



Per una TV pubblica innovativa e non replicante.

Dieci "scenari post-RAI":

dieci possibili assetti futuri del servizio pubblico.

**Una ricerca comparativa internazionale,
frutto di un anno di lavoro di un'équipe specializzata.**

ISBN 88-04-48205-2



9 788804 482055



Angelo Zaccone Teodosi
Francesca Medolago Albani

Con lo Stato e con il mercato?

Angelo Zaccone Teodosi

Francesca Medolago Albani

Con lo Stato e con il mercato?



Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo

MONDADORI

Angelo Zaccone Teodosi (Roma, 1960), laureato in Economia alla Luiss di Roma, diplomato al Centro Sperimentale di Cinematografia, è stato il più giovane consigliere di amministrazione nella storia di Cinecittà. È stato direttore dell'ufficio studi dell'Anica, e consulente tecnico di ministri e sottosegretari. Ha pubblicato centinaia di articoli sull'economia e la politica della cultura, è redattore di *Mondoperaio* ed è coautore di *Per fare spettacolo in Europa* (Presidenza del Consiglio dei Ministri, 1996), la prima guida ai finanziamenti europei per l'industria culturale. Dal 1997 dirige l'Istituto italiano per l'Industria Culturale - *IsiCult*.

Francesca Medolago Albani (Bergamo, 1968) è laureata in Lettere alla Sapienza di Roma. È stata consulente di diverse imprese del settore della comunicazione e direttore di ricerche sui media, tra cui *L'erba del vicino è sempre più verde? Analisi comparativa dei palinsesti delle televisioni pubbliche europee* (Rai, 1999). È coautore di *Per fare spettacolo in Europa*, edito anche in versione cd-rom. Dal 1997 presiede l'Istituto italiano per l'Industria Culturale - *IsiCult*.

L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - *IsiCult* è un ente senza fini di lucro specializzato nella ricerca strutturale sulla cultura, i media, lo spettacolo. È indipendente da gruppi economici, politici o mediali, non gode di finanziamenti pubblici e si finanzia solo attraverso l'attività di ricerca e consulenza. Tra i committenti di *IsiCult* la Presidenza del Consiglio dei Ministri, Rai, Mediaset. Per il Comune di Roma sta realizzando la prima ricerca sulla politica culturale di un'amministrazione comunale mai effettuata in Italia. Nell'autunno del 1999 *IsiCult* ha presentato al Prix Italia una ricerca internazionale sulle maggiori emittenti televisive europee, destinata a divenire un osservatorio permanente. Tra i progetti dell'Istituto, la borsa nazionale delle sponsorizzazioni culturali e il primo rapporto annuale sull'industria culturale italiana.

ART DIRECTOR: GIACOMO CALLO
PROGETTO GRAFICO: CRISTINA BAZZONI

In Italia il dibattito sulla Rai, sul suo assetto e sul suo futuro, sembra avvitato su se stesso, chiuso in una visione autoreferenziale e conservativa, piuttosto provinciale.

Lo scenario internazionale consente invece di apprezzare le molte e differenti, radicalmente differenti, interpretazioni del concetto di "televisione pubblica" nel mondo: dalla TV pubblica "bonsai" (la Pbs americana, con uno share basso ma meno piccola di quel che si crede, a fronte della crisi dei network tradizionali) al servizio pubblico "duro e puro" (senza o con poca pubblicità, come le tedesche Ard e Zdf, ma generosamente finanziate dallo Stato), ai più diversi esperimenti di pluralismo (i due canali televisivi pubblici completamente autonomi tra loro in Danimarca; i canali pubblici regionali in diretta concorrenza con la TV pubblica nazionale in Spagna; i tre canali pubblici dei Paesi Bassi, gestiti in "condominio" da decine di associazioni di telespettatori)... Vi è anche chi, come la Nuova Zelanda, ha deciso di non finanziare le emittenti pubbliche, ma solo la produzione di specifici programmi televisivi.

La ricerca realizzata dall'*Istituto italiano per l'Industria Culturale*, frutto di un anno di lavoro di una decina di ricercatori specializzati e di un'équipe di corrispondenti dall'estero, propone anche "dieci scenari" post-Rai, dieci possibili assetti del servizio pubblico, validi anche per l'Italia: dall'abolizione del canone (che peraltro già oggi oltre un quarto delle famiglie italiane non paga) alla divisione della Rai in entità giuridicamente autonome, dall'eliminazione della pubblicità sulla TV pubblica alla condivisione di missioni di servizio pubblico con le emittenti private.

I futuri possibili della Rai sono ancora tutti da esplorare, attendono architetture coraggiose e moderne, in grado di rispondere alle sfide della democrazia digitale e della competizione globale.

In sovraccoperta:
Foto di Tommy Flynn/Photonica