

## I TITOLI

- **CORTE DEI CONTI: PEGGIORAMENTO, SERVE PIANO RAZIONALIZZAZIONE**
- **ZAVOLI, CORTE CONTI SMENTISCE OTTIMISMO SU BILANCI**
- **DA CRISI SPOT A CANONE, VERTICI DA NAPOLITANO PDL INSISTE SU TETTO A COMPENSI**
- **DG RINUNCIA A POSTO FISSO, TARANTOLA SI TAGLIA PAGA OK UNANIME CDA A COMPENSO PRESIDENTE, PARTE LA SPENDING REVIEW**
- **ARTICOLO DI AFFARI&FINANZA – LA REPUBBLICA**

### **CORTE DEI CONTI: PEGGIORAMENTO, SERVE PIANO RAZIONALIZZAZIONE**

#### **Nel 2010 perdite a 79,9 mln, 148,8 mln euro di debiti**

- Peggiora la situazione finanziaria della Rai. Lo certifica la Corte dei Conti nella relazione sul risultato del controllo svolto sulla gestione finanziaria del servizio pubblico, sollecitando un piano di razionalizzazione dei costi. Le risultanze gestionali economico-finanziarie e patrimoniali della Rai e del Gruppo hanno registrato nel 2010 un notevole peggioramento. La perdita di Rai SpA di 79,9 milioni di euro nel 2009, nel 2010 si è attestata a 128,5 milioni di euro; i valori negativi del conto economico di 61,8 milioni nel 2009, sono giunti a 98,2 nel 2010. Anche il patrimonio netto della Società ha registrato una sensibile diminuzione essendo, passato dai 497,1 milioni di euro del 2009 ai 374,8 milioni di euro del 2010. Rilevanti sono anche i debiti finanziari di Gruppo, che assommano, nel 2010, a 148,8 milioni di euro (pur se in leggera flessione rispetto al 2009). I profili di criticità nella gestione della RAI - tra i quali il persistente sbilancio negativo tra ricavi e costi - già segnalati per il 2009, sono risultati accentuati nel corso del 2010.

- L'incidenza percentuale delle entrate da canone sul totale dei ricavi aziendali, nel 2010 è stata pari al 60,6%, contro il 34,4% della pubblicità ed il 5 % degli altri ricavi, scrive la Corte dei Conti nella relazione sul servizio pubblico. L'entrata da canone, peraltro, è notevolmente compromessa dalle crescenti dimensioni dell'evasione che, nel 2010, si è attestata, per il canone ordinario, intorno al 26,7% e, per quello speciale, intorno al 60%, con una perdita di circa 450 milioni di euro l'anno per il canone ordinario e di 102 milioni di euro per quello speciale. Anche il ricavo derivante dalla pubblicità ha evidenziato sostanziali flessioni rispetto agli esercizi pregressi. L'attuale crisi economica ha determinato una sostanziale riduzione degli investimenti pubblicitari - la raccolta pubblicitaria nel 2010 del Gruppo Rai è risultata inferiore di oltre 200 milioni di Euro rispetto al 2007, differenziale negativo che si è ulteriormente incrementato nel corso dell'esercizio 2011 (-270 milioni di Euro). Anche la pubblicità radiofonica evidenzia rilevanti problematiche. La prolungata interruzione della rilevazione Audiradio e la circolazione di stime di ascolto provenienti da ricerche non condivise, hanno determinato, una situazione di obiettiva incertezza sul fronte della valorizzazione degli spazi pubblicitari. In progressivo decremento si presentano, altresì, le entrate connesse ad iniziative con la Pubblica Amministrazione, con un'ulteriore perdita di risorse commerciali per la società. Non risulta che la Società abbia predisposto un rigoroso piano di razionalizzazione e di contenimento dei costi, reso necessario dai negativi risultati delle gestioni precedenti e dall'andamento dei ricavi. La Corte ha ribadito l'esigenza di predisporre efficaci interventi finalizzati a contrastare il fenomeno dell'evasione dal pagamento del canone, ed in particolare di quello speciale (riscosso direttamente dalla società) ed a ridurre i costi di produzione.

- La Corte poi raccomanda che venga mantenuto sotto stretto controllo l'andamento del costo del lavoro e degli oneri connessi, che incide per circa il 30% sul costo della produzione e che vengano significativamente ridotti i costi per le consulenze esterne, che hanno inciso sul bilancio del 2010 per circa tre milioni di euro. La rigorosa razionalizzazione dei costi si configura come strumento per neutralizzare gli squilibri rilevati nella contabilità separata e, ove coniugata ad una efficace lotta all'evasione del pagamento del canone radiotelevisivo, potrebbe consentire la riduzione della misura del canone stesso, a beneficio della collettività che lo corrisponde. A determinare i risultati negativi della gestione ha contribuito anche la inadeguatezza del contratto di servizio in tema di copertura dei costi che lo svolgimento del servizio pubblico comporta. La Corte ha ribadito il giudizio, espresso nei precedenti referti, secondo cui il modello della contabilità separata, sicuramente valido per dimostrare all'Unione europea che il finanziamento pubblico non supera il costo complessivo sostenuto dalla concessionaria per lo svolgimento del servizio pubblico, non può essere assunto quale strumento unico per determinare la misura del canone di abbonamento. Sono stati, in particolare, sottolineati i reiterati risultati negativi dell'aggregato A della contabilità separata (ove sono esposti i ricavi derivanti dalla riscossione dei canoni di abbonamento ed i relativi costi sostenuti per il Servizio pubblico, in attuazione delle previsioni del contratto di servizio). Anche nel 2010 la Rai, al fine di razionalizzare il proprio modello organizzativo, ha posto in liquidazione o incorporato talune società controllate e concluso il processo di fusione per incorporazione di RAISat S.p.A. in RAI S.p.A., avviato l'anno precedente; omologa iniziativa ha interessato Rai Trade S.p.A. e Rai Net S.p.A., società incorporate nel corso del 2011 ed è stata chiusa anche la liquidazione di Sacis spa. La Corte rappresenta l'opportunità che tale operazione - finalizzata ad agevolare il coordinamento gestionale delle attività che la separazione societaria rende difficoltoso - continui, accompagnata da una omogeneizzazione dei processi decisionali interni. La RAI sta affrontando un impegnativo piano di investimenti, stabilito per legge, per l'adeguamento impiantistico al sistema digitale

terrestre (DTT), per il quale la Società lamenta, peraltro, l'insufficienza dei contributi pubblici. Significativa rilevanza rivestono, infine, le sanzioni irrogate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) per la inosservanza, da parte della RAI, dei principi in materia di informazione e di ulteriori compiti di pubblico servizio nel settore radiotelevisivo, nei programmi di informazione e di propaganda.

fonte TMnews Red/Mdr, 27/072012

## **ZAVOLI, CORTE CONTI SMENTISCE OTTIMISMO SU BILANCI**

- "L'analisi della Corte dei Conti fa giustizia di tante ottimistiche previsioni succedutesi sui bilanci della Rai".

Lo afferma in una nota il presidente della Commissione parlamentare di vigilanza Rai, Sergio Zavoli. "Un solo dato espunto dalle cifre relative al 2010 basterebbe per giustificare un allarme: quello - dice Zavoli - riguardante la raccolta pubblicitaria che, come dice la Corte, 'risulta inferiore di oltre 200 milioni di euro rispetto al 2007, differenziale negativo ulteriormente aumentato nel corso dell'esercizio 2011 (meno 270 milioni di euro). E tutto cio' 'senza aver predisposto un rigoroso piano di razionalizzazione e di contenimento dei costi'". "Questo scenario - sottolinea Zavoli - richiede che la nuova governance dell'azienda applichi da subito un piano di risanamento, a cui corrisponda una ritrovata, piu' alta qualita' del prodotto. Da queste premesse prendera' senso e produrra' effetti un'ormai palese autonomia gestionale; sulla base di un progetto che regoli la partecipazione della politica secondo le forme lecite e debite di una matura democrazia". "A iniziare dalle sue prossime risoluzioni il governo aziendale sara' chiamato ad applicare nuove metodologie finalizzate all'indilazionabile rilancio culturale e civile del Servizio pubblico. La Commissione di vigilanza avra' tutto cio' al centro dei suoi lavori, a partire dall'Ufficio di Presidenza che ho convocato per martedi' 31 luglio p.v.", conclude.

fonte AGI red/Gil 27/07/2012

## **DA CRISI SPOT A CANONE, VERTICI DA NAPOLITANO PDL INSISTE SU TETTO A COMPENSI**

La crisi e la contrazione della raccolta pubblicitaria, ma anche l'attenzione al prodotto e al ruolo chiave del servizio pubblico: i temi centrali all'ordine del giorno del nuovo vertice Rai appena insediato sarebbero stati al centro del tradizionale incontro di inizio mandato con il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano al Quirinale. Una visita di cortesia, che "si colloca nell'ambito di una consolidata tradizione", come ricorda Viale Mazzini, che sarebbe pero' andata al di la' degli auguri di rito, diventando l'occasione per fare il punto della situazione dell'azienda. Alla vigilia della riunione del consiglio di amministrazione di domani in cui il direttore generale Luigi Gubitosi e il presidente Anna Maria Tarantola avvieranno con ogni probabilita' una ricognizione dello stato di salute della Rai e delle principali criticita', per definire poi la 'road map' degli interventi, Napolitano si sarebbe informato su tutte le questioni piu' importanti sul tavolo: dalla crisi e dagli effetti del calo della raccolta pubblicitaria, passando per il prodotto, la fiction, fino alla digitalizzazione e allo sviluppo tecnologico. Durante l'incontro, che alcuni partecipanti definiscono sobrio e cordiale - circa un'ora, compresa la visita alla struttura Rai Quirinale che segue costantemente l'attivita' del Presidente della Repubblica - la delegazione della Rai avrebbe sollevato anche la questione dell'evasione dal canone. Domani in cda sono attese le comunicazioni di dg e presidente, che dovrebbero avviare la spending review a Viale Mazzini, tracciando la rotta alla quale ancorare i successivi interventi di razionalizzazione, tra efficienza e produttivita', tagli e rilancio del prodotto. Le prime misure potrebbero essere gia' definite nella riunione successiva del cda, convocata per l'1 agosto. I problemi dell'azienda sono sul tavolo: a fine anno e' atteso un rosso tra i 60 e i 100 milioni di euro, con un indebitamento intorno ai 300 milioni e una raccolta Sipra che nei primi tre mesi del 2012, prima degli Europei, sarebbe calata del 25%.

All'ordine del giorno anche la definizione del compenso del presidente: e non si esclude che Tarantola si tagli lo stipendio, proponendo - senza partecipare al voto - una riduzione rispetto alla cifra percepita dal suo predecessore Paolo Garimberti (circa 450 mila euro l'anno), dando cosi' un segnale sul fronte del rigore, invocato come tratto distintivo dell'era Monti' anche in Rai, dopo le polemiche sullo stipendio del dg (che ha ottenuto 650 mila euro l'anno e un contratto a tempo indeterminato). Intanto il Pdl torna alla carica sul tetto ai compensi, presentando una risoluzione in Vigilanza per chiedere alla Rai di ridimensionare gli emolumenti di "tutti i professionisti esterni all'azienda, dei manager e delle figure apicali della tv pubblica, compreso il direttore generale ed il presidente, di fatto gli unici esclusi - fa notare il capogruppo in commissione, Alessio Butti - dalle misure gia' stabilite dal governo nel decreto Salva Italia in ordine al tetto per i compensi dei dirigenti pubblici" (291 mila euro, ndr). Non si esclude, infine, che domani il dg possa rispondere ai chiarimenti chiesti dal consigliere Rodolfo De Laurentiis in merito alla recente sentenza del Tar che ha bocciato gli oscuramenti dei programmi Rai su Sky.

fonte ANSA A.Majoli, 24/07/2012

## **DG RINUNCIA A POSTO FISSO, TARANTOLA SI TAGLIA PAGA OK UNANIME CDA A COMPENSO PRESIDENTE, PARTE LA SPENDING REVIEW**

La spending review in Rai parte dai vertici dell'azienda. Il direttore generale Luigi Gubitosi, dopo le polemiche dei giorni scorsi, rinuncia al contratto a tempo indeterminato: "Non intendo restare alla Rai ne' un giorno in piu' ne' un giorno in meno del mio mandato di dg", triennale come quello del cda, spiega il top manager. E il presidente Anna Maria Tarantola si taglia lo stipendio, proponendo - e incassando il via libera unanime dal cda - un compenso da 366 mila euro l'anno, con un robusto taglio del 20% rispetto al predecessore Paolo Garimberti, a fronte di poteri e responsabilita' piu' ampi. Il dg avrebbe maturato la sua decisione dopo una riflessione congiunta con Tarantola. E il presidente da' a sua volta l'esempio sul fronte del rigore: percepira' 300 mila euro come compenso da presidente (rispetto ai 350 mila euro di Garimberti), in linea con il tetto fissato per i manager pubblici e senza emolumenti per le deleghe aggiuntive, e 66 mila euro come consigliere (il compenso era 98 mila euro, e' stato gia' ridotto a tutti di un terzo). Il cda vota compatto - la presidente non partecipa - e apprezza il gesto di Gubitosi,

accolto anche fuori da Viale Mazzini da un plauso bipartisan. Anche se il Pdl insiste, con il capogruppo in Vigilanza Alessio Butti, sulla necessita' di fissare un limite anche alle retribuzioni dei "numerosissimi dirigenti che beneficiano, in qualche caso, di stipendi per nulla commisurati alle reali responsabilita' o capacita'". "Ho molto apprezzato il gesto del dg e del presidente e, al riguardo, sono lieto che abbiano raccolto una sollecitazione mossa non soltanto formalmente da me in seno al cda, ma anche poi da tanti altri rappresentanti del mondo politico e della societa' civile", commenta il consigliere Antonio Verro, che si era astenuto sullo stipendio di Gubitosi. Ma Verro presenta anche un ordine del giorno per chiedere che le nomine non editoriali di primo e secondo livello, di competenza di presidente e dg, privilegino le risorse interne e il ricorso alle assunzioni esterne avvenga in casi eccezionali e motivati e sia in ogni caso sottoposto all'approvazione del cda. Intanto Gubitosi 'apre' al dialogo con i dipendenti, annunciando a tutti via e-mail di aver aperto un'apposita casella di posta elettronica per le loro "comunicazioni, suggerimenti, segnalazioni, idee". Archiviato il capitolo compensi, entra nel vivo il lavoro del il nuovo vertice: Tarantola - che ieri avrebbe visto il premier Mario Monti - e Gubitosi devono costruire un piano industriale ed editoriale che rimetta ordine nei conti dell'azienda e insieme la rilanci come servizio pubblico. Nella riunione di oggi il dg si sarebbe limitato ad una prima ricognizione della situazione del contenzioso, anche su sollecitazione del consigliere Rodolfo de Laurentiis che aveva chiesto chiarimenti sulla recente sentenza del Tar che ha bocciato gli oscuramenti dei programmi Rai su Sky. I problemi dell'azienda sono tutti sul tavolo: a fine anno e' atteso un rosso tra i 60 e i 100 milioni di euro, con un indebitamento intorno ai 300 milioni e una raccolta Sipra che nei primi tre mesi del 2012, prima degli Europei, sarebbe calata del 25%. Tra le possibili operazioni di cui si parla, la cessione degli asset passivi Ray Way, la dismissione parziale del patrimonio immobiliare, il taglio delle collaborazioni dei pensionati, la revisione del perimetro dell'attivita' aziendale (e quindi la riduzione degli attuali 14 canali), misure per il recupero dell'evasione del canone. All'orizzonte resta il capitolo nomine - in ballo Rai1, Rai2 e soprattutto il Tg1 - che verrebbe affrontato solo dopo l'estate. Al prossimo cda, l'1 agosto, sono attese le prime indicazioni sulla road map che Gubitosi e Tarantola intendono seguire. Poi si riparte a settembre, e si cambia: il cda non si riunira' piu' una volta alla settimana, ma due volte al mese.

fonte Ansa A. Majoli, 25/07/2012

# Parte la svolta in Rai spending review e Sipra al primo posto

## Rai, nell'agenda di Tarantola e Gubitosi spending review e far ripartire la Sipra

IL COMPITO DEL NUOVO VERTICE È RISANARE E RILANCIARE IL GRUPPO. I TAGLI POSSIBILI SONO MOLTI MA DIFFICILI. SE SI METTESSE MANO ALLE CARENZE DELLA RACCOLTA PUBBLICITARIA SI POTREBBERO TROVARE LE RISORSE PER UNA VERA STRATEGIA SU INTERNET  
**Stefano Carli**

Troppi canali: 15. Troppe testate giornalistiche: 9, con relative direzioni. Troppo personale: 11.410 addetti, e infatti già circolano stime di esuberi potenziali tra le 500 e le mille unità. Troppa rigidità contrattuale che gonfia gli organici: e c'è un contratto di operai e tecnici da rinnovare da mesi. Troppa poca societizzazione e troppo accentramento, che è il nemico della trasparenza dei costi. Tutto vero. Ma se si volesse veramente risanare la Rai, la novità rivoluzionaria non sarebbe nella revisione delle spese e nei tagli (che sarà assai difficile fare nella misura necessaria) ma nei ricavi. E qui il nodo gordiano ha un solo e semplice nome: Sipra. Il buco nero di Viale Mazzini è infatti la concessionaria di pubblicità.

Ecco, l'agenda ideale di Tarantola e Gubitosi, il giorno dopo il loro insediamento al vertice della tv pubblica, dovrebbe partire proprio da qui. Perché si possono tagliare i costi, rivedere i palinsesti, ridurre i tg, ma se poi si ha una concessionaria che quando il mercato cala perde il doppio della media e quando poi risale (ricapiterà anche stavolta, prima o poi) lo fa alla stessa velocità degli altri, non si va lontano. Certo, ci sono condizioni esterne oggettive: che i grandi centri media tendano a snobbare i canali Rai in favore di Mediaset, è una verità che tra gli addetti ai lavori viene data per scontata. Ma Sipra ci mette del suo. In un periodo di crisi di pubblicità i pacchetti offerti dalla concessionaria

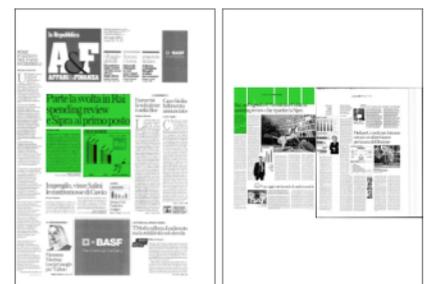
sono rigidi, il bundle sui canali ha pochissima flessibilità. Stessa rigidità in materia di sconti (e si sa che in tempi di crisi lo sconto è fondamentale). A Viale Mazzini circola anche la battuta - forse una leggenda metropolitana, ma se non è vera rende bene l'idea - che in occasione degli ultimi Europei di calcio Sipra si sia «dimenticata» di vendere gli spots sui calci di rigore delle semifinali. Se a tutto questo si aggiunge il fatto che i contratti Sipra prevedono anticipi contrattuali del 35%, si capisce bene perché gli inserzionisti siano in fuga: prima degli Europei, nei primi mesi 2012 la raccolta ha segnato meno 25% rispetto al meno 10% di Publitalia. E Mediaset ringrazia.

Quantificare l'inefficienza di Sipra è difficile ma qualche cifra si può azzardare. Per esempio, i canali digitali che stanno attorno all'1% di share (la Rai4 di Frecero, Rai Movie) dovrebbero valere sui 30 milioni annui di raccolta pubblicitaria: sembra che arrivino solo attorno ai 10 milioni. I portali Internet della Rai, Rai.it e Rai.tv, quest'ultimo con l'offerta delle dirette via Web e della catch up tv, ossia la possibilità di richiedere programmi dell'ultima settimana, sulla base di utenti unici e pagine viste, potrebbero portare tra i 15 e i 20 milioni di ricavi pubblicitari, ma ci si ferma appena a 6. Lo share medio dei nuovi canali digitali Rai inizia a essere vicino al 6%: e poiché ogni punto di share vale sui 30 milioni, il loro fatturato potenziale potrebbe stare sui 180 milioni. Più Internet, si arriverebbe sui 200 e di questi si può ipotizzare che oggi ne entri effettivamente appena un terzo: diciamo che possono mancare all'appello 130-140 milioni su un fatturato pubblicitario 2011 che

è stato di 973 milioni (1.039 nel 2010). E su Sipra, che non è «materia editoriale», Tarantola e Gubitosi potranno decidere in autonomia, senza sottomettere le loro scelte al Cda.

Il secondo nodo, una volta sistemata la pubblicità, è l'offerta editoriale. «Finora è mancato un vero piano editoriale - spiega Augusto Preta, direttore di ItMedia Consulting - Rai non ha una strategia unitaria né in termini di target né in termini di offerta. Non ha una strategia nel digitale anche se è stata l'azienda che sul digitale ha investito di più: è stata la prima a lanciare nuovi canali, anche come quantità. E per questo ha anche rinunciato ai 50 milioni annui che ricavava dal contratto con Sky».

Sul digitale terrestre la Rai è insomma stata come le prime linee nelle guerre di trincea: carne da cannone. Ha reso ricca da subito l'offerta dei nuovi canali, non si è preoccupata di renderli redditizi, per fare in fretta ha trattato al minimo sulle frequenze e infatti si ritrova una rete fatta in larga parte di «cerotti» e che ora, con l'assegnazione definitiva delle concessioni ventennali, potrebbe avere qualche difficoltà a risistemare. Il tutto mentre chi aveva interesse a una rapida affermazione del digitale era invece Mediaset, che stava lanciando la sua sfida a Sky sulla pay tv. Che poi, per ironia della sorte, la pay



tv sul digitale terrestre di Mediaset sia in stallo e gli ascolti stiano premiando i nuovi canali in chiaro, è solo il segno di un'ulteriore occasione che vale Mazzini sta perdendo, visto che non riesce a sfruttarla in termini di ricavi. «Ma è prioritario per Rai ripensare le sue strategie - conclude Preta - Finora hanno utilizzato le logiche della vecchia tv lineare e del modello mono-piattaforma: ora devono riconsiderare le loro scelte mettendo testa e investimenti su Internet. Devono ripensare al ruolo del servizio pubblico nel mondo digitale e porsi il problema di individuare le esigenze degli utenti-cittadini prima ancora degli utenti-target commerciali. Potrebbe essere necessario spostare risorse dai canali alle offerte multi piattaforma e "over the top". Almeno finché le risorse sono queste».

A voler tagliare, tra canali e strutture c'è solo l'imbarazzo della scelta. Due canali per bambini, due canali sportivi, una programmazione culturale d'archivio che non sembra aver bisogno di un canale tutto suo, Rai Storia, ma che dovrebbe alimentare altri palinsesti. Un canale come RaiScuola che non ha senso con una frequenza tutta per sé. E poi rivedere i canali maggiori: Rai 4 è un po' la nuova Rai 2 che invece ha perso ogni identità. Rai 5 ha molto in comune con Rai 3 che a forza di rappresentare il baluardo antiberlusconiano di Viale Mazzini viene vissuta come un fortino da proteggere e non viene svecchiata da un decennio almeno.

Ci sono insomma molte duplicazioni. Non vanno tagliate tutte, ma ripensate con coerenza sì. Stessa cosa per le testate giornalistiche: già solo unire Televideo e RaiNews, cosa già decisa ma mai completata, sarebbe meritorio. Ma poi nel mondo digitale perché mantenere non tanto le tre redazioni dei tre Tg, quando tre strutture tecnologiche e di produzione che potrebbero invece essere unificate facendo sinergia di costi? Stessa cosa per i Giornali Radio: che hanno un solo direttore ma ben 4 vice direttorie altrettante redazioni, uno per ogni Gr più il Gr Parlamento.

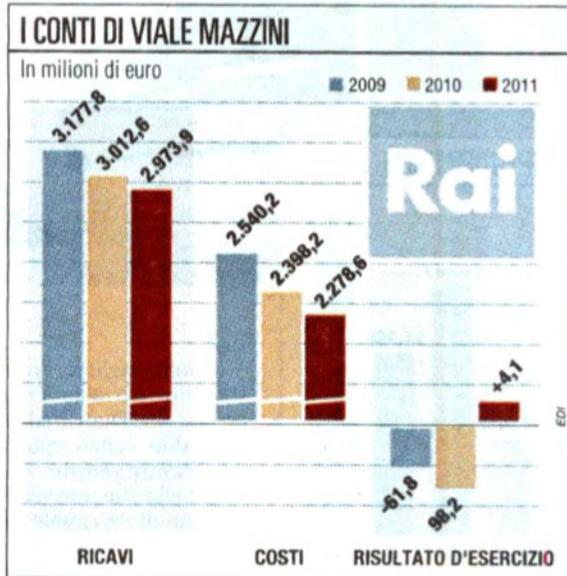
E qui si entra nella grande palle dell'organizzazione di Viale Mazzini: 160 «parrucchieri», il reparto trucco, quello da cui perfino Mediaset ha fatto partire i suoi tagli; operatori e montatori sono 600 e l'innovazione tecnologica sta creando sovrapposizioni; i quattro centri di produzione (Roma, Milano, Torino e Napoli) valgono 3.800 addetti, e l'insieme delle sedi regionali, che non hanno centri di produzione, ne portano altri 1.500. La radiofonia ne conta 800, di cui 150 giornalisti. I giornalisti sono 1.650, di cui 327 con qualifica di dirigenti. I duemila circa che mancano all'appello per arrivare a 11.400 sono amministrativi della sede centrale. E a questo numero non appartengono i 650 tecnici e operai di manutenzione che fanno capo a RaiWay, la società delle torri e della rete.

A questo caos contrattuale e sindacale si affianca quello organizzativo: ci sono almeno tre ere geologiche che si sommano e si sovrappongono. Ci sono società che derivano dalla gestione Celli di dieci anni fa che aveva avviato un decentramento con societizzazione e che convivono con il successivo riaccantonamento voluto da Flavio Cattaneo, oggi ad di Terna, quando era direttore generale a Viale Mazzini (tra il 2003 e il 2005). Per cui ci sono competenze divise tra società, direzioni e una miriade di

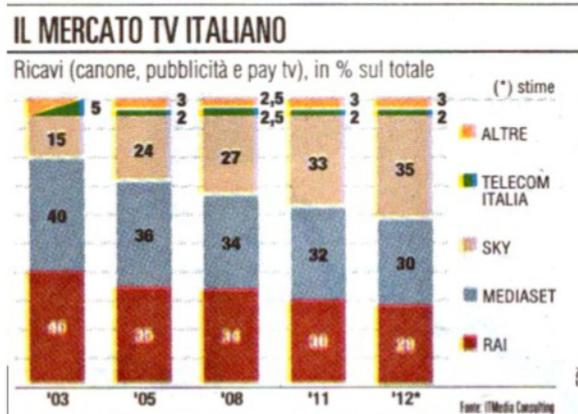
divisioni che riportano tutte al direttore generale. Ai tempi di Agnes, ossia anni Ottanta, altra epoca di grande accantonamento, si era calcolato che se il direttore generale avesse dedicato 10 minuti a ogni suo rapporto si sarebbe occupato di un problema una sola volta ogni 25 giorni.

Ma i tagli in Rai sono difficili da concludere. Troppo complicato: politicamente, sindacalmente, culturalmente. Per questo l'opportunità migliore oggi è quella di lavorare sui ricavi. C'è la possibilità di fare cassa con RaiWay, e già l'idea circola, ma è difficile, basta guardare alla difficoltà di Telecom con La7 e con la rete di Timb. Ci sono immobili da vendere o da mettere in una società che li valorizzi: ci sono terreni edificabili a Roma e nelle vicinanze, ci sono gioielli come Palazzo Lavia a Venezia. Ma il vero nodo è l'offerta commerciale. Di Sipra si è detto. L'altro aspetto strategico è però la riorganizzazione dei contenuti. Valorizzandola.

«Rai ha probabilmente il costo medio per ora di contenuto video più basso in Italia - afferma Alessandro Araimo, senior partner di Roland Berger Italia - Ha una library che prima del digitale terrestre era largamente inutilizzata. Il problema è che oggi ha un'offerta ampia ma qualitativamente non molto diversa da quella di Mediaset. Utilizzando bene la library e i diritti già pagati anche il costo marginale dell'ultimo canale sarebbe estremamente basso. Con Mediaset che ha ridotto gli investimenti in contenuti e Rai avanti sull'audience Viale Mazzini si trova un vantaggio considerevole da sfruttare commercialmente. Occorre lavorare sull'offerta e sulla concessionaria. A quel punto non ci sarebbe neanche bisogno di tagliare il numero dei canali. E arriverebbero pure le risorse per investire sul Web».



Qui accanto, **Luigi Gubitosi**, nuovo direttore generale di Viale Mazzini. E' l'ex ad di Wind



Qui sotto, **Anna Maria Tarantola**, neo-presidente della tv pubblica: per le decisioni sui temi non editoriali non deve passare per il Cda

