

32 miliardi di euro nel 2003, secondo le stime del "Sole 24 Ore" nella Gasparri originaria, poi scesi a 26, poi risaliti a 29 nel 2004, divenuti 24 miliardi secondo la Bordoni qualche mese fa... Al di là del "dimagrimento" imposto da Ciampi nel dicembre 2003, nel giugno 2006 il "Sistema integrato delle comunicazioni" è stato finalmente quantificato dall'Autorità: 22.144 milioni di euro nel 2005. Sarà vero?

Alle radici della cabala Sic...

La notizia è stata resa di pubblico dominio nel primo pomeriggio del 7 giugno 2006, ma solo il 20 giugno l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha pubblicato sul proprio sito web l'Allegato A alla Delibera n. 341/06/Cons, che propone una descrizione, pur sintetica, del "percorso metodologico" e delle "risultanze finali", nella quantificazione surreale del fantomatico Sic.

Le poche paginette in questione possono risultare forse soddisfacenti per un lettore superficiale o per un giornalista non specializzato, ma, per chi ha fatto della ricerca mediologica il proprio mestiere quest'allegato appare insufficiente per comprendere la metodologia effettivamente utilizzata negli anni di lavoro (2 anni!) degli uffici dell'Autorità.

La quantificazione del Sic sembrava essere divenuta una sorta di mito, come l'Araba Fenice. Ancora nel settembre 2005, il Presidente Calabrò aveva definito il Sic un "grosso ginepraio"...

Nel maggio del 2005, il quotidiano "Il Sole 24 Ore" scriveva: "L'Authority ha perso il Sic.

Angelo Zaccone Teodosi (*)

A un anno dalla Gasparri, ancora irrisolto il rebus del Sistema integrato della comunicazione. (...) È un dato di fatto che è la stessa genetica del Sic a renderne complessa una stima definitiva".

Il quotidiano confindustriale, comunque, nell'edizione del 10 maggio 2005, quantificava il totale dell'opinabile "paniere" in 26.048 milioni di euro per l'anno 2003, ovvero ben 4,5 miliardi di euro in più rispetto alla più contenuta recen-

te quantificazione Agcom relativa al 2005. Il 30 maggio 2005, il "Sole" quantificava il valore del Sic nel 2004 in 28,71 miliardi di euro, con un incremento del 10 per cento rispetto alla stima relativa all'anno 2003.

Una prima stima del "Sole", elaborata nel 2003, aveva quantificato il Sic in 32 miliardi di euro...

Il diavolo e l'acquasanta

Questi balletti di numeri sono stupefacenti, se rapportati alla serietà con cui Paesi come il Regno Unito e la Francia elaborano stime istituzionali in materie simili.

Procediamo con ordine, per evitare di dare, anche noi, i numeri: data l'attesa, che era divenuta ormai quasi... spasmodica, va dato atto che il primato, nel rivelare le conclusioni del Consiglio Agcom del 7 giugno, va assegnato all'agenzia stampa Asca, che, con un telegrafico lancio delle ore 14.17 del 7 giugno, scrive: "Agcom: Sic valutato in 21,567 mld nel 2004, in 22,144 mld nel 2005".

Nella riunione del 7 giugno,



l'Autorità ha tramutato il documento delle sue strutture sul sistema integrato delle comunicazioni in una delibera di consiglio. È opportuno ricordare che la delibera è stata assunta all'unanimità, "udita la relazione" dei Commissari Giancarlo Innocenzi Botti e Sebastiano Sortino, ovvero – se ci si consente la metafora – il diavolo e l'acquasanta (o viceversa, a discrezione del lettore), dato che l'uno è spesso (stato) l'alfiere delle tesi Mediaset e l'altro delle tesi Fieg, non esattamente sintoniche.

Resi pubblici questi dati, il primato nell'esprimere un parere sul Sic, discretamente critico, è invece di Marco Beltrandi, Vice Presidente della Commissione Trasporti della Camera, già responsabile comunicazione dei radicali ovvero poi della Rosa nel Pugno. Poco dopo, l'ex Ministro Gasparri sostiene che "i profeti di sventura sono stati smentiti", dato che il Sic si è finalmente materializzato, dopo infinita attesa.

La quantificazione del Sic è stato un "processo articolato e complesso – secondo quel recita il comunicato stampa ufficiale Agcom – , che si è avviato con l'esatta definizione del perimetro merceologico delle sette aree di attività economica e della natura delle dodici tipologie di ricavi, così come definiti dalla legge Gasparri.

Dal punto di vista delle aree economiche, quelle della stampa quotidiana e periodica, della radio e televisione, dell'editoria annuaristica ed elettronica, sono state analizzate attraverso una rilevazione diretta presso le imprese del settore (oltre 300). In ogni caso, per le imprese di minori dimensioni (come le televisioni locali) le informazioni sono state acquisite tramite l'Informativa economica di sistema (Ies) che affianca il Registro degli operatori di comunicazione (Roc).

Per le altre aree economiche, che non rientrano nella tradizionale attività di monitoraggio dei mercati svolta dall'Autorità, sono state utilizzate fonti informative ester-

ne, le più affidabili a disposizione, in quanto elaborate dalle rispettive associazioni di categoria. Peraltro, queste informazioni sono state verificate con le suddette associazioni di categoria, al fine di tenere conto soltanto delle tipologie di ricavo indicate dalla legge Gasparri.

La valutazione finale, relativamente ai dati 2004, consente un confronto con i risultati prodotti da altre istituzioni. In particolare, si registra una differenza di 2,4 miliardi di euro rispetto alla stima prodotta dalla Fondazione Ugo Bordoni, pari a 23,9 miliardi di euro. Tale differenza si spiega fondamentalmente con il fatto che, rispetto agli altri studi che sono pervenuti alla misurazione del Sic, gli Uffici dell'Agcom hanno proceduto ad un sostanziale censimento dei ricavi con riferimento a tutti i settori tradizionalmente sottoposti alla disciplina dell'Autorità (radio, televisione, editoria e stampa), limitando soltanto ad alcuni mercati (cinema e pubblicità attraverso canali non classici) una misurazione basata su fonti esterne e procedure di stima".

"Conoscere per governare"

Poco dopo la pubblicizzazione delle stime (e appare curiosa l'"excusatio non petita" rispetto alla Bordoni...), emerge la voce critica del parlamentare dell'Ulivo Beppe Giulietti: "Apprezziamo molto che l'Autorità sia riuscita finalmente ad individuare l'ammontare, peraltro molto teorico, del Sic e che peraltro, con grande correttezza istituzionale, la stessa Autorità abbia dovuto rilevare che per alcune voci si tratta di previsioni, data l'oggettiva difficoltà di compiere rilevamenti su un paniere così ampio e disomogeneo. La stessa macchinosità e i tempi richiesti confermano tutte le preoccupazioni sollevate da più parti, anche in sede europea, sulle contraddizioni e le incongruenze del Sic. Per queste ragioni appare ancora più urgente dare corso alle indicazioni venute dal ministro Gentiloni e ristabilire una rigorosa cultura antitrust, (...) introducendo tetti subito percepibili sia al possesso di frequenze, sia alla capacità trasmissiva, sia alla proprietà di risorse in ciascuno dei segmenti

Il "Sic" per aree economiche nel 2005 (mln euro)

Aree economiche Digs 177/05 *	Segmentazione per settori economici	Ricavi complessivi (milioni di euro)	Quota %
1. Stampa quotidiana e periodica	1. Stampa quotidiana naz. e locale	3.390	15,3
	2. Stampa periodica	3.223	14,6
	Totale	6.613	29,9
2. Editoria annuaristica e elettronica anche per il tramite di internet	3. Editoria annuaristica	894	4,0
	4. Editoria elettronica	818	3,7
	5. Agenzie di stampa	307	1,4
	Totale	2.019	9,1
3. Radio e televisione	6. Tv gratuita	5.598	25,3
	7. Tv a pagamento	1.590	7,2
	8. Radio nazionale e locale	554	2,5
	Totale	7.742	35,0
4. Cinema	9. Box office e pubblicità	1.433	6,5
5. Pubblicità esterna	10. Pubblicità esterna	570	2,6
6. Iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi	11. Iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi	3.494	15,7
7. Sponsorizzazioni	12. Sponsorizzazioni	274	1,2
Totale	-	22.144⁽¹⁾	100,0

Fonte: Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Delibera n. 341/06/Cons. del 7 giugno 2006).

Note: (*) il Decreto Legislativo 31 luglio 2005 n. 117 reca il "Testo Unico della Radiotelevisione".

(1) Per approssimazione.

rilevanti, come ha richiesto con particolare forza la Fieg”.

Ci piace poi riportare una delle tesi manifestate dal Presidente Calabrò, due giorni dopo la pubblicizzazione del calcolo, in un'intervista a "Il-Sole24Ore.com": "L'errore più grave in cui il Legislatore italiano è incorso in questi anni è quello di dettare una disciplina legislativa senza conoscere la situazione sulla quale si va a incidere”.

Il Sic è sintomatico e le parole di Calabrò sono perfettamente in sintonia rispetto a quel che abbiamo avuto il piacere di scrivere su queste libere colonne, ormai da molti anni: il diffuso tradimento, nel "policy making" italiano, del monito einaudiano del "conoscere per governare”.

Ucciso nella culla?

A distanza di pochi giorni, il 12 giugno, il Ministro Paolo Gentiloni ha dichiarato che tre sono gli

assi di intervento innovativo che il Governo sta elaborando: il digitale terrestre, la Rai e giustappunto il... Sic! Appena "nato", il Sic verrà quindi... ucciso nella culla?!? E sostituito con quale altra (fantasiosa) perimetrazione?!?

Come sempre, chiaro e illuminante il commento di Marco Mele sulle colonne del "Sole" dell'8 giugno: "Alla fine, il Sic si è materializzato. L'Autorità per le comunicazioni ha quantificato ieri, all'unanimità, il Sistema integrato delle comunicazioni introdotto dalla legge Gasparri in 22,144 miliardi di euro per l'anno 2005. Il tetto antitrust del 20% è pari, quindi, a 4,4 miliardi per soggetto, tranne che per Telecom Italia, per la quale si dimezza a 2,2 miliardi. Mediaset afferma di arrivare, con il proprio fatturato, pari all'introito delle risorse pubblicitarie, al 12% del Sic, con un fatturato di 2,65 miliardi di euro. I calcoli dell'Autorità saranno però effettuati su Fininvest. Secondo al-

cune fonti, il fatturato della controllante di Mediaset e Mondadori – esclusa Medusa, non iscritta al registro degli operatori di comunicazione – sarebbe di circa 3,5-3,6 miliardi di euro, pari al 16-16,5% del Sic. Una dimensione in ogni caso «assolutamente legittima», come afferma il gruppo, con margini di crescita intorno agli 800 milioni di euro. Il Sic diventa la soglia che non potrà essere superata in futuro.

Il calcolo dell'Autorità è inferiore di 2,4 miliardi rispetto alle stime elaborate dalla Fondazione Bordon per conto del ministero delle Comunicazioni nella passata legislatura (pari a 23,9 miliardi). Tanto che Mediaset «si riserva di fare i conti e di esaminare i criteri che hanno determinato una cifra complessiva inferiore alle stime fin qui circolate».

Un calcolo quanto mai complesso

Il Sic, in realtà, pur ridimensionato dopo il rinvio della legge Gasparri al Parlamento da parte di Carlo Azeglio Ciampi (si ricordi che, dopo il rinvio alle Camere del Presidente della Repubblica Ciampi, la modifica più significativa era intervenuta provvedendo proprio a un "dimagrimento" delle voci che compongono il Sic – nota nostra), è stato introdotto al fine di consentire la crescita delle maggiori aziende del settore, abrogando il precedente tetto della legge Maccanico, pari al 30% delle risorse televisive (che Rai e Mediaset avevano superato sin dal 1997, pur venendo sanzionate solo per il secondo semestre del 2003).

Più importante, forse, è la quantificazione dei singoli mercati che compongono il Sistema integrato delle comunicazioni. Sarà ora più facile verificare l'esistenza di eventuali posizioni dominanti all'interno di questi mercati, a cominciare da quello televisivo. Quest'ultimo



Il Sic 'svelato'. Angelo Zaccone Teodosi (a sinistra) questo mese si occupa sulle nostre colonne (l'articolo proseguirà in settembre) del famoso problema del Sic, che ha avuto uno sviluppo importante con la determinazione dell'importo da parte dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

è fissato in circa 5,5 miliardi per la Tv gratuita e 1,6 per la Tv a pagamento.

Mediaset sottolinea di avere una quota del 33% di questo mercato, «percentuale ben al di sotto della quota che l'Europa stessa considera d'attenzione per la misura delle posizioni dominanti». Se il fatturato di Mediaset è di 2,6 miliardi, tale cifra corrisponde al 36,8% dei 7,1 miliardi dell'intero mercato.

L'Autorità dovrà comunque definire il mercato prima di individuare eventuali posizioni dominanti: ai tempi della presidenza Cheli, ad esempio, distinse il mercato della pubblicità, dove si vendono agli inserzionisti le "teste", vale a dire i contatti, a un prezzo da contrattare, da quello della Tv a pagamento, dove si vende un prodotto a un utente finale a un prezzo predefinito.

Il settore radiotelevisivo, inoltre, vale il 35% del Sic e Rai e Mediaset, insieme, circa il 30% del totale, a fronte di una polverizzazione degli altri soggetti (per Telecom vanno considerate solo le 7 aree economiche e le 12 tipologie di ricavo incluse nel Sic). Rispetto al 2004, quando il Sic è stato calcolato a 21,5 miliardi di euro, i mercati con la maggior dinamica di crescita sono stati proprio quello radiotelevisivo (+ 6,7%), seguito dalla pubblicità sui canali non classici (+ 2,7%) e, a distanza, dalla stampa quotidiana e periodica (+ 1,4 %).

Come è stato quantificato il Sic, da Agcom? I dati relativi alla stampa, alla radio, alla tv, all'editoria analogica ed elettronica sono stati ricavati direttamente dai dati presenti nel Registro degli operatori della comunicazione (Roc). Per cinema, pubblicità esterna, sponsorizzazioni e comunicazione di prodotti e servizi, gli uffici dell'Agcom si sono invece avvalsi di fonti esterne...

Andando però a leggere meglio il succitato allegato "metodologico", si scoprono alcune incongruenze. Ci limitiamo a segnalare un paio

di questioni: dall'allegato, non si comprende qual è il valore totale dei ricavi del settore delle Tv locali (210 milioni di euro, 140 dalla "informativa di sistema" - "ies" - e 70 milioni da altre stime? Ma la stessa Agcom quantificava nella sua relazione annuale del 30 giugno 2005 in 340 milioni i ricavi, nel 2004, da "attività tipica" delle Tv locali...), e non si comprende come possa essere stato limitato, il totale dei ricavi del "cinema", al solo box-office, più la pubblicità in sala, più i ricavi da home-video, senza considerare i ricavi derivanti dalla televisione, "free" e "pay" (il Testo Unico recita: "ricavi da utilizzazione delle opere cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico")...

Le radici: nel lontano 1993...

Perché - si domanderà il lettore più curioso - questo Zaccone si permette, saccettello, di "fare le pulci" ai tecnici Agcom?!? In questo caso - è opportuno precisare - è la penna di Zaccone presidente dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale a prevalere, e non quella di Zaccone redattore della rubrica Osservatorio IsICult sulle colonne di "Millecanali" (no, di grazia, comunque nessuna schizofrenia). La querelle è molto

complessa e chi scrive queste note vi dedicherà un capitolo di un libro sull'economia dei media e sulla politica culturale italiana, in fase di stesura.

La questione è interessante, al punto tale che il misterioso Smile (pseudonimo arcano) sul mensile "Prima Comunicazione" ha dedicato alle origini storiche del Sic molta attenzione: nell'edizione n. 362 (maggio 2006) del mensile (a pag. 20), viene pubblicata anche una replica di Carlo Momigliano (uno dei più raffinati cervelli mediologici e strategici del Gruppo Mediaset), al quale Smile attribuisce la paternità delle origini del Sic. Momigliano nega una simile paternità e ben precisa che le norme della Gasparri non prevedono, al contrario di quanto ipotizza Smile, la definizione del Sic come mercato di riferimento su cui debbano essere misurate le eventuali posizioni dominanti: "Eppure basta leggere gli articoli 13, 14 e 15 della Gasparri per accorgersi che i mercati di riferimento in cui è vietata la posizione dominante sono quelli indicati dalle direttive europee e dalla giurisprudenza della concorrenza. Cioè, in buona misura, proprio (o quasi) i mercati che Smile vorrebbe sostituissero il Sic..."

Ma il discorso è davvero lungo e complesso e lo proseguiremo sul prossimo numero.

MC

1 - continua

(*) Angelo Zaccone Teodosi ha cofondato IsICult con Francesca Medolago Albani e lo presiede dal 2001. In precedenza, è stato Direttore dell'Ufficio Studi dell'Anica, Consigliere di Amministrazione di Cinecittà Holding, professore a contratto all'Università La Sapienza di Roma. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult è un centro di ricerca indipendente, specializzato da oltre un decennio nell'economia dei media e nella politica culturale. Tra i committenti degli ultimi anni: Rai, Mediaset, Uer, Mpa, AgCom, Apt, Doc.it, il Comune di Roma. Tra le ricerche pubblicate (dirette da Zaccone e Medolago), "Per fare spettacolo in Europa. Manuale per gli operatori italiani dello spettacolo, dell'audiovisivo e dell'industria culturale" (Die - Presidenza del Consiglio dei Ministri, 1997, su cd-rom; con Valeria Santori), "Con lo Stato e con il mercato? Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo" (Mondadori, 2000), "Mercanti di (bi)sogni: politica e economia dei gruppi medial europei" (Sperling & Kupfer - Rti, 2004; con Flavia Barca).

Dal 2003, IsICult realizza un Osservatorio sulle Tv Pubbliche Europee, su commissione Rai (nel maggio 2004, un estratto in inglese di questa ricerca è stato pubblicato dalla britannica Screen Digest) ed un Osservatorio sulle Tv Mediterranee ed Arabe. L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv ed i media, è stato attivato, curato da Zaccone e Medolago, nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294). IsICult, Palazzo Taverna, via di Monte Giordano 36, Roma 00186. Tel./fax 06 6892344 - info@isicult.it - www.isicult.it.