

**ROMA** L'Autorità per le Telecomunicazioni ha avviato formalmente una procedura contro Rai e Mediaset per aver sfiorato i tetti pubblicitari previsti dai limiti antitrust nei trienni 1998-2000 e 2001-2003. In quattro mesi, 120 giorni, l'Autorità deciderà se applicare una sanzione. Ovvero una multa, alla Rai e a Mediaset (Rti e la concessionaria Publitalia), per una somma «non inferiore al 2 per cento e non superiore al 5% del fatturato. Una multa consistente, che potrebbe aggirarsi fra i 50 e i 100 milioni di euro (pari a 100 o 200 miliardi di vecchie lire).

Una scelta che dovrà fare il Garante, Enzo Cheli con l'Autorità che già a luglio ha accertato la posizione dominante delle maggiori emittenti pubbliche e private: sia dal '98 al 2000 che dal 2001 al 2003 Rai e Mediaset hanno superato i tetti del 30% delle risorse del mercato come previsto dalla Legge Maccanico, ora superata dalla Gasparri. Insomma, il duopolio ha «mangiato» la fetta più grande delle risorse pubblicitarie e per la Rai si aggiunge anche il canone. Dopo una serie di sedute (non senza tentativi di evitare eventuali multe), la novità è che ora, il 15 settembre, l'Autorità per le Tlc ha formalizzato tre delibere (relatore Vincenzo Monaci) che avviano i procedimenti contro Rai, Rti e Publitalia per stabilire delle sanzioni, proprio sulla base delle «inottempe-

ranze» da parte di queste nell'adottare misure anticoncentrative. Al termine dell'istruttoria sul primo triennio, il 27 giugno 2003, l'Autorità aveva indirizzato a Rai, Rti e Publitalia un «richiamo formale» a «rispettare il divieto di posizioni dominanti», salvo poi accertare, nell'aprile 2004, che anche nel triennio successivo i tetti sono stati sfiorati (ma senza aggiungere un altro richiamo formale, la mancanza di un vero «ultimatum» potrebbe offrire appigli per contestare le eventuali sanzioni).

Leri infatti Mediaset ha subito messo le mani avanti. Per noi nessuna multa, precisa una nota, «l'Autorità ha semplicemente avviato un'istruttoria» che dura quattro mesi per valutare due aspetti: se il «richiamo formale» del 27 giugno 2003 avesse o meno contenuto sanziona-

L'organismo presieduto da Enzo Cheli ha avviato una procedura che in centoventi giorni modulerà la sanzione che dovrà essere applicata



Per abuso di posizione dominante rischiano fino a cento milioni di euro. Hanno sfiorato il tetto del 30% negli spot. Accade ormai da cinque anni

## ETERE fuori controllo

# Rai e Mediaset, multa miliardaria

### Hanno abusato nella raccolta pubblicitaria, l'Authority gliela farà pagare



La sede Rai di Saxa Rubra a Roma

Foto di Giorgio Franciosini

torio e se le società interessate abbiano o meno ottemperato alle prescrizioni indicate nel richiamo stesso. «Il gruppo Mediaset», conclude il comunicato, «confida nel lavoro scrupoloso e sereno dell'Autorità, ma già sin d'ora è certo di aver tenuto comportamenti conformi alle leggi vigenti e alle delibere». Eppure non è stata diminuita alcuna quota di pubblicità, se ora l'Autorità vuole valutare delle eventuali sanzioni. E potrebbe aprire un'altra istruttoria sul 2004, in base al ben più ampio «paniere» del Sic, divenuto legge con la Gasparri.

«E se fosse la volta buona per una multa?», commenta Paolo Gentiloni, deputato della Margherita che coglie la novità ma ha qualche dubbio: «Lo scetticismo è d'obbligo». Di fatto quella decisa a metà

settembre è «un'ennesima proroga». Quattro mesi, prosegue Gentiloni, per decidere se applicare delle sanzioni «a un provvedimento che l'Autorità si porta dietro dalla nascita» forse sono tanti, però «spero bastino a fugare dubbi e tentennamenti e a superare gli ostacoli che Rai e Mediaset metteranno sulla strada del professor Cheli».

Più polemico Antonio Di Pietro, leader dell'Italia dei Valori: «Cosa farà adesso il presidente del Consiglio Berlusconi per richiamare al rispetto delle norme il presidente di Mediaset Berlusconi?».

Insomma, «chi controlla il presidente controllere? Berlusconi contro Berlusconi: squalida piece sul conflitto di interesse».

Ecco le dimensioni delle «fette» mangiate dal duopolio: sul totale di ricavi nel 2003 pari a 5,879 miliardi di euro, Rai e Mediaset si dividono 4,367 miliardi. Per la Rai la prima voce è il canone, (1,423 miliardi, erano 1,383 nel 2002), più 940 milioni di pubblicità (in calo dai 971 del 2002) e 31 milioni da convenzioni. Per Mediaset la Rti ha solo ricavi da pubblicità: 1,973 miliardi, in aumento sui 1,851 mld nel 2002. La7, per dire, è molto al di sotto: 95 milioni di pubblicità, con una quota di mercato dell'1,5%. Ricavi più bassi anche per la pay tv. Sky Italia: 703 milioni ed una quota dell'11,2%, per il gruppo telepiù 394 milioni ed una quota del 6,3%. **n.l.**

Natalia Lombardo

**ROMA** Oggi i quattro consiglieri di amministrazione della Rai, Francesco Alberoni, Marcello Veneziani, Giorgio Rumi e Angelo Maria Petroni saranno ascoltati dalla Commissione di Vigilanza sullo Statuto, ma è probabile che si parlerà anche del futuro del Cda a quattro, sfiduciato dall'opposizione e dall'Udc. Sullo Statuto della Rai la Vigilanza deve votare il parere consultivo il 6 ottobre. Claudio Petruccioli, presidente della commissione, ha diffuso la sua «bozza» di parere ai parlamentari, chiedendo alcune modifiche: cancellare la norma che consente all'attuale Cda di restare in carica fino a giugno 2005 («un'autoproroga» secondo il centrosinistra e Petruccioli stesso, che indica la scadenza del Cda a quattro alla chiusura del bilancio il 31 dicembre 2004, anziché all'approvazione, a giugno); abolire la possibilità di nominare uno o due vicepresidenti; riscrivere nello Statuto le norme sull'incompatibilità fra il ruolo di consigliere e altre cariche. Petruccioli infine sollecita Maurizio Gasparri perché il ministero delle Comunicazioni approvi in tempi rapidi lo Statuto, in modo che, non appena sarà completata la fusione fra Rai e

Oggi i consiglieri Rai alla Vigilanza: la destra (tranne l'Udc) spinge per la proroga del Cda fino alle elezioni di giugno

## Rumi: nessuno lascia la poltrona. Perché dovrei farlo io?

RaiHolding si possa formare un «nuovo Cda». Il braccio di ferro continua, con la destra, esclusa l'Udc, che spinge per l'«autoproroga» fino a giugno. È caduto nel nulla anche l'appello che Petruccioli ha rivolto ai presidenti delle Camere, i quali si tengono fuori dal destino del Cda che nominarono. **Professor Rumi, cosa dirà oggi alla Vigilanza?** «Starò zitto, ma quando il centrosinistra, i simpatici Giulietti o Gentiloni mi diranno: lei aveva detto che se ne sarebbe andato... io risponderò: ah». **Ovvero che non se ne va...**

«No, dirò: ma cosa ha fatto la sinistra su questi criteri di nomina del 4 a 3? Ho il sospetto che siate interessati solo a una nuova spartizione della Rai. Spero che si offenda...».

**Dopo le dimissioni di Lucia Annunziata questo Cda è rimasto senza presidente di garanzia. Con un nuovo consiglio, almeno, ci saranno tre persone di opposizione.**

«I politici si sveglino, per me il nuovo consiglio va fatto al più presto. Fuori i nomi, si avvino le trattative. Insomma, come si diceva un tempo: «staniamo il doroteo...»

Altrimenti andiamo avanti con una «prorogatio» che non mi sta bene, è un consiglio zoppo, senza poteri».

**Le vostre dimissioni possono svegliare il centrodestra, o no?**

«Ma lei pensa che se io me ne andassi succederebbe qualcosa? E mi sembra che non ci sia nessuna intenzione da parte degli altri. Così vanno avanti in tre e allora si che possono accadere delle more, anche sull'entrata in Borsa».

**Non sarebbe imbarazzante anche per la maggioranza far guidare la privatizzazione da un nuovo Cda di «giap-ponesi»?**

Macché, sono andati avanti in due facendo centinaia di nomine. Per questo non ho mai voluto eleggere un nuovo presidente. La soluzione non sono le nostre dimissioni, sono i politici a dover scegliere nuovi nomi. Ma i partiti non vogliono affrontare la grana Rai, vogliono andare avanti così fino alle elezioni regionali».

**Lei conferma quello che denuncia l'opposizione, e la proroga fino a giugno è scritta nello Statuto, da voi approvato.**

«I politici aspettano le elezioni per vede-

re se si possono cambiare gli equilibri. Ma questa è piccola cucina, e non si parla mai del funzionamento dell'azienda».

**Trova giusto che nel vertice Rai sia rappresentata solo la maggioranza?**

«Tutto da dimostrare, io sono stato trattato malissimo dalla maggioranza...Spero che mi lascino in pace».

**Intende la mozione dell'Udc per la vostra uscita il 30 settembre?**

«Certo non sono particolarmente grato... Sono stato nominato dalle istituzioni, non dai partiti. E ora tutto grava attorno alla logica spartitoria sulla quale concordano destra e sinistra. Un'inquietudine forse accresciuta dall'ingresso della Rai in Borsa: con due consiglieri privati e due indicati dal Tesoro, la torta si assottiglia, da sette nominati dalla Vigilanza diventano cinque. Certo non si potrà chiedere a dei privati di dimettersi, sarebbe un reato. A questi semmai, interessano gli utili dell'azienda, la concorrenza con Mediaset. Non credo che tutti, però, siano contenti che la Rai batta sempre Mediaset».

**Tutti chi? Berlusconi?**

«Tutti. Certo Berlusconi non è contento, ma anche altri forse preferivano che la Rai finisse in crisi come l'Alitalia. Invece la liquidazione non c'è stata, anzi è un ente pubblico che funziona».

## DS • FORMAZIONE POLITICA

# Le risorse per la politica

Milano - Roma - Napoli, sabato 9 ottobre 2004, ore 9.00-17.30

**MILANO**  
Hotel Michelangelo  
Via Scarlatti, 33  
(per Lombardia, Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta, Emilia Romagna, Veneto, Friuli, Trentino)

**ROMA**  
Hotel Jolly V. Veneto  
Corso d'Italia, 1  
(per Toscana, Umbria, Lazio, Marche, Abruzzo, Molise, Sardegna)

**NAPOLI**  
Hotel Jolly Ambassador  
Via Medina, 70  
(per Campania, Calabria, Puglia, Sicilia, Basilicata)

### PRIMA PARTE

ore 9,00 - 11,30

#### Il finanziamento pubblico della politica

Paolo Borioni  
(Roma, Napoli)  
Graziella Falconi  
(Milano)

#### Introduzione di Lentati & Partners Sr

Cos'è il fundraising  
A cosa serve fare fundraising  
Alcuni luoghi comuni sul fundraising  
Fundraising come disciplina professionale e processo di marketing  
Fundraising come informazione e educazione  
Fundraising come servizio  
I vantaggi del fundraising

Fundraising politico  
Le fonti del fundraising  
- La donazione come risultante di molte forze

#### Il Fundraising come professione

Le caratteristiche distintive di un fundraiser  
La capacità di persuasione  
Capacità di gestione degli insuccessi  
Il coinvolgimento con la «causa», la condivisione, l'impegno  
L'abilità nel chiedere  
Persistenza  
Sincerità/onestà/verità  
Capacità relazionali e sociali  
Capacità organizzative  
Immaginazione e creatività  
Contatti e capacità di crearne nuovi  
Capacità di cogliere l'occasione

La responsabilità del fundraiser  
Il fundraiser e i valori etici  
Chi dovrebbe occuparsi di fundraising  
Ruolo ed importanza della trasparenza

#### Il Fundraising e il ruolo del marketing nello sviluppo dell'organizzazione

L'organizzazione e il mercato in cui opera  
Lo sviluppo del marketing sociale  
Le funzioni del marketing  
Il fundraising e il potere della domanda  
Le finalità di un piano di marketing

### SECONDA PARTE

ore 11.30 - 13.00

#### Il ciclo del fundraising

Verifica della causa  
Definizione degli obiettivi a breve, medio e lungo termine  
Identificazione delle necessità in termini umani ed economici  
Analisi delle aspettative dei pubblici di riferimento  
Ricerca di volontari e di collaborazioni  
Identificazione potenziali donatori e stima delle entrate  
Selezione degli strumenti di fundraising  
Definizione di un piano di fundraising

Comunicazione: scelta dei media e dei contenuti  
Chiedere senza paura!  
Fidelizzazione dei donatori

#### Strumenti e tecniche di raccolta fondi

Gli strumenti del fundraising  
- Direct Marketing  
- Pubblicità  
- Relazioni Pubbliche  
- Eventi Speciali

La scelta tra personalizzazione della comunicazione e ampiezza del target

### TERZA PARTE

ore 14.00 - 15.30

#### Case History

Italia  
Analisi della raccolta fondi dei Partiti e dei Movimenti politici 2001-2004  
Estero  
Kerry - Edwards (Stati Uniti)  
Bush - Cheney (Stati Uniti)  
Labour Party (Gran Bretagna)  
SPD (Germania)  
John F. Kennedy (Stati Uniti)

### QUARTA PARTE

ore 15.30 - 16.30

1. Presentazione del Piano Operativo Generale DS e question time  
2. Pacchetto di raccolta fondi (auditing, pianificazione, gestione strumenti) per le singole federazioni dei DS

### CONCLUSIONI

ore 17.00

Ugo Sposetti  
(Milano)

Maurizio Migliavacca  
(Roma)

Gianni Cuperlo  
(Napoli)



www.dsonline.it

Prenotazioni alberghiere  
Romanza Tours  
tel. 06 6794800 - fax 06 6794801  
info@romanzatours.com