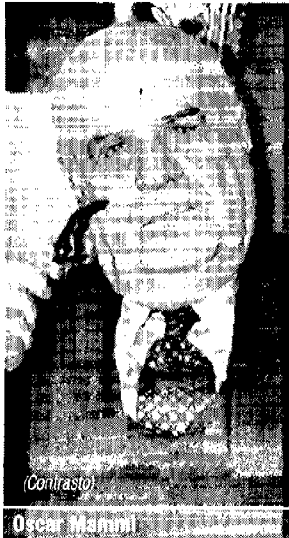


I nodi del Ddl / Il sistema integrato di comunicazione

Nasce con la Mammi il primo «Sic»

Leggi a confronto



(Contrasto)

Oscar Mammi

(L'Espresso)

Antonio Maccanico

(Ansa)

Maurizio Gasparri

- **Secondo la legge Mammi**, approvata nel 1990, «per risorse complessive del settore della comunicazione di massa» si intendono i ricavi derivanti da:
 - vendita di quotidiani e periodici
 - vendita e utilizzazione dei prodotti audiovisivi
 - abbonamenti a giornali, periodici o emittenti radiotelevisive
 - pubblicità
 - canone e altri contributi pubblici a carattere continuativo
- **Nessun soggetto** può realizzare più del 20% di tali risorse o più del 25% se consegue almeno due terzi dei propri introiti nel settore della comunicazione di massa.

- **Per la legge Maccanico** del 1997, nessun soggetto che detenga partecipazioni nella tv e nell'editoria quotidiana e periodica può raccogliere, sommando i ricavi dei due settori, proventi superiori al 20% del totale nazionale delle risorse derivanti da:
 - pubblicità
 - spettanze da televendite
 - sponsorizzazioni
 - convenzioni con enti pubblici e finanziamento della Rai
 - ricavi da offerta televisiva a pagamento
 - vendite e abbonamenti a quotidiani e periodici
 - mercato dell'editoria elettronica destinata alla famiglia

- **Con il Ddl Gasparri**, nessun soggetto può conseguire ricavi superiori al 20% delle risorse complessive del Sic. I ricavi sono:
 - finanziamento servizio pubblico al netto dei diritti dell'Erario
 - pubblicità nazionale e locale
 - sponsorizzazioni, televendite
 - investimenti di enti e imprese, per promuovere i propri prodotti o servizi
 - convenzioni con enti pubblici e provvidenze pubbliche
 - offerte televisive a pagamento
 - vendite di beni, servizi e abbonamenti relativi ai settori indicati all'articolo 2

ROMA ■ Il Sic, Sistema integrato della comunicazione, non è un'invenzione della legge Gasparri. È la rielaborazione allargata delle norme sulle risorse contenute nella legge Mammi e nella legge Maccanico. Secondo il ministro delle Comunicazioni che sta dando il suo nome alla legge di prossima approvazione, «proprio Maccanico aveva già indicato di fatto un Sistema integrato delle comunicazioni, aggiornandolo dalla Mammi, che la legge attualmente in discussione in Parlamento non fa che rendere maggiormente coerente e moderno».

I precedenti Sic, se così si possono chiamare, hanno però una caratteristica in comune: non sono mai stati calcolati, definiti e formalizzati. E le relative norme sono rimaste inattuato.

L'antesignano. Curiosamente, l'articolo della legge Mammi — approvata nel 1990, a prezzo di una crisi di governo — è il numero 15, come nel disegno di legge Gasparri. Il limite fissato, anche in questo caso, è pari al 20% delle risorse complessive del settore delle comunicazioni di massa. Il tetto si alzava al 25% per i soggetti che realizzavano almeno due terzi dei propri introiti nel settore della comunicazione. componevano quel Sic ante litteram ricavi da vendita di quotidiani e periodici o da utilizzazione di prodotti audiovisivi (leggi: home-video) fino agli abbonamenti a giornali e pay tv. Oltre a pubblicità, canone e altri contributi pubblici.

Risorse o audience. L'attuazione spettava al Garante per l'editoria e la radiodiffusione,

che commissionò un rapporto alla Global Media Italia. «Il Sic è concettualmente uno strumento d'avanguardia — sottolinea Angelo Zaccone Teodosi, autore di quel rapporto, oggi presidente di IsiCult — ma evanescente nella sua concreta applicabilità. In Italia non si dispone a oggi di una strumentazione adeguata a misurare l'economia dell'industria culturale. E nemmeno una stima credibile e affidabile delle risorse affluenti al sistema televisivo. Anche i risultati prodotti per il Garante dell'editoria erano suscettibili di critiche metodologiche e definitive». Aggiunge Zaccone Teodosi: «In nessun Paese al mondo è stato adottato un sistema come il Sic». La stessa Commissione Ue, alcuni anni fa, elaborò un'ipotesi di direttiva antitrust, che s'arenò nei criteri di

misurazione delle concentrazioni multimediali. «Nei Paesi che hanno affrontato la questione seriamente è stato introdotto un tetto per le audience» conclude Zaccone.

Esperti divisi. Sette anni dopo tocca alla legge Maccanico. Oltre ai limiti sulle risorse setto-

