



*L'incerto scenario politico nazionale determina un ulteriore rallentamento dei processi decisionali: l'Agcom sembra sonnecchiare, qualche lieve segnale di novità dalla Rai, la leggenda della vendita di La7 e del "beauty contest". E Telecom Italia si vuole tenere stretto "l'ultimo miglio"...*

# L'eterna lentezza

di **Angelo Zaccone Teodosi (\*)**

**L'**edizione di settembre (scritta a luglio) della nostra rubrica prospettava una "calda estate", agitata ed inquieta, ma dai novelli "decision maker", ovvero dai nuovi componenti del Consiglio dell'Agcom e dai nuovi Consiglieri di Amministrazione della Rai, non sono giunti segni di attivismo rivoluzionario.

Sarà che si sono insediati entrambi intorno a metà luglio, sarà che agosto è mese di relax per tutti (per chi se lo può permettere), sarà quel che sarà... ma il sistema dei media e della cultura italiano non ha registrato sconvolgimenti estivi di sorta. Calma piatta, anzi nervosa, a fronte di una crisi pervasiva e strisciante: riduzione dei budget, prospettive di licenziamento...

Lo scenario complessivo (la crisi economica che non demorde, un governo "tecnico" che arranca, i dubbi sulle elezioni politiche in primavera...) non stimola certamente processi decisionali netti e rapidi: sembra prevalere su tutto una "cappa" pesante, un congelamento, una stagnazione (termine a noi caro: ahinoi, lo utilizziamo da molti anni, sulle colonne di "Millecanali").

Tutto fermo. In attesa di cosa, non è chiaro. Quanti sono realmente convinti che dalle elezioni possa uscire fuori un'Italia più "governabile" e comunque più governata?! Le due coalizioni, a sinistra ed a destra, soffrono di crisi interne profonde e non si capisce veramente chi stia meglio, tra i due malati gravi. Anche se fosse vero che Grillo e Di Pietro raggiungeranno un quindici o venti per cento dei voti, ci si domanda con chi andranno a governare (e con quali "agende", dato che i loro programmi non sono esattamente... scientifici). In ogni caso, questa sinistra "radicale" avrà inevitabilmente necessità di un sostegno del centro-sinistra,

che è spaccato anche su tematiche come i diritti civili e l'eutanasia, con Santa Romana Chiesa che rinnova la sua ingerenza.

## La sonnolenza Agcom

Stendiamo un velo sull'Agcom: non abbiamo traccia di una sortita una, significativa, da quando si è insediato il nuovo Consiglio: li immaginiamo tutti presi a studiare decine di dossier...

Il 25 luglio, il Consiglio si è formalmente insediato, ha provveduto a definire le materie di propria competenza e quelle attribuite alla Commissione Infrastrutture e Reti (Cir) e alla Commissione Servizi e Prodotti (Csp), stabilendone altresì la composizione: della Csp faranno parte, oltre al Presidente, i commissari Antonio Martusciello e Francesco Posteraro; componenti della Cir saranno, oltre al Presidente, i commissari Maurizio Decina e Antonio Preto.

Si legge nel comunicato stampa: "Già nella riunione odierna il Consiglio ha compiuto un primo giro d'orizzonte degli argomenti più urgenti in agenda, riservandosi di approfondirli nelle prossime riunioni".

Ironia a parte, il "giro d'orizzonte" si deve essere concluso presto: qualcosa hanno iniziato a fare, se il 20 settembre il Consiglio ha approvato una prima bozza dello schema di provvedimento per le procedure di gara previste dalla legge n. 44/2012 in materia di frequenze televisive. Sulla base di queste procedure, il Ministero dello Sviluppo Economico assegnerà (dovrebbe assegnare) i diritti d'uso mediante asta pubblica. Lo schema del provvedimento è stato trasmesso a Bruxelles e sarà oggetto di un confronto tecnico con la Commissione Europea. Successivamente, lo schema di

provvedimento sarà sottoposto a consultazione pubblica tra i soggetti interessati. Inoltre, per la sua definitiva approvazione, occorrerà un parere formale della Commissione Europea, necessario per il superamento della pendente procedura d'infrazione.

Cerchiamo di tradurre in italiano corrente: il provvedimento vedrà la luce tra poche settimane o dovremo attendere l'insediamento di un prossimo Esecutivo?! Ricordiamo che la legge 44 del 2012 ha annullato il controverso "beauty contest" e ha previsto l'espletamento di una procedura di gara le cui regole devono, appunto, essere definite dall'Agcom...

L'Agcom ha anche iniziato ad affrontare un'altra "patata bollente": la rilevazione degli ascolti radiofonici. Il 18 settembre c'è stata una riunione del "tavolo tecnico" che deve studiare la materia. Anche qui... andamento lento. Studi, commissioni, consultazioni pubbliche e private. Quanto lavorano all'Agcom! Da non crederci.

Si segnala peraltro che il Segretario Generale Roberto Viola ha assunto dal 5 settembre l'incarico di Vice Direttore Generale della Direzione Generale Communications Networks Content and Technology (Dg Connect) della Commissione Europea, ed immaginiamo che la nomina di un nuovo Segretario rallenterà ulteriormente i lavori dell'Autorità.

### L'Italia e la pirateria audiovisiva

E che dire del "dossier" relativo al diritto d'autore "on line"? Anche questo sembra rimosso, dopo le polemiche che determinarono la pavida decisione di Calabrò di non procedere all'approvazione della delibera che avrebbe dovuto contrastare il "download" illegale e contrastare la pirateria. Questa indecisione (cioè non decisione) ha fatto sì che l'Italia finisse nuovamente nella "Watch List" degli Usa (in bella compagnia con Cina e Russia), come si evidenzia nel documento presentato il 21 settembre al Congresso americano. Come dire?! L'Agcom sta certamente studiando. Anzi, ristiudando. E perché non un nuovo "libro bianco"? Il precedente appare ormai polveroso.

E che dire della (non) presentazione pubblica della "Relazione Annuale"? È stata messa online il 21 settembre, in sordina (senza nemmeno un comunicato stampa!): eppure dovrebbe essere un documento importante, per tutti gli operatori del settore mediale italiano. Ma il nuovo consiglio dell'Agcom non avrà voluto mettere il proprio "imprimatur" politico sulla Relazione (che è indirettamente frutto dei predecessori) e quindi è stata pubblicata... con discrezione.

La Relazione Agcom è forse destinata a fare la fine della Relazione annuale sul Fus, il Fondo Unico dello Spettacolo, divenuta ormai semi-clandestina?

### La favola della vendita di La7

Quest'articolo viene chiuso in tipografia prima del 24 settembre, termine per la presentazione di manifestazioni di interesse (non vincolanti) per l'emittente La7 e per i multiplex di Telecom Italia Media. Finora sono circolate soltanto indiscrezioni, secondo le quali ci sarebbero state addirittura

15 candidature di potenziali acquirenti: Sky Italia, Rtl (ovvero il gigante mediale Bertelsmann), Abertis, Liberty Media, Al Jazeera, Tarak Ben Ammar, il fondo Clessidra, una partnership Cairo Communication-H3G (cioè 3 Italia, il gruppo cinese Hutchison Whampoa)...

Mediaset ha dichiarato di non essere interessata (al di là delle polemiche su tetti antitrust e simili che si sono subito scatenate), ma lo sarebbe la società che gestisce la sua rete distributiva, Ei Towers. A sinistra, alcuni ipotizzano che dietro Tarak ed il fondo di Claudio Sposito (ex amministratore delegato Fininvest, che nella valutazione di acquisto avrebbe chiesto consiglio a Bassetti, ex Endemol), vi sia comunque la longa manus di Berlusconi: secondo questa interpretazione, Berlusconi avrebbe estremo timore dell'ingresso sul mercato italiano di un "player" forte straniero, che potrebbe "bypassare" le logiche provinciali e consociative del nostro mercato. C'è anche chi teorizza che un decennio fa Berlusconi sostenne Tronchetti Provera, che spodestò Colaninno (che aveva comprato la Tv da Cecchi Gori) nel controllo di Telecom Italia, perché l'accordo sottostante implicava il mantenere cheta ogni aspirazione televisiva del gruppo di tlc ed in effetti così è avvenuto per un decennio.

"Quieta non movere et mota quietare", recita il motto latino. È peraltro un dato oggettivo che Telecom Italia sia appesantita da un passivo enorme, oltre 30 miliardi di euro, e che i suoi obiettivi siano altri: mantenere il controllo "dell'ultimo miglio" e cercare di resistere alla concorrenza nonostante una rete vecchia (la fibra in rame), che pure potrebbe vivere una nuova stagione grazie ad alcune innovazioni tecnologiche...

Noi crediamo che Telecom Italia sia la prima responsabile del ritardo italiano nella diffusione della banda larga ed abbia approfittato del deficit di "policy making" strategico dei governi che si sono avvicendati negli ultimi anni (destra / sinistra, non rileva). E non ci sembra che abbiano alcuna concretezza alcune ipotesi di co-investimento pubblico/privato che sono allo studio da mesi, che prevederebbero un ingresso in campo della Cassa Depositi e Prestiti (controllata al 70 per cento dal Ministero per l'Economia): di fatto, Telecom bussa alla porta dello Stato, col cappello in mano, chiedendo sussidi pubblici per mantenere la sua posizione dominante.

Da non crederci. Ma in verità le consorelle europee mettono in atto procedure simili, quando vanno a bussare alla porta della Commissaria Kroes: dietro la gran retorica delle "agende digitali" (il toccasana infinito per l'economia e la democrazia), c'è un'istanza di assistenzialismo pubblico. Paradossale. Non siamo convinti che la vendita di La7 si concretizzerà, perché il mercato italiano continua ad essere bloccato, vischioso, tutto concentrato in un assetto triopolistico (che assorbe il 90% del totale delle risorse dell'economia televisiva), che, per essere scardinato, richiede investimenti veramente ingenti. Attualmente, La7 costa circa 200 milioni di euro l'anno e ne perde la metà. Anche se il suo share è cresciuto, la sua raccolta pubblicitaria non è cresciuta

proporzionalmente: è una delle conseguenze di quel "blocco" oligopolistico che caratterizza il sistema italiano ormai da decenni.

Per far crescere La7 sono necessari investimenti nell'ordine di 500 milioni di euro l'anno e non soltanto per due o tre anni. Soltanto investimenti di questa "magnitudo" potrebbero scardinare il sistema, e provocare un... terremoto. Nutriamo dubbi che vi siano investitori così coraggiosi e temerari.

In Italia, non ci sono certamente: si ricordi che Berlusconi è cresciuto così tanto perché tutti gli altri competitori si sono ritirati dall'arena. All'estero, peraltro, temiamo prevalga un'immagine così "mediterranea" (eufemismo) del nostro Paese da non stimolare seriamente nessun investitore.

C'è chi sostiene che Monti e Passera intendono mantenere sotto schiaffo Berlusconi, rispetto alla "spada di Damocle"

del "beauty contest", rimandando la decisione...

Se Bernabé non ricevesse le richieste garanzie "assistenziali" dalla

Cassa Depositi e Prestiti (vedi supra), venderebbe le frequenze di La7 a Berlusconi, in qualche modo affrancandolo dal "ricatto" governativo sulle frequenze...

Siamo tra Risiko e Monopoli. È "fantapolitica"? È "fantamedialogia"? Crediamo di sì, come la possibile alleanza tra Sky ed il Gruppo l'Espresso, ed altre ipotesi ancora. Il sistema reale dei media in Italia è in verità molto più stabile (e conservatore) di quel che sembrerebbe, se queste voci fossero vere. Diverte osservare come qualche giornale abbia lanciato l'idea che il produttore franco-

tunisino Tarak Ben Ammar fosse anche il rappresentante di non meglio precisati interessi di gruppi mediali dei Paesi del Golfo. È vero gli emiri arabi stanno comprando di tutto in Italia ma dubitiamo che dal loro punto di vista La7 rappresenti un investimento... strategico.

Noi comunque scommettiamo che, a fine 2012, La7 sarà ancora nel portafoglio Telecom Italia. E resterà lì a vivacchiare. Se crescerà il suo share, sarà per la capacità della sua squadra, non per la sensibilità di Ti Media o per una iniezione di risorse di cui avrebbe evidentemente necessità.

La farsa della numerazione dei canali

L'altra notizia agostana degna di nota è rappresentata dalle sentenze del Consiglio di Stato che hanno annullato il piano

nazionale di numerazione dei canali per il telecomando. La vicenda delle "Lcn" è complessa e non vogliamo qui addentrarci nel suo approfondimento tecnico. Ci limitiamo ad osservare che c'è un concreto rischio di "anarchia" del telecomando, e nutriamo qualche dubbio sulla capacità dell'Agcom di rimettere mano alla vicenda senza... ricommettere errori.

Il Consiglio dell'Autorità, intanto, il 4 settembre, ha adottato "in via d'urgenza" un provvedimento che, a seguito delle sentenze del Consiglio di Stato depositate il 31 agosto 2012, proroga l'attuale "Piano di numerazione automatica dei canali" fino all'adozione del nuovo Piano, che "in considerazione della complessità degli adempimenti, sarà emanato entro 180 giorni a decorrere dall'avvio della consultazione pubblica tra i soggetti interessati" (testuale). Congelamento provvisorio. Bocciata, l'Agcom si rimette a studiare. La vicenda della numerazione dei canali del telecomando ricorda la gestione del digitale terrestre nel nostro Paese: una storia di errori, di approssimazione, di stop & go, di deficit di strategia.

**Rai: prudenza prudenza prudenza**

Per quanto riguarda la Rai, si registra, anche qui, un "andamento lento": prudenza prudenza prudenza. E quindi lentezza. Il Direttore Generale Gubitosi ha chiamato dall'esterno due manager di grande esperienza, anche se non maturata nel settore mediale. Costanza Esclapon è il nuovo Direttore della Comunicazione e Relazioni Esterne e Camillo Rossotto il nuovo Direttore Finanziario.

Esclapon, già Direttore Corporate Communication di Alitalia, sostituirà alla Direzione Comunicazione e Relazioni Esterne Guido Paglia, che lascia la Rai per raggiunti limiti di età. Rossotto, 22 anni di carriera in Fiat in Italia e all'estero e un breve periodo in Barilla, è andato a ricoprire una posizione fino ad oggi ricoperta ad interim del Direttore Generale. Segnaliamo che Gubitosi, nel ringraziare Paglia per il lavoro svolto, ha espresso soddisfazione per l'arrivo di queste due importanti professionalità, che andranno a completare una "squadra già molto valida". Qualcuno ha commentato: se fosse stata effettivamente "già molto valida", il Dg avrebbe potuto attingere ad una qualche professionalità interna, soprattutto sul versante della Comunicazione, anche perché è stranota la "massa" di giornalisti Rai (oltre 1.600, di cui circa 300 inquadriati come dirigenti), tra i quali non mancano certo le eccellenze. È evidente che il nuovo Direttore Generale ha voluto al suo fianco due manager di fiducia, totalmente estranei al mondo Rai, in due ruoli-chiave: la finanza e la comunicazione.

Per il resto, non trapela molto da Viale Mazzini: sembra chiaro che non avremo un Consiglio di Amministrazione vivace e policentrico come in passato, perché la Presidente Tarantola ed il Dg Gubitosi dispongono - come suol dirsi - di "ampia delega" e possono, volendo, riformare il Gruppo Rai senza dover affrontare la "via crucis" del Cda.

Ma è questo il loro mandato? Ci auguriamo che vogliano contribuire ad una migliore definizione del profilo identitario

gli speciali



**L'inizio di una 'lunga marcia'?** Il direttore generale della Rai Luigi Gubitosi ha iniziato un'opera di rinnovamento della Tv pubblica, pur all'insegna della prudenza, fra l'altro prendendo provvedimenti per ciò che riguarda i conti aziendali, la Supra, Rai Fiction.

della Rai, per evitare la deriva dell'omologazione e ridare senso profondo al servizio pubblico, che dovrebbe essere palestra di pluralismo, diversità, ricerca, sperimentazione, non ri-produzione dell'esistente.

### Lentezza ovunque: da Cinecittà...

E la stessa lentezza la si registra in altre vicende che sono state oggetto di recenti polemiche: ci limitiamo a citare Cinecittà. Anche in questo caso, il Ministero competente si è mostrato... prudente e lento. I giornali si scatenano, fioccano le interrogazioni parlamentari, ma tutto resta come prima. Sostanzialmente congelato. Una surreale "sospensione". Nel mentre, a Cinecittà come altrove, qualche taglio lì e qualche licenziamento là, sempre evocando lo spauracchio "Grecia" (che resta dietro l'angolo, dato che siamo in balia di questa entità metafisica che sono "i mercati finanziari"): "è la crisi, baby", versione d'attualità di quel "è il mercato, baby" con cui il capitalismo digitale sta governando il mondo.

In verità, i licenziamenti sono l'unica notizia vera: basta sfogliare le pagine del mensile specializzato sul mondo dei media e dell'editoria, "Prima Comunicazione", per rendersi conto di come si vadano assottigliando le redazioni di quotidiani e periodici, come cresca il precariato, e quindi tendenzialmente si alimenti lo sfruttamento, a discapito della qualità dell'informazione. Le Tv e Radio locali sopravvivono a se stesse, boccheggiano ed attendendo "le sovvenzioni", per una grama sopravvivenza.

Né Monti né Passera né Ornaghi hanno una minima idea delle difficoltà che sta affrontando l'industria culturale e mediale italiana e nulla stanno facendo per contrastare la crisi che pervade tutti i settori.

### ... all'Agenda per l'Agenda Digitale

Anche la partita dell'Agenda Digitale è un'occasione sprecata: è mancato un dibattito alto, strategico, a trecentosessanta gradi, e l'Agenda costituenda finirà verosimilmente per essere un altro carrozzone burocratico, comunque al servizio delle potenti lobby delle tlc.

Un dettaglio, per tutti, sfuggito all'attenzione dei media e finanche della comunità professionale. Il 26 luglio 2012, la Commissione Trasporti della Camera ha approvato la relazione sul provvedimento proposto da Gentiloni, Palmieri, Rao (e quindi di tipo "bi-partisan"), "Disposizioni per l'Agenda Digitale" (relatrice l'onorevole Deborah Bergamini) e l'iter sembrava avviato a positiva conclusione (a metà settembre, però, il Ministro Passera ha... frenato, ovviamente!), ma anche questo testo ignora la questione centrale, fondamentale, nodale, dei contenuti: premesso che, grazie a Telecom Italia ed all'ignavia di chi ci ha governato, abbiamo una "banda larga" schifosa, il Governo continua a non comprendere che la diffusione dei "tubi" è sì importante, ma forse ci si deve porre anche, e seriamente, il quesito su "cosa" far veicolare in questi.

Contenuti originali, creativi, di qualità, o infinite repliche di

quanto finora prodotto?! E qualcuno ha coscienza, al Governo, che gli investimenti in nuovi contenuti stanno diminuendo, in Italia, in tutti i settori, dall'editoria alla musica, al cinema, alla Televisione?

Forse tra fine settembre ed inizio ottobre, verrà nominato il Direttore della novella Agenzia Digitale, se si supererà lo scontro tra i ministri Passera e Profumo (ennesima dimostrazione di lungimiranza del nostro Esecutivo). Incrociamo le dita. Ci asteniamo da commenti sulle procedure di selezione.

### Tax shelter e tax credit... per i videogiochi?

Un recente decreto contiene un articolo che merita un approfondimento: si tratta dell'articolo 24, il cui titolo è chiaro: "Misure di sostegno fiscale alle aziende videoludiche italiane: credito d'imposta e detrazione degli utili reinvestiti". Più precisamente, si tratta di credito d'imposta e detrazione degli utili reinvestiti per la produzione di videogiochi da parte di imprese italiane, oltre che credito d'imposta per la distribuzione di videogiochi realizzati sul territorio italiano, per gli investimenti di "venture capital" dedicati alle imprese del settore e per progetti di ricerca realizzati in collaborazione con Università o enti pubblici di ricerca.

Iniziative lodevoli, se non verranno tutte strumentalizzate dalle "major" multinazionali. In altre parole: sono provvedimenti che richiamano alla mente quel "tax shelter" (detassazione degli utili) e "tax credit" (credito d'imposta) che sono stati approvati, nel 2008, dopo lunga e faticosa gestazione, a favore del settore cinematografico, e che hanno prodotto risultati positivi, anche se inferiori alle aspettative. Iniezioni mirate di sostegno pubblico in qualche modo alternative alle vetuste dinamiche delle sovvenzioni. Altri settori hanno invocato disposizioni fiscali simili ma di fatto nessuno le ha ottenute. E con questa proposta di legge si introducono a favore di un settore che, nel bene e nel male, è uno dei più ricchi del mercato culturale italiano (nel 2011 ha fatturato circa 1 miliardo di euro) e che, peraltro, va evidenziato, non investe esattamente molto nella produzione di contenuti di qualità "made in Italy"!

La domanda che sorge spontanea è: esiste, nel Governo e nel Parlamento, una minima idea, una cognizione elementare, di come funziona la politica culturale e l'economia dei media? Osservando questo panorama devastante, la risposta è semplice: no. ■

(ha collaborato Elena D'Alessandri)

(\*) Angelo Zaccone Teodosi è Presidente di IsICult - Istituto italiano per l'Industria Culturale. L'Osservatorio IsICult / Millecanali, laboratorio di analisi sulla Televisione e i media, è stato attivato nell'ottobre del 2000: questa è l'edizione n° 122.

IsICult - Studio Casimiro Martini, piazza Alessandria 17, 00198 Roma, tel. 06/94538382 - 327/6934452, info@isicult.it - www.isicult.it.