



# Tv pubblica al 3%. In Mediaset lo 0,5%

**Q**UANTE ORE DI DOCUMENTARI tramette la Rai ogni anno? Secondo elaborazioni della stessa tv pubblica, si sarebbe trattato di 619 ore nell'anno 2000, ovvero di un 21,6 per cento delle 2.865 ore che la Rai classifica come "programmi culturali", su un totale di 20.912 ore messe in onda dalle tre reti (al netto della pubblicità). Si tratta, quindi, di 619 ore su un totale di 20.912: poco meno del 3 per cento del totale delle ore trasmesse. Va precisato che queste elaborazioni sono basate sul concetto di "intera giornata" ed includono le trasmissioni delle fasce notturne: i dati sarebbero ancora più deprimenti, se si focalizzasse l'attenzione sulla "giornata televisiva" reale, che va dalle 7 del mattino alle 2 del mattino (dalle 2 alle 7 del mattino, l'audience

complessiva scende sotto la soglia complessiva di 2 milioni di telespettatori).

Il termine "documentario" rientra però dalla porta di servizio, quando fa comodo, nel contratto di servizio: il famigerato articolo 9, che regola gli investimenti obbligatori in produzione (il 20 per cento del canone), prevede, en passant, che per "produzione italiana ed europea di audiovisivi" si intendano, anche, tra l'altro, i diritti su "documentari" prodotti o coprodotti in Italia o nell'ambito comunitario, con particolare attenzione ai produttori indipendenti. Ma nel gran calderone degli obblighi della produzione (la stessa Rai dichiara ufficialmente trattarsi di 460 miliardi di lire di investimenti totali per l'anno 2001), nulla di specifico è previsto per i documentari, a fronte dei

100 miliardi destinati ai film cinematografici (51 per cento della quota del 40 per cento destinata genericamente ai "film") ed ai 40 miliardi destinati ai cartoni animati per la formazione dell'infanzia (8 per cento dei 460 miliardi di lire complessivi). Il canone obbligatorio invece, potrebbe e dovrebbe, consentire alla Rai di investire in programmazione che consenta di distinguere la sua offerta da quella delle tv commerciali. Anche in documentari, per esempio. Se Rai dichiara di aver trasmesso 619 ore di documentari nell'anno 2000, dal bilancio Mediaset risulterebbe che nell'anno 1999 sarebbero state trasmesse 125 ore di "documentari", corrispondenti allo 0,5 per cento del totale delle ore di palinsesto (26.280 ore). Le 125 ore, classificate tra le "produzioni"

e non tra i "diritti", sarebbero così state ripartite: 82 ore su Italia 1 (0,9 per cento del palinsesto del canale), 42 ore su Rete 4 (0,5 per cento) e... 1 ora (una) su Canale 5 (0,0 per cento!)

Da segnalare il ruolo di Tele+, che nel corso del 2000 ha rinnovato un accordo con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, in base al quale l'emittente franco-italiana si è impegnata ad investire 90 miliardi di lire, nel biennio 2000-2001, sul cinema italiano, tra coproduzioni e preacquisti: una quota di questi investimenti, il 5 per cento, corrispondente a poco più di 2 miliardi di lire l'anno, è specificamente destinata ai documentari. Un ruolo significativo viene svolto anche dalla piattaforma Stream, anche se non è disponibile nessun dato ufficiale o attendibile, rispet-

to alle dimensioni di spesa per acquisto e produzione di documentari. Vanno ricordati canali tematici come gli italici Marco Polo (prodotto da Sitcom) e Rai-Sat Art e la francese Planete su Tele+, Cult Network Italia e Canale Viaggi su Stream. Leonardo ed Alice (anch'essi prodotti da Stream) sono invece ricevibili in chiaro. L'offerta Stream si è arricchita recentemente di Macchina del Tempo Channel, tv tematica filiatà dalla trasmissione di successo in onda su Rete 4 dal 1997, condotta da Alessandro Cecchi Paone: 12 miliardi di investimento da parte di Mediadigit, la società che controlla le attività Mediaset nei new media, e che sta puntando alla trasformazione di alcuni prodotti televisivi forti in "brand" multimediali, a partire da possibili canali tematici. ☺

# Documentari, i grandi assenti della tv

I successi di Superquark e Ulisse lo dimostrano: piacciono e conquistano pubblico, ma il contratto Rai li ignora

DI ANGELO ZACCONE TEODOSI  
E FRANCESCA MELDOLAGO ALBANI\*

**S**I TIENE QUESTA MATTINA a Roma l'assemblea nazionale dell'Associazione dei documentaristi italiani, Doc/It. Si tratta degli stati generali di un settore ancora marginale nell'economia della televisione italiana, ma vivace (300 i documentaristi italiani), che attende che il legislatore e Rai e Mediaset sintonizzino la situazione nazionale con quella del resto d'Europa, apprezzando finalmente l'importanza culturale.

## Il grande assente della tv italiana

Il documentario è uno dei grandi assenti della televisione italiana. Che come i cortometraggi sembra avere diritto di cittadinanza solo sulle televisioni a pagamento e sui canali tematici. Si tratta di una vera e propria "censura di mercato": le caratteristiche duopolistiche del sistema tv italiano, uniche in Europa, determinano l'emarginazione di tutto quel che non tende al "prodotto medio" (inteso come trasmissione televisiva che punti al picco di audience) e la marginalizzazione dei programmi "diversi". Lo Stato "cinematografaro", poi, ignora tutto quel che non è destinato alla sala, e, venuta meno la legge assistenziale che premiava i cinematografi che proiettavano i documentari prima dei film ed i produttori attraverso un premio cosiddetto "di qualità", è svanito quel meccanismo che aveva consentito la crescita pur artificiale di un'industria nazionale dei documentari, che ha annoverato anche autori del livello di Antonioni, Olmi, Pontecorvo, Maselli, Mingozzi, Vancini, Lizzani.

## Una nicchia di mercato

Eppure il documentario ha una sua "nicchia" di mercato, quantificabile in circa un 10 per cento potenziale dell'audience, anche in prime-time. Questi dati non risultano solo dalla messa in onda di documentari su canali "minori" come Channel 4 nel Regno Unito ed Arte in Francia, ma anche dalla stessa economia anomala della tv italiana: quando Rai 3 ha trasmesso documentari di buona fattura, quest'offerta è stata premiata. Il picco di audience è stato registrato, secondo i dati Auditel dell'intero anno solare 2000, il 4 gennaio, con un'edizione speciale di "SuperQuark" dedicata a Leonardo, che ha raggiunto quasi 7,5 milioni di ascolto, con un'impressionante share del 27 per cento. Non meno apprezzabile il successo di una trasmissione senza dubbio più documentaristica, nel senso classico del termine, come la puntata de "La Grande Storia" dedicata, il 4 settembre 2000, a "L'ultimo Mussolini", che ha registrato un ascolto medio di 2,886 milioni di telespettatori ed uno share del 12 per cento.

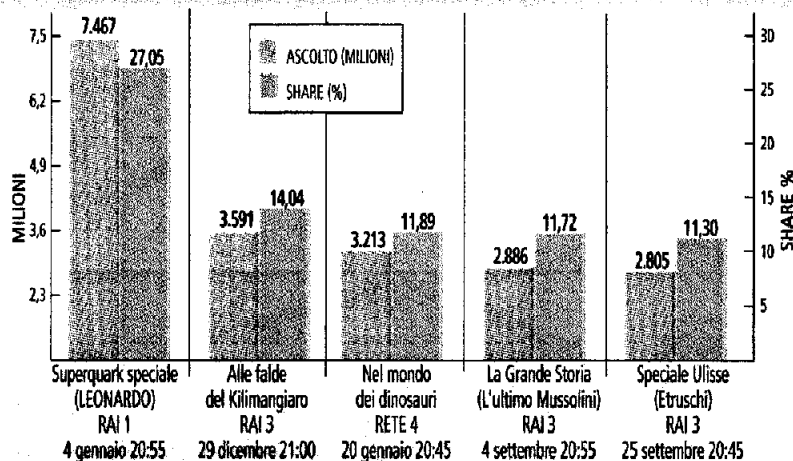
## Il documentario non è un "genere di servizio pubblico"?

Può sembrare incredibile, ma un genere come il documentario viene ignorato, di fatto, dalla stessa Rai, nei suoi resoconti relativi al servizio pubblico: nella pubblicazione più istituzionale, qual è l'"Annuario Rai", i dati relativi ai documentari sono uniti a quelli sulla "fiction". Nel rapporto intitolato "Contratto di servizio 2000-2002 Gli obblighi di servizio pubblico" illustrato dallo stesso presidente Rai Zaccaria in febbraio, il documentario non viene mai citato tra i "macro-generi" dell'offerta Rai ("tg" 16,6 per cento delle ore trasmesse, "fiction" 15,4, "cultura" 13,7, "informazione" 12,0, "film" 10,3, "servizio" 9,9, "in-

trattenimento", 9,1, "sport", 7,2, "programmi per bambini" 5,8 per cento). E' curioso osservare come nel 75 per cento di ore trasmesse sul totale del palinsesto che la tv pubblica calcola essere costituito da "generi di servizio" la Rai sembra ignorare i documentari. Per arrivare all'impressionante quota del 75 per cento di ore di "generi di servizio pubblico", la Rai include tutto il palinsesto, escludendo solo l'intrattenimento (9,1 per cento delle ore trasmesse nell'anno), la "fiction" (9,0 per cento) ed i "film" (6,7 per cento), ma includendovi - nota bene, con abile sofisma - la "fiction italiana ed europea" (6,4) ed i "film di qualità" (3,6 per cento). Ed i documentari? Non ve n'è traccia. Ed in effetti il contratto di servizio non prevede alcun obbligo specifico da parte della tv pubblica in materia di documentari. E quindi la tv pubblica, nei suoi dati ufficiali e nelle sue elaborazioni istituzionali, trascura i documentari. \*ISICULT

## I documentari con maggiore ascolto

Stravince il Leonardo di Superquark. Seguono viaggi e dinosauri



## Il mercato

**Un business mondiale da 1700 miliardi ogni anno**

**Q**UANTO VALE IL MERCATO dei documentari? Alcune ricerche stimano intorno al 10 per cento la quota dei documentari sul totale del business del mercato mondiale dei programmi tv, ma l'economia della televisione è ancora avvolta da molte nebbie ed IsCult ritiene più attendibile un valore oscillante tra il 5 ed il 10 per cento: si tratta comunque di un mercato poco trasparente.

Secondo una fonte come

Screen Digest, ritenuta abbastanza attendibile a livello internazionale, nel 1999 il totale delle vendite di diritti per film e programmi televisivi sarebbe stato, nell'Unione Europea, di circa 2.300 milioni di dollari per le tv "free", cui si dovrebbero aggiungere 1.027 milioni per le tv "pay", con un totale di 3.434 milioni di dollari. Altre fonti stimano invece intorno ai 5 miliardi di dollari l'anno il business complessivo planetario della programmazione televisiva.

Secondo Baskerville Communications, il totale delle ore di programmazione "factual" sarebbe di circa 580 mila ore l'anno in tutto il mondo: generalmente una tv pubblica tende a programmare tra le 1.000 e le 3.000 ore l'anno, mentre un'emittente commerciale non supera le 1.000 ore. La stessa fonte stima il valore di questa pro-

grammazione in circa 1.700 miliardi di lire l'anno. Secondo la più recente ricerca disponibile in materia, curata da Vista Adviser (commissionata da Rai), il mercato dei documentari fatturerebbe in tutto il mondo circa 800 miliardi di lire l'anno (acquisto e pre-vendite), a fronte di un di 936 mila ore di prodotti trattati. La stessa fonte prevede che per il 2005 la quantità di ore di documentari messi in onda nel mondo raggiunga 1,4 milioni di ore, con un incremento del 50 per cento rispetto al 2000. Il totale delle vendite, però, dal 2000 al 2005 dovrebbe crescere solo di un 2 per cento l'anno, dai 400 milioni di dollari del 2000 ai 450 dell'anno 2005. Secondo Alexander&Associates, i documentari determinano un 1,1 per cento del totale del mercato delle videocassette ("sell-through") negli Usa, per circa 73 milioni di dollari.

## La rinascita

### Prime azioni di recupero, ma la politica è rimasta frammentaria

**IL MERCATO DEL DOCUMENTARIO** in Italia, dopo i fasti dei decenni lontani, è stato rivitalizzato soprattutto grazie all'intervento Rai: va riconosciuto ed apprezzato che la tv pubblica ha svolto un ruolo di iniezione di energie economiche e progettuali che hanno rimesso in moto una "macchina" stremata e costretta alla mera sopravvivenza. Si tratta di un fenomeno del tutto simile a quello del settore dei cartoni animati (vedi ".com"

del 7 marzo e del 7 aprile 2001). E' stata la serie "C'era una volta", ovvero le prime sette puntate dedicate ad una sorta di radiografia del pianeta osservato da "altezza bambini", a ristabilire un rapporto positivo tra la Rai ed i circa 300 documentaristi italiani. Interessante osservare come questa prima serie sia nata a seguito di una "dichiarazione di intenti" tra Rai (nella persona dell'allora direttore della divisione tv canale 3 e offerte collegate, Giovanni Tantillo) e l'associazione dei documentaristi italiani, Doc/It (vedi scheda): la Rai approvava un progetto, presentato da Doc/It, e si impegnava a produrre nella stagione 1999/2000 una prima serie di documentari della durata di 50 minuti ognuno. L'accordo prevedeva che la quota di partecipazione dei produttori indipendenti non fosse inferiore al 20 per cento del costo di produzione. Nel lu-

glio 2000, il recalcitrante direttore generale Celli fu coinvolto in un seminario interno Rai, organizzato da Iri Management, che vide la partecipazione di alcuni dei principali protagonisti del tentativo di "rinascita" del documentario italiano: da Pino Corrias a Roberto Olla, da Piero Angela a Milena Gabanelli, da Nicola Caracciolo a Andrea Portante... Nonostante questi tentativi ed alcune lodevoli iniziative, la politica Rai in materia di documentari permane debole e frammentaria: basti pensare che non esiste una struttura ad hoc e quindi le iniziative produttive e progettuali sono disperse, con un policentrismo che determina la perdurante assenza di una politica industriale e culturale organica. Il documentario dovrebbe essere uno dei prodotti caratteristici della "nuova" Rai 3, il cui progetto editoriale resta però ancora indefinito. ©