

# «Più servizio pubblico nella Rai del futuro»

**Intervista** Il commissario AgCom Antonio Preto traccia le linee di sviluppo della televisione italiana

di **Massimiliano Lenzi**

La riforma della Rai, che Matteo Renzi ha indicato di voler portare a casa, i ritardi sulle infrastrutture di rete, a cominciare dalla banda larga. Temi che toccano politica, economia e soprattutto decine di milioni di italiani che guardano la tv, usano internet e gli smartphone. Su questo e molto altro Il Tempo ha intervistato Antonio Preto, commissario AgCom, settore reti e infrastrutture.

**Si parla da molto tempo di riformare il servizio pubblico televisivo, la Rai: lei che opinione ha in merito?**

«L'ultima riforma della Rai risale al 2004. È tempo di cambiare. La prossima scadenza della concessione, prevista per il 2016, sta animando un importante dibattito pubblico su una configurazione più moderna della Rai nell'era digitale e di Internet. Ritengo che i valori di cui tradizionalmente si è fatto carico il servizio pubblico all'interno della società (formare, educare, intrattenere) conservino la loro importanza anche oggi, ma è necessario che essi vadano nuovamente declinati e reinterpretati nell'attuale contesto digitale. Il che significa, prima di tutto, recuperare agli occhi dei cittadini-utenti l'identità di pubblico servizio e marcare la diversità dai competitor commerciali. Il servizio pubblico, per il quale i cittadini pagano il canone, dovrebbe garantire qualità dell'offerta, varietà dei generi, contenuti e temi, capil-

larità e qualità della diffusione, innovazione dei contenuti, capacità di intercettare i nuovi bisogni del pubblico. C'è bisogno, in sostanza, che il servizio pubblico torni a investire in prodotti culturali. Il servizio pubblico deve farsi carico dell'alfabetizzazione digitale della popolazione e non solo di quella più anziana. Sappiamo sfruttare ancora poco le enormi potenzialità che ci offrono le nuove tecnologie, come le smart tv. Nei Paesi dove il servizio pubblico raggiunge elevati standard di qualità, tutto il sistema ne beneficia e si innesta una «corsa» al rialzo da parte delle emittenti commerciali. Il finanziamento del servizio pubblico è cruciale per il sistema: occorre maggiore trasparenza nella gestione del canone e un utilizzo corretto delle risorse pubblicitarie».

**L'informazione televisiva che ruolo ricopre nel contesto digitale?**

«La televisione è leader anche nell'informazione. Come ha rilevato l'indagine conoscitiva sul settore dei servizi internet e sulla pubblicità online del gennaio di quest'anno, l'83 per cento delle persone per informarsi ricorre alla tv e il 42 per cento di coloro che utilizzano anche Internet, spesso accede a contenuti informativi prodotti da editori e broadcaster, e diffusi sul web. Il sistema dell'informazione radiotelevisiva si fonda sulla «responsabilità editoriale», che costituisce garanzia di un adeguato livello qualitativo e consente la salvaguardia dei diritti

fondamentali della persona, come la reputazione, la privacy, la tutela dei minori. Quello che occorre, a mio avviso, è estendere questo principio anche a coloro che pur non essendo editori, di fatto svolgono un'attività del tutto analoga, come i motori di ricerca (Google) e gli aggregatori (Youtube)».

**La distinzione tra il pay e il free secondo lei è superata?**

«Se ne parla molto e l'Autorità segue con attenzione il grado di innovazione tecnologica in atto, ma, allo stesso tempo, deve valutare con attenzione e serietà l'andamento storico dei mercati, per stabilire se siamo in presenza di un cambiamento di struttura stabile nel tempo oppure no. Nel 2010 l'Agcom ha individuato i mercati rilevanti della tv in chiaro e della tv a pagamento, come distinti tra loro, sia ai fini concorrenziali che sotto il profilo del pluralismo».

**L'Italia è in ritardo sull'economia digitale e sullo sviluppo delle reti che rappresentano nei paesi più avanzati del mondo la vera nuova frontiera?**

«L'Italia è in ritardo nella banda ultralarga e in generale nello sfruttare le potenzialità dell'ICT. Dobbiamo raggiungere gli obiettivi dell'Agenda digitale europea: 30 Mbit/s per tutti e 100 Mbit/s per la me-



tà della popolazione entro il 2020. La rete di accesso italiana ha, però, un grande vantaggio: le centrali e gli armadi ripartilinea sono mediamente vicini alle case come in nessun altro paese europeo e dunque, con tecnologie adeguate e a costi relativamente contenuti gli obiettivi sono raggiungibili nei tempi previsti. A condizione di crederci e lavorare alacremente. Tutti devono fare la propria parte. **Agcom** la sta facendo: con una regolazione che favorisce la concorrenza infrastrutturale tra operatori, i risultati si stanno ottenen-

do. A fine 2013, Telecom ha rivisto il suo piano di investimenti, con l'obiettivo di coprire anche più del 50 per cento della popolazione entro il 2016».

**Secondo lei a livello legislativo, si è fatto abbastanza per favorire lo sviluppo della rete di una società sempre più connessa?**

«Servono leggi e risorse adeguate ma anche idee chiare sul modello che si vuole seguire. Siamo in ritardo rispetto all'Europa: perseguire gli obiettivi imposti dall'Agenda Digitale Europea entro il 2020

è assolutamente prioritario, sfruttando al meglio il rame attraverso le innovazioni che la tecnologia può offrire. Bisogna dare il pane a tutti e non il caviale a pochi!».

**INFO**

**La storia**  
L'ultima riforma della Rai risale al 2004. La prossima scadenza della concessione è prevista per il 2016



**L'esperto**  
Nella foto piccola Antonio Preto commissario dell'AgCom. Qui sopra la sede della Rai di viale Mazzini a Roma



**INFO**  
La storia



Peso: 61%