

Questa Rai è tutta da riscrivere. E andrebbe fatto così

di **Roberto Cusani, Federica D'Urso, Riccardo Gallo e Damiano Garofalo**

Questo articolo è una sintesi del rapporto sulla Rai firmato dai quattro autori e pubblicato dall'Osservatorio delle Imprese della Facoltà di Ingegneria Civile e Industriale della Sapienza Università di Roma presieduto da Riccardo Gallo. Il rapporto è disponibile in libero accesso da lunedì 18 luglio sul sito: <https://www.ing.uniroma1.it/documenti-di-lavoro>.

Il 18 maggio scorso il Consiglio dei Ministri ha emanato un atto d'indirizzo al ministro dello Sviluppo Economico, che ha il compito di fissare le linee guida del contratto di servizio con la Rai per gli anni dal 2023 al 2028. L'attuazione è sottoposta alla vigilanza e al monitoraggio dell'AgCom, nell'ambito di una convenzione decennale che scadrà nel 2026, ai sensi della normativa vigente. Il contratto di servizio vincola la Rai concessionaria a garantire un servizio pubblico articolato nell'offerta di contenuti sulle piattaforme televisive, radiofoniche e multimediali, e nella diffusione e trasmissione del segnale. Parallelamente, l'azienda è pronta a presentare un suo piano industriale.

Il gruppo Rai è costituito da una capogruppo, Rai spa, e dalle società controllate Rai Pubblicità, Rai Com, Rai Way, Rai Cinema, Tivù-TivùSat. Da tempo immemorabile il gruppo raggiunge a fatica l'equilibrio della gestione, compensando una perdita dell'attività di Servizio pubblico con un utile dell'attività di pubblicità. Quando nel 2016 il canone entrò nella bolletta elettrica, gli abbonamenti balzarono all'insù e oggi sono i due terzi dei ricavi complessivi. Gli introiti da pubblicità invece vanno calando per la concorrenza di aziende private che vantano una vocazione più genuina. Se il gruppo Rai dovesse far conto solo sugli abbonamenti da canone, per raggiungere il pareggio economico dovrebbe tagliare sia gli acquisti di prodotti e servizi sia l'organico. Quest'ultimo oggi sfiora le 13mila unità per assunzioni reiterate nel corso degli anni. Il costo del lavoro medio pro-capite (80 mila euro) non è alto se si pensa all'inquadramento dei dipendenti. Quanto agli acquisti, essi sono ben più elevati di quanto appaiano, perché la Rai rimanda in onda per anni fiction e film e in tal modo li classifica come

immobilizzi immateriali ammortizzabili e non già come beni di consumo di un singolo esercizio.

Negli ultimi vent'anni, da un lato si è affermato il sistema delle piattaforme, dall'altro gli apparecchi televisivi hanno perso via via centralità. Il mercato si è aperto alla tv a pagamento, a quella free-to-air, alle piattaforme over-the-top, a soggetti editoriali sovranazionali che trasmettono solo online, al di sopra delle reti tradizionali. A quel punto, molti network tradizionali si sono attrezzati con il rilascio di piattaforme online. Dal 2016 la Rai si è dotata lodevolmente della piattaforma RaiPlay, ma la tv del servizio pubblico continua a diffondere i propri pro-

grammi prevalentemente con il digitale terrestre. È ben vero che la televisione in chiaro rappresenta ancora la principale fonte di notizie per i cittadini, ma negli ultimi tre anni l'ascolto delle reti generaliste si è drasticamente ridotto ed è cresciuto quello di network che propongono un approccio tematico e si rivolgono a generazioni giovani. Già solo per questo la Rai del servizio pubblico andrebbe ripensata. Dovrebbero aumentare i volumi produttivi di contenuti ideati per il loro rilascio online, e dunque per il consumo esclusivo su piattaforma, oltre che di prodotti dall'alto valore esportabile.

Gli aspetti tecnologici per lo più fanno riferimento a Rai Way che si occupa della gestione e dello sviluppo della rete di diffusione radiotelevisiva. Rai Way è impegnata nello sviluppo della Nuova tv Digitale (il cosiddetto switch-off) a partire dal passaggio dallo standard video Mpeg-2 al più efficiente Mpeg-4 e dalla tecnologia Dvb-T alla nuova Dvb-T2. Inoltre vengono aggiornate le assegnazioni delle frequenze agli operatori televisivi nazionali e locali (il cosiddetto re-farming). Tutte queste attività sono in via di completamento senza significativi investimenti fissi aggiuntivi. L'emergente sistema radiomobile 5G interessa come supporto alla produzione dei contenuti. L'unica tematica per la quale sembra abbia senso fare investimenti



Peso: 37%

veri e propri è il Broadband, che in ambito Rai è costituito dalla piattaforma Rai-Play. Questa distribuisce tutti i contenuti video offerti dalla Rai ed è affiancata da RaiPlaySound per i contenuti radiofonici, e da RaiNews per l'offerta informativa. La piattaforma RaiPlay potrebbe evolvere in una unica infrastruttura che distribuisca tutti i contenuti Rai con la massima efficienza e rafforzi contenuti video a larga banda Ott (Over The Top) ovvero quelli offerti direttamente via Internet, oltre alla miriade di applicazioni software accessorie.

Per coprire i costi di queste innovazioni, la Rai ha bisogno di aumentare i ricavi e ridurre gli altri costi. In prospettiva ciò potrebbe rivelarsi impossibile, per due ragioni: a) esiste il rischio che dal 2023 calino sensibilmente gli introiti degli abbonamenti, perché il canone uscirà dalla bolletta elettrica; b) nonostante abbondino sprechi tra gli acquisti e nell'organico, non risulta che l'azienda sia pronta a tagliare drasticamente i costi nel 2023. La soluzione più facile è che il governo decreti entro la fine del 2022 un forte aumento del canone. Quello che è già deciso invece è che l'assetto societario di RaiWay venga aperto al gruppo Mediaset, il quale in prospettiva ha difficoltà tecnologiche non minori. A fine la Rai resterà primo socio della joint-venture, in ciò spalleggiata da F2i facente capo a Cdp, e in questo modo Mediaset passerà la mano nella improba sfida tecnologica ai colossi mondiali. Questi nuovi equilibri tra pubblico e privato potranno avere esiti oggi imprevisi. Aumento del canone e riassetto societario sarebbero un tutt'uno.



Peso:37%