

# Rai, meno spot nella tv per i bambini

► È pronto il contratto di servizio per il 2013-2015: il telespettatore saprà se un programma è finanziato dal canone o dalla pubblicità ► Gubitosi e Catricalà preparano una svolta sulla trasparenza: Viale Mazzini pubblicherà i bilanci e i dati sugli investimenti

## IL CASO

ROMA Paletti più rigidi da parte della Rai nei programmi per bambini nel senso che si profila un giro di vite della pubblicità. Non solo. Con il nuovo contratto di servizio dell'emittente di Stato, già pronto e prossimo ad essere varato, verrà introdotta più trasparenza nei palinsesti e, in generale, sulle attività dell'informazione pubblica. Così verranno scongiurati altri casi-Crozza oppure saranno evitate le polemiche sull'opportunità di trasmettere Miss Italia: il telespettatore sarà avvisato per tempo se la trasmissione in onda (programma giornalistico, fiction, intrattenimento) è stata realizzata con i proventi del canone televisivo o con gli introiti pubblicitari. Va da sé, tornando a uno dei casi recenti più controversi, che se Sanremo fosse stato prodotto con i soldi delle inserzioni pubblicitarie, l'ampiezza e l'incisività delle polemiche sollevate dal comico in ambito politico, probabilmente avrebbero avuto meno enfasi.

Il vice ministro allo Sviluppo Economico Antonio Catricalà e il direttore generale della Rai Luigi Gubitosi hanno lavorato sodo an-

**LE NUOVE NORME  
PASSERANNO AL VAGLIO  
DEL CONSIGLIO  
DI AMMINISTRAZIONE  
SERVE IL PARERE  
DELLA VIGILANZA**

**PERPLESSITÀ  
DEI DIRETTORI DI RETE  
CHE TEMONO  
INGERENZE  
DELL'AZIENDA NELLA  
PROGRAMMAZIONE**

che in agosto. E tra il 17 e il 18 hanno licenziato il progetto definitivo, strutturato in 24 articoli e lungo 26 pagine. Il contratto di servizio, valido per il triennio 2013-2015, regola i rapporti fra la società pubblica e il Ministero per lo svolgimento dell'attività. Diventerà operativo con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale a valle dell'approvazione da parte del cda Rai e del parere favorevole della commissione di vigilanza presieduta da Roberto Fico (M5S). Non si esclude che, se tutti i passaggi andranno in porto, Gubitosi possa portare il documento al board di venerdì 6 che potrebbe effettuare un primo esame. L'ultimo contratto ha visto la luce il 6 aprile 2011 per l'arco 2010-2012.

## LA RIVOLUZIONE

Da venerdì scorso, copie del documento girano in piazza Mazzini e anche in Saxa Rubra in quanto gli estensori l'hanno portato all'attenzione delle direzioni di reti. Si profila una rivoluzione, visto che le innovazioni, almeno sei quelle più rilevanti, stanno producendo molti mugugni nell'ambiente. Il testo, che Il Messaggero ha potuto visionare, dopo il preambolo di carattere generale (art. 1), contiene innanzitutto una svolta che consentirà al telespettatore che paga il canone, di sapere in anticipo se il programma che si accinge a guardare è stato messo in piedi anche con il suo contributo oppure con il ricavo della pubblicità.

E' l'art 2 a regolare la «riconoscibilità della programmazione»: la lettera f) stabilisce il criterio relativo a un programma derivante dal servizio pubblico (cioè finanziato con i soldi del canone) oppure sia prodotto con i fondi della pubblicità. La forma di questo avvertimento è demandata alla direzione comunicazione diretta da Costanza Esclapone che dovrà decidere se sia l'annunciatrice nel presentare il programma a indicarne la fonte fi-

nanziaria o se, invece, durante la trasmissione debba scorrere una «stringa».

Ci sono comunque perplessità da parte delle direzioni di reti che temono un'ingerenza nella programmazione. La lettera h) dello stesso articolo introduce una maggiore tutela per i minori, limitando la pubblicità nei programmi a loro dedicati perché può essere distorsiva dell'età evolutiva: è stata la federazione italiana pediatri, di recente, a lanciare l'allarme per l'influenza degli spot che portano i bambini a voler emulare comportamenti fuorvianti rispetto alla realtà. Così la lettera l) stabilisce che ci sia par condicio fra le associazioni dei consumatori da invitare nei vari programmi, senza discriminazioni.

## LE REGOLE

La forte svolta in direzione della trasparenza voluta da Catricalà e Gubitosi si traduce inoltre in regole più severe in materia di bilanci e contabilità. L'art 18 segna un'altra novità: «Gestione economica-finanziaria e trasparenza nella comunicazione esterna». In sostanza la società presieduta da Annamaria Tarantola pubblicherà sul suo sito web i bilanci, quello della parte commerciale e quello del servizio pubblico. E on line finiranno anche i dati sugli investimenti dei prodotti audiovisivi. Naturalmente la diffusione in rete della contabilità del gruppo farà sì che ci sia disclosure sulle fasce di retribuzioni percepite dai top manager.

**Rosario Dimito**





Il direttore generale di Viale Mazzini, Luigi Gubitosi, nello studio di una trasmissione Rai

## Il primo trimestre Rai

