

# Digitale sì o no? Il dubbio delle locali

## Da anni si discute sulle modalità di una rivoluzione rimessa in discussione. Il governo non ha fretta

DI MARIANO SABATINI



Spalle al muro

Al grido un po' afono di "Pippo Baudo a Sanremo!", orde di anziani vanno riacquistando fiducia in se stessi, si dotano di fiammanti protesi, fanno il tagliando in prestigiose cliniche e lussuosi centri termali per tornare a pretendere i loro spazi. Anche grazie al libro del bravo Aldo Cazzullo (Grandi vecchi, ed. Mondadori), vecchio è un aggettivo-sostantivo che viene, di questi tempi, risarcito in termini di rispetto, dignità, esperienza, autorevolezza. Del resto, i media, la politica, l'imprenditoria, la scienza sono dominati dagli ultra 60-70-80-90enni. I senatori a vita (cappagli dalla ipertrofia, gli aggrinziti Levi Montalcini, 97) vivono una nuova stagione, di grande peso politico. Camilleri (80) si mantiene saldamente in testa alle classifiche dei libri più venduti e apprezzati. Giovanni Rana (80) progetta nuovi fagottini e relativi spot. Baudo (70) torna a baudeggiare. Costanzo (69) ha ottenuto il suo Buon pomeriggio su Canale 5. Mike (82) si fa dare iniezioni di simpatia da Fiorello ed è sempre il Migliore. Rispoli (74) non rinuncia ai volenti in Tappeto Volante (Can. Italia-Sky 883). Biscardi (76) non molla su 7 Gold, il neopensionato De Laurentiis si è trasferito su Odeon. Piero Angela (78) festeggia le nozze d'argento con Quark. Samò sfoglia l'Album e aspetta rasiolate alla dirigenza Rai. Carriere proiettate verso l'infinito. Alle giovani aspiranti vallette, per emergere, non resta che brandire il cellulare: fare telefonate che non vanno tanto per il Sottile. E ai maschiotti? In questi giorni nessuno si è chiesto come fanno, loro, a strappare l'occasione d'oro. Questo per il Monsè-pensiero.

m.sabatini@libero.it

EMERGA quasi di essere tornati indietro di dieci anni. Dopo mille discorsi sul quando, sul quanto e sul come declinare le strategie per lo sviluppo della televisione digitale nel nostro paese, ci si torna a chiedere persino se sia il caso o meno di sostituire una volta buona il sistema analogico. «Per le tv locali - chiarisce, in apertura della seconda giornata del Radio Tv Forum, il coordinatore di Aeranti Corallo Marco Rossignoli - il passaggio al digitale terrestre sarà possibile solo quando tutti i telespettatori in Italia saranno dotati di set top box per la ricezione della tv digitale. La priorità è di risolvere tempi e nodi della transizione al digitale, che rischia di creare forti danni alle televisioni locali».

### Rossignoli (Aeranti): «Per noi il passaggio al Dtt sarà possibile solo quando tutti i telespettatori in Italia saranno dotati di set top box»

L'impressione è che, di fronte al bivio tra l'attuale far west analogico e un futuro digitale ordinato e innovativo ma ancora pieno zeppo di incognite, le antenne locali propendano decisamente a salvare l'esistente. Né le rassicura, probabilmente, l'analisi impietosa di Antonio Sassano (foto a sinistra), forse il massimo esperto italiano di frequenze radiotelevisive: «Non ha molto senso oggi chiederlo perché passare al digitale. La transizione, oltre a migliorare la qualità, ha ottime potenzialità di riscontri economici. L'Italia, però, deve scontare un gap pesante, certificato dal taglio delle "fre-

quenze coordinate" operato dalla conferenza dell'Unione internazionale delle comunicazioni di Ginevra. Sono stati registrati appena 3677 trasmettitori analogici funzionanti, su un totale che si aggira intorno ai 20mila. A Francia e Germania ne sono stati riconosciuti tra i 10 e i 15mila. In teoria, ora, per i trasmettitori che Ginevra non ha coordinato dovrebbe esserci lo spegnimento immediato, ma è ragionevole che il governo attui un piano progressivo».

Un panorama non proprio consolante, almeno per gli operatori presenti all'appuntamento organizzato da Aeranti. Ostenta ottimismo, in compenso, Egidio Viggiani, segretario generale di Dgtv, l'associazione che spinge per lo sviluppo del Dtt e che da poco ospita nelle sue fila la stessa Aeranti Corallo: «Gli scenari disegnati da Sassano sono da film dell'orrore! La verità è che a Ginevra il ministero ha fatto come

Fabio Grosso segnando un gol decisivo allo scadere dei tempi supplementari e portando a casa un ottimo risultato. Non bisogna diffidare del digitale: l'ex garante Cheli dice che è la chiave per l'apertura del mercato. Il problema è la transizione: rischia di essere pericolosa e onerosa, e perciò va portata a termine in tempi brevi. Lo stesso presidente Agcom Corrado Calabro esorta a uscire al più presto dal guado della transizione».



Una fretta, però, che il ministro della Comunicazione (lo stesso a cui Viggiani fa elogi speratici sui risultati di Ginevra) sembra non condividere affatto. Lo ha chiarito più volte Gentiloni, lo sottolinea ancora il sottosegretario Luigi Vimercati (foto a destra): «Il periodo delicato, è vero, è quello della transizione, che tuttavia non sarà completata domani. In passato sono state fissate date ravvicinate in relazione a specifiche contingenze politiche. Ora lo switch off è stato spostato avanti di un quinquennio. D'altra parte, la strada del finanziamento pubblico al decoder ha mostrato tutti i suoi limiti. Serve semmai che l'affermazione del

digitale avvenga attraverso un'implementazione dell'offerta e attraverso nuovi contenuti che allettino i cittadini e li inducano a lasciare il sistema analogico. Questione di metodo, evidentemente, ma il percorso è segnato e ormai è una via senza ritorno. «Questo processo è già avanzato in tutto il mondo e coinvolge anche realtà come l'India - conclude Vimercati - Sarebbe paradossale che l'Italia non raccogliesse la sfida del digitale. Faremo uno sprint simile a quello che negli anni '50-'60 portammo a termine con la costruzione dell'Autostrada del Sole».

FRANCESCO LENER

### Tv e diritti sportivi, Gentiloni mette la museruola a Mediaset

RENDE sempre più forma il provvedimento sui diritti tv del calcio, che il governo sta mettendo a punto e che vedrà la luce nei prossimi giorni, comunque entro luglio, ieri il ministro delle Comunicazioni, Paolo Gentiloni, parlando alla commissione Lavori Pubblici del Senato, ha delineato tre problematiche saranno affrontate dalla nuova normativa. Il governo, oltre che introdurre la contrattazione collettiva da parte della Lega calcio dei diritti, intende mettere mano alla questione dell'acquisto dei diritti per più piattaforme tecnologiche da parte di uno stesso operatore, ad una miglior indicazione dei limiti del diritto di cronaca, e a norme che regolamentino, e limitino, le escluse.

«Si tratta di aspetti che ci sembrano centrali», ha sottolineato il ministro. In sostanza il governo, seguendo peraltro le indicazioni già emerse dalla delibera dell'Antitrust che ha chiuso il procedimento nei confronti di Mediaset sui diritti tv,



metterà un divieto di acquisto delle immagini tv da parte di un operatore per tutte le piattaforme tecnologiche (tv analogica, satellite, tv digitale terrestre, internet) specialmente se l'operatore non possiede direttamente quel tipo di tecnologia. Destinataria naturale di questo limite appare soprattutto Mediaset.

### Nasce Music Shop e il Biscione si tuffa nei contenuti digitali audio



EDIASET entra per la prima volta nel mercato in costante crescita dei contenuti digitali audio, aprendo le porte al download legale della musica online. Nasce infatti MusicShop (www.musicshop.it) il nuovo portale per acquistare musica digitale che propone un ampio catalogo del-

la discografia italiana e internazionale e, soprattutto, contenuti esclusivi legati al mondo della tv Mediaset: dalle basi di "Amici" alle colonne sonore, con la possibilità di downloaden compilation inedite e accedere ad offerte esclusive». Ad esempio il download dei migliori pezzi di reportage cult di «Lucignolo» di Italia 1: la nuova compilation «Lucignolo Bellavita 3» e, ad un prezzo speciale, il meglio delle due precedenti raccolte «La lunga notte di Lucignolo». Uno spazio di primo piano è dedicato ai suggerimenti musicali vip: «Dalla playlist di? ospiterà ogni settimana un protagonista del mondo dello spettacolo con la sua personale classifica (il primo a condividere la propria colonna sonora sarà Paolo Liogori)». «Con MusicShop si può conoscere, scegliere, assemblare, comprare o regalare musica, comodamente e in sicurezza, scaricando i brani scelti direttamente sul proprio computer», informa Mediaset.

### Cambia la direttiva Ue

Nella seduta del 4 luglio, il Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione Tv e minori ha ascoltato una relazione del vicepresidente Riccardo Chieppa, presidente emerito della Corte

Costituzionale, sulla revisione in corso della Direttiva europea «Televisione senza frontiere» (1989-1997). «Il Comitato ha considerato con la massima attenzione le prospettive che allo stato attuale si delineano per quanto riguarda la tutela dei minori - si legge in una nota - Al riguardo ha espresso l'esigenza che tale irrinunciabile tutela permanga e si rafforzi, quali che siano l'evoluzione tecnologica e l'aggiornamento delle normative».

### Vola l'approfondimento La7

Record di ascolto per "Il gol sopra Berlino" martedì 4 luglio alle 23.30 su La7. Sull'onda della straordinaria prestazione della Nazionale italiana che ha visto gli azzurri conquistare la finale del Mondiale di Calcio di Germania 2006, battendo i tedeschi padroni di casa nella semifinale, il programma condotto da Darwin Pastorin ha registrato un ascolto medio pari a 670.000 telespettatori con uno share del 4,7% e 6.295.000 contatti netti. Il programma, in onda dalle 23.30 alle 01.13, ha inoltre raggiunto un picco dell'11,3% di share e due milioni di telespettatori, risultando tra le 23.41 e 00.02, la seconda rete in chiaro più seguita subito dopo Rai Uno.

## Audiovisivo, "atipici" per forza

### Una ricerca sulle professionalità in Lombardia mette il dito nella piaga

ASI LAVORATORI ATIPICI che ambite ad essere immessi nelle filiere produttive del settore dell'audiovisivo (e più in generale del new media) nel comparto industriale lombardo, rassegnatevi a fare altro. O aprite bene gli occhi. Dimenticatevi lo stipendio fisso del ventiseiesimo del mese. La maggioranza degli impiegati ha un contratto atipico. Scordatevi di poter trovare lavoro inviando il cv tramite il job search on line. In Lombardia solo 10 aziende su 272 hanno questo servizio. In Europa di 120 aziende leader nell'audiovisivo il 33% pubblica on line ricerche di personale. In Inghilterra la percentuale sale alla metà delle imprese. E che non vi passi per caso in mente di cercare lavoro tramite quelle società di selezione del personale. Delle 300 lombarde nessuna dichiara l'audiovisivo tra i settori di attività. E poi scordatevi la formazione professionale. A meno che non la paghiate a caro prezzo.

Il quadro che emerge dalla ricerca "Tv Job, le professionalità dell'audiovisivo in Lombardia" è quello di un settore in profondo cambiamento. La ricerca, presentata in Triennale a firma dell'agenzia di media consulting LabMedia e dell'ente di formazione professionale lombardo Mediamente e commissionata da Regione Lombardia, ha coinvolto il lavoro di produttori e distributori audiovisivi. Un campione lombardo di 272 aziende ed un campione snowball di lavoratori e di 21 realtà di placement. «L'obiettivo della ricerca è stato quello

di mettere a disposizione dei lavoratori attuali e futuri informazioni concrete sulle occasioni lavorative. Creare una sorta di database sulle aziende censite. Abbiamo cercato di fornire una sistematizzazione dei mestieri dell'audiovisivo per arrivare a creare una comunità professionale. Ne abbiamo individuato ben 21», afferma Alessandra Alessandri, direttore della ricerca LabMedia.

Ed ecco allora lo scenario. Già secondo l'Istat si concentra in Lombardia il maggior numero di imprese audiovisive italiane. Ben il 19%. E tutte in forte crescita. Si sono moltiplicate le case di produzione e 9 produttori tra i primi 27 italiani per volume di produzione hanno una sede nel milanese. Leader lombardo è Magnolia, al terzo posto nella classifica nazionale dopo Endiemo e Fascino. I generi prodotti in Lombardia sono spot (il 95% del mercato nazionale), intrattenimento, crossmedia, animazione e sitcom. «Vince la breve serietà e una concezione job enrichment del lavoro, ovvero la multicompetenza», afferma Alessandri. Un settore giovane quello dell'audiovisivo. Un terzo degli addetti ha meno di 30 anni. Cresce poi l'occupazione tra i produttori (+73%) e cala tra gli editori (-62%). «È il segno evidente dell'esternalizzazione ideativa e produttiva - spiega Alessandri - L'auto-



re si è spesso trasformato in adattatore di format, il regista è meno ascoltato e coinvolto che nella paleo-televisione o nella pubblicità, il produttore interno alle reti vede ridimensionato il suo ruolo artistico con l'esternalizzazione, diventando un fluidificatore di processi e di relazioni».

La ricerca ha indagato in dettaglio anche le criticità in termini di formazione, placement, recruiting ed inserimento. Emerge l'annoso tema della precarietà versus flessibilità del lavoro audiovisivo. Il 40% degli intervistati ha un contratto di lavoro atipico. Il 46% tra gli

editori, il 64% tra i produttori. Questi i dati riferiti a chi lavora. Ma per chi vuole immigrare nel sistema produttivo? Il recruitment on line non va di moda. Anche in Lombardia tira la segnalazione, metastasi dell'Italietta che ben conosciamo. Per più del 70% di aziende e lavoratori i canali più usati per il recruiting sono quelli relazionali. La ricerca di personale avviene per passaparola, e non in modo strutturato.

L'offerta formativa tuttavia è sovrabbondante. Ben 171 tra corsi di laurea, master universitari e corsi

GIAMPAOLO COLLETTI