamo definito ed implementato una strategia aggressiva di investimento ed abbiamo conquistato nuovi spazi di mercato in Italia e nel mondo. La strategia ha pagato e lo dimostrano i risultati di fatturato e di margini operativi. I risultati sono frutto della capacità degli uomini e donne di Rai Trade che con tenacia hanno lavorato in un tutt'uno con il vertice aziendale su tre fattori: razionalizzazione della gestione delle risorse, presidio dei mercati di riferimento in tutto il mondo, valorizzazione in modo creativo di tutti gli asset editoriali del Gruppo Rai. L'azienda oggi ha una rete commerciale con rappresentanti esclusivi in tutti i paesi del Bric ed in USA, UK, Spagna, Germania, Francia, Corea, Giappone, Grecia ".

Secondo la relazione al bilancio 2010 di Rai Trade, il valore della produzione che ammonta a 73 milioni di euro, ha fatto registrare un risultato ante imposte pari a 6,4 milioni di euro (erano 4,9 nel 2009) ed un utile pari a 2,7 milioni di euro.

## **Vodafone: in 2 mesi Internet a 60 comuni. Prosegue progetto '1000 comuni', per superare digital divide**

Fonte: **Ansa**

[http://www.ansa.it/web/notizie/rubriche/tecnologia/2011/03/01/visualizza\\_new.html\\_1561770582.html](http://www.ansa.it/web/notizie/rubriche/tecnologia/2011/03/01/visualizza_new.html_1561770582.html)

ROMA, 1 MAR - Sessanta Comuni raggiunti dalla banda larga di Vodafone nei primi sessanta giorni dal lancio del progetto '1000 Comuni', con il risultato che oltre 70.000 cittadini in tutta Italia hanno accesso a Internet. Prosegue così - informa una nota -, al ritmo di un Comune al giorno, il progetto Vodafone da 1 miliardo di euro per superare il digital divide, portando la banda larga via radio in 1000 Comuni nei prossimi tre anni.

## **Prezzi alle stelle: aumentano anche benzina e pane**

Fonte: **Il Quotidiano Italiano**

<http://www.ilquotidianoitaliano.it/attualita/2011/03/news/impennata-dei-prezzi-aumenti-anche-per-benzina-e-pane-63453.html>

L'effetto Libia si abbatte sui distributori e fa volare i prezzi di benzina e diesel alle stelle. Il costo del carburante è vicino al record storico fatto segnare nell'estate del 2008. Secondo FederConsumatori l'aumento incontrollato dei prezzi è dovuto anche all'incidenza delle accise regionali. Secondo l'Istat il prezzo della benzina a febbraio è stato di +0,8% rispetto al 2010 di +11,8%. Aumenta anche il prezzo del gasolio per riscaldamento +1,8% su base mensile e +17,2% in ragione d'anno. Un giovane su tre è disoccupato.

Prosegue l'impennata dei prezzi dei beni primari, di generi alimentari e del carburante.

Secondo i dati diffusi dall'Istat i costi di benzina e diesel si stanno pericolosamente avvicinando a quelli record registrati nell'estate 2008.

Secondo "Quotidiano Energia" il prezzo medio della benzina è di 1,541 euro/litro e del diesel di 1,431 euro/litro. Da una settimana si sta abbattendo il cosiddetto Effetto Libia e i prezzi di tutti i generi di consumo continuano a salire a seguito dell'impennata dei prezzi del petrolio sui mercati internazionali.

FederConsumatori denuncia l'aumento incontrollato dei prezzi della benzina, alimentato dall'aumento del costo del petrolio, dall'applicazione indiscriminata delle accise e dalla doppia

velocità nell'aggiornare i listini dei carburanti.

L'Istat ha diffuso i dati dell'inflazione del mese di febbraio: il prezzo della benzina è stato di +0,8% su base mensile (con una crescita annua di +11,8%). È aumentato anche il prezzo del gasolio per riscaldamento (+1,8% su base mensile e +17,2% su base annua).

Crescita incontrollata anche per i prezzi dei beni alimentari: il pane è aumentato di +0,3% sul mese (+1,2% annuo). Nel mese di febbraio l'indice nazionale dei prezzi al consumo comprensivo dei tabacchi ha fatto registrare un aumento di +0,3% rispetto al mese di gennaio 2011 e del 2,4% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Su queste basi, ha spiegato l'Istat, l'inflazione acquisita del 2011 è già pari a +1,5%.

Sul piano tendenziale, la crescita registrata sui prezzi dei beni è +2,6% rispetto a +2,5% del mese precedente, mentre quella dei servizi è +1,9%, con un'accelerazione rispetto a gennaio 2011 di +1,5% dovuta essenzialmente all'aumento dei prezzi relativi ai trasporti.

L'Istat ha diffuso anche i dati sulla disoccupazione. A gennaio gli occupati erano 22 milioni e 831mila unità, in diminuzione dello 0,4%, cioè 83mila in meno, rispetto a dicembre con un tasso di occupazione pari al 56,7%. Secondo l'istituto di statistica un giovane su tre è disoccupato.

Sara Natilla

### **Carburanti sempre su, Federconsumatori e Adusbef: "Aumenti intollerabili"**

Fonte: **Help Consumatori** <http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=31762>

I carburanti proseguono la corsa al rialzo, complice il cosiddetto effetto Libia e una differenza a livello territoriale che porta la benzina, al Sud, a sfiorare quota 1,58 euro al litro. Secondo le rilevazioni di [quotidianoenergia.it](http://quotidianoenergia.it), i prezzi della benzina sono compresi fra 1,541 euro al litro degli impianti Tamoil e 1,546 dei punti vendita Eni e Q8 (no-logo a 1,457 euro al litro), mentre per il diesel si passa da 1,429 euro al litro delle stazioni di servizio Esso a 1,439 rilevato negli impianti Q8 (le no-logo a 1,367 euro al litro). La tendenza al rialzo è confermata dalle odierne stime dell'Istat, che rilevano come il prezzo della benzina sia aumentato a febbraio dello 0,8% rispetto a gennaio e dell'11,8% rispetto a febbraio 2010; più 1,1% tendenziale e più 18% annuale per il gasolio.

Sono rincari che allarmano le associazioni dei consumatori. Commentano Federconsumatori e Adusbef: "Siamo francamente sconcertati. I prezzi dei carburanti hanno superato 1,55-1,56 euro al litro (con punte che superano anche 1,58 euro al litro). Nemmeno quando il petrolio si trovava a 147 dollari al barile la benzina ha mai raggiunto prezzi simili! Oggi il petrolio si trova a circa 97 dollari al barile, ma, anche considerando la rivalutazione del dollaro sull'euro, non ci si avvicina neanche lontanamente ai livelli registrati nel 2008".

"Siamo di fronte, ancora una volta, ad aumenti ingiustificati ed intollerabili che pesano sulle tasche dei cittadini per oltre 198 euro annui", dichiarano Rosario Trefiletti ed Elio Lannutti, presidenti di Federconsumatori e Adusbef. Le due associazioni chiedono di intervenire dando applicazione all'accisa mobile e avviando la riforma del settore seguendo le linee del protocollo con la filiera petrolifera, dunque attraverso l'operatività della Commissione sulla doppia velocità dei prezzi, la razionalizzazione della rete, l'apertura della vendita alla grande distribuzione e il blocco settimanale degli aumenti. "Dal Ministro Romani - aggiungono le due associazioni - vorremmo sapere che fine ha fatto questo protocollo. I cittadini sono molto curiosi di conoscere perché stanno continuando a pagare per i propri rifornimenti ben oltre il dovuto, con una differenza di oltre 5-6 centesimi rispetto al costo industriale registrato nel resto d'Europa".