

Media, meno politica e più concorrenza

di Alessandro Penati

I media dovrebbero essere una priorità per il nuovo governo. Non per risolvere il conflitto di interessi di Berlusconi (un problema che va tenuto separato) o per occupare politicamente la Rai; ma per favorire la crescita di un settore trainante, con produttività e margini elevati, utilizzatore di nuove tecnologie, non esposte alla concorrenza dei paesi a basso costo del lavoro. Un settore che in Europa è ancora frammentato (e dovrà consolidarsi), nel quale l'Italia, per una volta, non parte svantaggiata dal nanismo delle sue imprese.

Non serve una nuova legge. Basta modificare la Gasparri conservandone gli aspetti positivi. Per superare il duopolio Rai-Mediaset, la Gasparri punta, correttamente, a facilitare l'ingresso di nuovi operatori e sfruttare l'innovazione tecnologica per promuovere la concorrenza delle nuove reti (telefono Dvb-h, satellite, digitale terrestre, Adsl). La legge riconosce che tutte le reti competono per un'unica risorsa scarsa, il tempo libero dello spettatore: chi vede un film su Sky, lo scarica da Internet, o lo acquista on demand col digitale terrestre, è uno spettatore in meno per la tv commerciale. Pubblicità, abbonamento, servizi a consumo sono modi alternativi per far pagare al consumatore ciò che desidera vedere.

Un problema di concorrenza va gestito con gli strumenti antitrust, che la legge assegna opportunamente all'Autorità: vanno potenziati e ridefiniti. C'è un vincolo di concentrazione per segmento di mercato che è servito a sanzionare il duopolio Rai-Mediaset. E uno globale (il Sic) che si applica a chi opera su più piattaforme come Telecom (analogica, digitale terrestre, via Internet e telefonia mobile), o nell'editoria. Ma dalla definizione attuale del Sic vanno espunte voci, come le "comunicazioni di prodotti e servizi", utili solo a gonfiare artificiosamente la dimensione del settore.

L'azione antitrust dovrebbe garantire l'accesso alle reti, con un approccio simile al roaming, usato con successo nella telefonia mobile. Infatti, è interesse di chi controlla una rete veicolare in esclusiva i propri contenuti per valorizzarla, e presidiare quante più reti possibile, a danno di nuovi entranti e produttori terzi di contenuti. Poiché tutta la tv dovrà passare obbligatoriamente al digitale terrestre, è stato necessario assegnare frequenze digitali agli attuali operatori tv, per gestire la transizione. Ma si deve garantire che una parte significativa della loro capacità di trasmissione sia effettivamente resa disponibile, al costo, a operatori terzi che lo richiedano. Bene ha fatto l'Autorità a imporre a Mediaset di destinare una delle sue frequenze digitali a operatori telefonici (Tim e Vodafone), senza vincoli sui contenuti trasmessi o accordi per la raccolta pubblicitaria.

L'Autorità dovrebbe vietare l'acquisto di contenuti in esclusiva per tutte le piattaforme (prassi oggi diffusa), e fare uso frequente di condizioni "must carry" e "must offer", a vantaggio dei nuovi entranti: una rete "deve trasmettere" senza costi i contenuti di un operatore debole, o "deve offrire" i propri contenuti per essere trasmessi su altre reti. Un approccio analogo dovrebbe essere adottato con la tv via Internet, quando la banda a 20Mb su cavo telefonico sarà disponibile commercialmente. Infine, la Gasparri va modificata, obbligando gli attuali operatori tv, dopo il passaggio al digitale, a restituire allo Stato le frequenze analogiche, in parte da assegnare a nuovi entranti, e in parte da mettere all'asta.

Ma la concorrenza non si crea solo mettendo frequenze e reti a disposizione di potenziali concorrenti. I contenuti che fanno audience sono pochi, e le risorse necessarie per acquistarli ingenti. E bisogna tener conto del valore delle abitudini: una rete tv è anche un tasto del telecomando o volti familiari. Invece di immaginare ipotetici operatori futuri, sarebbe meglio incentivare la concorrenza tra quelli esistenti. Sky, nata dal monopolio sul satellite, ha portato più benefici alla concorrenza di tutte le leggi degli ultimi 20 anni. Telecom è diventata l'unico operatore integrato verticalmente con accesso a tutte le reti, e ha le risorse per finanziare l'espansione. Fastweb, con alle spalle un grande produttore di contenuti, potrebbe avere un ruolo incisivo. Ma soltanto una vera privatizzazione della Rai, che liberebbe la sua capacità commerciale e finanziaria, potrebbe promuovere rapidamente la concorrenza e lo sviluppo. Non sarebbe difficile scindere il servizio pubblico in un'apposita società, finanziata interamente dal canone, con una frequenza in dote (analogica e digitale); cedendo tutta la Rai (marchio, canali, contenuti, impianti e frequenze) al miglior offerente.

In un'intervista al Corriere, Prodi aveva ventilato questa ipotesi. Dovrebbe metterla in atto. Darebbe impulso al settore e libererebbe la televisione dalla politica. E la politica dalla televisione. Molti italiani gliene sarebbero grati: di destra, e di sinistra.