

## Televoto, Antitrust apre istruttorie su Rai e Rti. Adoc: vittoria per i consumatori

lunedì 25 ottobre 2010

La questione del televoto pocotrasparente perché aperto anche alle utenze business è ora al centro di due distinte istruttorie che l'Antitrust ha aperto nei confronti di Rai e di Rti. L'Autorità aveva già tentato la via della moral suasion chiedendo alle aziende di introdurre 'filtri' in grado di escludere le utenze business dal meccanismo del televoto, eliminando così a monte il rischio di chiamate 'di massa' da parte di call-center appositamente organizzati. Le aziende non hanno mostrato atteggiamenti collaborativi e adesso sarà l'Antitrust a verificare se il sistema delle telefonate presenti anomalie che costituiscono pratiche commerciali scorrette.

Secondo l'Autorità, infatti, l'attuale meccanismo permette ad operatori specializzati del settore di effettuare un numero rilevante di telefonate per esprimere preferenze già predeterminate, rendendo quindi vane le preferenze espresse dai singoli telespettatori che spendono soldi per telefonare. In questo modo il meccanismo di voto risulta alterato poiché le preferenze non riflettono le reali simpatie del pubblico ma sono espressione di accordi di acquisto di interi pacchetti di televoto. Le due istruttorie sono state avviate anche nei confronti di Telecom, in quanto società operante nella fornitura di servizi di telefonia fissa e internet in Italia ed i Polymedia e Neo Network, in quanto società specializzate nella progettazione e nello sviluppo di prodotti per la realizzazione di televisione interattiva, che operano rispettivamente con Rti e Rai. Per Adoc, che da anni denuncia il vuoto di legislazione e le irregolarità del sistema che, adesso come adesso, serve solo a spillare i soldi ai telespettatori, questa è una vittoria dei consumatori. L'Adoc aveva già presentato un esposto alla Polizia Postale in merito alla trasmissione Amici. "Crediamo che l'utilizzo dei call center equindi del televoto di massa da parte di gruppi organizzati, o anche di case discografiche per promuovere un concorrente, falsifichi il risultato finale, danneggiando gravemente i singoli utenti. Ricordiamo - dichiara Carlo Pileri, Presidente dell'Adoc - che il televoto in Italia ha un giro d'affari che oscilla tra i 15 e i 30 milioni di euro, durante un reality possono arrivare anche 15 mila voti al minuto, la media di voti ricevuti è di circa 100 mila sms per i programmi più in vista, con punte anche di 2 milioni di voti durante le puntate conclusive". L'Adoc ha raccolto numerose testimonianze e segnalazioni sulle incongruenze e la mancanza di trasparenza del televoto: ci sono ragazzi che hanno speso anche oltre 230 euro per puntata, lamentandosi in più occasioni del mancato invio del voto e dell'occultamento dei risultati finali dell'esito di una sfida, senza la certezza che il conteggio dei voti pervenuti in trasmissione sia stato correttamente assegnato. "Molti guadagnano in questo business - denuncia Pileri - gli operatori telefonici, che prendono la parte più consistente, tra il 40 e il 50%; i produttori del programma; i titolari del format; le reti tv e infine le società esterne che gestiscono il televoto. A perderci sono solo i telespettatori, ai cui non viene fornita una adeguata informazione ed una corretta pubblicità". L'Adoc chiede all'Antitrust di prevedere la possibilità di comminare severe multe, proporzionate al fatturato dei programmi, alle reti in caso di irregolarità sul televoto. L'Associazione chiede, infine, l'adozione di una nuova e più trasparente regolamentazione del sistema televoto, con limiti di spesa per evitare possibili e inconsapevoli sovraindebitamenti da parte dei consumatori, un limite ai voti esprimibili per sessione e dalla stessa utenza e il divieto di televoto di massa da parte di gruppi organizzati, un sistema di verifica omogeneo e in tempo reale, gestito in collaborazione con le Associazioni dei consumatori. Si può prevedere anche l'obbligo dell'indicazione del numero totale di televoti espressi alla fine di ogni sessione, e non solo la percentuale come avviene ora e la subordinazione del televoto all'adozione di regolamenti del gioco, del concorso, del reality-show, del programma in genere, che sia unico e invariabile per tutta la durata della programmazione e sia depositato presso un'autorità di garanzia. "Questo - conclude il Presidente dell'Adoc - renderebbe più trasparente e democratico lo stesso sistema del televoto, visto che le trasmissioni in cui viene utilizzato sono spesso opache nel regolamento al riguardo. Ad ogni modo, l'Adoc è disponibile a collaborare con l'Autorità nella stesura del regolamento, continuando a segnalare come sempre ogni eventuale irregolarità."