



# VOCAZIONE SERVIZIO PUBBLICO

“Pallacorda” di idee e proposte per ripensare la RAI

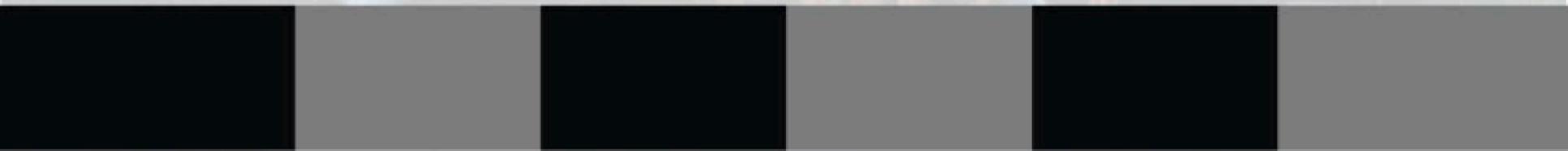
*6° Seminario*

## NOI E LA RAI

IDEE E PROPOSTE PER UNA RIFORMA DEL  
SERVIZIO PUBBLICO

**MARIO MORCELLINI e  
MIHAELA GAVRILA**

Mercoledì 4 marzo 2015  
Sapienza Università di Roma



**NOI E LA RAI – Una mappa dei seminari precedenti**

1° Seminario: *Dalle criticità alle proposte. Verso una ridefinizione delle priorità per un nuovo Servizio Pubblico* – Lunedì 21 luglio 2014

2° Seminario: *La RAI verso l'innovazione. Creatività, sperimentazione, contenuti e linguaggi* – Mercoledì 17 settembre 2014

3° Seminario: *Informazione e/è Servizio Pubblico* – Mercoledì 8 ottobre 2014

4° Seminario: *La Pallacorda del giornalismo* – Mercoledì 22 ottobre 2014

5° Seminario: *Quale Governance per una media company pubblica* – Giovedì 13 novembre 2014

*Tavolo tecnico Pallacorda* – Giovedì 13 novembre 2014

LA RAI COME BENE COMUNE

#MarioMorcellini  
#AntonelloBiagini #MihaelaGavrila  
#FabioBassan #AugustoPreta  
#PieroDeChiara #AngeloGuglielmi  
#FrancescoDeDomenico #LucioD'Alessandro  
#CarloDegliEsposti  
#GiovambattistaFatelli #MarcoFollini  
#BeniaminoCaravita  
#RobertoFaenza #AndreaMelodia  
#VincenzoVita #MaurizioGiannotti  
#FrancoMonteleone  
#GianniBisiach #EttoreBernabei  
#PaoloGiaccio #PierluigiBattista  
#MicheleMirabella  
#SandroPetrone #SergioValzania  
#ClaudioMarincola #ClaudioCappon  
#GianlucaDeMatteisTortora #ValerioFiorespino  
#LorenzaLei  
#AlbertoMattiacci

LA RAI COME BENE COMUNE

#GuidoBarlozzetti  
#GiovanniStella #MassimoBernardini  
#AndreaCastellari  
#LuciaAnnunziata #MarcelloSorgi  
#OlivieroBeha #PaolaBarretta  
#CarloRognoni #GiovanniBechelloni  
#PierLuigiGregori #RobertoAmen  
#MarioBernardini  
#FrancescoDevescovi  
#VittorioRoidi #ChristianRuggiero  
#MarcoBinotto #EnzoCarra  
#MarcoLaudonio #MaurizioCostanzo  
#LorenzoUgolini  
#PaoloVolterra  
#RobertoZaccaria  
#LuigiFрати #NicolaD'Angelo  
#MarcoMele #FabioGiglioni  
#NicolaBorrelli  
#VittorioV.Alberti

## **NOI E LA RAI - RIPARTIRE DALLE MISSION (E DALLA DEFINIZIONE)**

- 1. Come nel caso delle rappresentanze politiche, il Servizio Pubblico ha delle responsabilità verso la cittadinanza**
- 2. Sostenuto da fonti di finanziamento pubblico, in particolare attraverso il canone**
- 3. Regolamentazione del contenuto** (restrizioni sulla pubblicità; divieto di contenuti violenti o pornografici; perseguimento dell'equilibrio, dell'imparzialità e il soddisfacimento degli interessi delle minoranze, obbligo di trasmettere programmi culturali ed educativi)
- 4. L'offerta di SP deve essere accessibile universalmente e gratuitamente** attraverso tutte le piattaforme disponibili

## NOI E LA RAI - RIPARTIRE DALLE MISSION (E DALLA DEFINIZIONE)

1. Il Servizio Pubblico ha un **“mandato globale”** (Blumler 1992), cioè dovrebbe incoraggiare e soddisfare i gusti di tutte le fasce di popolazione di una società;
2. L’audience va considerata come **insieme di persone e di cittadini, e non come “consumatori”**. Solo così il SP potrà rispondere all’esigenza di mantenere e valorizzare la ricchezza culturale e la diversità di una nazione, di un territorio, contribuendo a coltivare una sana **“ecologia sociale”**;
3. Il SP si deve assumere alcune responsabilità **per la salute dei processi politici e per la qualità del discorso pubblico**;
4. Il Servizio Pubblico deve essere espressione di un **reale pluralismo sociale**
5. Il SP come **infrastruttura democratica, culturale, nonché industriale del paese: bussola valoriale e punto di riferimento** del settore della comunicazione, dei media, delle industrie creative in termini di innovazione editoriale e tecnologica.

## NOI E LA RAI - IL DOCUMENTO DELLA PALLACORDA

1. *La mission* della RAI nel prossimo decennio. A che serve un'azienda pubblica televisiva in un contesto sociale e tecnologico radicalmente diverso da quello dei decenni passati?
2. *La forma societaria*. Qual è la struttura più utile per raggiungere gli obiettivi fissati?
3. *La governance*. Composizione, ampiezza e fonte di nomina degli organi societari di sorveglianza e di gestione.
4. Entità e modalità di riscossione del *finanziamento pubblico*; limiti per il ricorso a eventuali finanziamenti pubblicitari o commerciali.
5. Gli impegni di *presentazione pubblica* e di *verifica dei risultati*.

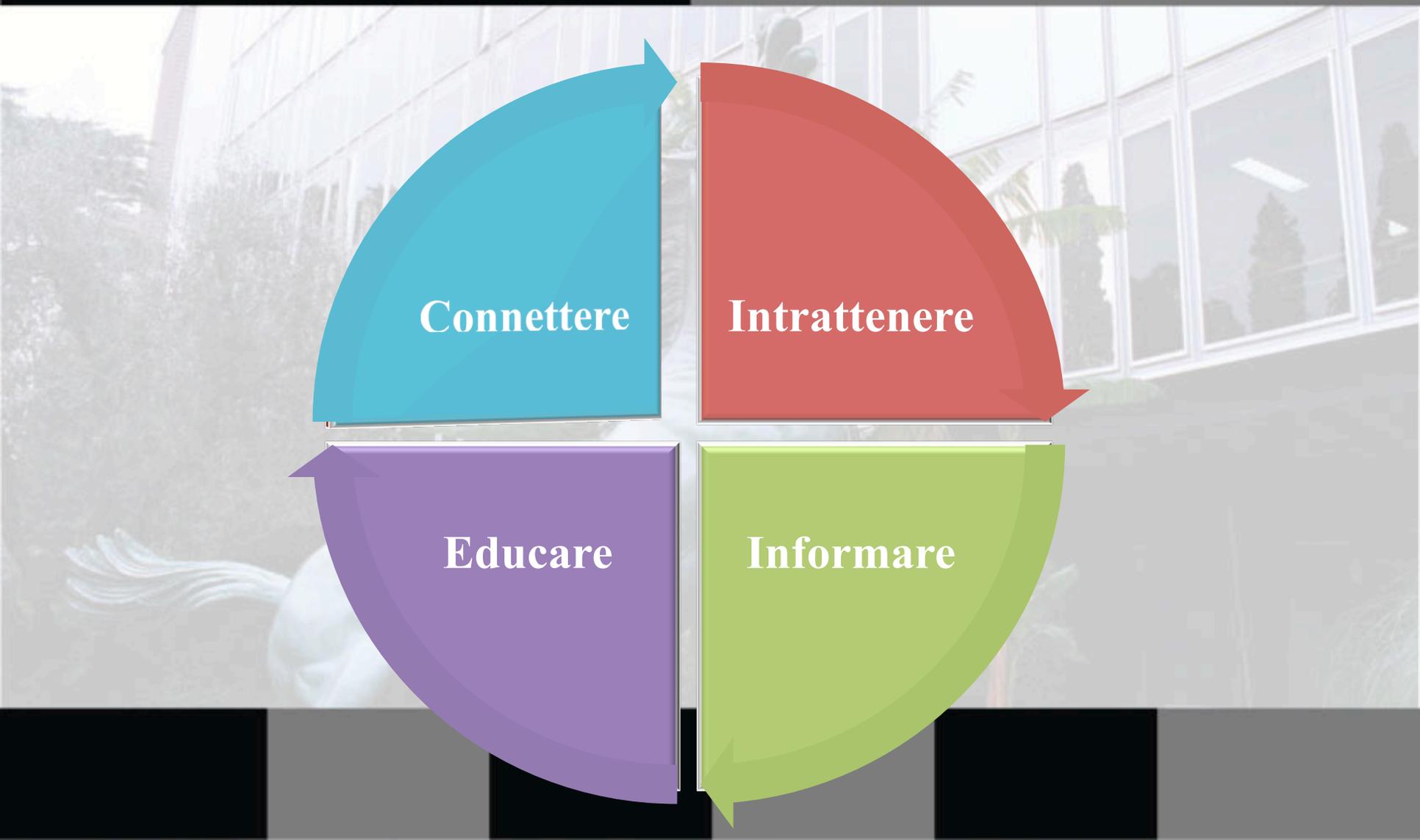
**NOI E LA RAI - RIPARTIRE DALLE MISSION (E DALLA DEFINIZIONE)**

**Connettere**

**Intrattenere**

**Educare**

**Informare**



## **NOI E LA RAI - IL DOCUMENTO DELLA PALLACORDA – INTRATTENERE**

### **I PROBLEMI**

- 1. l'Italia produce ed esporta meno e ha meno occupati di tutti i paesi comparabili.**
- 2. frattura sociale e generazionale**  
(La televisione sta smettendo di essere fattore di coesione sociale)

### **SOLUZIONI**

- Investire nella produzione a utilità ripetuta e “universalistica”, capace cioè di diventare fonte e punto di riferimento anche per gli altri mercati produttivi e distributivi.
- diventare il volano di un'industria produttiva nazionale, capitalizzata e capace di espansione all'estero (diversi termini di scambio tra broadcaster, produttori e autori)
- lanciare L'AUDIOVISIVO come quinta A strategica per l'affermazione del brand Italy nel mondo (accanto a Alimentari-vini; Abbigliamento-moda; Arredo-casa; Automazione-meccanica)

## **I PROBLEMI**

Il pluralismo non può più essere affidato alla moltiplicazione delle testate, ciascuna assegnata a una “area politico-culturale”

## **SOLUZIONI**

Verso un pluralismo sociale, culturale (non solo cronaca ma più inchieste, approfondimenti, informazione internazionale, scientifica, sanitaria)

Parlare al mondo e non solo a se stessi: produrre in Italia un TG leader nell'informazione mondiale sulla cultura e il dialogo tra le religioni

**NOI E LA RAI - IL DOCUMENTO DELLA PALLACORDA – EDUCARE**

Il Servizio Pubblico, in collaborazione con l'Università, deve essere un **HUB multimediale** della produzione nazionale e il certificatore della qualità didattica e produttiva.

**RICERCA** sulle professioni del futuro

**FORMAZIONE** delle nuove generazioni di professionisti delle industrie medialì e creative

**RESPONSABILITÀ** educativa nelle attitudini degli italiani nei confronti dell'innovazione

**NOI E LA RAI - IL DOCUMENTO DELLA PALLACORDA – CONNETTERE**

La RAI deve guidare il **Processo di Connessione** dei televisori alla rete, unico modo per recuperare il ritardo nella diffusione della **BANDA LARGA** e per ricomporre una frattura sociale e generazionale più marcata che in altri paesi

**NOI E LA RAI - LA FORMA SOCIETARIA: RIPARTIRE DAI CASI EUROPEI**



**Gran  
Bretagna**



**Francia**

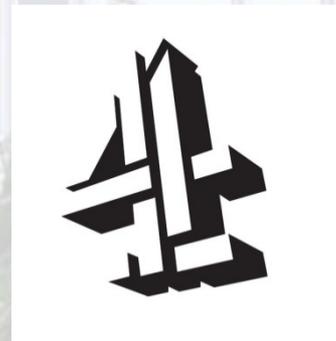


**Germania e  
Spagna**

NOI E LA RAI - LA FORMA SOCIETARIA



la *BBC* è finanziata solo con il canone (più il trading con l'estero)



*Channel 4* è finanziata solo con la pubblicità e altri proventi commerciali

*Mission* rivolta all'**innovazione di linguaggio** e al ricorso pressoché esclusivo alla **produzione indipendente**

## NOI E LA RAI - LA FORMA SOCIETARIA



### **Una società finanziata da solo canone**

Un solo canale generalista (che unifica Rai1 e Rai3), un canale *all news* (valorizzato al numero 3 del telecomando), un canale per bambini, un canale documentari



### **Una società finanziata solo da risorse commerciali**

Assorbirà la Sipra e RaiCom, editerà un canale generalista (Rai2) e un numero flessibile di canali tematici



## NOI E LA RAI - LA FORMA SOCIETARIA



### **Una società finanziata da solo canone**

In streaming non lineare saranno disponibili anche le teche, i programmi educational e l'*all news* in italiano e in inglese, su tutte le piattaforme satellitari del mondo



### **Una società finanziata solo da risorse commerciali**

Produzione indipendente, attenzione ai giovani, ai nuovi linguaggi e alle nuove piattaforme. Iniziative free e pay su tutte le piattaforme



**NOI E LA RAI - LA GOVERNANCE**

**CONSIGLIO DI SORVEGLIANZA (CDS)**



**CONSIGLIO DI GESTIONE  
(MAX 3 O 5 MEMBRI)**

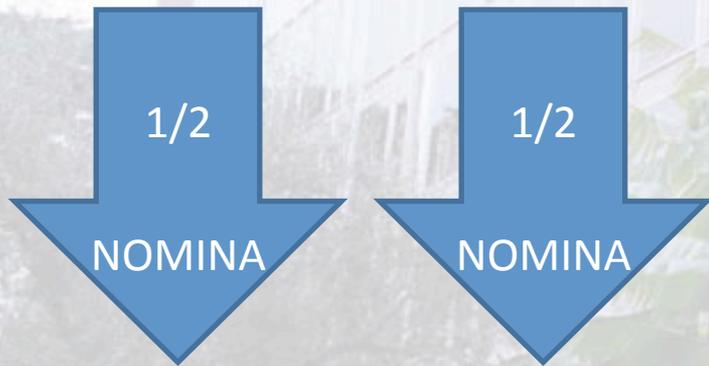


**AMMINISTRATORE  
DELEGATO**



## NOI E LA RAI - LA GOVERNANCE

Parlamento / Stakeholders



**CONSIGLIO DI SORVEGLIANZA (CDS)**

Il CdS, quindi, eredita anche le funzioni di sorveglianza oggi affidate al Collegio dei sindaci e al Comitato retribuzione management. Il CdS approva il piano strategico e il bilancio, ma non interviene sulle scelte gestionali.

**CONSIGLIO DI GESTIONE  
(MAX 3 O 5 MEMBRI)**



**NOI E LA RAI - LE RISORSE**

2015



20 MILIARDI IN 10 ANNI

2025

**Finanziamento stabile e certo, con un flusso d'entrate costante**

**NOI E LA RAI - LE RISORSE**

**Legare la riforma del CANONE a un cambiamento di naming e a una “rendicontazione” culturale pubblica**

**Contratto di Servizio (5 anni) con uno step intermedio della Concessione per eventuali verifiche e rimodulazioni**

**Il contribuente deve percepire che si tratta di una tassa di scopo, per il raggiungimento di una mission**

## NOI E LA RAI - LE RISORSE

La società finanziata con **risorse pubbliche** può ricavare risorse aggiuntive dalla vendita di diritti all'estero.

La società finanziata solo con **risorse commerciali** vende spazi pubblicitari con gli stessi affollamenti dei concorrenti commerciali.

- dotata di risorse adeguate per conquistare circa un miliardo annuo di pubblicità su tutte le piattaforme.
- può anche intraprendere nuove iniziative free e pay.
- Nel caso di iniziative in compartecipazione con imprese private nazionali o estere, il Consiglio di Sorveglianza esprime un parere vincolante, alla luce degli obiettivi fissati in Convenzione.

## NOI E LA RAI - GLI IMPEGNI DI PRESENTAZIONE PUBBLICA E DI VERIFICA DEI RISULTATI

**TRASPARENZA DEI PROCESSI**, attraverso iniziative pubbliche, condivisione in spazi online dedicati e dibattiti animati sui social



*Il brand RAI potrebbe viaggiare e diffondersi negli interstizi della Rete e nell'immaginario degli italiani, che hanno bisogno più che mai di essere coinvolti e resi partecipi di questo progetto di innovazione editoriale, culturale e industriale che mette al centro il Servizio Pubblico.*

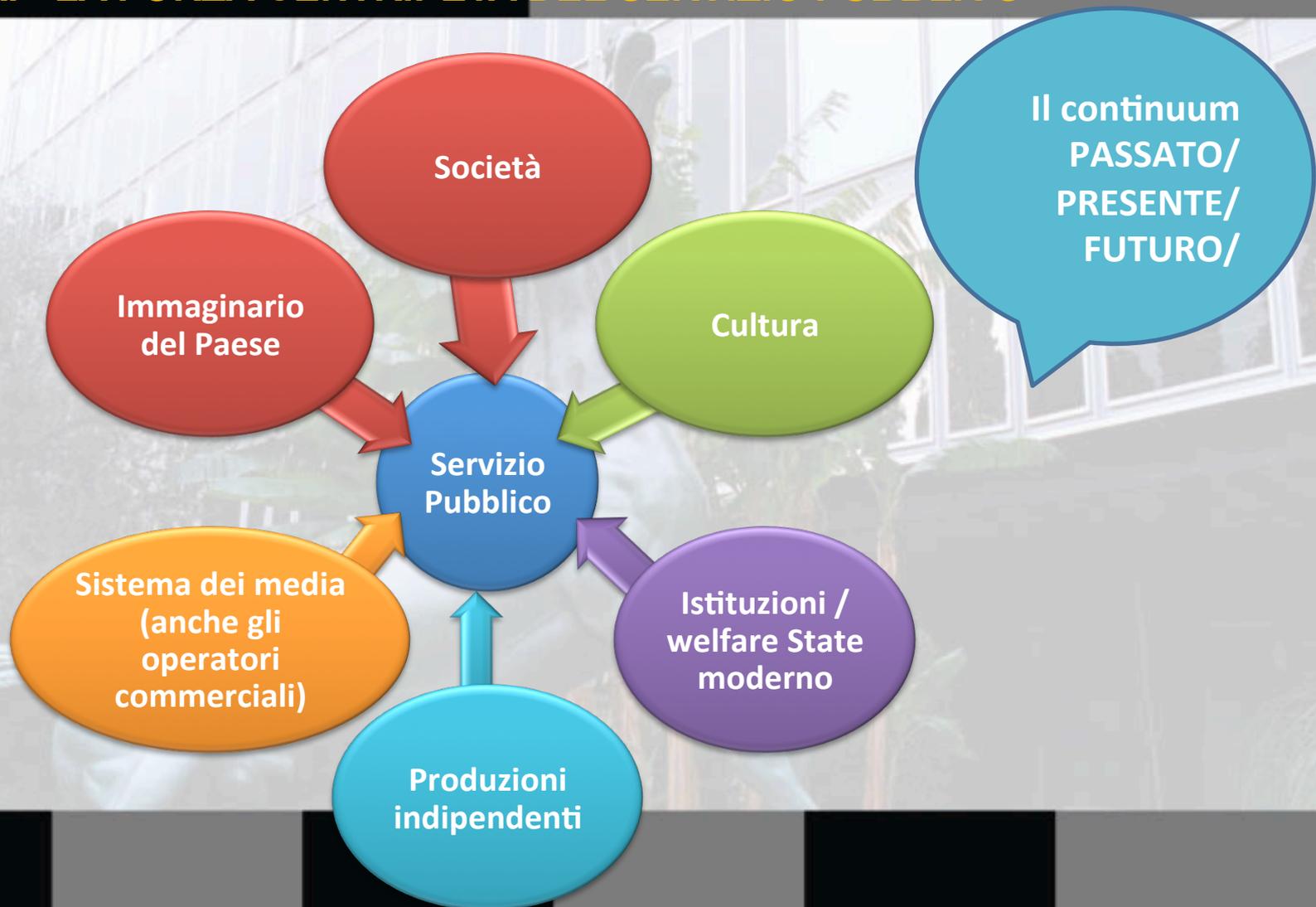
**LA RAI NON HA UN PROBLEMA DI UOMINI [e di donne]: le risorse umane della RAI sono straordinarie, sono i suoi copioni ad essere sbagliati, perché sono dettati dall'esterno.**

**Enzo Biagi, 1964**

## NOI E LA RAI - ALLA RICERCA DEI VALORI

1. Pluralismo dei valori rappresentati
2. Pluralismo politico
3. Sintonizzazione con la società multi-etnica e  
multiculturale
4. Anticipatore di tendenze
5. Una tv (anche) per gli invisibili

## NOI E LA RAI - LA FORZA CENTRIPETA DEL SERVIZIO PUBBLICO



## **NOI E LA RAI - Verso un decalogo del Servizio Pubblico multimediale**

1. Garantire l' universalità dell' accesso
2. Il Servizio Pubblico deve fare da Factory per nuovi linguaggi e formati [BBC COMMISIONING]
3. Recuperare il ruolo di leader del mercato e di anticipatore di trend, investendo anche nella produzione
4. Garantire strumenti di empowerment del soggetto
5. Acculturare e garantire gli strumenti per la navigazione della modernità e del cambiamento
6. Diffondere la cultura digitale e del cambiamento
7. Porre attenzione alle questioni etiche e deontologiche dei professionisti della tv, della radio e del multimedia
8. Recuperare il patto comunicativo con i giovani e coltivare i pubblici deboli
9. Garantire strumenti per la coltivazione della cittadinanza europea
10. Fare dell' informazione strategia per il futuro

**NOI E LA RAI**



[MARIO.MORCELLINI@UNIROMA1.IT](mailto:MARIO.MORCELLINI@UNIROMA1.IT)

[MIHAELA.GAVRILA@UNIROMA1.IT](mailto:MIHAELA.GAVRILA@UNIROMA1.IT)

