

## Le sei mosse per cambiare la Rai

Carlo Rognoni



SEGUE DALLA PRIMA

A tracciare il percorso ci sono una serie di paletti, ognuno dei quali rappresenta una sfida. Primo, cambiare la governance del servizio pubblico, intervenendo sulla legge Gasparri. Secondo, rivedere il canone, la tassa più sgradita e più evasa dagli italiani. Terzo, immaginare la nascita di un grande operatore di rete distinto da un servizio pubblico concentrato sulla fornitura di contenuti audiovisivi. Quarto, ripensare completamente la struttura organizzativa: ha senso nell'epoca di internet mantenere tre canali generalisti più una quantità assurda di canali di nicchia? Quinto, la fabbrica dell'informazione da quando esiste la digitalizzazione non può restare strutturata come oggi in un numero spropositato di direzioni editoriali. Sesto, il rapporto con i territori: il problema non è avere sedi in tutte le Regioni, bensì avere una presenza giornalistica diffusa che copra l'Italia. E perché non pensare a un rilancio delle tv locali capaci di accettare la sfida di un servizio pubblico di prossimità, magari con la guida di una Rai rifondata?

Alla fine, tagliato il traguardo, il governo Renzi dovrà ripensare anche all'organizzazione dei lavori in Parlamento. Non ha più senso una commissione di Vigilanza. Ha molto più senso pensare a commissioni permanenti dedicate al mondo dei media (dalla carta stampata alla radio alla televisione) e del digitale che si porta dietro una vera e drammatica rivoluzione.

A oggi che cosa è stato fatto? C'è una prima dichiarazione secca e forte del premier a Trento: fuori i partiti dalla Rai. C'è un impegno preso dal nuovo sottosegretario

alle Comunicazioni, Antonello Giacomelli: è vero che la Convenzione Stato-Rai scade nel maggio 2016, ma lui si è impegnato a rinnovarla quest'anno. E ha anche annunciato che per la fine del 2014 sarà pronta una legge articolata di riforma del sistema radiotelevisivo pubblico. Nei prossimi sei mesi il ministero dello Sviluppo economico, a cui fa riferimento il vecchio ministero delle Comunicazioni, aprirà una stagione nuova per una approfondita e larga consultazione sul futuro della Rai, sulla sua missione nell'epoca di internet, coinvolgendo gli *stakeholder* e tutta quella parte di opinione pubblica interessata a dire la sua, a dare un contributo nell'immaginare che tipo di servizio pubblico serve al Paese.

Rispetto a diverse dichiarazioni in libertà che ognuno si sente titolato a fare di questi tempi, per cercare di capire che cosa può davvero avere in mente Matteo Renzi forse vale la pena di ricordare quello che è stato detto alla Leopolda, ma anche quello che è emerso dal Forum sulla riforma del sistema radiotelevisivo organizzati dal partito democratico.

In estrema sintesi: c'è una forte condivisione sulla necessità di non nominare più un vertice aziendale «a la Gasparri». Si parla di un amministratore delegato per la Rai come in tutte le società per azioni, sulla base delle norme del codice civile, sia pure scelto con un sistema di garanzia, vista la rilevanza politica che ha un'azienda come la Rai. Il cambio della governance deve essere coerente con la volontà di scrivere la parola fine davanti alla lottizzazione partitica.

Per ripensare il ruolo del servizio pubblico bisogna sì ripartire dalla rivoluzione tecnologica ma anche e soprattutto da una riflessione su come la composizione e i caratteri della società italiana sono cambiati.

L'attuale mix di ricavi della Rai non consente all'azienda né di restituire «valore pubblico» in misura che giustifichi il finanziamento da canone, a causa del forte condizionamento pubblicitario, né di competere nella raccolta pubblicitaria a causa degli affollamenti ridotti. Per tutelare meglio la missione di servizio pubblico e garantire un aumento del pluralismo e della competitività del sistema, il modo migliore consiste nell'immaginare una separazione societaria - anche all'interno di una holding pubbli-

ca - delle attività finanziate da risorse pubbliche da quelle finanziate con risorse private. Il modello a cui ispirarsi è quello inglese, dove operano *Bbc* e *Channel 4*, entrambe pubbliche: si avrebbe così da una parte «una Rai servizio pubblico» senza pubblicità con a disposizione tutto il canone e dall'altra «una Rai commerciale» con una missione definita di mettere al lavoro produttori indipendenti e rilanciare la creatività nazionale. Non dimentichiamo che l'Italia è in Europa uno dei fanalini di coda del mercato dell'audiovisivo, un mercato che potrebbe dar lavoro soprattutto a tanti giovani nativi digitali.

Un capitolo importante della riforma è la divisione fra Rai «operatore di rete» e Rai «fornitore di contenuti». Con la messa in Borsa di *Railway* - oggi spiegata come il tentativo di recuperare denari vista la riduzione temporanea del canone di 150 milioni - si è aperta in realtà un'opportunità Paese. Quella di dotare l'Italia di un grande operatore di rete pubblico che controlla torri e impianti per la distribuzione dei segnali audio e video, a disposizione di tutti e non solo della Rai. Con questa scelta si potrebbe agevolare la rinuncia da parte di tante tv locali all'ambizione sbagliata di fare loro gli operatori di rete. E quelle tv locali che si concentrassero sull'idea di fornire un servizio pubblico di prossimità potrebbero trovare in Rai un appoggio, una guida.

Un servizio pubblico fatto di tre reti generaliste più una dozzina di reti digitali terrestri, con una piattaforma satellitare free, con davanti la sfida di internet, del web e della banda larga, non è in grado di raccogliere risorse sufficienti per fare bene il suo mestiere. Non si può pensare, d'altra parte, di aumentare il canone di quanto sarebbe necessario. Non c'è dubbio che togliere il canone e sostituirlo con altre forme di finanziamento sia uno degli obiettivi che più può piacere a Renzi. Anche a questo dovrà servire la grande consultazione che verrà lanciata nelle prossime settimane.

Insomma lo slalom gigante è sfidante, ma se si hanno gli sci giusti il premio finale è straordinariamente importante: il rilancio di un bene comune che fa parte di un welfare moderno e che contribuisce alla qualità della nostra democrazia. Insomma, forza Renzi, scegli la sciolina giusta!