

Il sottosegretario Giacomelli: il governo fissa gli obiettivi, l'azienda concessionaria li deve attuare

Tv pubblica, Rai vada al rilancio

Gli spot sono una risorsa accessoria, per le private ossigeno

Con la nuova concessione del servizio pubblico il governo fissa gli obiettivi entro cui si deve muovere la Rai, spetta poi alla società concessionaria predisporre un piano industriale ed editoriale. «Se la modernizzazione della tv pubblica non è ancora avvenuta, confidiamo che in questa convenzione ci sia il mandato per la Rai per una razionalizzazione complessiva». È il messaggio indirizzato ieri ai vertici di Viale Mazzini dal sottosegretario allo sviluppo economico **Antonello Giacomelli**, durante la sua audizione in Commissione di Vigilanza Rai, facendo riferimento allo schema di concessione approvato in consiglio dei ministri (si veda *ItaliaOggi* del 11/3/2017).

«Io avrei qualche timore nell'immaginare il confronto della politica su temi come quante reti, quali canali servono e sulla missione dell'uno e dell'altro», ha spiegato Giacomelli. «Il nostro compito è fissare gli obiettivi, ci sono poi

compiti precisi che qualcun altro deve svolgere, ovvero chi ha avuto dal parlamento la responsabilità di amministrare l'azienda. Costoro nel concreto devono predisporre un piano editoriale e industriale che abbia questa valenza». Quindi, sempre secondo il sottosegretario allo sviluppo economico, «il nostro auspicio è che ci sia il rilancio del servizio pubblico che ha trovato traccia nel percorso fatto, anche attraverso la consultazione pubblica online». Il senso del rinnovo della concessione Rai è «dare indicazioni precise per una trasformazione organica e compiuta, coerente e complessiva, non transitoria e che sia fondata su una visione editoriale industriale decennale, che vada oltre questa fase attuale».

Tra i temi più importanti, poi, Giacomelli ha ricordato «la questione dell'efficientamento dei costi e la razionalizzazione dei costi interni della Rai», perché «l'uso più efficiente delle risorse deve essere garantito dalla società concessionaria».

A proposito della riorganizzazione dell'informazione e delle trasmissioni tv, in particolare, bisogna pensare alla «ridefinizione del numero delle testate giornalistiche» e a «un uso più efficiente delle

risorse», né tantomeno la Rai si trova oggi «in testa nella valorizzazione dei format. Per questo chiediamo alla Rai, in quanto servizio pubblico, di valorizzare talenti e creatività. Inoltre penso che un'attenzione maggiore debba essere posta alla cultura e alle opere teatrali».

Sulla raccolta pubblicitaria, invece, «serve trasparenza, leale concorrenza e non discriminazione», concetti che possono essere riassunti con l'espressione «no dumping», sempre a giudizio del sottosegretario, considerando che «la pubblicità rappresenta risorse accessorie per la Rai ma è ossigeno per tutte le altre emittenti e per la carta stampata. Quindi, la concessionaria del servizio pubblico è chiamata a usare queste risorse, per lei accessorie, in modo tale da non danneggiare le altre imprese del settore».

Peraltro, c'è anche l'estensione del limite dei compensi agli ospiti delle trasmissioni di Viale Mazzini tra gli argomenti tornati di recente d'attualità, oltre alle accuse di dumping rivolte alla Rai. Ma «io considero la norma «impropria e sbagliata», ha dichiarato Giacomelli. «Va definita la portata giuridica della norma e non può essere il governo a farlo, spetta ad altri interpretare la norma». Comunque sia, «il dato vero che dovrebbe interessare è il costo complessivo di un prodotto e il ricavo che ne ha l'azienda».

Insomma, «l'impegno è per il rilancio del servizio pubblico», ha concluso il sottosegretario. «La concessione Rai è il terzo punto a cui abbiamo lavorato: c'era allora il governo Renzi, nel marzo del 2015, quando si fissò una strategia che aveva tre capisaldi: la riforma della governance, il canone Rai in bolletta e il terzo, appunto la concessione Rai».



Antonello Giacomelli