



## DAHLIA TV/ UN CASO ANCORA APERTO

Dopo la chiusura della nota piattaforma del digitale terrestre, la concorrenza sul mercato televisivo subisce un nuovo duro colpo.

È del 25 febbraio scorso l'annuncio ufficiale del fallimento. Con Dahlia tv non chiude solo una società televisiva, ma cessa di esistere anche l'unica reale alternativa al duopolio Mediaset/Sky nel contesto delle tv a pagamento, in particolare, di quelle abilitate alla trasmissione dei programmi sportivi. La società, erede di La7Cartapiù, poteva contare su oltre 800mila abbonati di cui 250mila attivi. Un bacino di utenza

che attesta un successo iniziale di pubblico oltre che l'evidente riuscita commerciale del progetto. I problemi sono insorti quando la piattaforma digitale ha perso a favore di Mediaset Premium, i diritti tv delle tre squadre con il più vasto seguito di abbonati: Palermo, Bologna e Fiorentina. Un duro colpo inferto alla sostenibilità finanziaria del gruppo che si è visto costretto, nell'ultimo scorcio del 2010, ad operare un considerevole taglio dei palinsesti nonché del personale, mandando a casa 150 dipendenti. Al danno però si aggiunge anche la beffa per gli abbonati, che si sono visti oscurare tutte le partite di calcio di serie A e B. La Lega Calcio, al momento, non ha infatti ancora preso una decisione in merito a chi riassegnare i diritti di visione delle partite di entrambi i circuiti, nonostante le numerose offerte e rilanci del gruppo Europa7. Questo, nonostante il grave danno economico lamentato dalla lega di serie B, pari a 5,3 Mln di Euro.

Una vicenda che sembra non avere fine, specie se a mancare è un adeguato strumento formale per l'assegnazione dei diritti, "con una procedura che garantisca un confronto competitivo" commenta Filippo Fioretti, partner e responsabile European Competition e Regulatory Group di Simmons&Simmons.

La gara-lampo (svoltasi in sole 4 ore) per la richiesta delle offerte da parte della Lega Calcio, ha per di più fatto ricorrere Sky in tribunale. Eppure l'intricata vicenda non avrebbe fermato le speculazioni, secondo quanto dichiarato da Carlo Pileri, Presidente dell'Adoc (Associazione per la difesa e l'orientamento dei consumatori) riferendosi ad alcuni canali satellitari che "come avvoltoi hanno approfittato della situazione per promuovere pacchetti appositi", con un costo che varia dagli 80 ai 90 euro. Comportamenti che certo contraddicono, per ora, quanto auspicato dall'Antitrust. Per l'Authority, l'opportunità di assegnare i diritti di visione ad un concorrente come Europa 7, di certo potrebbe limitare il rischio (già in atto a quanto pare) di alcune strategie di pricing non competitive o, al limite, di veder pregiudicata la qualità del servizio anche a parità di prezzo.

Al momento gli unici a preoccuparsi rimangono gli ex abbonati dell'ormai defunta Dahlia tv, ancora in attesa di un'iniziativa di rimborso, che, almeno per adesso, langue alla stregua delle trasmissioni televisive.

Manuela Avino