

Sky, addio alla gara frequenze “Favoriti alcuni partecipanti”

ETTORE LIVINI

MILANO — I tempi sono «troppo lunghi». Le regole «discutibili» e destinate a favorire operatori già presenti sul mercato (leggi Rai e Mediaset). E così Sky Italia si sfilava dalla gara per l'assegnazione delle frequenze del digitale terrestre. «La decisione è incondizionata e con effetto immediato», ha specificato Santa Giulia, auspicando che «questa sofferta decisione possa favorire una riflessione tra tutti gli operatori e il nuovo governo per ridefinire il sistema tv italiano». Un messaggio raccolto a stretto giro di posta da chi vorrebbe trasformare l'asta gratuita per le frequenze tv varata dal governo Berlusconi in vendita a pagamento, ipotesi certo non sgradita al nuovo esecutivo a caccia di liquidità.

«Il ritiro di Sky è la prova che si trattava di un'operazione discutibile — ha già fatto sapere Vincenzo Vita del Pd — È stato assurdo pensare che per il settore televisivo non si procedesse ad una vera asta competitiva». Regole diverse potrebbero portare «nuove risorse nelle casse dello Stato», gli ha fatto eco Roberto Rao, capogruppo Udc in commissione di Vigilanza Rai. In ballo non ci sono spiccioli: la gara per le frequenze tlc, chiusa nelle ultime settimane, ha garantito al Tesoro un incasso *monstre* da 4 mi-

liardi.

La partita resta comunque aperta a tutte le soluzioni. Entro fine anno dovrebbero essere assegnati (gratuitamente) tre lotti di frequenze e in gara — dopo il forfait di Santa Giulia — restano Canale Italia, Telecom Italia Media Broadcasting, Elettronica Industriale (gruppo Mediaset), Prima Tv (che fa capo a Tarak Ben Ammar), Europa Way (di France-

sco Di Stefano, editore di Europa 7), 3Elettronica Industriale (gruppo 3 Italia), Rai (mentre Tivùitalia e Dbox sarebbero incapate in un vizio di forma ed escluse). La chiusura effettiva dell'asta rischia però di allungarsi nel tempo a causa dei numerosi ricorsi al Tar presentati da molti dei partecipanti tra cui Sky, Ti Media e Rai.

«I tempi sono ancora indeterminati — conferma la nota di Sky

— e sono del tutto incompatibili con l'esigenza di pianificare con certezza gli investimenti necessari». Vero, dicono gli esperti dell'etere. Molti osservatori leggono però nel ritiro di Santa Giulia altre ragioni. I network di Sky, a causa delle bizantine regole dell'asta, rischiavano di aggiudicarsi le frequenze meno pregiate. Il ritiro sarebbe così un sasso nello stagno per spargliare le carte: in ca-

so d'asta a pagamento Sky avrebbe le spalle (e il portafoglio) ben più larghe di Saxa Rubra e di Cologno e potrebbe sfondare nel digitale rilevando il numero di multiplex necessari per fare davvero concorrenza al Biscione con una offerta a pagamento.

Si vedrà. L'unica certezza è che dal primo gennaio, con la fine dei paletti imposti dalla Ue, Sky potrà in ogni caso andare a caccia di frequenze a pagamento sul mercato. A seguire le mosse dello

I numeri



7

I CONCORRENTI

Sono 10 gli editori che si sono candidati ad avere le frequenze. Il ministero ha escluso Tivùitalia e D Box. Ora Sky esce dalla partita



6

LE RETI DIGITALI

Il governo Berlusconi mette a disposizione sei reti digitali nazionali. Rai e Mediaset concorrono per i canali 58 e 55, i due migliori



30 mln

GLI INVESTIMENTI

Le frequenze sono gratis, ma i vincitori avranno l'obbligo di accendere i ripetitori per attivare il segnale. Costo, 30 mln a rete



Squalo con il fiato sospeso è Mediaset. Le tv di Berlusconi attraversano un momento nero e — malgrado il +20% del titolo dal va-

Il Garante Tlc, a maggioranza, dice sì all'acquisto di Dmt ad opera di Mediaset

ro del governo Monti — lo sbarco di Murdoch sul digitale o nella tv generalista rischierebbe di essere il colpo del ko. Mediaset può consolarsi con il via libera che il Garante delle Comunicazioni assicura all'acquisizione dei ripetitori di Dmt. Un via libera a maggioranza contro cui si sono battuti con forza tre commissari del Garante: D'Angelo, Lauria e Sortino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL NUMERO 1
Andrea Zappia è il successore di Mockridge alla carica di ad della pay-tv

