07-NOV-2007 Il Sole 24 ORE da pag. 7
Quotidiano Milano Direttore: Ferruccio de Bortoli Lettori Audipress 1208000

ANALISI

L'anomalia nello scenario Ue

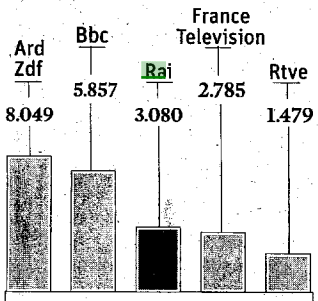
La parte commerciale salva Viale Mazzini

Conto economico a contabilità separata Rai Spa 2005.
Valori in milioni di euro

	Parte pubblica	Parte commerciale	Totale
Ricavi	1.793	966	2.759
Canone	*1.482*	–	*1.482*
Pubblicità	*171*	*950*	*1.121*
*Altro**	*140*	*16*	*156*
Costi	2.014	777	2.791
Margine operativo	–221	189	–32

(*) Al netto dei servizi forniti a società del gruppo
Fonte: Direzione Pianificazione e Controllo

Ricavi 2005 in milioni di euro



Fonte: Marketing Rai, rapporto Isicult 2007

di **Marco Mele**

La Rai è il pilastro di un sistema televisivo anomalo, quello italiano rispetto all'Europa. Un pilastro che rischia di sbriciolarsi o di ridursi a costituire il terzo polo del sistema, con un pubblico che invecchia progressivamente. A fronte di una competizione Mediaset-Sky in atto su tutte le piattaforme distributive con l'obiettivo di conquistare il pubblico giovane-adulto.

Fino ai primi anni Duemila, il duopolio Rai-Mediaset ha permesso al servizio pubblico di credersi al centro del sistema. La moltiplicazione dell'offerta e delle piattaforme e il tempo, più ancora delle risorse, sottratto ai media tradizionali dal web, ha messo in crisi la tv generalista e la sua componentee pubblica. La Rai è fuori dalla tv a pagamento, quella a più alto tasso di crescita. È in forte ritardo nella conversione al digitale dei suoi impianti. Avanza forti dubbi, nel suo Piano industriale, circa l'attuale presenza su internet. La principale debolezza rispetto ai concorrenti ha tre nomi: regole, vertici e assetti. Per questi ultimi, la Rai ha 11 testate informative contro l'unica della Bbc e della Zdf e le due di France Television e della spagnola Rtve e ha 49 strutture che riportano al direttore generale. Dieci è la media europea.

Vertici e regole

«Il nemico marcia sempre alla tua testa» suonava un cantautore: non c'è dubbio che il vertice aziendale e le norme che lo regolano sono un macigno che contribuisce a trascinare l'azienda verso il declino. Il mondo della comunicazione propone novità ogni giorno (Google-Android): il Cda Rai passa il tempo a occuparsi dei singoli programmi e approva il Piano industriale e il Piano editoriale a otto mesi dalla scadenza del mandato. Qualcuno, ha mai verificato l'attuazione dei Piani industriali del passato, se ogni vertice viene sostituito prima del termine del suo Piano? Otto mesi, peraltro, l'attuale Cda li ha davanti se tutto andrà bene, tra la richiesta di dimissioni del presidente da parte della Vigilanza e il prossimo responso del Tar sul "caso" Petroni.

La nomina del Cda da parte dei presidenti delle Camere doveva essere una modalità transitoria per avere un vertice autorevole e indipendente, con un mandato a lunga durata per cambiare pelle all'azienda. Il disegno di legge Gentiloni è un passo avanti in tale direzione, anche se la maggioranza del Cda della Fondazione resta designata da Parlamento e Regioni ma non sembra all'ordine del giorno delle Camere.

Dopo aver declinato il maggioritario con vertici Rai allineati alle maggioranza di turno – perfino composti solo da esponenti di tale maggioranza – si è tornati indietro con la legge Gasparri. Si è aumentato il numero dei consiglieri, nominati dai partiti in Vigilanza e dal Governo, lasciando il mandato a due anni. Quale azienda può permettersi di avere, dal '93 al 2008, dodici presidenti diversi, consiglieri anziani compresi e tredici direttori generali differenti?

La politica

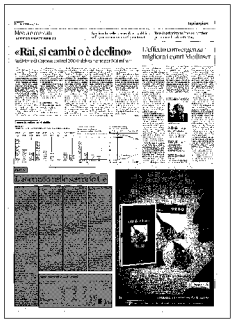
Editti bulgari a parte, è arrivata a proporre al Senato, di recente, ordini del giorno che intimavano a un'azienda sul mercato di non procedere a nuove nomine fino a un certo termine. Ha poi fissato per legge una privatizzazione rimasta inattuata. I privati sarebbero dovuti entrare in un Cda la cui maggioranza, per molti anni, sarebbe stata nominata dalla Vigilanza, attraverso l'azionista. I ministri del Tesoro della maggioranza che ha approvato la Gasparri non se la sono sentiti di portarla avanti. Risultato: l'incertezza è la costante in cui operano i dirigenti e dipendenti della Rai. Comica finale: porre un tetto agli stipendi, come se una Spa che opera sul mercato fosse un ministero. E poi gli stipendi dei vertici sono fissati dall'azionista. È l'ennesima prova dell'incapacità della classe politica di andare oltre i "nani e ballerine" (e il minutaggio nei Tg) per capire le dinamiche in atto nell'industria della conoscenza.

I costi

L'azienda ha già ridotto, in particolare, quelli della struttura. Quelli esterni (diritti) crescono più veloci dei ricavi. Per tagliare ancora deve modificare i palinsesti, per evitare l'occupazione degli studi prima e dopo una certa ora, eventi e ascolti permettendo. Potrà farlo? Esempio: Mediaset decide di chiudere *Vivere*. La Rai decide di chiudere *Incantesimo* (costa intorno ai 20 milioni di euro a stagione). Bene: la sottile differenza tra i due concorrenti è che *Incantesimo* non chiuderà, per le pressioni politiche, *Vivere* sì.

Le risorse

La Rai cede spazi sul mercato anche per la contrazione delle sue risorse. Il Piano della Rotschild per la privatizzazione prevedeva un aumento del canone di cinque euro annui oltre a tagli sui costi nell'ordine del



RAI ufficio stampa

10-15%. Nella passata legislatura si approva la privatizzazione ma per due anni non si aumenta il canone, con minori introiti per 70 milioni annui. La pubblicità, dopo il 2004, conosce una contrazione in termini reali superiore alle attese.

La rete

L'anomalia della Rai è, tra le altre, quella italiana degli operatori televisivi integrati verticalmente. In Europa la rete è gestita da operatori terzi. Quando la Rai ha provato a cedere il 49% di RaiWay, ha subito il niet dell'allora ministro delle Comunicazioni, Maurizio Gasparri.

Che cosa fare

Conclusioni: Sky avanza, internet di più, i nuovi schermi (tv mobile) un po' meno, Mediaset acquista Endemol. La Rai? Difende la sua leadership nell'ascolto analogico e chiede risorse pubbliche per la rete digitale. Ha ragione Cappon: «O si cambia o si muore». C'è anche una terza via, purtroppo: non cambiare e sopravvivere a sè stessi.

RAI ufficio stampa