

L'estate del 2011 vedrà la nascita del "terzo polo" della Televisione italiana, una sorta di... mito immortale? È più probabile che il mercato resti bloccato nella sua vischiosità

L'araba fenice della Tv italiana: La7

di **Angelo Zaccone Teodosi (*)**

gli speciali

Questa edizione dell'Osservatorio IsICult / Millecanali assume un carattere "leggero", anche in considerazione del periodo estivo e quindi vacanziero dell'edizione di luglio-agosto: d'altronde, nello speciale di giugno, abbiamo presentato un corposo dataset, frutto di attività di ricerca dell'Istituto, che crediamo possa aver stimolato la riflessione sul rapporto tra Televisione ed internet.

Quindi, ha senso proporre ora alcune riflessioni in qualche modo più... lievi. Crediamo che la pausa agostana possa rappresentare un'occasione giusta per un'analisi della perdurante staticità e confusione che caratterizza lo scenario mediale e culturale del nostro Paese.

Un mercato bloccato

L'Italia continua a mostrare un mercato sostanzialmente bloccato: nell'ultimo anno, l'unico elemento di vera novità, nello scenario editoriale, è l'affermazione de "il Fatto Quotidiano", che rappresenta un'assoluta anomalia rispetto all'assetto storico della stampa italiana, dominata da gruppi editoriali controllati da potentati economici. Che un nuovo quotidiano indipendente (che peraltro non beneficia di sovvenzioni pubbliche) riesca a vendere 70/80mila copie al giorno, in un mercato della stampa quotidiana discretamente asfittico, può senza dubbio essere classificata come una "novità".

No news

Ma quali altre novità possiamo "cercare", nello scenario mediale italiano? Tralasciamo la Televisione digitale terrestre, perché ci sembra che nessuna offerta veramente "nuova" - nel senso di innovativa, differente, altra, rispetto all'offerta dominante - si sia affermata. Il caso di Current Tv "edizione italiana" è sintomatico: progetto ambizioso ed "alternativo", risultati di ascolto modesti, al punto tale che Sky Italia ha deciso di de-finanziare il canale (e non entriamo qui nel merito delle letture dietrologiche e politiche della vicenda, che merita altri approfondimenti).

2011: l'"anno zero" dell'informazione?

I risultati elettorali di Milano e di Napoli sono emblematici ma non possono essere interpretati come meccanicamente forieri di un cambiamento significativo degli orientamenti complessivi dell'elettorato italiano. E comunque è probabile che il Governo Berlusconi riesca ad arrivare a fine mandato, anche grazie alla perdurante debolezza identitaria del Pd ed al frazionismo della (non) coalizione di sinistra, e, ancora, grazie agli ignobili mercanteggiamenti ormai tipici del suk denominato Parlamento italiano. Non crediamo che il 2011 verrà ricordato dagli storici come l'"anno zero" dell'informazione, e finanche della politica, come ha invece enfaticamente annunciato Santoro nell'ultima puntata Rai di "Annozero". È probabile piuttosto che l'assetto del sistema mediale italiano, ed in particolare del mercato televisivo, non subisca in verità



modificazioni di sorta nel corso dell'anno. In effetti, restiamo convinti - l'abbiamo scritto tante volte, anche su queste colonne - che esista in Italia una chance concreta, se non per un vero e proprio "terzo polo" televisivo, almeno per un canale che possa arrivare ad un 10 per cento di share e, sulla base di questa quota di mercato pubblicitario, raggiungere il "break-even-point".

Per raggiungere questo obiettivo, è necessario però un piano di investimenti pluriennale, che non è mai stato nelle strategie di Telecom Italia, che ha deciso di neutralizzare La7, sacrificata sull'altare di convenienze finalizzate a preservare il "core business" (la telefonia, mobile e fissa) da aggressioni altre.

Processi di innovazione strutturali o... apparenti?

Ha scritto l'amico Beppe Lopez sulle colonne de "il Fatto" il 24 giugno, in uno stimolante articolo intitolato "Ecco perché Santoro ha spezzato ora le catene":

"La sua uscita dalla Rai, questa volta, avviene in un sistema della comunicazione e della politica effettivamente attraversato da processi di innovazione che possono considerarsi strutturali. Facciamone un elenco approssimativo per difetto: la crisi platealmente definitiva del berlusconismo, l'insorgere di nuovi protagonisti politici (la rete, il Popolo viola, le donne ecc.), le strepitose evoluzioni tecnologiche dell'intreccio internet-tv-telefonia, l'esistenza di un mercato editoriale e giornalistico "altro" ormai robusto (Travaglio, Chiarelettere, "il Fatto" ecc.) e infine, appunto, i passaggi in atto in questi giorni, queste ore, di autori e di conduttori fra la Rai, La7 e Sky. Ilaria D'Amico da La7 a Sky, Saviano e Fazio che portano "Vieni via con me" su La7, con Fazio che continua "Chetempocheffa" in Rai e Santoro che va via dalla Rai e forse finisce effettivamente su La7..."

Lopez è un lucido ed attento analista indipendente del sistema dei media: curatore - ricordiamo - del pugnace blog "infodem.it", che mantiene una ricchezza critica comparabile a quella del blog "media 2.0" dell'amico Marco Mele del confindustriale "Il Sole 24 Ore" (gruppo cui appartiene - ricordiamo ai lettori - anche "Millecanali").

Lopez sembra convinto che qualcosa stia mutando radicalmente e che forse l'"anno zero" è realmente iniziato. Riportiamo le sue tesi, perché ci sembra interpretino al meglio alcune rinnovate letture ottimiste (se non illusorie) della realtà, tipiche di non pochi esponenti del centro-sinistra, quando vestono i panni dei mediologi.

Crisi del berlusconismo, internet e... La7

Destrutturiamo dialetticamente, una per una, le tesi di Lopez: 1. non ci sembra che si possa sostenere che la crisi del berlusconismo sia "definitiva", e tanto meno particolarmente "plateale": il Cavaliere è riuscito in passato a superare crisi non meno gravi di quella in corso, con capacità istrioniche e giochi di prestigio spettacolari, doti che potranno anche

essere indebolite dall'età, ma che non sono venute meno;

2. "l'insorgere di nuovi protagonisti politici (la rete, il Popolo viola, le donne ecc.)" è una lettura ottimista di un fenomeno che non determina ricadute concrete nel sistema politico-partitico, perché la "rete" è ancora uno strumento paradossalmente isolato dai Palazzi della Politica, che sorride sornione, osservando pur affollate sporadiche manifestazioni di piazza;

3. "le strepitose evoluzioni tecnologiche dell'intreccio internet-tv-telefonia" sono in verità meno strepitose di quel che si può pensare, dato che il sistema dei media si caratterizza per un'estrema lentezza nell'evoluzione delle modalità di fruizione, al di là della velocità con cui i produttori di hardware/software offrono nuovi fantasmagorici "device" tecnologici ed "apps" e la rete propone nuovi rivoluzionari "social network" e servizi;

4. "l'esistenza di un mercato editoriale e giornalistico "altro" ormai robusto": sulla novità apprezzabile de "il Fatto" concordiamo, ma è ardua tesi sostenere che esista in Italia un significativo mercato "altro", dato che si tratta di "player" piccoli, finanche marginali, se misurati nell'economia (anche semiotica) complessiva del settore editoriale nazionale;

5. "e infine, appunto, i passaggi in atto in questi giorni, queste ore, di autori e di conduttori fra la Rai, La7 e Sky": anche questi piccoli movimenti non crediamo vadano a modificare significativamente la struttura del sistema televisivo italiano, perché il "terzo polo" può nascere soltanto da un progetto industriale impegnativo, da investimenti che si misurano nell'ordine di almeno trecento milioni di euro l'anno, da un "player" lungimirante e ricco, che abbia piena coscienza che saranno necessari almeno tre o cinque anni per vedere risultati positivi (si ricordi che ancora nel 2010, Telecom Italia Media ha registrato 46 milioni di perdita netta a fronte di 263 milioni di ricavi).

La7: gli appetiti di De Benedetti, Rcs, Murdoch

C'è un candidato all'orizzonte?! Le voci ipotizzano De Benedetti, Rcs e finanche News Corp. Ovviamente le multinazionali dell'immaginario (da Sony a Warner) si tengono ben alla larga dal mercato televisivo italiano. Secondo alcuni osservatori, il presidente del gruppo Espresso-Repubblica, nonché "nemico" storico del premier, avrebbe avviato una trattativa per divenire entro l'anno azionista di maggioranza di La7, acquistandone il 40%, per un valore di circa 300 milioni. Si tratterebbe di una sorta di "scherzo del destino" per Berlusconi: l'ammontare del risarcimento Mondadori, che dovrebbe arrivare per via giudiziaria dalla Fininvest, è di circa 500 milioni di euro.

De Benedetti potrebbe quindi mettere a punto un'operazione La7-Repubblica proprio con i soldi del Cavaliere. In verità, non crediamo molto alla messa in scena di questa pièce, che, semmai, non potrebbe non essere intitolata "Il danno e la beffa"...

Da segnalare che il 7 giugno, la sola ipotesi di un

trasferimento dalla Rai a La7 del conduttore di "Annozero" ha messo le ali in Borsa al titolo di Ti-Telecom Italia Media, la società di Telecom Italia che controlla La7, facendo lievitare i corsi del 18%. L'effetto Santoro sulla capitalizzazione di Ti Media è stato di ben 29 milioni di euro. Si ricordi che il Gruppo Espresso ha già un business Tv (impianti acquisiti dalla vecchia Rete A): comprende l'attività svolta da Rete A quale operatore di rete, titolare di un canale analogico e di due multiplex digitali, e quella di editore televisivo di DeeJay Tv (che ha sostituito All Music), che unisce il "brand" a quello dell'omonimo circuito radiofonico di proprietà Radio DeeJay. In altre parole, opera attraverso l'emittente nazionale DeeJay Tv, la Tv satellitare MyDeeJay e Onda Latina, la Televisione internet/digitale terrestre Repubblica Tv; il Gruppo Espresso, dicevamo, è anche un operatore di rete grazie a due multiplex Dvb-T.

Finora, l'attività televisiva del gruppo di De Benedetti è stata marginale e si è svolta in perdita (nel 2010, per 8 milioni di euro), a fronte di un fatturato non particolarmente rilevante (18 milioni di euro). Vi sono poi criticità normative, per l'ipotizzato acquisto: secondo le norme antitrust della legge Gasparri, recentemente prorogate, nessun editore di più di un canale televisivo nazionale può avere un quotidiano, e quindi De Benedetti dovrebbe prima cedere DeeJay Tv. Dinamiche troppo complesse, per un'Italia ancora molto... vischiosa. Se ne riparerà in autunno.

La confusione dello scenario culturale

Se lo scenario televisivo permane bloccato, che dire di quello culturale? Il Ministro per i Beni e le Attività Culturali Giancarlo Galan sembra caratterizzarsi per un dinamismo attivista ben lontano dall'andamento lento di Bondi, ma ancora non si può comprendere se riuscirà a passare dalle parole ai fatti: se non si ha il coraggio di mettere mano ad una riforma, complessiva e radicale, dell'intero intervento

pubblico nel sistema culturale, assisteremo ancora una volta ai rituali pannicelli caldi.

Il mese di giugno ha intanto registrato un pullulare di iniziative di riflessione, tecnica e politica, dagli esiti contraddittori, al di là delle tradizionali presentazioni delle relazioni annuali dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (il 14 giugno) e dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (il 22 giugno), sulle quali torneremo, con un'analisi critica "comparativa" approfondita, nell'edizione di settembre della rivista (sul sito web di "Millecanali", abbiamo intanto pubblicato un primo commento il 15 giugno, intitolandolo "L'Italia mediale... soffocata nella culla?"): l'8 giugno, l'Associazione Fonografici Italiani-Afi ha promosso un convegno sul copyright nel nuovo scenario del web (ed abbiamo osservato un Sottosegretario Giro ancora una volta nel ruolo del prudente felpato); il 21 giugno, la Siae ha presentato il suo tradizionale rapporto annuale (uno scenario non negativo, basti pensare che la spesa al botteghino per l'acquisto di biglietti e abbonamenti ha superato i 2,37 miliardi di euro, con un aumento del 4% rispetto al 2009 grazie ai risultati conseguiti soprattutto dal comparto cinema, mostre e teatro); nella stessa giornata, anche Assomusica ha presentato all'Agis il suo rapporto (e qui emerge che i concerti "live" non sono più un business in fase di sviluppo); il 24 e 25 giugno, si sono tenute a Roma "Le Giornate del lavoro culturale - Vivere di cultura", promosse dal Baicr (Treccani, Istituto Gramsci, Sturzo)...

Ma forse l'evento più importante può essere considerato il convegno promosso il 23 giugno da Italia Futura, l'associazione promossa da Luca di Montezemolo, intitolato "Orgoglio italiano": una kermesse dedicata ad esaltare il ruolo dell'industria culturale. Non enfatizziamo come la Televisione sia stata completamente ignorata dal convegno: come se essa non fosse, e più di altre, "industria culturale"! Abbiamo assistito ad un peana a favore dell'imprenditoria italiana, che dovrebbe assumere il ruolo (inedito) di mecenate-sponsor del sistema culturale italiano, di salvatore della Patria: l'icona di questo rinascimento (sic) dovrebbe essere Diego Della Valle. Non certamente in quel consesso autoreferenziale, ma alcuni osservatori hanno comunque notato come i 25 milioni di euro, che garantiscono al gruppo Tod's lo sfruttamento commerciale dell'immagine di "restauratori" del Colosseo per 15 anni, sono la dimostrazione di due dinamiche:

- lo stato miserabile nel quale versa il Ministero per la Cultura italiana, ovvero lo Stato, che riduce sempre più la spesa pubblica in un settore strategico;
- la furbizia di Della Valle, che ha acquisito un "logo", da associare al proprio "brand", che verosimilmente vale decine di volte il suo "generoso" investimento...

Pubbliche miserie e virtù private?! (parafrasando il titolo di "Vizi privati, pubbliche virtù", il film diretto nel 1975 da Miklós Jancsó, che pure potrebbe essere evocato per i giochi priapici del "decadente" Cavaliere...).

Su queste tristi note, auguriamo buone vacanze a tutti i nostri lettori. ■

(*) Angelo Zaccone Teodosi è Presidente di IsICult. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale è un centro di ricerca indipendente, fondato nel 1992, specializzato nell'economia dei media e nella politica culturale, che si caratterizza come laboratorio mediologico super-partes e no-partisan.

L'Istituto realizza analisi scenaristiche, ricerche comparative internazionali, studi di marketing, elaborazioni normative, monitoraggi istituzionali. Cura in particolare alcuni osservatori: sulle televisioni pubbliche europee (per la Rai), sul mercato audiovisivo e multimediale internazionale (per la Fondazione Rossellini per l'Audiovisivo), sulle Tv e i media del Mediterraneo del Sud e dei Paesi Arabi (per Copeam), sulle film commission ed i film fund italiani (per Regione Lazio), sulle potenzialità di Corviale come distretto culturale e sportivo (per Filas)...

L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv ed i media, è stato attivato nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294): questa è l'edizione n° 109. Fino al 2010, l'istituto ha avuto sede a Palazzo Taverna, attualmente IsICult - Studio Casimiro Martini, piazza Alessandria 17, Roma 00198; tel. 06/6892344 - 327/6934452, info@isicult.it - www.isicult.it.