

La guerra degli spot



Secondo Santaniello l'operazione Fininvest-Mondadori è contraria alle regole della libera concorrenza Per un anno la raccolta delle televisioni del Biscione non potrà superare i ricavi del periodo maggio '90-maggio '91

Gli editori si vendicano della tv «È una vera svolta»

Pubblicità: «congelato» Berlusconi

Sentenza del Garante, Sua Emittenza ricorre al Tar?

Il Garante «congela» Berlusconi. Per un anno, le società della Fininvest non potranno superare l'ammontare dei ricavi pubblicitari tv raccolti nei 12 mesi precedenti il 9 maggio 1991. Una bella frenata per Sua Emittenza che qualche giorno fa aveva festeggiato la decisione dell'Antitrust. Non è messa in discussione la concentrazione Fininvest-Mondadori. E Berlusconi medita il ricorso al Tar.

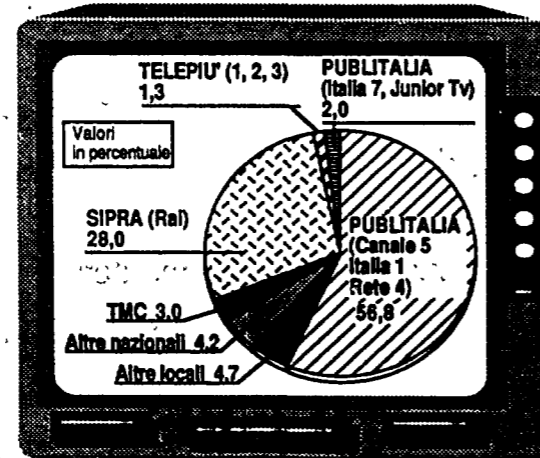
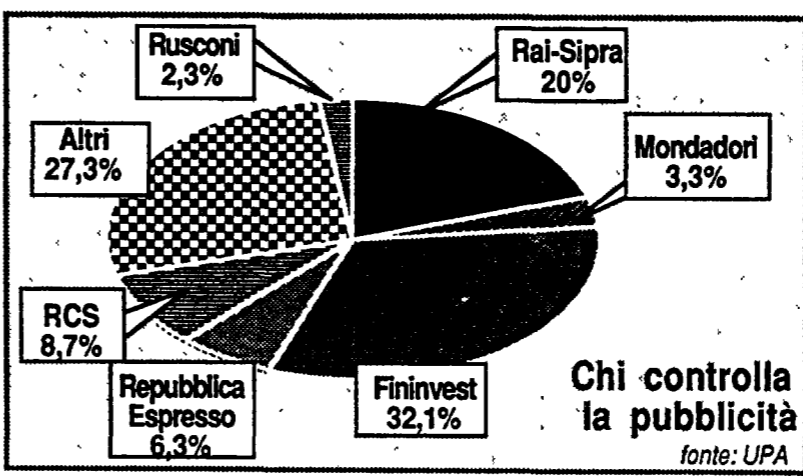
FERNANDA ALVARO

ROMA. Cifre alla mano il Garante sentenza: Berlusconi domina e provoca nel mercato pubblicitario effetti anticompetitivi. E dunque serve una sanzione: da ieri, per un anno, i ricavi Fininvest da spot non possono superare quelli raccolti nei 12 mesi precedenti al 9 maggio 1991. A poco più di un anno dall'operazione di concentrazione Fininvest-Mondadori, a due mesi dall'apertura dell'istruttoria sull'operazione, Giuseppe Santaniello ha notificato in alle parti interessate la sua decisione. Quella concentrazione ha avuto come risultato il rafforzamento della Fininvest nel mercato degli spot tv, ma non è da rifare.

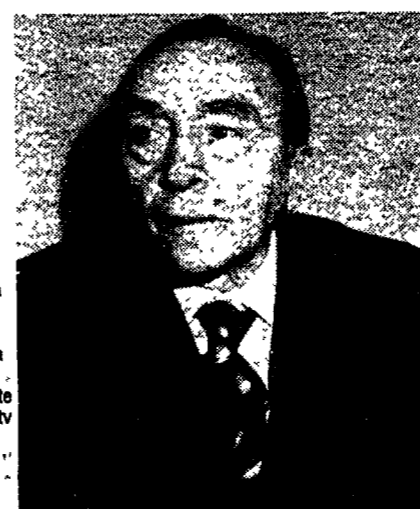
Una decisione importante, arrivata dopo uno sciopero che ha diviso e messo in crisi il sindacato dei giornalisti, dopo una sentenza dell'Antitrust che aveva fatto tirare un respiro di sollievo e rinvigorito il patto del Biscione. Una decisione, transitoria e «aggrabile» visto che, dopo aver «congelato» il Garante apre qualche piccolo porta. Una decisione che, però, non vuole mettere l'orologio indietro di due anni. Non vuole tornare a prima della concentrazione Fininvest-Ame-Manzoni, perché significherebbe stravolgere una linea di «bilanciamento fattosamente raggiunta». E per finire non dà ragione agli editori che nel loro ricorso sostenevano che la Fininvest avesse avuto comportamenti pregiudizievoli per la concorrenza e la clientela. Per ora Santaniello non li trova, ma non esclude che la situazione possa sbilanciarsi in futuro.

La reazione della Fininvest che annuncia un ricorso al Tar, comunque, è molto secca. In una nota la sentenza viene definita come «assurda conclusioni di una singolare e sconcertante vicenda avviata da un gruppo di editori concorrenti con intenti chiaramente punitivi».

Ma vediamo il documento e le decisioni. Visti gli effetti anticompetitivi provocati dalla concentrazione, per Santaniello non «vi è dubbio» che al suo ufficio «spetti il compito di dar luogo alle misure». Le «misure stabiliscono che le società del gruppo Fininvest «per la durata di un anno a decorrere dalla data della presente decisione, (periodo idoneo a consentire una conveniente evoluzione della situazione competitiva) si impegnino a non superare l'ammontare dei ricavi pubblicitari televisivi raccolti nei 12 mesi immediatamente precedenti al 9 maggio 1991». Fin qui il «congelamento», ed ecco il possibile escamotage: «al fine poi di consentire l'accesso al mercato di altri operatori, di non limitare la capacità produttiva delle emittenti del gruppo, e di non restringere l'offerta globale nel settore - si legge nel documento di Santaniello - si ritiene opportuno consentire al gruppo stesso la vendita degli ulteriori spazi pubblicitari eventualmente disponibili, ma solo attraverso concessionari di pubblicità esterni al gruppo stesso». Non sarà difficile per un abile stratega della finanza come Sua Emittenza, aprire qualche nuova scavalca prona a riempirsi della pubblicità in eccesso, ma



Silvio Berlusconi (nella foto in alto) e, in basso, il Garante per l'editoria Giuseppe Santaniello. Nei disegni la suddivisione dell'intero mercato della pubblicità (in alto) e le quote di pubblicità tv (a fianco).



vedersi la conclusione a cui giunge il parere dell'Antitrust: la quota di mercato del 60,1% o del 56,8% dopo le dimissioni, detenuta da Publitalia '80, unitamente agli elementi qualitativi esaminati dimostra l'esistenza di una posizione dominante del gruppo Fininvest sul mercato della pubblicità televisiva».

Inviduati i fattori anticompetitivi nella pubblicità televisiva, la relazione si sofferma sull'esigenza di stabilire se vi siano i presupposti per un divieto della concentrazione oppure quelli dell'autorizzazione, ma, come abbiamo scritto, non vuol travolgere l'operazione costata «aspre contese» che avevano provocato «incidenze negative sull'andamento produttivo delle aziende coinvolte». Assolta la concentrazione, il Garante si impegna in un'azione di monitoraggio sulla posizione della Fininvest. Per quel che riguarda la carta stampata, nulla da dire: «acquisizione della Mondadori da parte di un unico operatore, non è di per sé tale da eliminare o restringere in modo sostanziale e durevole la concorrenza». Santaniello precisa che il secondo competitor, la Rizzoli, si colloca in posizione «tale da controbilanciare in misura consistente il primo».

è anche vero che il Garante ha la possibilità di verificare collegamenti di fatto tra la Fininvest ed eventuali società di comodo. Questo si vedrà, intanto Santaniello ritiene anche che sia utile lasciare la possibilità al gruppo di sfruttare l'autopubblicità e l'autosponsorizzazione dei propri periodici, ma, per un determinato periodo, in

misura limitata. Gli «effetti anticompetitivi» nel mercato della pubblicità tv vengono spiegati da Santaniello con un'analisi delle quote. La Publitalia '80 (la concessionaria di pubblicità Fininvest) detiene oggi il 60,1% del mercato. Per i limiti Antitrust della legge Mammì, nel gennaio '95 la Publitalia '80 non

potrà più raccogliere pubblicità per le reti esterne alla Fininvest (Italia 7 e Junior tv). Dopo queste dimissioni la quota di Publitalia '80 scenderà al 56,8% quota che tuttavia appare più che doppia rispetto a quella del principale concorrente, la concessionaria pubblica Sipra - rileva Santaniello - in larga misura superiore a

quella del primo concorrente privato, la concessionaria Telemontecarlo pubblicità. E infatti del 28% la quota della Sipra (concessionaria Rai), del 3% quella di Tmc, mentre 4,2 è il totale delle rimanenti concessionarie di tv nazionali, e il 4,7% di tutte le concessionarie locali. «Sicché - conclude il Garante - non può non condi-

ROMA. E gli editori adesso gongolano soddisfatti. Per tutti parla il loro presidente, Giovanni Giovannini. «La decisione del Garante - afferma Giovannini - costituisce una svolta importante per l'assetto del media in Italia. Dopo mesi di polemiche e dopo una istruttoria complessa e difficile, il Garante dell'Editoria ha accertato che la posizione della Fininvest non solo è dominante ma è «susceptibile di produrre effetti anticompetitivi» vietati dalla legge sulla concorrenza e sul mercato, che consistono - dice il Garante - nella difficoltà per gli altri concorrenti di competere con la Fininvest su un piano di parità.

La decisione odierna del Garante conferma l'indirizzo che egli stesso aveva espresso nella relazione inviata qualche giorno fa al Parlamento circa la necessità di ridurre l'affollamento con l'interesse di tutti i cittadini e dei giornali. Indirizzo che, peraltro, era stato autorevolmente affermato dalla Corte Costituzionale nelle numerose sentenze sulla materia.

«E, dicevo - prosegue Giovannini - una svolta importante perché riconosce il fondamento giuridico, e non solo politico, di quanti, in questi anni si sono battuti perché l'assetto delle comunicazioni di massa in Italia non si discostasse da quello dei paesi più democratici e più sviluppati del mondo e perché la stampa non vedesse minacciata la sua stessa sopravvivenza.

Sulle misure adottate dal Garante è lecito il dubbio che esse siano sufficienti a raggiungere l'obiettivo che si prefiggono, cioè quello di ristabilire un soddisfacente livello di concorrenzialità nel sistema. Ciò non toglie, però, - conclude Giovannini - che la pronuncia del Garante sia un fatto fondamentale, del quale in tutte le sedi - e, innanzitutto, in quella parlamentare - si dovrà d'ora in avanti tenere conto, sempre che si voglia, finalmente, sostituire la regola della concorrenza e del pluralismo a quella

della dominanza di pochi». Per il segretario nazionale della Federazione della stampa italiana, Giorgio Santanni la sentenza del Garante «conferma che la linea della Fnsi sul disequilibrio pubblicitario si è mossa nella giusta direzione. C'è un grande problema complessivo riguardante l'intero sistema dell'informazione che non può essere ulteriormente rimesso». «L'equilibrio nuovo - prosegue Santanni - deve passare attraverso i vertici di uno stesso triangolo: l'editoria della carta stampata, la Rai e l'emittenza privata. Ogni ritardo nella concessione delle frequenze è un elemento che allontana le soluzioni positive possibili». «L'intero sistema dei media - conclude Santanni - deve essere difeso con forza e trasparenza dalla Fnsi perché solo attraverso la tutela della sua particolarità è possibile far scaturire le sostanziali garanzie di libertà per l'opinione pubblica».

Dal canto suo Vincenzo Vita, responsabile dell'informazione del Pds, afferma che «il parere espresso dal Garante sulla concentrazione pubblicitaria attuata dalla Fininvest-Mondadori è di notevole importanza e contribuisce a riaprire finalmente la questione della concentrazione radiotelevisiva in Italia».

«Il garante - continua Vita - riconosce, come ha sottolineato un vasto schieramento nelle ultime settimane, che il trust pubblicitario messo in atto dal gruppo Fininvest è un problema, tanto che ne viene chiesto il congelamento per l'anno '92».

Vita conclude dicendo che «ciò che dà ragione alle osservazioni degli editori della carta stampata, alle emittenti locali e a chi si è opposto all'iniqua legge Mammì sul sistema radiotelevisivo. Viene da tali considerazioni l'impulso a rimettere mano all'attuale assetto normativo e a introdurre serie misure antitrust nei singoli settori e nell'intero sistema comunicativo, riallineando l'Italia al quadro europeo».

Finanziamento fino a 8 milioni senza interessi in 18 mesi*

Da oggi l'usato ha un interesse tutto nuovo.

Interesse giusto: se acquistate dal Concessionario Alfa Romeo un usato Autoexpert, potete avere un finanziamento fino a 8 milioni in 18 mesi*, senza pagare gli interessi.

Da oggi, chi viene dal Concessionario Alfa Romeo ha un interesse tutto nuovo.

Offerta valida fino al 31 maggio, non è cumulabile con altre in corso e copre fino al 30% del valore della vettura.

Per il nuovo approvazione di credito.

Alfa Romeo Autoexpert