

PRODUTTORI

Ricorso contro la legge Maccanico

ROMA L'Anica ha deciso di presentare un ricorso al presidente della Repubblica contro il regolamento emanato nel marzo scorso dall'Autorità delle Telecomunicazioni recante, tra l'altro, un'interpretazione della legge 122 (legge Maccanico) che concede finanziamenti al cinema da parte delle tv. Il presidente Anica, Fulvio Lucisano, e il presidente dei produttori, Gianni Massaro, hanno incontrato a Napoli alcuni commissari dell'Authority presentando un promemoria che illustra la dedotta illegittimità di quanto previsto in merito dal regolamento impugnato. Sempre in merito alla 122, che impone alle tv di «riservare una quota dei loro introiti netti derivanti da pubblicità e una quota dei proventi derivanti dai canoni alla produzione e all'acquisto di programmi audiovisivi compresi film», l'Api (Autori e produttori indipendenti) e il Sai (Sindacato attori italiani) hanno annunciato un esposto al Garante e ai ministeri competenti per la tutela dei diritti dei propri associati.

«Rivoluzione tranquilla» per Rete 4

Berlusconi jr. presenta il nuovo look: molte conferme poche novità

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO È stata presentata ieri la nuova identità (anzi: «brand identity») di Rete4, che ai giorni nostri significa poco più del look stagionale. Una vecchia tranquilla rete già definita «rosa», cioè femminile, anziana e a basso profilo socio-culturale, è stata ridefinita nel gergo del marketing, così ben imparato dal giovane Pier Silvio Berlusconi, che parla come un libro stampato da Publitalia. E ha parlato infatti di «rivoluzione tranquilla» per far capire che Mediaset non è un covo di sovversivi dell'etere,

come molti sospettano. E il direttore Giovannelli, da parte sua, ha voluto precisare come, nonostante il cambiamento che l'ha resa più generalista e maschile, la sua rete conservi un suo stile non ansioso. Uno stile che, con linguaggio meno commerciale, ha paragonato non a una 'plaza de toros', ma a una bocciafila. E ha snocciolato le tante conferme e le poche novità, praticamente una sola, che è il programma delittuoso («Giallo 4») della Raffai, sperimentato con una puntata-civetta estiva. Mentre non abbiamo capito bene che cosa possa essere

prato all'estero e affidato a Paola Perego per insegnarci come spendere i nostri soldi, forse con l'aiuto disinteressato degli sponsor.

Ma è ovvio che, nel clima di queste giornate di torrido settembre percorse dalle voci sull'astagionale corsa alle poltrone, aleggiava sulla conferenza stampa la curiosità di sapere ben altro. A domande insinuanti prima e sempre più esplicite poi, Pier Silvio Berlusconi ha risposto con l'assicurazione che i direttori di rete sono quelli che sono. Prova ne sia che Marzio Costanzo presenterà domani a Venezia il suo palinsesto prossimo venturo. Mentre Giovannelli ha

dichiarato che già da tempo avrebbe tranquillamente abbandonato il campo, se non fosse stato richiesto di restare al suo posto. E di più ha sostenuto di non sapere. D'altra parte non si può certo stare tranquilli, con una mina vagante come quella costituita dall'enorme Ego di Giovanni Minoli, desideroso di rivale dopo l'affronto subito da parte della Rai, che, pensate, avrebbe osato offrirgli 8 miliardi perché non facesse niente. La Rai però ha fatto sapere ai contribuenti che 8 miliardi erano la cifra chiesta da lui. E questo non può che aver esacerbato il tormento di quel cuore sensibile.

CINEMA A TEATRO

Cipri e Maresco approdano all'India

■ Cipri e Maresco approdano all'India, il teatro romano appena inaugurato da Carlo Cecchi. Una serata di cinema, la prima della sezione «Il sipario strappato» (a cura di Enrico Ghezzi) che darà luogo alla proiezione con le musiche eseguite dal vivo da Steve Lacy. Di *A memoria*, sfida in forma di viaggio tra due maghi un po' pasticciotti, Mandrake e Giordano, che tentano di impossessarsi dell'occhio di San Poliramo. Sullo sfondo i paesaggi di Gibellina, Poggioreale, il Belice rivisitati in una dimensione arcaica e popolati da strane figure, uomini goffi, grassi, deformi e perennemente affamati. Spiegano gli autori: «Ci sono delle analogie tra il jazz e il nostro lavoro: i tempi, i ritmi, le contaminazioni dei generi, le assimilazioni. Abbiamo coinvolto Lacy perché volevamo mettere assieme il cinema che ci piace e la musica che ci piace». L'evento è per mercoledì 22 settembre alle 21.30.

Scontro Melandri-Zaccaria

Il ministro: «D'estate solo repliche. Ma il canone si paga 12 mesi»

Il presidente: «Rai senza qualità? Ministro senza competenze»

ROMA Si dice che la notte porta consiglio e invece, ieri, a Roberto Zaccaria, presidente Rai, ha portato voglia di proseguire la polemica con la ministra della Cultura, Giovanna Melandri. Rea, la sera prima, di aver dato - nel bel mezzo di un dibattito alla Festa de l'Unità di Modena - l'insufficienza al servizio pubblico sul piano della qualità e addirittura bocciato il palinsesto estivo della tv pubblica. Una replica secca quella del presidente, arrivata quasi nel cuore della notte di mercoledì, ma ancor più stizzita ieri: «Se si dice che la Rai è una televisione senza qualità - ha controbattuto dunque Zaccaria - io dico che quel ministro è un ministro senza competenze, cioè senza competenza a guidare la complessità del prodotto che facciamo». Affermazione che Giuseppe Giuliotti, responsabile per la comunicazione dei Ds, ha definito, senza mezzi termini «impudenti, offensive e anche intolleranti».

Insomma, acque agitate nel gran mare dei rapporti governo-Rai. Giustificate, forse, dal fatto che mancano pochi mesi al rincarico del Cda e che nel frattempo è già cominciato il gran valzer delle poltrone ai posti di comando (Giovanni Tantillo, attuale direttore della Seconda divisione che comprende Raitre e Rai International, a metà ottobre va in pensione e al suo posto pare sia destinato Pietro Calabrese, attualmente direttore del Messaggero)? O anche che c'è un po' di nervosismo per via del varo del palinsesto autunnale e dei cambiamenti in atto (vedi l'arrivo di nuovi conduttori come Michele Santoro e la convivenza con Bruno Vespa, etc. etc.)? Che Zaccaria non gradisca critiche al suo operato si sa. Vale per tutti la dura polemica sollevata a inizio estate contro il consigliere Alberto Contri, colpevole, anche lui, di aver sottolineato in un'intervista la necessità di pun-



Il presidente della Rai Roberto Zaccaria. A destra, il ministro Giovanna Melandri. In basso, Fabio Fazio, conduttore di Sanremo 2000

tare sul miglioramento della qualità dei programmi e non soltanto sulla ricerca di audience.

E anche stavolta, l'intervento della ministra durante un incontro pubblico sulla cultura italiana in Europa - cui partecipavano anche Ettore Scola, Ottavia Piccolo e Nicola Piovani - non è stato gradito neanche un po'. «So che la Rai deve gareggiare sugli ascolti e capisco che vuole vincere. Non condivide, però, che voglia stravincere. Insomma, vorrei vedere una differenza tra Rai e Mediaset nell'idea di palinsesto». Per la ministra, neanche la programmazione estiva Rai è all'altezza del servizio pubblico. «Il canone viene pagato per 12 mesi all'anno, non per 11. D'estate invece si vedono solo sport minori, vecchi film e repliche».

La risposta di Zaccaria: «1,2-5,00 miliardi di canone, sono la metà di quelli che ha la tv tedesca, e molti meno di quelli della tv inglese. Soldi che vengono dati perché lo Stato chiede alla Rai certe cose e la Rai le dà. Non si può dire alla Rai di vincere, ma non devi stravin-

cere. Se faccio programmi devo farli vedere a più pubblico possibile. O con 2.500 miliardi vogliamo fare una tv di nicchia? Non possiamo chiedere che con il canone la Rai faccia quello che piace a noi». Altrimenti il canone rischia di diventare «una coperta troppo corta», ha detto Zaccaria ricordando che la Rai ha meno pubblicità dei suoi concorrenti, cioè «1.200 miliardi in meno calcolando i potenziali introiti del servizio pubblico in rapporto agli ascolti».

Il presidente della Rai ha difeso con forza anche la programmazione estiva della tv pubblica: «Signor ministro, lei dice che vede la tv una settimana all'anno. Non possiamo fare una tv ricca per tutti i 12 mesi, non possiamo spendere soldi d'estate e d'inverno. Come tutte le televisioni del mondo, d'estate facciamo una tv più leggera, con repliche di fiction di successo viste ancora dal 20-25% di italiani». Infine: «I palinsesti li facciamo noi e li giudica il pubblico, non i ministri della Repubblica».

A. TER.

La Fimi contro Sanremo

I discografici: «Più spazio alle nuove proposte»



ROMA La Fimi, che raccoglie le principali etichette discografiche italiane, dichiara guerra a Sanremo 2000 ancor prima che il programma sia varato. Il direttore dell'associazione, Enzo Mazza, contesta il nuovo regolamento, che riduce gli spazi musicali soprattutto nell'area delle nuove proposte. «Non avevamo chiesto la luna, ma solo alcuni artisti in più nella categoria giovani, al fine di garantire al festival quell'impronta di lancio di nuovi talenti che da sempre lo accompagna. Ma le logiche di audience, e quindi le logiche pubblicitarie, hanno spinto la Rai a non accogliere il suggerimento». In concreto: la Rai intende ampliare da 14 a 16 le nuove proposte ammesse al festival canoro, mentre i

discografici vorrebbero arrivare a 18.

Sorpresa a Raiuno, dove si sottolinea che «il regolamento di Sanremo 2000 è ancora in via di definizione e dunque protetto da riserbo». Un commento viene anche da Fabio Fazio, il conduttore del cd, bisogna offrire qualità, non quantità. Laveravolta è che Sanremo possa ospitare, come già l'anno scorso, la grande musica finalmente italiana. Non dimentico l'emozione regalataci da Ivano Fossati».

Daniele: «Cd fai da te rovinano la musica»

FIRENZE «La guerra ha portato un calo del mercato discografico, aggravato ulteriormente dalla veloce diffusione dei masterizzatori dei cd, che danno con poco costo ottime copie degli originali».

Il grido d'allarme arriva da Pino Daniele, che ieri pomeriggio a Firenze ha incontrato i giornalisti in una conferenza stampa per la presentazione del tour '99 che farà tappa nel capoluogo fiorentino martedì 28 settembre. Daniele si è detto preoccupato della diffusione di copie masterizzate dei cd e della cosiddetta moda della «musica alla spina», cioè scaricata direttamente dai siti Internet, mentre non lo è sembrato altrettanto per il numero degli spettatori che assisteranno alla sua tournée. «Stiamo diventando troppo americani - ha detto il cantautore napoletano - e guardiamo troppo alle cifre. Io invece aspetto le persone con le loro storie. Al concerto rendo il massimo, indipendentemente da quanti spettatori vengono a sentirmi».

Con il suo ultimo cd, *Come un gelato all'Equatore*, Pino Daniele ha raccontato di voler iniziare un progetto con cui intende proporre un nuovo modo di fare canzoni all'italiana senza frontiere e cercare di dar vita alla musica del 2000 ispirata alla grande tradizione mediterranea. Anche il cantautore afferma di sentirsi a volte «un gelato all'Equatore» ma in senso positivo: «sciogliersi è soprattutto un modo per darsi, un ritorno alla terra per rinnovare se stessi e ricominciare».

SEQUE DALLA PRIMA

L'ERA DIGITALE PUÒ CAMBIARE...

zione scolastica e di formazione professionale; 3) la pubblica amministrazione.

Permangono ancora oggi in Italia, me ne rendo conto, vaste aree di scetticismo, se non addirittura di sospetto, per quanto riguarda la validità e la bontà di simili prospettive. Di questo atteggiamento prudente, o addirittura diffidente, ne abbiamo continue riprove constatando il notevole fermento del mercato internazionale dove fusioni e acquisizioni ed il valore delle relative transazioni nel settore delle telecomunicazioni e del «new media», si moltiplicano in questi mesi mentre nel nostro paese il fenomeno appare molto più attenuato e ancorato a schemi ormai superati, se si eccettua la recente vicenda di Telecom; del ritardo progressivamente accumulato dall'Italia abbiamo, poi, prove altrettanto evidenti nella bassa alfabetizzazione multimediale dell'italiano medio e nella generale povertà tecnologica delle famiglie. Tuttavia, ne sono convinta, le potenzialità per recuperare il terreno perduto rispetto a numerosi altri paesi

esistono e possono essere ben sfruttate.

È senz'altro motivo di incoraggiamento, per esempio, quanto si appresta a fare il governo per cogliere alcune delle opportunità offerte dall'economia digitale. Si tratta di capire se le azioni che stanno per essere intraprese anche in Italia saranno sufficienti per far rientrare il nostro paese in gioco. L'Italia deve decidere in tempi relativamente stretti se vuole partecipare da protagonista allo sviluppo della «società della conoscenza» oppure se accetta di restare tra i paesi che comprenderanno a caro prezzo servizi e contenuti sviluppati da altri. Questa scelta influenzerà il modello di modernizzazione economica, organizzativa e sociale che si vorrà perseguire.

La prima area di interesse per le possibili ricadute dell'economia digitale è quella delle imprese. Penso soprattutto alle piccole e medie imprese, delle quali è ricchissimo il tessuto produttivo di aree economicamente portanti del paese, che potrebbero avvantaggiarsi non poco dall'assorbimento delle tecnologie di commercio elettronico per ammodernare ed innovare, ad esempio, le proprie reti distributive e commerciali, rendendo così più agevole il superamento dei fattori di debolezza legati alla lontananza dai grandi mercati di sbocco.

La domanda di fondo che dobbiamo porci è se lo sviluppo della multimedia attraverso una crescente convergenza fra televisione digitale, sistemi «on line» di comunicazione e computer possa avviare anche in Italia un ciclo di crescita e di innovazione di prodotti e servizi. L'esperienza americana, e quella maturata in alcuni paesi europei, fa pensare che un maggiore utilizzo delle nuove tecnologie digitali permetterebbe alle piccole e medie imprese italiane una sensibile riduzione dei costi unitari di produzione ed una diversificazione dei prodotti senza aumenti proporzionali dei costi. Ma quell'esperienza dimostra altresì che il recupero di competitività così ottenuto avrebbe l'effetto di creare nuova occupazione in misura considerevole. Soprattutto, ripeto, nel mondo delle piccole e medie imprese in virtù della capacità delle nuove tecnologie digitali di rimuovere i fattori di debolezza dovuti alla loro collocazione geografica periferica.

Non dobbiamo inoltre dimenticare che l'economia digitale, nella quale anche l'Italia si appresta oggi ad entrare grazie anche alla rapida diffusione della televisione satellitare e via cavo, costituisce di per sé un settore produttivo in forte espansione. Le molte imprese digitali che nascono per svilup-

pare applicazioni, progettare contenuti, offrire servizi alle imprese industriali e commerciali creano lavoro e creano ricchezza. La multimedialità è una risorsa strategica indipendentemente dalla sua penetrazione ai diversi livelli di attività economica del paese. Perché questa prospettiva si realizzi con la necessaria rapidità occorre però che anche in Italia si definisca un quadro normativo più agile e moderno che preveda strumenti finanziari adeguati, come il «venture capital», incentivazione di natura fiscale per gli investimenti fatti nel settore del digitale e, infine, un più elevato grado di flessibilità del mercato del lavoro.

Condivido a pieno gli obiettivi indicati dal Dpef in discussione in queste settimane per un rafforzamento dell'offerta integrata di istruzione, formazione, ricerca e trasferimento tecnologico, obiettivi contenuti già negli accordi dello scorso Natale tra le parti sociali. Si tratta di capire se gli sforzi che vengono pianificati saranno adeguati alla sfida che ci attende. Alla migliore definizione di queste linee d'azione siamo pronti a collaborare, nelle sedi che il governo vorrà stabilire, portando l'esperienza del gruppo News Corp nel mondo. Di recente, abbiamo avuto modo di esprimere al presidente del Consiglio il nostro interesse a portare

in Italia questa esperienza e a realizzare progetti di investimento che possano avere significative ricadute occupazionali. A cominciare dal Mezzogiorno, dove riteniamo che vi siano le condizioni - elevata scolarizzazione, diffuse competenze accademiche - per avviare iniziative produttive e di ricerca nel campo delle tecnologie digitali, immaginando, per esempio, la creazione di un distretto di imprese digitali che sia in grado di attrarre investimenti anche dall'estero.

La «rivoluzione delle comunicazioni» è, comunque, innanzitutto la «rivoluzione dell'istruzione». Il secondo punto sul quale riflettere è dunque in quale misura gli italiani di domani saranno veramente formati sull'impronta del modello culturale emergente dalle «strutture di rete», cioè da una società civile sempre più aperta e in comunicazione costante a tutti i suoi livelli. Il punto dal quale si muoviamo oggi non offre elementi molto confortanti: in Italia risulta che solo il 10% dei servizi di formazione sfrutta risorse multimediali e servizi su internet, contro il 20% che costituisce la media europea, mentre i nostri sistemi di istruzione restano legati a modelli autoritari e piramidali molto più di quanto accade altrove in Europa e in America dove l'instaurarsi di un «network di

competenze» sta portando invece alla rapida decentralizzazione e «orizzontalizzazione» dell'istruzione. Si tratta anche da noi di affrontare un grande progetto di riforma organizzativa e culturale allo stesso tempo, se vorremo accrescere il patrimonio professionale, sociale ed umano del paese con la diffusione delle tecnologie multimediali nei sistemi educativi e formativi.

C'è, infine, una terza area per la quale l'economia digitale schiude scenari nuovi. Ed è quella dell'ammodernamento e dell'innovazione della pubblica amministrazione, uno dei passaggi obbligati e forse più impervi che il processo di modernizzazione dell'Italia deve oggi affrontare. La qualità e la velocità di questo processo di modernizzazione, parte della sfida portata dalla globalizzazione e dall'integrazione dei mercati, dipenderanno infatti in misura significativa dall'accelerazione delle procedure amministrative e dalla crescita efficienza dei servizi pubblici di base. E dalla riuscita di questo processo di innovazione dipenderà anche la possibilità che le imprese italiane, sulle quali oggi grava direttamente o indirettamente un costo della pubblica amministrazione superiore ai 15 mila miliardi, recuperino parte della perdita di competitività internazionale accumulata in questi anni. L'adozione delle

tecnologie digitali rappresenta in tal senso una grande opportunità per ridisegnare i rapporti tra istituzioni, imprese e cittadini.

Il nuovo «linguaggio» con il quale lo Stato comunicherà in futuro con i cittadini, oppure al suo interno fra le diverse istituzioni centrali e locali, sarà formato in modo significativo dalle tecnologie dell'interattività e della convergenza multimediale e prenderà forma attorno ai contenuti ed ai servizi che quelle tecnologie veicoleranno ai vari livelli. Il problema, anche in questa prospettiva riguarda dunque la qualità e l'efficienza professionale degli addetti alla pubblica amministrazione, la modernizzazione delle strutture organizzative, l'articolazione, lo snellimento e la flessibilizzazione dei processi decisionali. La «riforma Bassanini» ha gettato le basi per questo grande salto di modernizzazione. Gli operatori della comunicazione digitale, a cominciare da quelli che più di altri sono oggi impegnati a sviluppare prodotti frutto della convergenza tra televisione e reti «on line», potranno dare un importante contributo di idee e di servizi al processo di trasformazione che si sta avviando.

LETIZIA MORATTI
presidente di
«News Corp Europe»

