

» **L'intervista** Il presidente dell'Upa (Utenti di pubblicità): non pensiamo alla privatizzazione ma servono strategie di sviluppo

Gli inserzionisti: ora una rete stile Bbc, senza spot

Sassoli de Bianchi: la politica stia fuori I 150 milioni? Assurdo chiederli adesso

ROMA — Lorenzo Sassoli de Bianchi, lei presiede l'Upa, gli Utenti di pubblicità associati, ovvero l'associazione degli inserzionisti pubblicitari. Come vedete questa «transizione» della Rai?

«Ci sembra una condizione ideale per ragionare. La politica guarda alla Rai, come dimostra l'atteggiamento di Matteo Renzi, con maggior distacco e lucidità. La gestione di Luigi Gubitosi ha portato il bilancio in pareggio per la prima volta. C'è spazio per un ragionamento strategico»

Voi da anni premete per una riforma profonda della Rai

«Una premessa. Noi non siamo solo "biechi investitori" ma rappresentiamo 500 imprese che sentono di avere una buona parte di responsabilità nel sistema della comunicazione, poiché destiniamo ogni anno 7 miliardi e mezzo alla pubblicità, e metà di quelle risorse vanno al comparto tv. A noi sta molto a cuore il destino della Rai, che resta la maggiore impresa culturale del Paese e ha avuto il merito di alfabetizzare ed educare l'Italia nel dopoguerra»

Voi, da almeno tre anni, immaginate una Rai diversa. Quale?

«Il primo presupposto è una tv pubblica completamente, e definitivamente, sganciata dalla politica. Immaginiamo una fondazione sul modello di quella che governa la Bbc: composta da settori essenziali della vita nazionale, dalle università, agli imprenditori e approdando anche alla politica. Darebbe solo indirizzi di massima, poi la gestione andrebbe affidata a un management di prim'ordine. Secondo presupposto. Creazione di una rete generalista completamente priva di pubblicità che sia sganciata dall'ossessione dell'audience e torni interamente al compito di assicurare un autentico servizio pubblico.

Come era davvero stata la Rai, appunto, nel miglior periodo del suo rapporto col Paese, ovviamente con un'offerta adeguata ai nostri tempi».

Ma una rete senza pubblicità non è contro i vostri interessi?

«Per migliorare un sistema occorre saper rinunciare a qualcosa. Una rete priva di pubblicità non solo potrebbe restituire la Rai al suo ruolo ma giustificherebbe pienamente il canone che adesso, proprio perché la tv pubblica rincorre le tv commerciali, viene vissuto come un balzello. Con l'operazione che proponiamo, il canone da balzello indigesto diventa il premio da assegna-

re a una rete che garantirebbe qualità, attenzione alla proposta, innovazione»

Tutto questo significa privatizzare la Rai?

«Non lo proponiamo perché non lo pensiamo. La Rai deve restare ciò che è, la maggiore impresa culturale del Paese. Sottolineo la parola impresa perché bisognerebbe riprendere a parlare di sviluppo della tv pubblica, non più solo dei tagli»

A proposito, cosa pensa dei 150 milioni richiesti dal governo Renzi alla Rai guidata da Luigi Gubitosi?

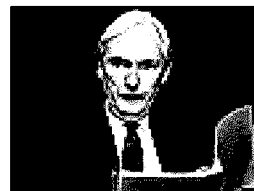
«Mi sembra cervelotico e ingiusto che una tv debba soggiacere alle logiche di un ministero, quello dell'Economia, mentre affronta un mercato globale come quello televisivo. In quanto al merito e al metodo, se si chiedesse un contributo simile a metà anno a una qualsiasi azienda privata italiana, rischierebbe il tracollo definitivo. Certe richieste si fanno all'inizio dell'anno per inserirle nel budget. E poi cambiare le regole in corsa rischia di svalutare la professionalità di chi è al lavoro. E Gubitosi ha agito molto bene»

I quali altri settori dovrebbe cambiare, la Rai?

«Smettere l'offerta rigida da broadcasting e andare nella direzione della media company. Mi spiego. Sta tramontando il bisogno, un tempo familiare, del tradizionale palinsesto "imposto" al consumatore. Oggi aumenta il consumo personale e individuale. Che implica un dialogo produttore-fruitor».

Paolo Conti

Chi è



La carriera

Lorenzo Sassoli de Bianchi, 61 anni, fondatore e presidente dell'azienda Valsoia, dal 2007 è presidente dell'Upa, Utenti di pubblicità associati

