

Schweizer Medien/Stampa Svizzera

rilancia la critica: spot Rsi a prezzi stracciati

'Dumping pubblicitario'

La 'politica dei prezzi bassi' accalappa le piccole-medie imprese. E sottrae '2 milioni circa all'anno' ai media privati ticinesi, stima l'associazione.

di Stefano Guerra

«Smetterla di applicare tariffe pubblicitarie fuori mercato alla Rsi» e «aumentare i prezzi in Ticino», che rispetto a quelli in uso altrove in Svizzera «sono da dumping, con spot pagati anche 50 franchi su una televisione nazionale che riceve una quota del canone di oltre 200 milioni di franchi all'anno». A pochi giorni dall'avvio delle audizioni parlamentari sul rapporto governativo riguardante il futuro del servizio pubblico in ambito mediatico, **Giacomo Salvioni** punta il dito contro la Rsi e Admeira (ex Publisuisse), la società costituita da Swisscom, Ringier e dalla stessa Ssr che raccoglie pubblicità e la vende anche all'ente radiotelevisivo. Il presidente di Stampa Svizzera, nonché editore della 'Regione' e coeditore di '20 minuti', anticipa uno dei temi che da lunedì Schweizer Medien ('sorella' svizzero-tedesca di Stampa Svizzera) porterà all'attenzione delle commissioni dei trasporti e delle comunicazioni (Ctt) dei due rami del parlamento: «La politica dei prezzi bassi della Rsi», che ogni anno sottrae «ai media privati» in Ticino (Teleticino, ma anche alla stampa scritta) introiti per «2 milioni di franchi circa».

Nel mirino c'è la politica tariffale praticata da Publisuisse/Admeira. La società offre in tutta la Svizzera le stesse tariffe per mille contatti (o spettatori). I clienti della Svizzera italiana ne escono avvantaggiati, visto che il numero di telespettatori è di gran lunga inferiore rispetto a quello della Svizzera tedesca o romanda. Il risultato sono spot pubblicitari alla Rsi dal costo medio estremamente basso, particolarmente appetibili per le piccole-medie imprese locali (che diversamente da quanto avviene Oltralpe possono così permettersi un passaggio all'antenna) e con i quali gli altri media privati non riescono a competere. Di "distorsione della

concorrenza locale", parla il vicepresidente di Stampa Svizzera Peter Keller in un documento da sottoporre alle Ctt.

Admeira, dal canto suo, rimanda alla 'realtà del mercato' (cfr. sotto). Un (libero) mercato che la Rsi non può certo regolare. Sono infatti la legge sulla radiotelevisione, la relativa ordinanza e le direttive dell'Ufficio federale delle comunicazioni a stabilire quali spot possono essere trasmessi dalla Ssr e quali no. E qui nulla vieta alla Srf, alla Rts e alla Rsi di mandare in onda spot pagati da clienti locali/regionali. La Rsi, poi, segue «'autorestrizioni' interne», spiega **Milena Folletti**, responsabile programmi e immagine. «Applichiamo le disposizioni in modo restrittivo, a tutela del pubblico sensibile, i minorenni soprattutto». Ma solo «laddove possiamo», precisa Folletti. «Abbiamo già rifiutato molti spot - aggiunge - mai però secondo il discrimine regionale/nazionale». «Non possiamo scegliere a chi dare l'antenna e a chi no, a meno che gli spot urtino pubblici sensibili».

Schweizer Medien/Stampa Svizzera non pretende divieti di sorta. E fa un discorso generale, che va oltre la Rsi e il "dumping pubblicitario". Il problema, afferma Giacomo Salvioni, è che anche «altri enti parastatali come Swisscom e la Posta (che mette prospetti a prezzi dumping nelle bucalettere) vanno a fare concorrenza in maniera spregiudicata ai media privati, cioè quelli che garantiscono la pluralità dell'informazione». La sua preoccupazione è che «i politici non si rendano conto di questo pericolo per la Svizzera».

LA REAZIONE

Hollenstein (Admeira): un dato di fatto del mercato

Markus Hollenstein, responsabile marketing di Admeira, la politica dei prezzi che praticate porterebbe a una distorsione della concorrenza a livello locale, anche a scapito della stampa locale: riconoscete il problema?

Admeira è attiva sul mercato nazionale. Buona parte del volume d'affari viene realizzato con committenti internazionali e nazionali. È a questo mercato che il nostro modello tariffale fa riferimento. I nostri clienti inserzionisti non ragionano in termini di prezzo per passaggio all'antenna, ma in costi per mille spetta-

tori. Questi devono situarsi allo stesso livello nelle singole regioni, altrimenti i clienti eviterebbero di fare pubblicità nelle regioni troppo care. Anche alla Rsi sono questi clienti - internazionali e nazionali - a fornire buona parte del fatturato pubblicitario. E poi anche negli altri media i prezzi sono calcolati per mille utenti, ascoltatori o lettori. Perciò anche i prezzi per mille lettori nei giornali ticinesi sono a un livello analogo - e i prezzi per pagina significativamente inferiori - a quello della Svizzera tedesca e francese, dove peraltro ci sono clienti piccoli e

regionali che possono permettersi una pubblicità alla Srf o alla Rts.

Ne avete già discusso con la Ssr?

Conosciamo la situazione. Per noi questo è un dato di fatto del mercato. Come detto: la gran parte degli introiti della Rsi proviene dagli inserzionisti internazionali e nazionali. Però per motivi di concorrenza noi dobbiamo rendere accessibili le nostre offerte a tutti gli interessati.

A livello regionale cercate di convincere sistematicamente le piccole e me-

die imprese a spostare la loro pubblicità dalla stampa alla Ssr?

Non c'è una 'dichiarazione di guerra' da parte di Admeira Broadcast (ex Publi-suisse). Si fa semplicemente in modo che ogni potenziale cliente conosca le possibilità di fare pubblicità alla Rsi.

E differenziare le tariffe per regione, aumentando quelle per la Rsi?

Gli inserzionisti ticinesi risulterebbero fortemente svantaggiati. E poi non sarebbe possibile dal punto di vista del diritto della concorrenza. SG