

# Canone e pubblicità, il modello Rai non regge più

Non solo governance: come passare da tre canali a quindici a parità di risorse? Guardiamo le altre tv di servizio pubblico

NINO  
RIZZO NERVO\*

La Rai sta attraversando un momento molto difficile. Non so se è in gioco nel breve-medio periodo la sua stessa sopravvivenza, sicuramente oggi assisto a una deriva che rischia di rendere il servizio pubblico marginale e influente in un futuro peraltro non lontano. Sono quattro i fattori principali della crisi in atto: la debolezza economica dell'azienda che avrebbe bisogno di una profonda ristrutturazione industriale; l'ostilità, che non ha precedenti, da parte della politica; l'inadeguatezza professionale di chi è stato chiamato alla guida di viale Mazzini in una fase di profonda evoluzione tecnologica e di mercato che avrebbe richiesto, invece, una solida competenza manageriale; la perdita, infine, di credibilità e autorevolezza la cui conseguenza è il progressivo distacco dell'opinione pubblica (il crollo verticale degli ascolti del Tg1 ne è la dimostrazione) che fa fatica a riconoscere nel servizio pubblico radiotelevisivo un servizio di interesse generale. Se ci pensate è una miscela esplosiva anche perché ho la sensazione che sia dentro sia fuori l'azienda non vi è ancora la percezione che i fantasmi del '93-94 potrebbero essere già dietro l'angolo. Con una differenza rispetto a quegli anni: le forti tensioni politiche che il paese sta vivendo e le regole comunitarie non consentirebbero questa volta

il varo di un nuovo decreto salva-Rai.

C'è di più, allora i "Professori" prima, la Moratti dopo poterono avviare quel processo di risanamento completato nei quattro anni della gestione Celli-Zaccaria perché fu assecondato da tutte le forze politiche, sia da quelle, di destra o di centrosinistra, che avevano sempre creduto nella funzione positiva di un servizio pubblico radiotelevisivo sia da quella (Forza Italia) che come partito-azienda non aveva interesse ad un indebolimento della Rai.

Erano, infatti, gli anni in cui lo stesso Silvio Berlusconi tifava, pur attaccandolo, per il cavallo di Viale Mazzini. Mediaset, infatti, per affermarsi e per crescere aveva bisogno di un duopolio blindato. Una Rai, finanziata anche dalla pubblicità, era cioè necessaria al rafforzamento di Mediaset perché insieme concorrevano a scoraggiare ed impedire l'ingresso sul mercato di altri competitori. Oggi sappiamo che non è più così. Le nuove condizioni di mercato, le opportunità di business offerte dall'evoluzione tecnologica e dalle nuove piattaforme, il consolidamento di un terzo soggetto (Sky) pronto a sbarcare anche sul terrestre, fanno sì che a Cologno Monzese non guardano più alla Rai come a un soggetto concorrente ma funzionale alla crescita del gruppo, mentre il proprietario di Mediaset, che è anche il capo del governo, non è più disponibile a tollerare in nome dei suoi interessi politici quei minimi

spazi di libertà e di indipendenza dal governo che il servizio pubblico è riuscito sinora a difendere e a garantire. Certo, non chiuderà la

Rai con un atto d'imperio. Sa che non è possibile farlo perché vivaddio l'Italia fa parte ancora di una comunità internazionale che non lo tollerebbe. Sa, però, che può ottenere lo stesso risultato colpendola ai fianchi, impedendole di essere libera sul mercato (la vicenda del mancato rinnovo del contratto con Sky è significativa e grida ancora vendetta), rendendola ancillare agli interessi di Mediaset anche nella raccolta pubblicitaria, demolendo con le iniziative parlamentari di queste ore quelle isole di comunicazione libera e autonoma nel tentativo di realizzare una tv di regime. Per vedere affondare la nave è sufficiente far andar le cose così come vanno senza intervenire: bilanci critici, risorse sempre più insufficienti, investimenti sempre decrescenti, minore qualità del prodotto, minori ascolti ecc.

Le falle devono essere invece riparate subito se si vuole salvare un'azienda che nel bene e nel male ha svolto e può continuare a svolgere un ruolo positivo e che, non dimentichiamolo mai, dà lavoro a oltre undicimila persone in tutt'Italia con un indotto di decine e decine di migliaia di lavoratori. Pensate per un attimo alla crisi, ad

esempio,  
— che si potrebbe aprire in alcuni set-

*Per il servizio pubblico i costi della politica sono altissimi: oggi Mediaset ha interesse a servirsi dell'azienda pubblica*

## Segue

tori come la fiction o il cinema dove la Rai è forse

oggi il più importante produttore italiano investendo ogni anno in quel settore oltre 300 milioni di euro. Ecco perché io insisto ormai da tempo nel sostenere che una nuova legge di governance è sì necessaria e urgente ma sono convinto che essa debba essere accompagnata da un'analisi che non può limitarsi a porre soltanto il problema politico, cioè come allentare il controllo di una maggioranza sull'azienda, problema determinante soprattutto in un paese condizionato da un gigantesco conflitto di interessi, ma la cui soluzione non sarebbe sufficiente per dare certezze alla Rai.

In un'azienda "pesante", che in alcune sue componenti sembra non essersi accorta che lo splendore imperiale del monopolio è ormai preistoria, con processi decisionali lenti che spesso la paralizzano in un mercato che ha bisogno invece di scelte tempestive, dove il costo dell'invasione della politica non è più sostenibile e che, soprattutto, non ha nelle sue mani la leva dei ricavi, la crisi internazionale dei mercati finanziari incidendo sugli investimenti pubblicitari ha determinato una situazione di crisi da cui difficilmente potrà venir fuori solo con le sue gambe. Perché i bilanci in rosso sono intervenuti nel momento in cui l'azienda deve affrontare importanti investimenti in tecnologia (adeguamento degli impianti) e sul prodotto (aumento dell'offerta) per l'avvento del digitale, che stanno determinando un livello d'indebitamento finanziario che la Rai non conosceva da vent'anni.

Tre grafici per la loro semplicità spiegano bene quel che intendo

dire. Il primo descrive l'evoluzione dell'offerta televisiva nazionale in Italia su tutte le principali piattaforme televisive. Nel 1990 vi erano soltanto sette canali: tre della Rai, tre di Mediaset e Telemontecarlo. Dieci anni dopo con Stream e Tele+ sul satellite i canali erano più di 60. Nel 2010 con la piattaforma Sky e con il digitale terrestre nelle aree *all digital* i canali nazionali sono diventati più di 250.

L'offerta televisiva della Rai a risorse immutate (oltre cinque miliardi e 700 milioni di lire nel 2000, oltre tre miliardi di euro nel 2010) oggi è composta da 15 canali (tre generalisti, 11 specializzati ed uno in HD), nel frattempo la Bbc, che ha un totale di ricavi pari a 5 miliardi e 323 milioni di euro,

produce 2 canali generalisti, 6 specializzati e 2 in HD. Solo la televisione pubblica tedesca, Zdf e Ard, ha un'offerta uguale a quella della Rai ma con 8 miliardi e 399 milioni di ricavi, prevalentemente da canone giacché la pubblicità incide per 248 milioni di euro.

Per capire, infine, quanto sia urgente e necessaria una profonda riorganizzazione aziendale e quanto incidano quelli che ho chiamato i "costi della politica" basta dare un'occhiata a come sono organizzate le testate giornalistiche nei principali servizi pubblici: una sola direzione dei servizi giornalisti alla Bbc, 3 a France Television, 2 tra Zdf e Ard in Germania, 2 alla Tve. Noi italiani, che siamo un popolo generoso, non possiamo fare

a meno di 11 testate. Ma c'è qualcuno che può seriamente pensare che a parità di risorse si possa passare da un'offerta di tre canali ad un'offerta di 15, quando servizi pubblici più solidi e più ricchi, che, a differenza della Rai, sono stati sostenu-

ti dai loro governi negli investimenti tecnici per il digitale, hanno fatto la scelta di non diminuire gli investimenti sulla qualità del prodotto per proteggere le reti generaliste e mantenere su adeguati standard qualitativi le nuove offerte? La situazione quanto può tenere senza che i conti implodano rovinosamente?

Allora non è sufficiente decidere una nuova governance, è necessario definire con chiarezza ma anche con coraggio: il perimetro del servizio pubblico, le sue finalità e, di conseguenza, le risorse.

Suggerisco di guardare al Regno Unito dove convivono due società di servizio pubblico: la mitica Bbc, finanziata solo con il canone, e Channel4 che si rivolge al mercato. So che qualcuno storcerà il naso anche in Rai ma ammettiamolo: il finanziamento misto (canone e pubblicità) non regge più. Non solo perché ha reso la Rai un mostro a due teste ormai con seri problemi di identità. Non solo perché in tutti i servizi pubblici europei la quota di ricavi pubblicitari è assente o marginale, ma soprattutto perché le risorse attuali non sono più sufficienti per garantire quel livello di qualità della programmazione che deve essere preteso in un servizio pubblico. Dire no al finanziamento misto significa poi finalmente far chiarezza, spazzare via l'alibi ad una deriva che negli anni ha sacrificato qualità, creatività e innovazione rendendo sempre più simile la televisione pubblica a quella commerciale.

## Segue

C'è chi è pronto a dire che da solo il canone non sarebbe sufficiente. È vero solo in parte. Il canone, intanto, facciamo pagare a tutti quelli che lo devono pagare. Non mi riferisco soltanto a quel 28% di evasori del cosiddetto "canone ordinario" che determinano mancati ricavi per oltre 550 milioni di euro, ma anche e soprattutto agli evasori del "canone speciale", che deve essere pagato da imprese, studi professionali, esercizi pubblici, associazioni, enti, uffici ecc. Secondo l'associazione contribuenti, nonostante sia deducibile, non è versato dal 94% dei soggetti che dovrebbero pagarlo determinando mancati ricavi per 800-900 milioni di euro l'anno. Recuperare questo immenso serbatoio di evasione non è difficile, basta volerlo e seguire l'esempio di quei paesi che hanno individuato senza grandi sforzi di fantasia gli strumenti tecnico-legislativi adeguati. Lo ha fatto la Francia. Lo ha fatto la Germania. Ci sono riusciti persino in Grecia e in alcune repubbliche dell'ex Unione sovietica. Se si riuscisse a riportare il tasso di evasione a livelli fisiologici le risorse sarebbero sufficienti per adottare il

modello inglese: finanziare con risorse pubbliche tutte le attività di servizio pubblico e far finanziare al mercato, come avviene con Channel4, le iniziative editoriali aggiuntive che devono comunque sempre corrispondere a quei principi che giustificano il servizio pubblico. Traduco con una simulazione sull'attuale attività della Rai quella che a molti può apparire come una provocazione. Se introducessimo anche in Italia il modello di servizio pubblico del Regno Unito Rai1, Rai2, Rai3, Rainews, Rai Italia, Rai ragazzi e la radio sarebbero interamente finanziate dal canone mentre Rai4, Rai5, Rai sport, Raimovie, Rai premium e Rai storia dovranno trovare le risorse sul mercato.

Qualcuno a questo punto potrebbe chiedersi: ma perché l'Italia dovrebbe avere un servizio pubblico forte? Sarei tentato di rispondere così: per le stesse ragioni per cui un servizio pubblico forte e autorevole non è messo in discussione in paesi come la Francia, il Regno Unito, la Germania, la Spagna e in tutti gli altri paesi europei. E non è messo in discussione perché i valori di libertà, creatività e innovazione sono più "protetti" in un'area pubblica di servizio che non ha il profitto come fine e perché creare un luogo dove una comunità continua a riconoscersi come tale attraverso la condivisione di valori comuni è sicuramente un interesse pubblico. Nel paese dei conflitti di interesse c'è una

ragione in più: garantire il pluralismo delle idee (che non significa però legittimare la lottizzazione), la libertà dell'informazione e della cultura sono finalità generali che giustificano da sole l'augurio di lunga vita al servizio pubblico radiotelevisivo. Ma è proprio per salvaguardare i principi di autonomia e indipendenza che la Rai deve essere protetta con una legge che la collochi in quella che potremmo chiamare "un'area istituzionale" impermeabile alle interferenze dei partiti politici e dei governi. Questo però può avvenire soltanto, come ha scritto di recente Aldo Grasso sul *Corriere della Sera*, se si realizzeranno le condizioni che consentano al servizio pubblico rifondato di essere tutelato esclusivamente dalle competenze dei suoi dirigenti e da una governance scelta per autorevolezza e capacità professionale. Credo che dalle crisi si possa uscire solo se vi è una grande consapevolezza del presente. La fonte di nomina di un consigliere di amministrazione è parlamentare, quindi politica. Il nostro compito, però, una volta nominati, non è quello di garantire una parte o di garantire un equilibrio politico. Dobbiamo essere soltanto garanti degli interessi dell'azienda, degli uomini e delle donne che vi lavorano, dei cittadini che sono il nostro pubblico ma anche, pagando il canone, i veri editori di riferimento. Credo, quindi, che sia nostro dovere parlar chiaro, senza timidezza o diplomatici equilibrismi lessicali.

*\*intervento tenuto al convegno "Broadcast, Broadband, Browsing" - Milano, 14 febbraio*

*Con il modello Bbc Rai1 sarebbe finanziata dal canone mentre Raisport dovrebbe trovare le risorse sul mercato*

Segue