

DOCUMENTO PROGRAMMATICO

L'ASSEMBLEA DELL'AER - ASSOCIAZIONE EDITORI RADIOTELEVISIVI RIUNITA A RIMINI IL 30 MAGGIO 1998

DA' MANDATO

agli organi esecutivi dell'Associazione di svolgere ogni iniziativa necessaria per sostenere:

a) l'emanazione in tempi brevi del Disegno di Legge di riforma organica del settore radiotelevisivo che:

- favorisca ulteriormente il processo di razionalizzazione del settore (introducendo ad es. le cosiddette dismissioni incentivate);

- preveda una distinzione tra emittenti commerciali con obblighi di informazione sostenuta anche dalle provvidenze, dalla pubblicità pubblica e dalle convenzioni di servizio e emittenti esclusivamente commerciali prive di obblighi di informazione;

- preveda canoni per l'attività di radiodiffusione determinati nella misura massima dell'1% del fatturato dell'anno precedente;

- preveda una regolamentazione delle syndications radiofoniche e dei cosiddetti splittaggi radiofonici come da progetto elaborato dal Consiglio Direttivo dell'AER;

- preveda incentivi all'emittenza radiofonica e all'emittenza televisiva locale per l'accesso alle nuove tecnologie (come DAB e DVB);

b) una pianificazione delle frequenze da attuarsi attraverso una graduale compatibilizzazione e ottimizzazione delle utilizzazioni esistenti (anche secondo le modalità previste dall'art. 1, comma 5 della legge 122/98) e non attraverso una previsione astratta di siti e frequenze che non tenga conto delle dette utilizzazioni;

c) l'emanazione da parte del Ministero delle Comunicazioni di una modifica del piano di ripartizione delle frequenze che preveda bande tecnicamente idonee da utilizzare in via primaria dalle imprese radiofoniche e televisive per gli impianti di collegamento;

d) il rimborso da parte dei gestori telefonici dei costi che le imprese radiofoniche e televisive dovranno eventualmente sostenere per modificare le frequenze dei propri impianti di collegamento;

e) la risoluzione definitiva di tutte le problematiche tecnico - amministrative di competenza del Ministero delle Comunicazioni (rilascio delle conferme di concessione, rilascio degli aggiornamenti tecnici delle concessioni, rilascio di ogni tipologia di autorizzazione prevista dalla normativa di settore, istituzione di un pubblico registro delle frequenze esercite, etc.);

f) emanazione da parte del Governo del regolamento di cui all'art. 10 della legge 422/93 relativo ad un piano di incentivi a sostegno dell'emittenza;

g) emanazione da parte del Presidente del Consiglio dei Ministri del nuovo regolamento per il rilascio alle emittenti radiofoniche delle provvidenze previste dalla normativa sull'editoria (che permetterà le riduzioni tariffarie direttamente in bolletta anche per le imprese radiofoniche, come già previsto per le imprese televisive);

h) una soluzione che risolva la problematica dei canoni di concessione pretesi per l'anno 1994 dal Ministero delle Comunicazioni;

i) soluzioni che permettano una ampia semplificazione burocratica degli adempimenti amministrativi di competenza delle imprese del settore.

Sotto il profilo operativo L'ASSEMBLEA DA' INOLTRE MANDATO agli organi esecutivi dell'AER affinché:

- a) venga mantenuto costante il confronto con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, il Ministero delle Comunicazioni, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, la concessionaria pubblica, i Corerat, il Parlamento, le Regioni, e le forze politiche in ordine a tutte le problematiche relative all'applicazione della normativa di regolamentazione del settore;
- b) venga mantenuto costante il rapporto di collaborazione da tempo avviato con ANTI e CORALLO;
- c) vengano promossi momenti unitari sui temi di interesse comune, con le altre associazioni di categoria del settore;
- d) venga avviato un confronto con le associazioni di categoria delle imprese radiotelevisive degli altri paesi europei;
- e) vengano avviate tutte le possibili iniziative finalizzate alla crescita di rappresentatività, visibilità, e capacità organizzativa dell'Associazione;
- f) vengano avviate tutte le possibili iniziative per lo sviluppo imprenditoriale delle imprese associate (corsi di formazione, creazione di banche dati e eventualmente Centro Studi), relazioni sindacali con le associazioni di categoria delle agenzie e delle concessionarie pubblicitarie, dei tecnici pubblicitari, degli utenti pubblicitari, della confindustria, confcommercio, etc.);
- g) vengano avviate tutte le possibili iniziative per lo sviluppo delle imprese, per la crescita dell'immagine del mezzo radiofonico e del mezzo televisivo locale, nonché tutte le possibili iniziative di analisi di marketing al fine di una adeguata conoscenza del mercato delle imprese radiofoniche e delle imprese televisive locali;
- h) vengano avviate tutte le possibili iniziative che favoriscano l'incremento della pubblicità commerciale sulle emittenti, nonché che favoriscano lo sviluppo della pubblicità degli enti pubblici sulle emittenti, anche individuando i relativi criteri.
- i) venga avviato un confronto con la rappresentanza sindacale dei giornalisti radiotelevisivi per verificare la possibilità di pervenire ad un accordo economico con gli stessi;
- l) vengano avviate tutte le possibili iniziative finalizzate a favorire l'accesso alle nuove tecnologie da parte delle imprese radiofoniche e delle imprese televisive locali;
- m) vengano avviate tutte le possibili iniziative per favorire lo sviluppo dell'attività informativa delle emittenti come mezzo di opinione;
- n) vengano avviate tutte le possibili iniziative per contrastare il progetto RAI di rete senza pubblicità con ramificazione territoriale;
- o) vengano avviate tutte le possibili iniziative per individuare modalità di coordinamento e di compatibilizzazione delle emissioni delle emittenti italiane con quelle delle emittenti dei paesi confinanti;
- p) vengano avviate tutte le possibili iniziative per risolvere alcune problematiche applicative delle normative previdenziali in materia;
- q) venga avviato un tavolo di confronto tra l'associazione e le concessionarie per la vendita di spazi di pubblicità nazionale sulle imprese radiotelevisive locali al fine di razionalizzare e sviluppare le capacità di attrazione degli investimenti pubblicitari sui mezzi;

r) venga approfondita attraverso un apposito gruppo di lavoro la problematica delle indagini di ascolto anche valutando eventuali proposte di rilevazione pubblica delle indagini e eventuali iniziative atte a favorire ulteriori indagini, il tutto valutando anche le relative metodologie.