

Le "circa" 650 tv locali italiane (il cui fatturato totale nessuno conosce: 500 milioni di euro?) affrontano il salto – nel buio? – del digitale terrestre, senza che nessuno, in trent'anni di sviluppo del fenomeno, abbia mai studiato attentamente questo variegato universo: perché il Ministero per le Comunicazioni non promuove la prima ricerca socio-economica su questo sistema culturale e imprenditoriale?

Angelo Zaccone Teodosi (*)

La "sconoscenza" dell'universo

La genesi di questa edizione della rubrica è complessa e riteniamo possa essere interessante disvelarla, anche per i nostri lettori: lo stimolo è stato provocato dall'interessante capitolo dedicato alle televisioni locali, redatto dalla ex coordinatrice di ricerca del nostro istituto, la professoressa Flavia Barca (che, da gennaio 2005, ha assunto l'incarico di coordinatrice dell'Istituto per l'Economia dei Media – Iem della Fondazione Rosselli), all'interno del secondo "Rapporto sull'economia della cultura (1990-2000)", fresco di stampa, pub-

blicato nel gennaio 2005 per i tipi de Il Mulino (in libreria a 60 euro, per 800 pagine di statistiche e analisi), su iniziativa dell'Associazione per l'Economia della Cultura (Aec).

Il tomo è dedicato ad una ricognizione sugli aspetti strutturali (mercato ed industria) dell'intero sistema culturale italiano. Flavia Barca rientra nell'eletta schiera dei rarissimi studiosi italiani che hanno analizzato il fenomeno delle tv locali e la si ricorda autrice – tra l'altro – di un insuperato volume della collana Vqpt della Rai, dedicato giustappunto a questo non ancora sufficientemente esplorato universo (F. Barca e P. Novella, "Tv locali in Italia", Eri-Rai, Roma, 1996).

A fronte di una qual certa retorica che caratterizza alcune dichiarazioni di "decision maker" politici, una domanda sorge spontanea: se anche il sistema politico riconosce che queste centinaia di emittenti televisive (ma il discorso è altrettanto valido per le radio) sono una effettiva ricchezza – culturale ed economica – del Paese, come mai nessuno, finora, ha deciso di promuovere una grande ricerca, di ampio respiro (socio-economica, linguistico-culturale, economico-industriale), sull'uni-

verso delle emittenti televisive italiane?!?

Un'indagine assai opportuna

Siamo franchi: lo stato dell'arte delle ricerche mediologiche sull'universo delle emittenti televisive italiane è semplicemente penoso. Non c'è una fonte una che sia completa, organica, attendibile, che analizzi il fenomeno nella sua evoluzione storica, culturale ed imprenditoriale. E per quanto riguarda l'analisi dell'economia del settore, c'è da affidarsi... a cabale ed aruspici.

Ci sono stati, effettivamente, una decina di piccoli tentativi (talvolta apprezzabili), spesso promossi dai Corecom, ma deboli negli obiettivi e nei risultati, soprattutto a causa della estrema carenza di risorse economiche dei progetti di ricerca.

Come mai l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha mai pensato ad una simile ricerca (nelle centinaia di pagine della Relazione annuale AgCom, le tv locali vengono quasi completamente ignorate)? Come mai non ci ha pensato il Ministero per le Comunicazioni, anche



attraverso il braccio operativo della Fondazione Bordini (presieduta da Giordano Bruno Guerri), oppure attraverso la Commissione per l'Assetto del Sistema Radiotelevisivo e finanche la sua ultima emanazione, il Centro Studi? E, ancora, perché non ci ha pensato il semi-misterioso Istituto Superiore delle Comunicazioni e delle Tecnologie dell'Informazione (presieduto da Gianni Massaro), altro "braccio" del Ministero?

La seconda domanda ci obbliga ad un riferimento... autoreferenziale (vedi... supra, rispetto alla genesi di questa edizione dell'Osservatorio IsICult/Millecanali), ma certamente sintonico con una testata come "Millecanali", che, da decenni, è la fonte informativa primaria per l'intero sistema delle emittenti locali italiane: un paio di anni fa, il nostro istituto ha sottoposto ai massimi "policy maker" del settore un primo progetto di ricerca sul sistema delle emittenti televisive italiane, un'iniziativa di ricerca ambiziosa quanto accurata, che avrebbe potuto consentire la prima vera fotografia/radiografia dell'universo delle locali (basti pensare che erano previste interviste personali in profondità a tutti gli imprenditori televisivi del Paese).

Il progetto IsICult ha goduto di un sostegno, sostanziale e formale (convinta lettera di adesione al progetto), sia da parte di Frt (nella persona del Presidente Rebecchini) sia da parte di Aeranti-Corallo (nella persona del Coordinatore Rossignoli). Il progetto è stato sottoposto all'attenzione del Sottosegretario Giancarlo Innocenzi, che se ne è fatto interprete con il Ministro Maurizio Gasparri. Possiamo rivelare un dettaglio: ricordiamo ancora che Innocenzi ci mostrò un biglietto calligrafo del Ministro, con la seguente annotazione: "interessante, ma, con questo budget, forse si può fare di più...". Pur consci che il budget (il preventivo si attestava intorno a cinquemilioni di euro) era congruo rispetto alla vastità e complessità delle interviste (basti pensare solo alle oltre

1.000 interviste personali previste), naturalmente, ci dichiarammo disponibili a "fare di più", focalizzando il progetto sulle aree ritenute più interessanti per il Ministro Gasparri, ovvero – meglio – per il Ministero. Sono trascorsi poi mesi di "stand-by", e sono trascorsi anni. Non è nostro costume fare anticamera e insistere nel bussare alle porte dei potenziali committenti, allorché comprendiamo il loro sostanziale disinteresse. Ed il progetto giace ancora negli archivi di Largo Brazzà (la sede politica del dicastero).

In verità, pur in presenza del blocco duopolistico del sistema televisivo italiano, al nostro centro di ricerca – grazie agli dèi – non manca il lavoro, e quindi non possiamo fare altro che elaborare progetti che riteniamo validi e sottoporli al vaglio degli interlocutori che riteniamo possano essere sensibili alla materia.

Tante ricerche, risultati da verificare

La domanda che sorge spontanea, ancora, è: come mai una simile iniziativa non ha avuto sviluppo? O altre simili, s'intende.

Sia chiaro, IsICult non avrebbe gioito, ovviamente, se mai il progetto fosse stato affidato ad altri (il candidato "ideale", nell'attuale economia dei rapporti del Ministero con soggetti esterni, è l'Isimm presieduto da Manca, al quale sono state affidate, in questi ultimi anni, commesse di budget assolutamente

Anche le associazioni concordano... Sia la Frt che l'Aeranti-Corallo si sono espresse in termini positivi a proposito dell'opportunità di una ricerca sul complesso e ancora poco conosciuto mondo delle Tv locali italiane.

impressionanti, recentemente anche per l'organizzazione di una serie di convegni coi Corecom), ma, da appassionati ricercatori quali ci riteniamo, avremmo apprezzato comunque l'oggettiva opportunità di un'iniziativa simile.

Nemmeno questo è avvenuto. Sia quindi ritenuto legittimo e naturale, senza alcuna vocazione polemica, domandarsi quali ricerche ha messo in campo, in materia, il "Centro per gli Studi Economici sulle Comunicazioni", istituito nell'aprile 2002 nell'ambito della Caer (acronimo della Commissione per l'Assetto del Sistema Radiotelevisivo), struttura che – sulla carta – dovrebbe rispondere proprio ad esigenze come quella qui rappresentata.

Attraverso amici, siamo riusciti ad ottenere copia del rapporto "Il digitale terrestre locale fra nuovi scenari e opportunità di investimento", edito dalla Bordini a metà 2003, lussuo-



samente stampato, opera anch'essa rientrando tra le magnificazioni della rivoluzione digitale prossima ventura. Il sito web del Centro Studi, a fine gennaio 2005, segnalava anche altre attività, ma in modo assai generico e senza citare pubblicazioni o ricerche in corso, se non uno studio, realizzato con Isimm (naturaliter...), "sui futuri modelli economici di convergenza dei media".

Attendiamo con curiosità i risultati di questo studio, se verrà (mai) reso di pubblico dominio. In effetti, consultando l'archivio storico dell'agenzia stampa Ansa (il Dea), ab-

biamo scoperto che non vi è 1 dispaccio 1, negli ultimi due anni, che riporti notizia delle attività del "Centro Studi" e nessuna traccia nemmeno del suo direttore, Francesco Vellucci.

Il Presidente della Commissione per l'Aspetto, Adalberto Baldoni, nominato nell'ottobre 2001, registra invece 9 citazioni nel biennio (estendendo la ricerca estesa agli ultimi 20 anni, emergono oltre 100 citazioni: l'Ansa, nel 1986, definiva Baldoni "uno dei principali esponenti dell'estremismo neofascista", ma molta acqua è ormai passata sotto i pon-

ti d'Italia e queste categorie definitive appaiono peraltro ben superate e certo vetuste; Baldoni, non esattamente un mediologo, è comunque stato per anni consigliere comunale del Msi al Comune di Roma e consigliere di amministrazione del Teatro dell'Opera...). Cercando le parole "Commissione per l'Aspetto Televisivo", Ansa non segnala nulla, e, quindi, stupiti, abbiamo cercato "assetto televisivo": questa volta, 9 risultati, negli ultimi due anni, ma nessuno riferito alla Commissione. Come dire? Non escludiamo che la Commissione (che si vanta, sul pro-

Le tv locali italiane: un surreale balletto di stime

Fonte / anno		2001	2002	2003	2004
Tv locali (numero emittenti)					
Annuario Millecanali (edizione 2004)	Totale numero emittenti	648	-	631	-
	di cui: tv commerciali	-	-	464	-
	di cui: tv comunitarie	-	-	108	-
Frt/Cgil-Cisl-Uil (ed. Oss. 2004/03)	Totale numero emittenti	600	596	-	-
	di cui: tv commerciali	457	453	-	-
	di cui: tv comunitarie	143	143	-	-
Share (anno solare - ore 7:00 - ore 2:00)					
Auditel	Share "tv altre terrestri"	-	6,82%	6,08	6,38
Fatturato (milioni di euro)					
AgCom (relazioni 2004/03)	"Ricavi" emittenti	300	305	307	-
	di cui: "pubblicità"	291	296	298	-
	di cui: "convenzioni"	9	9	9	-
	"Ricavi lordi concessionarie tv locali"	172	192	198	-
	Totale ricavi settore (emittenti+concessionarie)	472	497	505	-
AgCom (rel. 2003)	"Ricavi da attività tipica"	328	420	-	-
MediaKey	"Pubblicità" + "vendite commerciali"	274	274	280	284
Upa	"Investimenti pubblicitari"	335	340	352	385
Frt/Cgil-Cisl-Uil (ed. Oss. 2004/03)	"Entrate"	400	450	-	-
	di cui: "pubblicità"	400	410	-	-
	di cui: "altri ricavi" (incluse "sovvenzioni")	-	40	-	-
	"Ricavi totali" solo tv bilanci acquisiti	363	400	-	-
	"Fatturato pubblicitario" solo tv bilanci acquisiti	313	312	-	-

Fonte: elaborazioni Isicult su fonti varie, per Osservatorio Millecanali.

Note:

- il simbolo del trattino ("-") sta ad indicare che il dato non è disponibile sulla fonte citata;
- la fonte Annuario propone elaborazioni Millecanali su dati Otg Tv;
- Auditel scorpora il dato delle tv "altre", inserendo "altre terrestri" e "tv altre satellitari" solo dal 2002 (per esempio, nel 2004, a parte le 6 reti del duopolio, La7 ha registrato uno share del 2,38%, le tv altre satellitari del 4,5% e le locali del 6,38%); nel 2001, lo share totale delle tv "altre" (rispetto alle 6 Rai e Mediaset) era stato del 9,61%, salito al 10,42% nel 2002 (di cui 6,82% le tv altre terrestri, 1,80% La7 e 1,80% le tv altre satellitari);
- la fonte AgCom 2004 è l'ultima Relazione annuale, presentata nel giugno 2004; il dato riportato in tabella, nella relazione AgCom, è indicato come ricavi "altre emittenti" ("altre" rispetto a Rai, Mediaset, La7, Sky, Rete A); la fonte 2003 è la Relazione presentata nel giugno 2003; nella Relazione 2003 veniva proposta anche una stima "ricavi da attività tipica", con evidenziato univocamente "tv locali", dato scomparso (!) nella successiva edizione della Relazione;
- il "totale ricavi settore" (emittenti+concessionarie) è una operazione Isicult sui dati AgCom, ed ha valenza indicativa, dato che potrebbe contenere duplicazioni, in caso di società che controllano sia emittente sia concessionaria;
- MediaKey propone una stima degli "investimenti pubblicitari", ma valuta che le emittenti ottengano da "vendite commerciali" una somma equivalente a quella che ricavano dalla "pubblicità": quindi in tabella, è stato riportato il dato complessivo, che la fonte stessa dichiara comunque "approssimativo" e "sottostimato";
- le stime Upa (tratte dall'ultima edizione de "Il futuro della pubblicità", presentato da AstralAiresis nell'aprile 2004) sono "al netto di sconti e omaggi, comprendenti le commissioni di agenzia";
- la ricognizione Frt è senza dubbio la più accurata, ma si riferisce - per quanto riguarda i bilanci - solo ad una parte dell'universo, sebbene senza dubbio assai rappresentativa: per esempio, 355 società nel 2002; di 98 società, per l'esercizio 2002, non è stato possibile acquisire i bilanci; il totale delle società sarebbe di 453, ma le società "effettivamente" operanti nel 2002 sarebbero state solo 422, per un totale di 453 emittenti amministrate; per quanto riguarda i dati dell'esercizio 2001, emergono alcune contraddizioni interne (in una sezione del documento, vengono comunque citati, tra i ricavi da altre attività, 12 milioni di euro di "sovvenzioni" pubbliche); le elaborazioni sui dati di bilancio 2002 sono state rese note da Frt nel luglio 2004.

prio sito e nella succitata patinata pubblicazione, di riunirsi almeno una volta al mese...) lavori alacremente, ma a cosa, e con quali risultati non è dato sapere. Idem per il Centro Studi...

Un sistema sconosciuto

Tutto ciò premesso, per rinnovare la lamentazione: ma come è possibile che, a fronte di tanta dichiarata sensibilità nei confronti dell'universo delle tv locali, il Ministro ed il Ministero in senso lato non abbiano ritenuto di promuovere un'indagine approfondita su questo sistema, anche alla luce delle radicali modificazioni in atto, nel mercato e nella sua francescana economia, determinate dal "salto" (al buio!?) nella dimensione del digitale terrestre?

Senza nulla togliere alla preziosa pubblicazione curata dalla testata che promuove con IsICult questo Osservatorio, va osservato che, a parte giustappunto l'"Annuario Millecanali" (ed un suo piccolo emulo, "La Guida dell'Emittenza"), non esiste in Italia un saggio, una ricerca, uno studio che consenta di approfondire le caratteristiche del sistema delle tv locali.

L'Annuario 2004 di "Millecanali" presenta un set di dati (aggiornati agli ultimi mesi del 2003) che non ha eguali, ma non si può pretendere che una pubblicazione che si presenta soprattutto come strumento di lavoro per gli operatori divenga quel che non può essere, ovvero una ricerca approfondita, che pure meriterebbe di essere aggiornata e rinnovata anno dopo anno.

L'Annuario di "Millecanali", comunque, consente di osservare alcune caratteristiche quantitative del "fenomeno tv locali" in Italia: riteniamo impressionante osservare, anzitutto, come, nell'arco di un decennio, secondo l'anagrafe della testata, le tv locali siano scese dalle 947 del 1993 (prima edizione dell'Annuario) alle 631 attuali (edizio-



Emittenti locali queste sconosciute. Angelo Zaccone Teodosi, curatore dell'Osservatorio di queste pagine, questo mese ha elaborato per la nostra testata alcune interessanti riflessioni e diversi dati 'esclusivi' sull'ancora 'misterioso' universo delle Tv locali italiane.

ne 2004). L'Italia – va notato – non detiene più il record europeo delle tv locali, perché ormai la Spagna ha superato ampiamente il nostro Paese: secondo lo studio più completo disponibile (aggiornato a fine 2002, si tratta del Censo Aimc), il numero totale delle tv locali spagnole ha raggiunto quota 900 emittenti tra il 2002 ed il 2003; ad ottobre 2002, le tv locali spagnole erano 897, a fronte delle 741 emittenti attive a fine 1999, con un delta positivo – quindi – del 21 per cento.

La stima del mercato della pubblicità delle tv locali spagnole è assolutamente incerta – se ciò può essere di consolazione rispetto al mercato italiano... – così come la stima dello share.

La tabella che riproduciamo, in esclusiva, nel contesto di questa edizione dell'Osservatorio IsICult/Millecanali propone alcune inedite elaborazioni sviluppate dal nostro Istituto, nell'ambito del progetto di ricerca che, sebbene non ancora finanziato, non è "intellettualmente" morto (anche perché l'esigenza di conoscere il sistema delle tv locali approfonditamente permane immutata, anzi è accresciuta dal novello sconosciuto habitat digitale, dall'incerto mercato); per la prima volta in Italia, vengono messe a confronto le cifre-chiave del sistema delle tv locali. I risultati comparativi sono sconcertanti, anzi surreali.

In Italia – come ci ha scritto il Pre-

sidente della Frt, pur promotrice di una utile ricognizione annuale sui bilanci delle emittenti commerciali – siamo effettivamente di fronte ad una situazione di vera e proprio "sconoscenza" (la parola ha un uso raro, ma è efficace) dell'universo delle tv locali.

La necessità di adeguate conoscenze

Conclusivamente, anche nel caso delle tv locali, riteniamo si riproduca quella patologia che colpisce molti settori di attività dell'industria culturale italiana: la "mano pubblica" interviene senza adeguate conoscenze tecniche (nel caso in specie, socio-economiche) dell'universo verso il quale indirizza la propria azione. Governo di centro-sinistra o di centro-destra che sia, finora, si è spesso legiferato e... sovvenzionato (basti un cenno ai fondi per le tv locali, di cui all'ormai rituale "balletto" in sede di legge finanziaria) con criteri spesso approssimativi e "nasometrici", senza curarsi poi di promuovere analisi valutative dei risultati.

Insomma, si procede proprio a naso, ex-ante ed ex-post! Anche il tanto conclamato rivoluzionario passaggio al digitale è stato impostato dall'Esecutivo senza una adeguata cognizione dello scenario di riferimento. E viene naturale domandare se, non conoscendo bene da dove si parte, si riuscirà a ben comprendere dove si intende andare... Inshallah. **MC**

(*) Angelo Zaccone Teodosi, consulente specializzato sui media e sulle politiche culturali, giornalista, già direttore dell'ufficio studi Anica e consigliere di amministrazione di Cinecittà, presiede IsICult dal 2001. 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. L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla tv ed i media, è stato attivato nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294). L'Osservatorio è curato da Zaccone e Medolago. IsICult, via della Scrofa 14, 00186 Roma, tel./fax 06/6892344 - info@isicult.it - www.isicult.it.