



Il digitale "azzoppa" la Rai Il futuro sorride a mister Sky

LA TV SATELLITARE CRESCE NEI RICAVI

di **Loris Mazzetti**

La Rai nel 2009 potrebbe non essere più leader del settore. Si preannuncia un cambio al vertice a favore di Sky, al momento in testa per ricavi e pubblicità, manca ancora un mese e il condizionale è d'obbligo. Nel 2007 la tv di Murdoch era al terzo posto dopo la tv di Stato e Mediaset con 2.347 milioni di euro, nel 2008 ha superato la tv di Berlusconi e si è piazzata al secondo posto con 2.640 milioni, nel 2009 potrebbe salire sul primo gradino superando quota 2.700 milioni. La Rai è l'operatore che ha risentito maggiormente della crisi, mentre il Cavaliere ha attutito le perdite con l'aumento delle entrate della pay tv, grazie al rafforzamento di Mediaset Premium sulla piattaforma digitale terrestre.

La crisi mondiale delle banche che ha bloccato il mercato pubblicitario, l'impopolarità per il governo di adeguare il canone a quello degli altri paesi europei, le multe dell'Authority per non aver rispettato le leggi (vedere alla voce Meocci direttore generale), e in assenza di un nuovo piano editoriale, la Rai si presta a fare il quarto taglio dei budget delle reti, mettendo, ancora una volta, sempre più a rischio programmi e qualità del prodotto. Un esempio: quello di Raitre nel

2008 era di 73 milioni di euro, dopo l'ultima castrazione è passato a 62 milioni, tenendo ben presente che Raitre è la rete che, rispetto alle altre, produce oltre il 90% dei programmi che mette in onda. La pubblicità insegue l'ascolto e sicuramente nelle perdite pubblicitarie della Rai ha contribuito lo stentato inizio del digitale terrestre.

Mentre sta avvenendo in Campania il passaggio dall'analogico al digitale, i dati dell'ultimo switch off (non a caso qualcuno lo ha definito all'amatriciana), quello nel Lazio, ha segnato il crollo dell'Auditel nella regione: meno 15,9%; se consideriamo solo i telespettatori sopra i 65 anni, si arriva addirittura al 22%.

Un interessante lavoro, fatto dall'agenzia Media Italia del gruppo Armando Testa, sull'evoluzione della tv digitale dall'avvento di Sky (luglio 2003) ad oggi, dimostra che da qui al 2012 (anno in cui il digitale terrestre coprirà interamente la Penisola) cambierà lo scenario televisivo e il rapporto del telespettatore con il mezzo. Rai e Mediaset dal 2003 ad oggi hanno perso l'11,4% di pubblico, prevalentemente a favore del satellite. Sky ha visto la sua platea più che raddoppiare da 6 a 14 milioni e gli abbonati da meno di 2 milioni a 4 milioni 800 mila, con l'obiettivo di superare i 5 milioni entro il 2009. La tv di



In alto la pubblicità del Digitale terrestre; sotto Mauro Masi (ANSA)

Stato è stata quella più penalizzata: meno 7,4%. Se entriamo nel particolare, la Rai ha perso 8,7% (Mediaset meno 5,6%, il satellite più 12,4%); nella fascia di età compresa tra i 15 e i 34 anni, in quella tra i 4 e i 14 anni il 13,4% (Mediaset meno 9,3%, il satellite più 18%).

In Europa, non esiste un'altra tv che in sei anni abbia cambiato: cinque direttori generali (quattro in rappresentanza dei governi Berlu-

sconi, uno di Prodi), quattro presidenti. La Rai avrebbe avuto tutto il tempo per correre ai ripari, se non fosse un'azienda alle dirette dipendenze dei partiti. Per il politico di turno è più importante far passare un certo messaggio al tg che affrontare la concorrenza con strategie ben mirate in un paese dove il conflitto di interessi è grande come una casa. Ad ogni cambio di maggioranza, la prima cosa che fa il pre-

sidente del Consiglio eletto è quello di cambiare il direttore del Tg1: lo fece Berlusconi con Mimun, poi fu la volta di Prodi con Riotta, poi ancora Berlusconi con il suo amico Minzolini.

Cerchiamo di capire, per quanto riguarda l'ascolto, cosa è successo nelle regioni in cui il digitale terrestre è definitivo (il periodo di rilevazione va dall'11 al 22 novembre). In Sardegna, il satellite, a livello di penetrazione, è in-

crementato del 5,6% rispetto alla Rai e Mediaset; in Trentino Alto Adige del 21,6%, in Piemonte del 6,9%, nel Lazio dell'8%. Questo dato è dovuto anche al fatto che in molte zone occorre il satellite per vedere le tv generaliste. Quale sarà lo scenario tv nel 2012 quando il digitale terrestre sarà presente su tutto il territorio italiano? Media Italia lancia un allarme. In questi sei anni le così dette "altre tv" cresceranno ancora in termini di ascolto, dall'odierno 21% passeranno a un probabile 29%, mentre Rai e Mediaset passeranno dall'attuale 79% al 71%, con la possibilità di recuperare attraverso l'offerta delle nuove reti nate grazie alla moltiplicazione dei canali dovuta al digitale. La situazione è grave ma non compromessa. Se la Rai adotterà politiche industriali ed editoriali adeguate può farcela. È importante che i vertici riportino le decisioni strategiche all'interno dell'azienda, smettano di essere condizionati da ministri o sottosegretari e, soprattutto, coinvolgano tutti i lavoratori, motivandoli anche con premi al raggiungimento degli obiettivi. Indipendenza e collaborazione sono indispensabili per arginare il passivo che nel 2012 potrebbe essere di 720 milioni di euro, come denunciato dal direttore generale Mauro Masi. A chi serve una Rai uguale all'Alitalia?