

OSSERVATORIO ISICULT/MILLECANALI

Nessuna lieta novella: Rai alla deriva, digitale terrestre in crisi, Tv locali senza sostegno, lo strapotere Mediaset e la pavidità di De Agostini, industria culturale abbandonata ed un mercato depresso. Verosimilmente, lo scenario resterà immutato fino a quando Mediaset "sarà al governo"

Un sistema bloccato

di Angelo Zaccone Teodosi (*)

Lo scenario del sistema mediale e culturale italiano permane deprimente e sconcertante ed è arduo, mese dopo mese, assistere alla deriva in corso ed "inventarsi" stimoli che consentano, anche al lettore, di alimentare una speranza di cambiamento che non sia pia illusione: nell'edizione di questa rubrica pubblicata nel marzo 2010, abbiamo cercato di identificare alcune delle patologie, dalla dinamica regressiva del nuovo "testo unico" sulla Televisione (ovvero, ormai, sui "servizi di media audiovisivi") allo scandalo dell'Imaie (cui ha dedicato una pagina intera "Il Fatto Quotidiano" nell'edizione del 20 marzo, a firma di Malcom Pagani, disegnando uno scenario peggiore di quel che si credeva), dai tagli al Fondo Unico per lo Spettacolo a quelli non meno indiscriminati alle provvidenze per le emittenti radiotelevisive locali...

E che dire della Rai, e delle sue dinamiche autocensorie (l'assurdo divieto ai "talk show" politici, la vetustà di impostazione delle "tribune politiche" che avrebbero addormentato il compianto Jader Jacobelli) e masochiste (il ritardo nell'approvazione del nuovo "piano industriale", con conseguenze di sostanziale stallo in tutte le strutture), con un Presidente che - per coerenza - dovrebbe forse concretizzare le più volte ventilate dimissioni: per dare ai telespettatori ed ai cittadini, al Paese, al sistema dei partiti, alla politica mestierante, finalmente un segnale...

Ed invece prevale una stagnazione consociativa e... gelatinosa, per

usare un termine divenuto di moda nel definire le pratiche più recenti di corruzione.

Opposizione partitica e culturale e mediale debole, maggioranza divisa al proprio interno, ma coesa nel sostenere il leader unico, la cui vocazione populista e presidenzialista emerge ormai inequivocabile. Non è questa la sede per sentenziare se è giusto che chi è eletto dal popolo possa addurre questa genesi per porsi al di là delle leggi, ovvero - sia consentito la ardita citazione - al di là del bene e del male: il parlamentare eletto semi-dio, che legifera invocando una discrezionalità così estrema da andare a toccare liberamente alcuni cardini del sistema costituzionale (per esempio, la separazione dei poteri).

Agcom, macchina di potere e di consenso?

Un Presidente del Consiglio che sostiene che l'Agcom così come il Csm e la stessa Corte Costituzionale non sono soggetti super-partes, ma essi stessi macchine di potere e di consenso al servizio della parte politica che ha determinato le nomine. Berlusconi scopre e dichiara "urbi et orbi" che "il re è nudo", oppure cerca di "sbugiardare"

strumentalmente l'universo mondo, per curare i propri interessi (di parte)?

Gli italiani sono divisi, lo scontro politico si trasferisce su un piano pre-politico: la eterna lotta tra il "bene" ed il "male", tra i "buoni" ed i "cattivi", e questa regressione delle categorie del politico nella sfera dell'emotività non favorisce - crediamo - né un buon governo né una buona opposizione. Il rischio di



OSSERVATORIO ISICULT/MILLECANALI

degenerazioni autoritarie, pur con tutte le salvaguardie di un sistema che resta comunque ben pluralista (la Dandini sopravvive su RaiTre, e finanche Gabanelli e Iacona; Lerner su La7... ed in edicola non mancano certo le voci della critica più estrema e del dissenso, anche oltre il giornale-partito "la Repubblica"), è concreto. Il presidenzialismo può essere solo il risultato di un processo delicato, istituzionale prima che politico.

In questo contesto, nessuno presta particolare attenzione al sistema dei media e della cultura. Il dibattito è fermo, arretrato, vetusto. Non si approvano i finanziamenti per la banda larga (promessi e poi rimandati "sine die"), il salto al digitale è fallace (che dire della ignobile vicenda della numerazione dei canali, indegna di un Paese civile?), la Rai naviga a vista (con alcuni membri del Cda che chiedono le dimissioni del dg), nessun nuovo "player" emerge...

L'Italia è il Paese europeo che meno attrae gli investitori stranieri, anche nell'arena mediale e culturale. Il duopolio Mediaset-Rai, che si è ormai riprodotto anche nel settore cinematografico (Medusa-RaiCinema), non è certo stato scalfito dall'ingresso nel settore della produzione di alcune filiali italiane di "major" Usa (Warner e Fox, con la Universal che è entrata con una piccola quota nella Cattleya partecipata da De Agostini). Anche un gruppo come l'Espresso ha avuto timore di entrare seriamente nel mercato televisivo e lo stesso De Agostini (che certo non soffre di liquidità) ha preferito investire... all'estero, nella "factory" di format della scandinava Zodiak, trasferendo paradossalmente sul mercato internazionale la concorrenza

con Mediaset (che controlla un terzo dell'altra "factory", la potente Endemol), che pure sarebbe stato naturale esercitare sul mercato interno.

Parlamento bloccato, mercato bloccato

Parlamento bloccato: non 1 legge 1 di riforma del sistema culturale e dei media, se non l'eccezione dell'affossamento della legge 122 (sul quale adeguato inchiostro abbiamo dedicato nella scorsa edizione della rubrica) e l'introduzione del "product placement" anche nell'economia televisiva (e ne avevamo proprio necessità?).

Mercato bloccato: non 1 iniziativa 1 significativa, né nel settore dell'emittenza né in quello della produzione, né nel cinema né nella Televisione (e lasciamo perdere segmenti ancora più marginali, dai cartoons ai documentari, fino ai videogames), né nell'editoria né nella fonografia...

Dall'estero, ci guardano con disprezzo e timore, e non ci sono capitalisti italiani che intervengano nel settore dei media e della cultura. Con bella pace della grandiosa retorica del "tax shelter" e del "tax credit", che stenta a decollare, ed è stato peraltro circoscritto alla sola cinematografia, allorquando - per avere senso - dovrebbe essere esteso a tutti i segmenti dell'industria culturale indistintamente. Così come un Paese serio, che volesse sostenere la propria industria culturale e mediale non solo con le belle parole (la retorica del Ministro Bondi cozza con i tagli messi in atto da Tremonti), dovrebbe ridurre le aliquote Iva, uniformandole verso il basso e superando

gli speciali

Le criticità del "made in Italy" audiovisivo

Ecco alcuni dati emersi da una prima "esplorazione" dell'Oiam, l'Osservatorio Internazionale Audiovisivo e Multimediale promosso dalla Fondazione Rossellini in partnership con Isicult e Luiss:

- l'export di programmi televisivi francesi ha generato ricavi pari a 110 milioni di euro nel 2008, di cui 86 milioni da opere audiovisive: fiction (27 milioni), animazione (29 milioni) e documentari (31 milioni);
- l'export di programmi di fiction ha generato 27 milioni di euro e mostra un forte trend positivo rispetto agli ultimi anni;
- due terzi dei ricavi da export sono prodotti in Europa occidentale, mentre le esportazioni in Nord America generano meno di 10 milioni di euro di ricavi (e quelle negli Usa meno di 5 milioni);
- l'Italia è il maggiore importatore di prodotti televisivi francesi, con 15 milioni di euro di fatturato;
- l'export di prodotti audiovisivi britannici ha

prodotto 1,2 miliardi di euro di ricavi nel 2008, di cui 589 milioni generati da programmi televisivi;

- gli Stati Uniti sono il maggior importatore di prodotti televisivi britannici: 440 milioni di euro, il 36% del totale. L'Italia spende circa 20 milioni di euro per l'import di programmi britannici;
- l'export dei programmi televisivi italiani è stimabile in 20 milioni di euro, mentre quelli di fiction generano ricavi pari a 5 milioni di euro...

Ed ecco alcune "success-story":

- 'Gomorra' è stato distribuito in sala in 36 Paesi, compresi gli Usa, ed ha avuto all'estero circa metà delle entrate complessive;
- 'Il Divo' e 'Caos Calmo' sono stati distribuiti rispettivamente in 20 e 12 Paesi, compresi gli Usa;
- 'Ris - Delitti imperfetti' (Taodue) è stato acquistato per l'adattamento da Tf 1 in Francia ('Ris

- Police Scientifique') e da Sat.1 dal 2007 in Germania ('Die Sprache der Toten');
- in Francia, Tf1 ha trasmesso anche la serie originale italiana dal novembre 2008, dato il grande successo dell'adattamento francese, con il titolo di 'Les spécialistes: investigation scientifique';
- nel 2008 alcuni episodi de 'Il commissario Montalbano' (Palomar) sono stati acquistati e trasmessi da Bbc (sul canale digitale Bbc 4). Un accordo è stato perfezionato anche con l'australiana Sbs;
- Zdf Enterprise (Germania) ha acquisito nel 2008 i diritti per la distribuzione de 'Il Commissario Montalbano';
- i diritti di 'Medicina generale' sono stati venduti a Pervy Kanal (Russia), dove è stato trasmesso un adattamento della serie in prime-time;
- 'Guerra e pace' e 'Orgoglio' sono stati venduti in Scandinavia, rispettivamente a Svt (Svezia) e Nrk (Norvegia) e ad Yle (Finlandia)...



OSSERVATORIO ISICULT/MILLECANALI



Una nuova interessante realtà. Da sinistra, Pier Luigi Celli (Direttore Generale e Amministratore Delegato della Luiss "Guido Carli"), Francesco Gesualdi (Presidente della Fondazione Roberto Rossellini per l'Audiovisivo), Angelo Zaccone Teodosi (Presidente dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale-IsiCult), all'atto della stipula della convenzione per l'Osservatorio Internazionale sull'Audiovisivo e la Multimedialità.

(quasi un chiodo fisso, peraltro sacrosanto, di Rebecchini) ed al taglio dei sostegni pubblici alle emittenti radiotelevisive locali (preservando però quelle di partito, maguardaunpo'...).

Nessuno ha preso la parola per sostenere: "signori egregi, il sistema è malato nel suo complesso ed alla radice, sia per il conflitto di interesse sia per il blocco duopolistico,

sperequazioni che non hanno alcun senso logico o economico, essendo eredità storica di diverse forze delle lobby in campo.

Il sistema culturale italiano è bloccato, congelato. L'industria culturale italiana boccheggia, sopravvive a se stessa.

Un disastro.

Un disastro... metabolizzato?

Il peggio è che questo disastro sembra ormai quasi metabolizzato dagli stessi "player" del sistema, come se il "patologico" fosse divenuto "fisiologico".

Raccontiamo un episodio che ci sembra sintomatico di questa sorta di narcosi collettiva, di addormentamento diffuso. Nel marzo 2010, il Corecom del Lazio, presieduto dal vivace avvocato Francesco Soro, ha promosso un incontro al quale hanno partecipato i presidenti di Frt ed AerAnti-Corallo (le due associazioni del settore dell'emittenza), una dirigente della pianificazione pubblicitaria di Telecom Italia (il maggior "spender", per molti aspetti, tra gli utenti italiani) ed il boss della maggiore società di produzione indipendente italiana (indipendente rispetto al duopolio Rai-Mediaset, perché Magnolia appartiene al gruppo Zodiak e quindi a De Agostini).

Da restare senza parole. La dirigente della pubblicità Telecom che dichiara a chiare lettere che non ha alcun senso investire 1 euro 1 in pubblicità sulle Tv locali (certo, basta pianificare Rai e Mediaset per raggiungere gran parte dei target...), il produttore indipendente che non critica l'assetto duopolistico del sistema (beh, certo, Rai e Mediaset sono giustappunto i suoi principali clienti, appunto...), i presidenti delle due associazioni di categoria (ad una delle quali aderisce anche Mediaset...) che manifestano critiche, dal sapore quasi rassegnato, rispetto alle contraddizioni della numerazione dei canali

e fino a quando non si scardina questo assetto a monte, a valle si soffrirà - tutti - di una contrazione della pluralità di imprese e del pluralismo espressivo, con tutti i settori dell'industria culturale e mediale che finiscono per soffrire una diffusa crisi di ossigenazione".

Altro che sviluppo. È in gioco la sopravvivenza. Non si tratta di essere "pro" o "contro" Berlusconi, di proporre letture ideologizzate, ma è un dato di fatto che l'integrazione verticale e orizzontale (e trasversale, verrebbe da aggiungere scherzosamente, usando il termine non con la logica dello slang degli economisti) tra Governo Berlusconi e Gruppo Mediaset ha effetti di rallentamento dello sviluppo complessivo dell'intero sistema.

L'espansione di Mediaset all'estero (le recenti acquisizioni in Spagna, a rafforzamento di una presenza di successo ormai ben radicata) è quasi una paradossale conferma dei limiti del "mercato interno", a causa dello strapotere Mediaset. E non crediamo che l'eventuale ingresso di Sky Italia nel mercato televisivo "free-to-air" (possibile, salvo novità, solo nel 2011) determinerà cambiamenti significativi, in un sistema così radicalmente bloccato. Peraltro - come ha giustamente ricordato Rebecchini - Sky è già presente nel "free", con quello strano canale-vetrina che è Cielo, prepotentemente entrato nell'offerta del digitale terrestre.

Strapotere Mediaset, pavidità degli altri gruppi mediali

Che speranze ci sono che questa situazione di blocco possa essere modificata? E da chi? Abbiamo invocato, su queste colonne, un'acquisizione de La7 da parte di un investitore straniero, disponibile ad investire almeno 500 milioni di euro l'anno per consentire a questa emittente di passare dal modesto attuale 3 per cento di share ad un realistico 10 per cento, che potrebbe agevolmente raggiungere nell'arco di tre o quattro anni. Non solo Telecom Italia e De

OSSERVATORIO ISICULT/MILLECANALI

Agostini hanno paura di disturbare il Grande Manovratore, ma anche le multinazionali multimediali straniere. Ancora una volta, chi tocca il duopolio muore?! Lo strapotere Mediaset non è bilanciato da altri gruppi mediali italiani, che si mostrano privi di vocazione al rischio. Berlusconi ha rischiato, nel bene e nel male, altri si sono mostrati così prudenti da dimostrarsi pavidi.

Lo scenario italico non subirà modifiche, certamente, fino a quando al Governo sarà anche il proprietario del maggiore gruppo televisivo e mediale nazionale: questa affermazione non è dettata da anti-berlusconismo (chi scrive queste note ha creduto, per un breve periodo, che Berlusconi potesse farsi interprete di una autentica riforma liberal-liberista del Paese, ma l'illusione è presto svanita), ma da una osservazione oggettiva delle caratteristiche strutturali del sistema.

E le conseguenze di questo "blocco", che è mediale e culturale (anche nella accezione sociologica del concetto), si vedono in tutte le dinamiche del sottosviluppo di tutti i segmenti della nostra industria culturale: vedi infra.

La Fondazione Rossellini per l'internazionalizzazione

Come abbiamo già anticipato nella scorsa edizione, la Fondazione Roberto Rossellini per l'Audiovisivo è un'iniziativa in controtendenza: promossa (non a caso) da una Regione a guida "rossa", presieduta (fino ai noti "incidenti" sessuali) da un apprezzato ex giornalista Rai (non a caso), la Fondazione è il tentativo di costruire una "cabina di regia" rispetto ad una serie policentrica di interventi messi in atto dalla Regione Lazio a favore dell'industria audiovisiva.

Il Lazio è senza dubbio la regione italiana più all'avanguardia, in questa politica innovativa, che è culturale ed economica al tempo stesso: una vera "politica industriale" per la cultura e specificamente per l'audiovisivo. Ogni anno ha allocato decine e decine di milioni di euro a favore del cinema e dell'audiovisivo, divenendo "potente" come il Ministero per i Beni e le Attività Culturali (che - perdurante assurda contraddizione italiana - sostiene il cinema ma non l'audiovisivo!) e più del Ministero delle Comunicazioni (che governa l'emittenza, ma, di fatto, ignora completamente la produzione di "content": anche questa un'altra perdurante assurdità tutta italiana, che la stessa sinistra non è stata in grado di sanare, quando ha governato).

Nel settore audiovisivo del Lazio, intervengono la Regione direttamente (attraverso gli assessorati alla cultura, allo sviluppo economico, alla piccola e media impresa...) ed alcuni suoi bracci operativi: Roma e Lazio Film Commission, Filas spa, Sviluppo Lazio, UnionFidi... E la Fondazione Rossellini, che si pone come piattaforma di coordinamento: date le risorse messe a disposizione dalla Regione Lazio, e data la qualificazione dei soci della Fondazione (Mibac, MinCom, Anica, Agis...), le ambizioni sono di respiro nazionale.

La Fondazione Rossellini intende porsi anzitutto come strumento per l'internazionalizzazione del "made in Italy" italiano. Settore nel quale l'Italia è arretrata, ed è costretta ad osservare passivamente le politiche più lungimiranti di Regno Unito, Francia, Germania, e finanche Spagna. Basti ricordare che in Italia non esiste ancora una Agenzia Internazionale per la Promozione Internazionale dell'Audiovisivo!

L'11 marzo la Fondazione Rossellini ha presentato a Roma il neonato Osservatorio Internazionale sull'Audiovisivo e la Multimedialità (Oiam l'acronimo italiano, Iamo quello inglese), alla comunità degli operatori e dei giornalisti. Eccellente successo di critica e di pubblico, come suol dirsi, ed una notevole rassegna stampa.

Va segnalato che buona parte dei giornalisti sembra aver scoperto, un po' tardivamente, che il nostro export è assolutamente modesto e che successi come "Gomorra" e "Il Commissario Montalbano" non sono esattamente rondini che fanno primavera. Nel "box", proponiamo alcuni dei dati che sono stato oggetto della presentazione, con una prima esplorazione, curata dai due partner che gestiscono l'Osservatorio, IsICult e Luiss. Si tratta di dati che ci si augura stimolino un'evoluzione dell'autocoscienza, sia a livello di imprenditori privati sia a livello di "policy maker" pubblico, affinché si comprenda la necessità di investire energie e risorse per l'internazionalizzazione del nostro "made in Italy" audiovisivo. ■

(*) 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. Giovanni Gangemi è Direttore ed Alfredo Saitto partner. Tra i committenti: Rai, Mediaset, Sky Italia, Uer, Mpa, Agcom, Doc.it, Apt, Regione Lazio, Anci, Comune di Roma... In particolare, Rai e Mediaset sono associati onorari all'Istituto.

Tra le ricerche pubblicate (dirette da Zaccone e dalla co-fondatrice Francesca Medolago Albani, attualmente responsabile dell'Ufficio Studi Anica), "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 mediali europei" (Sperling & Kupfer - Rti, 2004; con Flavia Barca).

IsICult realizza dal 1998 - tra l'altro - un Osservatorio sulle Tv Pubbliche Europee ®, su commissione Rai, la cui edizione 2009 è stata appena conclusa: nel 2008, è stato pubblicato un estratto di un decennio di queste ricerche: Angelo Zaccone Teodosi, Giovanni Gangemi, Bruno Zambardino, 'L'occhio del pubblico. Dieci anni di osservatorio Rai/IsICult sulla televisione europea', Eri - Rai, collana "Zone" (n. 9), 2008. Dal 1997, cura un Osservatorio sull'Animazione e i Contenuti Digitali, e, dal 2004, realizza anche un Osservatorio sulle Tv dei Paesi del Mediterraneo del Sud e del Mondo Arabo, promosso dalla Copeam.

Altre ricerche realizzate da IsICult hanno visto la luce in volume: 'Capitale di cultura. Quindici anni di politiche', per i tipi di Donzelli (la prima analisi delle politiche culturali del Comune di Roma) e 'Il mercante e l'artista' (il primo manuale italiano sul "tax shelter" per il cinema), pubblicato da Spirali.

Tra le pubblicazioni più recenti, il saggio "Tra film commission e film fund: cinema e audiovisivo come "moltiplicatori" della socio-economia del territorio", nell'edizione 2009 del "Rapporto Annuale Federculture", Etas, 2009.

Sono in fase di progettazione "Gli Incontri IsICult di Palazzo Taverna", irrutuali summit periodici di "decision maker" ed "opinion leader" del sistema culturale e mediale.

L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv e i media, è stato attivato, curato da Zaccone e Medolago, nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294): questa è l'edizione n° 96.

IsICult, Palazzo Taverna, via di Monte Giordano 36, Roma 00186. Tel./fax (39) 06 689 23 44, info@isicult.it - www.isicult.it.

speciali