



Position paper ANDEC sui lavori del Tavolo di coordinamento TV 4.0

*ANDEC - Associazione Nazionale Importatori e Produttori di
Elettronica Civile - è l'Organizzazione imprenditoriale aderente al
Sistema Confcommercio di rappresentanza delle aziende importatrici,
titolari di brand, filiali di case estere dei prodotti di elettronica civile
con particolare riguardo al mercato dell'elettronica di consumo*

ANDEC Confcommercio ritiene di grande importanza l'attivazione del Tavolo di Coordinamento TV 4.0 voluto dal Ministero dello Sviluppo Economico e disposto con DM dell'8 agosto 2018. La transizione verso i più evoluti sistemi di trasmissione del segnale televisivo digitale terrestre, oltre che alla necessità di procedere in tempi brevi alla liberazione della frequenza 700 MHz, risponde all'obiettivo di modernizzazione complessiva del sistema televisivo lungo tutta la filiera che va dalla produzione dei contenuti alla fruizione da parte dell'utente finale.

Si tratta, come è evidente, di un sistema complesso che coinvolge una vasta pluralità di attori le cui esigenze non sono sempre facilmente armonizzabili tra di loro. Ciò non di meno, sarebbe un errore non considerare l'insieme di questi interessi e di questi ruoli e di queste responsabilità ad esempio attribuendo oneri ed adempimenti a carico di alcuni a cui non corrispondano in tempi ragionevoli altrettanti e conseguenti impegni a carico degli altri soggetti.

Pertanto, se sul piano della produzione, importazione e distribuzione di apparecchi riceventi il segnale televisivo in tecnica digitale terrestre sono già vigenti norme che impongono l'immissione sul mercato interno di prodotti di ultima generazione, aggiornati con gli standard più evoluti oggi disponibili, ci si deve aspettare una graduale ma irreversibile transizione del segnale televisivo trasmesso dalle emittenti verso i medesimi standard.

In questo senso, ANDEC ritiene equilibrato ed apprezzabile l'approccio adottato dal MISE con il DM 8/8/2018 in materia di "*road map*" verso un primo upgrade tecnologico compatibile con la concreta possibilità di ricezione del segnale TV da parte del "parco apparecchi" presente nelle case degli italiani.

Questo primo step, sulla base del disposto di cui all'art. 5. comma 5, prevede che a far data dal **1.1.2020** tutte le trasmissioni sul territorio nazionale dovranno essere codificate in Mpeg4, con contestuale disattivazione delle trasmissioni in Mpeg2.

Questo significa che nel corso dell'anno 2019 i consumatori in possesso di apparecchi TV non in grado di decodificare il segnale Mpeg4 dovranno adeguare gli stessi al nuovo standard acquistando un apparecchio nuovo ovvero dotandosi di decoder esterno.

Si genererà pertanto **nel 2019**, ma soprattutto ed inevitabilmente verso la parte finale dell'anno, una **domanda addizionale** di nuovi apparati ricevitori presso i punti vendita.

L'inizio di questa domanda addizionale dipenderà in misura decisiva dalla **informazione** che arriverà ai consumatori.

Nel corso dei mesi successivi al Gennaio 2020 verranno riassegnate/rilasciate le frequenze, area per area. Tali attività richiederanno la necessità di risintonizzare i ricevitori e in qualche caso un adeguamento degli impianti di antenna.

In questa prima fase, in ottemperanza ad una apprezzabile logica di gradualità, nulla è previsto circa l'obbligo di trasmettere con il più evoluto standard **DVB-T2 / HEVC**.

Alcuni punti fermi

1. Certezza sui tempi

Durante la seduta di insediamento del Tavolo, l'On. Ministro Luigi Di Maio ha affermato esplicitamente che la transizione tecnologica avverrà, e non ci saranno ritardi rispetto alla tempistica prevista.

In operazioni di transizione tecnologica così complesse e che coinvolgono la totalità della popolazione, avere certezza dei tempi è fattore decisivo di efficienza.

2. Certezza sui contenuti

Analoga imprescindibile rilevanza ha la certezza sui contenuti tecnici della transizione in atto, in termini di standard televisivi contemplati, di aree geografiche coinvolte, di oneri e adempimenti.

3. Comunicazione

Tutta l'operazione di transizione richiede una decisiva opera di pianificazione della adeguata informazione da diffondere ai consumatori.

ANDEC chiede di assegnare massima priorità ad una campagna istituzionale di informazione a vasto raggio in grado di chiarire in modo inequivocabile ai consumatori quanto avverrà nei prossimi mesi.

4. Incentivi

Gli incentivi ai consumatori vanno previsti nel periodo di effettivo acquisto dei prodotti, che allo stato delle cose è il 2019. Quindi, pur senza entrare nei dettagli della pianificazione finanziaria della spesa dei 100M€ stanziati, l'auspicio è che si possa dare accesso al contributo a tutti gli aventi diritto che acquisteranno nel 2019 un prodotto (TV o decoder) per l'adeguamento tecnologico.

ANDEC chiede che in tempi rapidi venga fatta chiarezza sulla meccanica degli incentivi, platea degli aventi diritto e modalità di accesso al finanziamento, e ritiene che in sede di Tavolo di Coordinamento possano essere valutate le proposte tecniche che si riterrà di elaborare in tal senso.

Considerazioni finali

Ci sono diverse stime sul numero di ricevitori da sostituire alla luce del passaggio da Mpeg2 ad Mpeg4. Si parla in ogni caso di diversi milioni di unità da sostituire.

La filiera industria/distribuzione, di cui fa parte in rappresentanza di importatori/produttori, esprime piena volontà di fare la propria parte ed appare vitale, affinché la transizione sia la più soft possibile, che i punti di cui sopra (tempistica – contenuti – comunicazione) siano rigorosamente rispettati ed adeguatamente presidiati.

In particolare, ANDEC rileva che i limiti strutturali (finanziari e logistici) suggeriscono di cercare con ogni mezzo di anticipare gli acquisti nei mesi precedenti la data di spegnimento, in modo da “spalmare” su un periodo più lungo il picco di vendite, che



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE

inevitabilmente creerà un traffico anomalo nei punti di vendita ed un sovraccarico per le strutture logistiche della filiera.

La necessità è dunque quella di mettere le Associazioni imprenditoriali coinvolte in grado di informare in modo chiaro e tempestivo i propri associati, affinché questi possano a loro volta pianificare le attività di comunicazione commerciale in grado di rafforzare l'imprescindibile comunicazione istituzionale di cui sopra, senza confondere i consumatori con messaggi diversi e fuorvianti.

Milano, 11 ottobre 2018