

A pochi mesi dall'insediamento il giovane neo-commissario dell'Agcom ha le idee chiare, in direzione di una reale innovazione. Nell'intervista esclusiva concessa a Millecanali dice fra l'altro: "La 'questione televisiva' italiana degli ultimi 20 anni ha finito per avvelenare anche i pozzi dell'Italia a banda larga..."

Un 'giovane' autorevole parere

di **Elena D'Alessandri**

Il "quinto cavaliere" dell'Agcom, Antonio Nicita, nominato a novembre ma insediato a gennaio 2014, è il successore del commissario Antonio Dècina, dimessosi (per ragioni squisitamente personali) a settembre 2013. Classe '68, economista, annovera Cambridge e Yale nel curriculum. Fondatore e Segretario Generale della Società Italiana di Diritto ed Economia, ha per anni affiancato la docenza universitaria all'attività consulenziale.

A circa quattro mesi dal suo arrivo a via Isonzo, lo abbiamo intervistato sulle tante e delicate questioni che "bollono in pentola". Sarà per la giovane età, sarà per l'intensa motivazione civica, sarà per l'eccellente qualificazione tecnica, ci sembra onestamente che Nicita possa rivelarsi la punta di diamante di un'Autorità chiamata ad una profonda ristrutturazione dalla continua evoluzione dello scenario mediale e dalla necessità di rispondere accuratamente e tempestivamente alle esigenze degli "stakeholder" del sistema, interpretando al meglio il senso di un "regolatore" pubblico dei media e delle telecomunicazioni. Dall'intervista concessa a "Millecanali" emerge la volontà innovatrice di Nicita, ammantata da toni elegantemente moderati: come definire altrimenti un commissario Agcom che ha il coraggio di sostenere provocatoriamente che "la 'questione televisiva' italiana degli ultimi 20 anni ha finito per avvelenare anche i pozzi dell'Italia a banda larga"? Ed è musica, non soltanto per le

orecchie di Millecanali, ascoltare che Nicita ritiene, che, sulle Televisioni locali, "occorre un intervento di policy più ampio". Gli auguriamo di cuore di mantenere questa volontà... dirompente, e di riuscire a far prevalere l'innovazione sulla conservazione tanto cara al nostro Paese. Ma ora gli diamo la parola.

Una premessa: come si sente in questi mesi di attività Agcom, dal punto di vista dell'età, essendo il (secondo) Commissario più giovane nella storia dell'Autorità, in un Paese nel quale sembrava prevalere la gerontocrazia?

La 'rivoluzione Renzi', come giustamente la si chiama, sta mostrando l'indubbio vantaggio di rompere il "tetto di vetro" generazionale. Molti quarantenni di oggi non solo non mancano di esperienza, anche qualificata, ma sono i figli dell'"inflazione da titoli". Cumulano master e dottorati, parlano più lingue, pensano globale...

Renzi ha il merito di aver infuso un po' di coraggio e spregiudicatezza in chi era abituato a stare in fila, a scrivere discorsi per altri, a fare il direttore "ombra".

Questa rivoluzione va letta come apertura culturale e come opportunità, non certo come "rottamazione". Per quanto mi riguarda, ogni giorno incontro persone che si meravigliano della mia età, anche se non mi sento affatto giovane.

Fino al mio ingresso in Agcom ho fatto il docente, il ricercatore universitario e il consulente, ho lavorato in un'Autorità (l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato; N.d.C.) quando avevo 30 anni, ed



ho portato al dottorato una decina di allievi, tutti attualmente occupati nel pubblico. Ogni settimana, cerco di incontrare persone meno giovani di me, fino a ieri in prima fila, dei cui consigli credo di aver comunque bisogno. Per rivendicare il proprio posto nel mondo ci vuole coraggio, ma anche molta umiltà. In Agcom, sto cercando di portare innovazione: ho trovato un ambiente complessivamente aperto al cambiamento, sebbene un po' imbolsito dal passato.

Il Regolamento Agcom sul Diritto d'Autore Online, in vigore dal 31 marzo scorso, ma approvato prima del suo insediamento, sembra essere un tema particolarmente scottante...

Una domanda: prima di mettere in campo qualsivoglia intervento regolatorio, non si dovrebbe condurre un'attenta analisi dei costi e dell'impatto che la regolazione produrrà sul mercato?

Come giustamente Lei ricorda, il regolamento sul diritto d'autore è stato discusso e approvato prima del mio insediamento. Sono state realizzate diverse analisi di impatto da parte di diversi uffici. Sebbene io non faccia parte della Commissione per i Servizi ed i Prodotti (che ha il compito esclusivo di applicare il regolamento), il confronto all'interno del Collegio su questi temi è molto aperto. Voglio ribadire che si intende colpire esclusivamente forme massive di pirateria e non incidere in modo da limitare la libertà di espressione.

Sul tema dei poteri, aspettiamo che si pronuncino gli organi competenti. Per il futuro, dopo una prima fase di osservazione e rodaggio, proporrò ai colleghi un approccio più economico e sostanziale, una sorta di "test di massività ex-ante", basato su un'analisi economica di impatto, al fine di procedere. Al tema della pirateria, si aggiunge infatti il tema dei "nuovi prodotti" o dei "nuovi mercati", la cui nascita deriva proprio dalla violazione del copyright.

L'approccio comunitario è quello di far prevalere, in casi ben determinati, ragioni pro-concorrenziali rispetto alla mera protezione. Il limite della mia proposta, di cui ho piena coscienza, è che un tale test potrebbe allungare i tempi di tutela, quando lo scopo del regolamento è proprio quello di velocizzare rispetto alle procedure ordinarie davanti ai tribunali. Ma aspettiamo di vedere cosa suggerisce l'esperienza. Al momento, sono stati istituiti diversi comitati con i vari "stakeholder", e il confronto è aperto e trasparente. Al punto che i più critici continuano a ripetere le proprie argomentazioni senza trovare casi concreti che giustifichino le proprie preoccupazioni. Invito costoro ad attendere un anno, trascorso il quale faremo un "tagliando" e possibili revisioni.

Vorrei inoltre precisare: si sente dire che il controllo sulla violazione del diritto d'autore costi all'Agcom oltre 500mila euro nella collaborazione con la Fub (la Fondazione Ugo Bordoni, N.d.C.). Ciò non risponde al vero, in quanto la Fub svolge un'ampia attività di consulenza e quella cifra, peraltro allocata per un triennio, si riferisce al complesso delle attività svolte, rispetto alle quali la parte di spesa destinata al diritto d'autore on line non supera il 30 per cento.



Idee chiare e innovazione.

Antonio Nicita, da pochi mesi commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, potrebbe spingere l'Authority di Cardani in direzione di una reale innovazione.

Sul versante della "promozione dell'offerta legale" cosa pensa dell'iniziativa Anica On Demand, presentata qualche settimana fa? A proposito di "windows" cinematografiche, Lei crede che debbano essere imposte rigidamente dall'Autorità o autogestite dai vari "stakeholder"?

Direi che Anica on Demand è un tentativo, che tuttavia si muove nella direzione giusta. È ovvio che, per competere con Netflix o AppleTv, occorre cambiare modello di business. Il tema delle finestre temporali rappresenta un ottimo esempio. Le "finestre" non sono frutto di regolazione, ma sono il risultato di accordi volti a effettuare una discriminazione intertemporale di prezzo tra soggetti dotati di diversa disponibilità a pagare per la visione del medesimo contenuto, in modalità di fruizione differenti e in un diverso orizzonte temporale.

Le nuove tecnologie, proprio perché permettono forme più avanzate di discriminazione - nonché di protezione dei diritti, circostanza da considerare anche quando parliamo di diritto d'autore - possono aiutare a superare le finestre temporali, nella consapevolezza che questa modifica crea nuovi modelli di business ma finisce per contrarre altri mercati (dall'uscita in sala all'home video).

L'Autorità, a mio avviso, deve consentire innovative forme di accesso ai contenuti che possano migliorare la concorrenza e creare nuovi mercati laddove esista una domanda potenziale. Il campo sul quale giocare è quello della definizione dei mercati rilevanti e dell'eventuale rimozione di esclusive aventi come unico scopo quello di generare comportamenti escludenti verso nuovi entranti o verso nuovi mercati. Ma certo non può spingersi a definire o a regolare finestre temporali.

L'Agenda Digitale italiana si è finora dimostrata un pressoché totale fallimento. Quali le ragioni, a suo giudizio?

Vi sono molteplici ragioni e le responsabilità sono abbastanza distribuite tra gli operatori - non solo il dominante, ma anche i nuovi entranti - il regolatore e i governi. La 'questione televisiva' italiana degli ultimi 20 anni, credo abbia finito

per avvelenare anche i pozzi dell'Italia a banda larga. La tradizionale assenza di cavo nel nostro Paese non è stata compensata da una corsa agli investimenti a banda larga e ultra larga.

La lentezza e l'arretratezza delle procedure che governano la Pubblica Amministrazione hanno fatto il resto, determinando il venir meno di una significativa domanda pubblica di banda larga, nella quale veicolare i servizi digitali. Adesso, però ha inizio una nuova fase. Il ciclo regolatorio 2014-2016 dovrà tenere conto delle scelte di investimento degli operatori e della rivitalizzazione dell'"ull" ("unbundling local loop": si intende il meccanismo che consente di cambiare gestore di telefonia fissa; N.d.C.) e del "sub-loop" ("servizi di accesso disaggregato alla sottorete locale"; N.d.C.), come indicato peraltro dall'ultimo "rapporto Caio".

L'Agcom ha messo in campo un'indagine conoscitiva, congiunta con l'Agcm, volta ad indicare al "policy maker" le possibili risposte regolatorie.

L'Italia è tra i 9 Paesi partner dell'avanguardistico progetto-pilota di monitoraggio del pluralismo che la Commissione Europea ha affidato al Cmpf di Firenze. L'Agcom collaborerà al progetto?

I nostri uffici collaborano con università, istituzioni ed enti di ricerca su diversi temi tra i quali quelli del pluralismo, dei nuovi media e della "connected society". Per il futuro, la mia ambizione è quella di potenziare in Agcom le attività autonome di studio e ricerca, anche applicata, anche in collaborazione con singoli esperti. Abbiamo le competenze per farlo e lo faremo presto. Il tema del pluralismo esterno resta peraltro rilevante, anche a seguito dello "switch-off" digitale.

Nelle scorse settimane, Agcm e Agcom hanno espresso il proprio parere con prescrizioni alle "Linee-Guida" della Lega Calcio, in merito alla definizione dei pacchetti dei diritti sportivi.

In quel contesto, è stata ribadita la distinzione tra mercato "free" e mercato "pay", indipendentemente dalla piattaforma trasmissiva di riferimento. Io intravedo un'evoluzione di quattro ambiti competitivi: quello televisivo "free" nazionale, quello televisivo "free" locale, quello televisivo a pagamento e quello, emergente, degli "over-the-top" che trasmettono via internet e che raccolgono pubblicità on line con modalità, finalità e target distinti dal resto.

Senza dubbio, la produzione indipendente di contenuti e di canali è limitata dal potere contrattuale di chi è dominante in ciascuno di questi ambiti. Sulle Televisioni locali, occorre un intervento di "policy" più ampio.

A proposito di pluralismo, ritiene che la "par condicio" vada superata?

Personalmente, difendo la legge, anche se andrebbe declinata (nei nostri regolamenti e in quelli della Commissione di Vigilanza Rai) in modo più semplice ed al contempo più efficace. Purtroppo, mi sono insediato quando il Regolamento era già in fase di approvazione.

Credo ci si debba concentrare solo sui notiziari e sui programmi elettorali (dopo queste elezioni, formalizzerò una proposta in argomento), applicando un principio orizzontale di pluralismo, per fascia di ascolto Auditel e non - come è avvenuto fino ad oggi - guardando ai riequilibri giornalieri e settimanali.

Va garantita parità di accesso a tutte le forze politiche, e non soltanto alle principali tre forze che oggi si contendono la fetta predominante di spazio mediatico elettorale.

Recente è la notizia di un accordo Ti Media e L'Espresso, che darebbe vita al primo "operatore di rete indipendente". Cosa ne pensa? E cosa pensa di quello tra Telecom e Sky, per la Tv via internet?

Si tratta di buone notizie, che vanno nel senso dell'integrazione e della convergenza tra reti e contenuti e dell'incremento del pluralismo. Occorre tuttavia evitare che forme di integrazione, che coinvolgono imprese dominanti sui rispettivi mercati rilevanti, si traducano in strategie escludenti, specie per quanto riguarda la diffusione a banda larga o l'ambiguo uso della nozione di piattaforma "internet". Su questo vigileremo, anche in coordinamento con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Lei è giunto da poco a via Isonzo. Che habitat ha trovato in Autorità? Quali i punti di forza e quali i cambiamenti da mettere in atto?

Agcom è un'organizzazione complessa, che svolge un ruolo molto delicato per alcuni settori strategici per il Paese e per il contributo che può dare al dinamismo dell'industria della cultura e della cultura democratica attraverso la difesa e la promozione del pluralismo. Agcom è cresciuta nel corso delle diverse consiliazioni senza una precisa strategia organizzativa, bensì adattandosi agli stimoli ricevuti.

È una circostanza che riguarda anche altre Autorità. Così come la tensione tra le prime generazioni di funzionari e quelle successive, in termini di opportunità, inquadramento economico, aspirazioni. In questi mesi, siamo impegnati a disegnare un percorso di riforma organizzativa più europea e orizzontale, interdisciplinare e collaborativa e a migliorare trasparenza ed efficacia dei nostri processi consultivi e decisionali.

Come molti sanno, Agcom è una "casa di vetro": le posizioni sui singoli dossier sono note, e in ogni caso ogni riunione viene registrata e verbalizzata.

Cosa pensa della continua riduzione dei budget Agcom allocati per attività di ricerca e di consulenza, fino ad arrivare al paradosso di prevedere di avvalersi di consulenti che non rappresentino alcun onere economico per Agcom?

L'Autorità ha vissuto anni caratterizzati da seri problemi di budget. Ciò ha portato ad una drastica riduzione delle risorse per consulenze e ricerche. Sebbene, a differenza di quanto spesso si crede, il bilancio Agcom non gravi sulla finanza pubblica, abbiamo comunque effettuato una nostra "spending

review", non solo riducendo la quantità dei commissari, i loro emolumenti, le auto blu, gli autisti... ma anche tagliando le spese dedicate ai convegni, alla stampa dei documenti, persino della "relazione annuale".

Siamo in presenza di una ristrutturazione e la nostra priorità deve essere finalizzata non solo ad una maggiore trasparenza ed efficacia, ma anche a impiegare le risorse disponibili a stabilizzare posizioni precarie e dare opportunità ai più giovani. Abbiamo fatto ripartire, dopo anni, lo stage remunerato per 24 giovani e a breve sarà pubblicato il bando.

In ogni caso, sono assolutamente d'accordo con il fatto che ove si ricorra alla consulenza questa debba essere sempre pagata.

Qual è il suo giudizio sulla deriva dei sistemi di regolazione in materia di "media e minori", che hanno determinato anche recentemente polemiche aspre?

Il recente rapporto Agcom-Censis ha mostrato l'estrema complessità della materia e l'urgente bisogno di tutela e azioni per i minori in tutte le possibili piattaforme trasmissive. C'è moltissimo da fare, per coprire un vasto territorio che va dalla Tv ai videogiochi, alla pubblicità e, ovviamente a internet. Se i poteri Agcom sono limitati nella parte repressiva, molto può e deve essere fatto dal lato della sollecitazione alla sottoscrizione di accordi e impegni volontari, nonché di vigilanza.

Un fenomeno questo che si intreccia con altri temi quali il "cyberbullismo", l'"hatespeech", il "pluralismo sociale"... Su questi temi, ho avviato un confronto con la Presidente della Camera Boldrini, molto attiva e preoccupata per gli episodi accaduti nel nostro Paese, e ho proposto la costituzione di un "Osservatorio permanente" in Agcom, e la revisione degli attuali codici etici.

Riprenderemo con il Sottosegretario Giacomelli il confronto proficuo avviato con il predecessore Catricalà su queste tematiche.

Cosa pensa dell'incredibile ritardo nella gestazione del "contratto di servizio" Rai: ritiene che Agcom abbia svolto il suo ruolo al meglio nella gestazione del contratto?

Non sono certo io a... poter dare la pagella ad Agcom! Tutto è certamente migliorabile e l'esperienza e i processi di consultazione continua devono servire a migliorare la nostra azione. Su tutto il mondo Rai, c'è una complessa divisione del lavoro: tra noi, i Ministeri competenti, la Commissione parlamentare di Vigilanza. Con Rai abbiamo avviato un confronto proficuo su diversi temi. Abbiamo siglato un importante accordo con Rai e Mise di riordino delle frequenze utilizzate da Rai, risolvendo molte situazioni di conflitto con le emittenti locali, liberando alcune frequenze "di confine" con altri Stati. Sul tema del pluralismo, della "par condicio" e del servizio pubblico, nonché su un interessante progetto di alfabetizzazione digitale che Rai sta ponendo in essere, il confronto è quotidiano.

È nostra intenzione "dire la nostra" anche in sede di rinnovo della Concessione a Rai, cosa in passato mai avvenuta.



Nel 2008, Lei è stato co-autore di un corposo saggio sulla Televisione ("La nuova televisione. Economia, mercato, regole", Il Mulino). Molto è cambiato da allora...

La cosa più impressionante rispetto allo scenario del 2008 è stata la rivoluzione dello "switch-off" per la televisione "free", e l'assenza di "new entrants" nel mercato "pay" capace di disciplinare la posizione dominante di Sky. Sul mercato "free", la straordinaria offerta di canali digitali non ha fatto venir meno la concentrazione pubblicitaria, ancorché declinante nei volumi, verso Rai e Mediaset, sebbene si assista ad un lento e vischioso processo di travaso a nuove realtà.

Sul mercato "pay", gli impegni assunti da Sky in sede comunitaria come condizione per la costituzione del monopolista satellitare, scaduti nel 2011, non hanno prodotto effetti disciplinanti. La Televisione è ancora centrale nella vita degli italiani. Su Facebook e Twitter, sono numerosi i messaggi di commento alle trasmissioni televisive, ma l'audience segue ancora le logiche del passato.

Tutto ciò dimostra che, da un lato, vanno ripensate regole capaci di alimentare la concorrenza e, dall'altro, che la "legacy" culturale italiana è ancora molto dipendente dalla vecchia Televisione.

Che suggerimenti darebbe al Legislatore, rispetto all'eventuale esigenza di una riforma dell'Agcom?

Occorre rafforzare il ruolo di Autorità convergente, tra media e reti, da un lato eliminando le due Commissioni e rinviando tutto al Consiglio, dall'altro riconoscendo che oggi la difesa del pluralismo non può non passare attraverso la vigilanza su internet, nella consapevolezza che in questo nuovo mondo il ruolo del Regolatore è più quello di accompagnare i processi e incoraggiare le forme di autoregolamentazione che quello di imbrigliare le continue spinte innovative con regole rigide destinate ad essere velocemente superate. ■

Il silenzio di Renzi sulla politica mediale

A fronte della lunga e stimolante intervista della collega Elena D'Alessandri al giovane commissario Agcom Antonio Nicita per l'edizione di questo numero dell'Osservatorio IsICult/Millecanali (la n° 140 della serie, dall'ottobre 2001), ci limitiamo ad alcune noterelle su due questioni, una "macro" ed una "micro": il premier Renzi che continua a proporre fuochi d'artificio di iniziative radicali (di fronte ad uno scetticismo crescente) ma sembra ignorare la materia televisiva (patto occulto con Berlusconi?!), e la ignobile vicenda televisiva (e politica) della finale di Coppa Italia a rischio di sospensione (di fronte ad un boss della tifoseria dagli equivoci atteggiamenti), in un "teatrino" mediale deprimente.

Per quanto riguarda Renzi, è stata una testata certamente non faziosa come il "Corriere della Sera", nell'edizione del 5 maggio, a segnalare i tanti "ritardi" che si stanno

(invece, quella di Cottarelli sulla riduzione delle sedi regionali della Tv pubblica crediamo sia stata una sparata... "à la Renzi").

Curiosa (sospetta?!) tanta prudenza del Governo? Un analista maligno potrebbe sostenere che tra i patti (quelli segreti, non certo quelli resi noti) con Berlusconi vi sia l'impegno a non muover foglia, rispetto allo "status quo" del sistema televisivo italico...

Apparentemente "micro", nell'agenda della politica e dei media, ma invece sostanzialmente macroscopico quel che è accaduto sabato 3 maggio sulla rete ammiraglia della Rai. L'attesa era tanta, per la finale di Coppa Italia tra Fiorentina e Napoli (e stendiamo un velo penoso sull'onnipresenza del "brand" Tim) e alle 20,30 l'Auditel certificava un 6 milioni di spettatori, che salivano a ben oltre 9 milioni alle 21. Complessivamente, share oscillante tra il 42 ed il 37 per cento.

La partita è però iniziata con un'ora di ritardo, a causa della notizia del ferimento di un tifoso, della confusione informativa conseguente e della "trattativa" con il capo tifoseria degli ultrà del Napoli (l'ormai stranoto "Genny 'a carogna"), che indossava una maglietta provocatoria (chiedeva la liberazione di Speziale, killer dell'ispettore Fausto Raciti ucciso in scontri tra tifoserie anni fa) e minacciava un patatrak. Alcune osservazioni: come hanno ribadito i commentatori della Rai, durante questa vicenda nessuno ha ritenuto di diffondere nello stadio un annuncio su quel che stava avvenendo fuori, ai circa 60mila spettatori presenti, per timore di inconsulte reazioni. Che coraggiosi comunicatori!

accumulando rispetto alle promesse dell'Esecutivo: "I primi settanta giorni del governo Renzi mettono in conto gli 80 euro in busta paga, ma solo per il 2014. E sono l'esempio di un percorso di provvedimenti annunciati che faticano ad arrivare in porto".

Il sospetto che si tratti di una grancassa elettorale è ormai diffuso, e se ne dovrà riparlare dopo il 25 maggio, per comprendere se questa strategia comunicazionale-promozionale (se tale è) avrà convinto quel 40 per cento di italiani che continuano a dichiararsi indecisi - nei sondaggi - rispetto alle elezioni europee... Va segnalato che, a parte la controversa vicenda della bocciata "web tax", il premier, su Rai e media, non sembra pronunciarsi.

Né lui né altri, in primis il Sottosegretario Giacomelli, che ipotizza semplicemente una differenziazione flessibile del canone Rai in funzione della capacità reddituale degli utenti



E la Rai continuava a trasmettere immagini di una tribuna Monte Mario simpaticamente affollata di "vip": da Renzi a Grasso, da Della Valle a De Laurentiis, da Abete ad Abodi... Che assistevano, incastrati ed impotenti di fronte allo sciagurato spettacolo di uno psicodramma mediatico senza precedenti. La Questura ha ribadito che non v'è stata trattativa con le tifoserie, le delicate parole di Grillo hanno gettato acqua sul fuoco ("La Repubblica è morta, i suoi cittadini non hanno più rappresentanza, la pentola a pressione sta per saltare. All'Olimpico veniva da piangere, come a un funerale"), ma oggettivamente lo "spettacolo" è stato indegno di un Paese civile, e sintomatico di un inquietante intreccio di patologie psico-socio-mediatico-politiche. Condiviamo quel che ha scritto Saviano sulla vicenda: "Lo Stato nel pallone salvato da Gomorra". ■

Anaelo Zaccone Teodosi