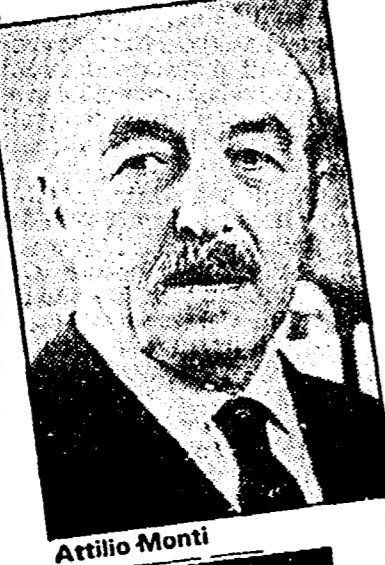


Il terremoto che sta cambiando il sistema dell'informazione

«Corriere», le tre cordate sono una: quella di Monti

La sorte del gruppo si conoscerà tra poco, forse è già decisa a vantaggio del vecchio petroliere - Come cambia pelle il giornale

MILANO — I giochi sono ancora aperti, si fa per dire, fino al 27 settembre. Entro questa data eventuali imprenditori, singoli o in cordata, potranno decidere se sottoscrivere o meno l'aumento di capitale da 6 a 66 miliardi deliberato nel mese di luglio dall'assemblea dei soci della Rizzoli. Ai primi di ottobre scade anche il periodo dell'amministrazione controllata concessa alla Rizzoli SPA e alla editoriale «Corriere della Sera». Ancora oggi peraltro, nonostante il turbolento di voci, indiscrezioni, dichiarazioni e smentite, la situazione del gruppo Rizzoli-«Corriere» resta ancorata agli stessi fondali del passato: rimane la nota disposizione del CICR (comitato interministeriale del credito) che vieta alle banche il possesso di partecipazioni editoriali; Gorla ha approvato l'aumento di capitale della Rizzoli confermando quel provvedimento; le azioni della Rizzoli SPA nelle mani della Centrale per il 40%, di Angelo Rizzoli per un altro 40%, di Bruno Tassan Din per il 10,2%, della Rotschild Bank del Lussemburgo per il restante 9,8%; l'editoriale «Corriere» è proprietà del gruppo Rizzoli, ma le sue azioni sono nelle mani del Nuovo Ambrosiano a garanzia degli ingenti crediti vantati nei confronti del gruppo editoriale. Due anni di amministrazione controllata sembra abbiano consentito l'uscita delle due società (la prospettiva è certa per il «Corriere» dalle ambasciate del fallimento o del commissariamento).



Attilio Monti



Victor Uckmar



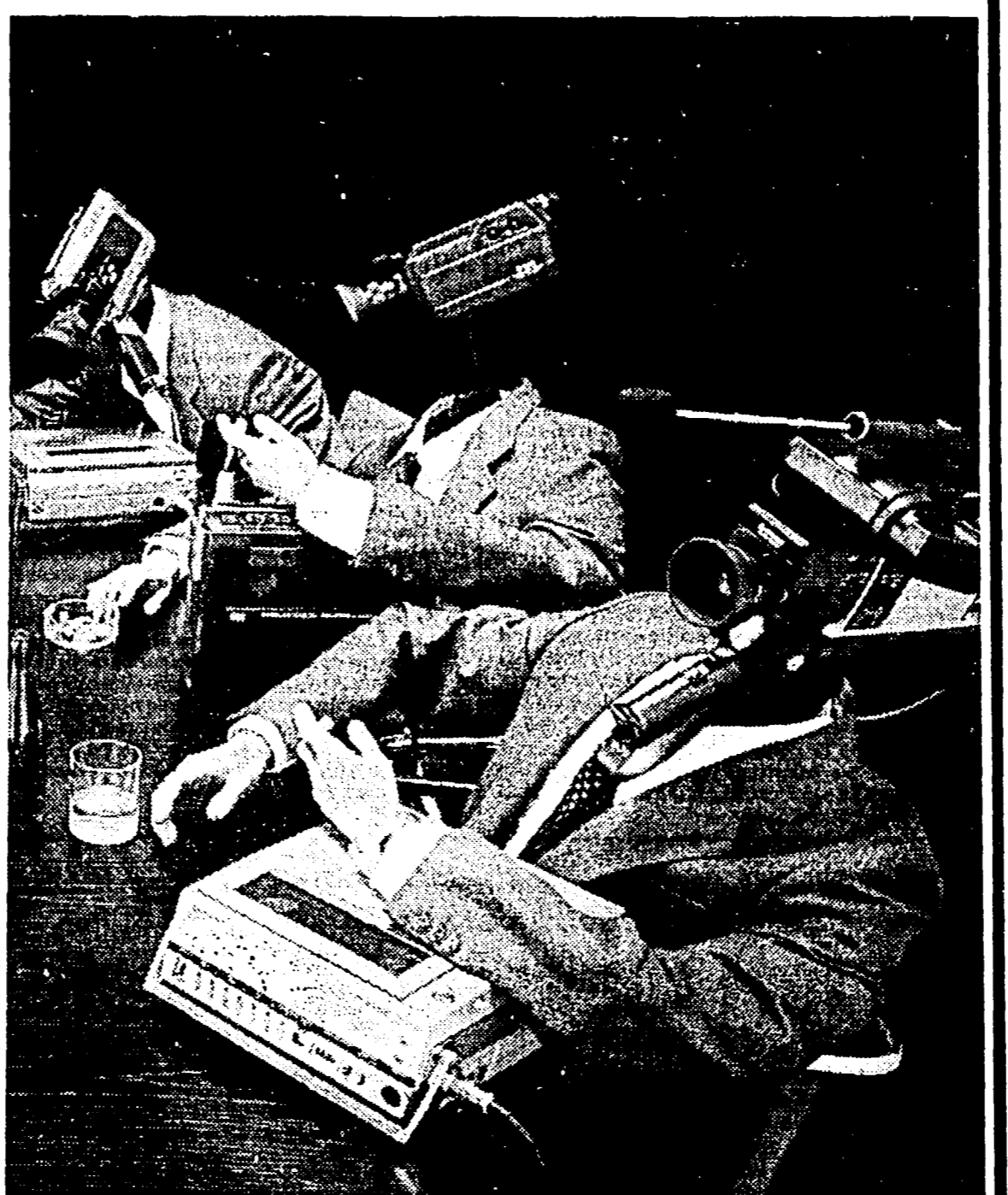
Pietro Schlesinger

Ma torniamo alle questioni della destinazione proprietaria del gruppo Rizzoli-«Corriere». Il prof. Uckmar è venuto alcune settimane fa alla ribalta per sostenere la validità del suo piano, predisposto nel luglio 1983, per confermare l'esigenza di una cifra vicina ai 130 miliardi per acquistare il gruppo editoriale e risanarlo. Chi dispone di una simile somma? È difficile dirlo. Gli acquirenti del gruppo, quelli che ogni tanto si fanno avanti, sembrano essere ancora tre: la cordata del prof. Viktor Uckmar, dalla lista dei nomi di Merloni, Berlusconi, Arvedi, Mercurio, Tanzi, di un palazzinaro romano, ma costoro hanno ripetutamente smentito, sponsorizzate dal PSI e con qualche «rappresentanza» di interessi democristiani; la cordata degli editori Rusconi-Mondadori-Caracciolo aperta ad altri editori ed avanzata dalla Fieg (pare declinata in seguito all'acquisto della «Notte» da parte di Edilio Rusconi e al suo interesse per «Il Tempo»); un'ipotesi «Attilio Monti», ma già rilevata «Il Piccolo» di Trieste dalla Rizzoli.

Eppure appena pochi giorni or sono è circolata un'altra voce: se nessun compratore si facesse concretamente avanti, il CICR potrebbe ritornare sulle sue decisioni e consentire alle banche di tenere Rizzoli-«Corriere». «Siamo in dirittura di arrivo — mi ha detto il prof. Piero Schlesinger — ma finora non abbiamo ricevuto nessuna avanzata concreta di imprenditori disposti a rilevare il gruppo editoriale». Comunque non facciamoci le teste prima del tempo. Attendiamo di vedere se qualcuno sottoscrive l'aumento di capitale di 60 miliardi. Solo se mancessero imprenditori si potrebbe pensare ad una cordata al provvedimento del CICR.

In fin dei conti si potrebbe dire che siano sufficienti 60 miliardi per acquisire il gruppo editoriale, ma occorre ricordare la cifra dei suoi debiti. E nessuno dimentica gli interessi politici «Corriere» e si può dire che si supporta con eccessiva leggerezza, quasi quanti fossero persuasi che «così vanno le cose in Italia». Non è vero, così agiscono le forze dell'attuale maggioranza.

Antonio Mereu



Dopo il «blitz» di Berlusconi che ne sarà di stampa e tv?

Le ipotesi di un sistema da considerare ormai «assetato» non sembrano fondate - Nell'etere si preparano ulteriori, profondi sconvolgimenti - Nell'editoria sta per sciogliersi il nodo del gruppo Rizzoli-Corriere

TG, giovedì scioperano i giornalisti PCI contro le assunzioni lottizzate

ROMA — «Tengo ad affermare con chiarezza che il PCI e i consiglieri d'amministrazione di sua designazione sono del tutto estranei alle singole assunzioni e ai pacchetti di esse decise nei mesi estivi. Questo metodo protrae una visione fesa a penalizzare le professionalità vere e a impedire l'adozione di criteri oggettivi per le assunzioni e la formazione delle carriere giornalistiche. Condividiamo, perciò, i contenuti e le iniziative di protesta dei giornalisti che sciopereranno il 6 settembre». Così Walter Veltroni, responsabile nazionale del PCI per le comunicazioni di massa, commenta il nuovo caso esplosivo a viale Mazzini con un pacchetto di assunzioni (dodici) deciso nelle ultime settimane e gestito dalla direzione aziendale con il solito sistema lottizzatore. Del resto, appena alla fine di luglio, i dirigenti della RAI avevano reagito con un rabbioso e drastico «no» alla richiesta del sindacato giornalisti di fissare criteri trasparenti e imparziali per le assunzioni: valutazione delle professionalità, attenzione per i disoccupati, concorsi per i praticanti, borse di studio per i giovani che volessero avviarsi alla

professione giornalistica. Su ciò che è avvenuto negli ultimi mesi comincia a delinearsi una casistica incredibile per il tempo e le energie profuse da chi regge le sorti del servizio pubblico nella ricerca di soluzioni che consentano di far inquadrate i conti della lottizzazione. Il fatto che queste pratiche umilianti e arroganti continuino a far legge in materia di assunzioni, quando l'azienda dovrebbe utilizzare al meglio le proprie risorse per fronteggiare l'attacco del monopolio Berlusconi, ha indotto il sindacato dei giornalisti RAI a rompere gli indugi e a proclamare una giornata di protesta per il 6 prossimo con astensione dalle prestazioni in video e audio.

Sulle questioni più generali dell'informazione interviene lo stesso Berlusconi in una intervista al «Giornale»: tra l'altro conferma l'intenzione di fare un tg nazionale privato. Rassegnato — rispetto a quel che è successo nel campo delle tv private — appare una intervista del dc Mastella. Sembra che — nella competizione per il controllo dell'informazione — a piazza del Gesù si nutrano speranze migliori per la «sistemazione» del gruppo Rizzoli-Corriere.

Ma di queste sei reti solo un paio sopravviveranno

Le risorse del mercato italiano non consentono di più - Berlusconi lo sa e per questo vuole per sé tutta la torta pubblicitaria

ROMA — C'è chi ha tirato sospiri di sollievo e chi ritiene che si debba essere persino soddisfatti: il caos dell'etere è finito, sul campo sono rimasti soltanto la RAI e Berlusconi, tutto è a posto e sistemato, gli italiani possono scegliere tra tre reti pubbliche e tre reti private. In verità il passaggio di Retequattro a Berlusconi, apre una fase niente affatto tranquilla, che sarà segnata da mutamenti profondi. Essa impone sia al polo pubblico che a quello privato approntamenti (o revisioni) di strategie e scelte, capacità di intervento caratterizzate da rapidità e flessibilità. Che l'uno o l'altro siano poi capaci di farlo è da discutere. Così come resta da vedere se tutto ciò avverrà in un quadro di tempo ancora privo di riferimenti legislativi; se, invece, con quali contenuti ci sarà una legge per il sistema televisivo, cui i soggetti operanti sul mercato potranno doverne ancorare i loro comportamenti.

moniscono: Berlusconi ha bisogno come non mai — nella fase attuale — di liquidità, quindi non rinuncerà a una sola lira. A fine 1984 il mercato pubblicitario italiano avrà fatturato poco più di tremila miliardi, metà dei quali (forse anche più) destinati a settore televisivo. Berlusconi si avvia ad incassare circa mille: 1/3 del totale, 2/3 di quelli destinati al settore tv. Ciò gli consente di essere in maniera incontrastata l'azienda leader. Intanto potrà invertire la tendenza in base alla quale ha dovuto sino ad ora rinzorrire il mercato (sconti, inaspriti omaggi, accettazione di pagamenti in natura da parte delle aziende) sia per invogliare gli inserzionisti, sia per sottrarli alla concorrenza della RAI (che tuttavia, per legge, non può riservare alla pubblicità più del 5% della programmazione) e delle altre reti private. Ora Berlusconi potrà cominciare a «fare le tariffe» degli spot pubblicitari. Il polo privato potrà contare su altri due vantaggi: 1) l'estrema elasticità del palinsesto quotidiani delle reti; 2) la loro diversificazione e complementarietà.

Risorse e mercato selvaggio

In questa fase si può soltanto delineare qualche ipotesi sull'evoluzione del sistema nel breve e medio periodo, su come affrontano (o non affrontano) la nuova situazione polo pubblica e polo privato. Con una prima considerazione pregiudiziale: 6 reti televisive nazionali in Italia non possono reggere a lungo, per la semplice ragione che le dimensioni del nostro mercato non sono in grado di assicurare la quantità di risorse finanziarie necessarie a tenerle in vita. Se si guarda alla loro distocazione lo squilibrio tra polo pubblico e polo privato è già forte, destinato — in mancanza di norme regolatrici — ad aggravarsi con velocità impressionante già nei prossimi mesi e a determinare i rapporti di forza futuri tra pubblico e privato. La RAI potrà contare su uno stanziamento (legge del governo) che coprirà il deficit '83-84 (130 miliardi) e sull'ulteriore aumento del canone a partire dal gennaio prossimo: con un incremento delle entrate appena sufficiente — soprattutto se la gestione dell'azienda non subirà radicali mutamenti — alle necessità del breve periodo. Sul fronte del mercato pubblicitario la RAI potrebbe contare anche un ulteriore innalzamento del «tetto» entro cui la vecchia legge ancora la costringe e che le conferisce — per il 1984 — intorno ai 450 miliardi. Ma ormai per la RAI il problema vero non è più quello di ottenere l'autorizzazione del Parlamento ad «alzare il tetto», bensì di riuscire a raggiungerlo in un mercato che vede il servizio pubblico e l'asua concessionaria (la SIPRA) bloccati da vincoli rigidissimi, mentre i privati operano in assoluta libertà.

È su questo fronte che il monopolio Berlusconi ha realizzato il suo vero punto di forza, di predominio: al punto da poter lanciare segnali di disponibilità ad accordi con la RAI. Anche se molti esperti del settore am-

moniscono: Berlusconi ha bisogno come non mai — nella fase attuale — di liquidità, quindi non rinuncerà a una sola lira. A fine 1984 il mercato pubblicitario italiano avrà fatturato poco più di tremila miliardi, metà dei quali (forse anche più) destinati a settore televisivo. Berlusconi si avvia ad incassare circa mille: 1/3 del totale, 2/3 di quelli destinati al settore tv. Ciò gli consente di essere in maniera incontrastata l'azienda leader. Intanto potrà invertire la tendenza in base alla quale ha dovuto sino ad ora rinzorrire il mercato (sconti, inaspriti omaggi, accettazione di pagamenti in natura da parte delle aziende) sia per invogliare gli inserzionisti, sia per sottrarli alla concorrenza della RAI (che tuttavia, per legge, non può riservare alla pubblicità più del 5% della programmazione) e delle altre reti private. Ora Berlusconi potrà cominciare a «fare le tariffe» degli spot pubblicitari. Il polo privato potrà contare su altri due vantaggi: 1) l'estrema elasticità del palinsesto quotidiani delle reti; 2) la loro diversificazione e complementarietà.

Una sfida per l'Europa

Se è vero che il mercato è destinato a reggere non più di 2-3 reti nazionali, non è affatto avventata l'ipotesi di chi sostiene che il polo privato sia una volta per tutte stabilmente il 50% dell'ascolto, andrà organizzandosi intorno a una sola, forte rete nazionale, con reti minori a carattere sussidiario, destinate soprattutto a drenare pubblicità locale. E guardando a questa prospettiva che Berlusconi pone il ricatto: o la RAI si pone al rango di tv commerciale oppure si tiene solo il canone; Berlusconi vuole porre oggi le basi per monopolizzare le pubblicità anche con una sola rete al posto delle 3 attuali. Le dimensioni stesse del mercato delle risorse riportano — perciò — bruscamente il discorso sulla loro ripartizione e impiego. Tutti i parametri indicano che un sistema tv «misto e maturo», come si avvia ad essere quello italiano, necessita di un 50-60% di produzione nazionale, che ruota attorno a processi culturali e sociali del paese. Ciò non può essere garantito che dal servizio pubblico. Tuttavia, già oggi, nella ripartizione delle risorse destinate al settore della informazione, il servizio pubblico incassa poco più del 20% del monte complessivo. Deriva anche da qui lo squilibrio tra produzione e consumo, l'attuale omologazione tra offerta RAI e offerta dei privati con un processo di «commercializzazione» dell'intero sistema.

Il problema è destinato ad aggravarsi verso la fine del decennio, quando ogni paese europeo avrà una trentina di canali tv da riempire. Già ora le capacità produttive delle singole nazionali sono a livelli estremamente lontani dal fabbisogno. Al punto che la questione non si pone neanche più in termini di capacità produttiva nazionale ma di coordinamento a livello europeo per scongiurare il fenomeno della «colonizzazione» dei sistemi tv da parte dell'industria nordamericana. Molti paesi — per ultima la Svizzera — hanno perciò messo a lavoro una serie di accordi bilaterali e un accordo multilaterale europeo per uno sviluppo equilibrato e auto nomo della loro industria culturale: si tratta di una imposizione che è condizione minima anche per una successiva politica integrativa, di respiro europeo. In Italia non c'è traccia di simili iniziative, né della volontà del governo di avviarle. La logica è un'altra: tenere sotto stretto controllo il servizio pubblico, dare mano libera a Berlusconi.

Antonio Zollo

ROMA — E a viale Mazzini che cosa succede? Come ci si prepara ad affrontare la nuova situazione determinata dal «blitz» di Berlusconi? Ci sono idee, strategie, sia che si debba preparare la guerra, sia che si debba andare a contrattare una pace stabile e duratura, ma quantomeno improbabile? Tutto ciò, pare che niente si muova. Qualcosa, invece, accade e porta i peggiori segni del male che mina dall'interno il servizio pubblico. Succedono strane cose e in quella parte dell'azienda che più fa gola al potere politico dominante: l'informazione. Ecco, dunque, che mentre Berlusconi si scontra sul mercato con tre reti e già dice come farà per renderle tra loro complementari (facenda per la quale non occorre essere geni, basta un pizzico di buon senso) il gruppo dirigente del servizio pubblico si dedica — in questo campo sì, con imprevedibile fantasia — al gioco estivo delle assunzioni, in sregolato ai criteri che — specie da un anno a questa parte — il sindacato rivendica insistentemente per attuare una riforma che non costa niente e che restituirebbe dignità all'azienda e rispetterebbe quella dei giornalisti che vi lavorano.

Chunque abbia visto e sentito quel che è successo in questi giorni si sarebbe aspettato

un gesto, una iniziativa; magari una riunione dello staff dirigente, responsabile della gestione quotidiana della RAI per dire: ecco, di fronte a questa novità che ci capita tra capo e collo, noi decidiamo questo, cambiamo quello, ci attrezziamo — almeno per il momento — in tal modo. Dove «per il momento» significa 14 mesi cominciati il 1° settembre, durante i quali si misureranno immediatamente la forza di sfondamento del «polo Berlusconi» e la capacità di difesa e contrattacco del servizio pubblico. Ma non vi è — allo stato attuale — nemmeno un segno che si stiano impadronendo, ad esempio, una revisione degli schemi di trasmissione, mentre Berlusconi già studia come utilizzare al meglio il magazzino di Retequattro. Giovanni Minoli non sa ancora se e come partirà una nuova serie di «Blitz», Alberto La Voile, nuova, l'urto gli «speciali» del TGI, non sa su quali e quanti spazi potrà contare. Non sembra scosso, il gruppo dirigente di viale Mazzini, neanche dalla presenza crescente di Berlusconi proprio sul terreno dell'informazione: dallo sport alla politica. In ottobre farà partire un settimanale (orario previsto 20 a 20,30; trasmesso il giovedì «in diretta» in Lombardia, il venerdì nel resto d'Italia). E se fosse la premessa a un tg nazionale privato, impresa

E ora alla RAI? Si aspetta che finiscano le ferie

Per ora niente sembra scuotere il gruppo dirigente, nemmeno la probabile fine del monopolio sull'informazione - Veltroni: «Questi sono giorni decisivi per le sorti del servizio pubblico»

nella quale Berlusconi potrebbe essere stimolato anche per far cosa gradita al potere politico e finanziario che lo protegge e sostiene? Davvero la RAI pensa di poter difendersi lasciando le cose come stanno, anche quando sarà stato intaccato l'ultimo pezzo di monopolio che le è rimasto?

La verità è che la tv privata — con il coordinamento delle reti e del palinsesto, i progetti (o le promesse) di una informazione più agile e spigliata di quella RAI — non sta inventando assolutamente niente. Fa, semplicemente, quello che ha fatto sempre, e che deve continuare a fare con e da tempo per essere autonoma, produttiva e specchio del paese. Ora la sfida è più ravvicinata e brutale. «Ma come oggi — avverte Alberto La Voile — ci vorrebbero chiarezza e unità di comando per una battaglia, diversa, aspra e nuova. Intesa di ordine commerciale sono possibili e auspicabili con i soggetti privati: ma ciò che è irrinunciabile è avere una strategia propria. Qui, invece, si sonnecchia e l'azienda sembra consumarsi su se stessa».

È vero, esiste un piano di ristrutturazione. Ma se si vuole davvero sgombrare il terreno dalle contraddizioni che lo segnano, dalle lesionate nelle quali il progetto è già involtato, occorre uscire e subito dal «lungo

sonno» poiché — lo ricorda Walter Veltroni, responsabile nazionale del PCI per le comunicazioni di massa, in un articolo sul prossimo numero di «Rinascita» — «si decide in questi giorni se la RAI può e vuole invertire la marcia».

Le risposte debbono venire dal potere politico che ha attuato un controllo assistente sul servizio pubblico, ma la prova è decisiva: se lo stessogruppo dirigente dell'azienda che non può contare più su rinvii e dilazioni. Almeno su tre settori si può lavorare subito per il rilancio della RAI: il superamento dell'assurda ripartizione in reti contrapposte; una informazione autonoma e libera; la ripresa produttiva. Ma se così non fosse, se la RAI non sapesse ribellarsi ai nemici «esterni» e a quelli «interni»? «Se dovessero prevalere ancora — avverte Veltroni — il burocratismo e l'asservimento al partito di governo si presenterebbe nel consiglio di amministrazione del paese la necessità di chiudere definitivamente una fase, non essendo interesse nostro e delle forze migliori del sistema informativo assistere inerti, o peggio, essere corresponsabili della «morte in diretta» di quel servizio pubblico che ha immense possibilità e nel quale crediamo fino in fondo».