

## Buono tu, buona la TV!

Anche per il 2009 la Rai usa l'assonanza, per lo spot della campagna abbonamento che scade a fine mese. Quest'anno a dare man forte al Cda e convincere i riottosi spettatori a pagare il canone RAI, anche se l'Italia è il paese dell'Europa occidentale in cui si paga meno rispetto agli altri, sono stati chiamati i grandi della storia, Dante, Robespierre, Carl Marx: insomma, un'ottica tutta europea anche se, a dire il vero manca Guglielmo Tell che della natia Svizzera dovrebbe difendere il primato del canone più alto. Sono, infatti, ben 281 gli euro che i cittadini cantonesi devono versare per la TV, seguiti a ruota dagli austriaci che di euro devono versarne 263. Canone o finanziamento pubblico? Per far funzionare la tv pubblica, è indifferente il sistema, ha affermato il Consiglio europeo già dieci anni fa, ma a determinate condizioni. Il finanziamento pubblico non deve perturbare i principi fondamentali degli scambi e della concorrenza e deve tendere all'adempimento della missione che il servizio pubblico deve svolgere. *Ipsa dixit*. Quale dev'essere la missione della TV pubblica è stata la stessa risoluzione del Consiglio a precisarlo: offrire programmi e servizi di qualità e cercare di rivolgersi alla società nel suo insieme cercando di raggiungere il più vasto pubblico. Per il resto, le modalità di finanziamento sono rimesse alla legislazione nazionale e regionale anche se la Commissione europea vigila, in base all'art.86 del trattato CE che le risorse finanziarie siano effettivamente destinate alla *mission* e non comportino, invece, distorsioni della concorrenza.

In alcuni paesi europei la televisione pubblica è finanziata con un sistema misto, basato sia sugli introiti derivanti dalla pubblicità sia su contributi pubblici a carico della fiscalità generale. E' il caso ad esempio dell'Olanda, dove il canone è stato abolito nel 2000, la Spagna ed il Portogallo. In altri il sistema, come per l'Italia, è basato sul canone che altro non è che una tassa sulla ricezione radiotelevisiva. Così è anche per Germania, Danimarca, Romania, Bosnia, Danimarca, Grecia e Slovenia. In Romania e Macedonia il canone viene pagato assieme e alla bolletta elettrica. Altri paesi, Regno Unito, Finlandia, Ungheria, Norvegia e tra breve la Francia, non consentono la trasmissione di pubblicità sulle reti pubbliche, e provvedono al finanziamento delle stesse direttamente con il canone e, in via subordinata, con limitate attività commerciali.

**In Germania**, il finanziamento della TV pubblica è basato su un sistema misto, che comprende il canone radiotelevisivo, la pubblicità, le sponsorizzazioni e altri mezzi di finanziamento. Ci sono dodici emittenti che fanno parte della rete ARD. Sorta nel 1950, è una sorta di federazione degli enti pubblici radiotelevisivi tedeschi, le singole emittenti della ARD sono giuridicamente e economicamente indipendenti l'una dall'altra. Ad essi si aggiunge ZDF, il secondo canale televisivo pubblico. ARD e ZDF possono trasmettere spot pubblicitari soltanto tra le ore 17 e le ore 20 e la pubblicità è limitata ai giorni lavorativi. In questo Paese, chiunque posseda un apparecchio di ricezione radiofonica o televisiva, quindi una radio o un televisore, deve pagare il canone di abbonamento radiotelevisivo, indipendentemente dal fatto che l'apparecchio gli appartenga effettivamente o meno, ed anche indipendentemente dall'uso.

**In Francia**, è attualmente all'esame del Senato un progetto di riforma già approvato dall'Assemblea nazionale, che introduce notevoli modifiche al sistema vigente. Secondo la riforma, la trasmissione dei messaggi pubblicitari nelle reti pubbliche già a partire dal 5 gennaio di quest'anno è inibita, tra le ore 20,00 e le ore 6.00. Sarà successivamente eliminata completamente alla fine del 2011. La televisione pubblica sarà pertanto finanziata esclusivamente con il canone e non più, quindi, con la pubblicità. Per compensare la parziale riduzione del gettito il canone sarà aumentato e il pagamento sarà esteso anche ai possessori di telefono cellulare.

Infine, nel **Regno Unito**, la parte del leone la fa la BBC che attualmente comprende 10 canali televisivi interattivi, 10 network radiofonici, più di 50 emittenti TV e radio locali ed il sito [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk). La BBC non può trasmettere pubblicità ed è finanziata prevalentemente attraverso il canone, nonché con limitate attività commerciali ed contributi pubblici. L'emittente pubblica del Regno Unito, fu istituita nel 1927 tramite uno Statuto reale, che viene rivisto ogni dieci anni e che viene adottato sentito il Ministro della cultura, dei media e dello sport. Nel RU, sono soggetti all'obbligo del canone tutti i detentori di apparecchi per la ricezione o la registrazione di programmi radiotelevisivi, compresi i personal

computer e i telefoni cellulari, se dotati di schede video. Sono previste varie tipologie di canone e varie tipologie di agevolazioni. Attualmente, il canone non è dovuto per le persone con più di 65 anni.

*Fonte: dossier Senato gennaio 2009*

### **In Europa tutti uguali**

La Commissione europea già vent'anni fa con la direttiva 89/552 "Televisione senza frontiere", ha fissato i paletti per il servizio televisivo sia pubblico che privato. La direttiva, nota soprattutto per aver vietato la pubblicità di sigarette e degli altri prodotti del tabacco, comprese tutte quelle forme di pubblicità indiretta, prevede anche disposizioni a tutela dei minori, contro l'alcolismo e lo spazio massimo da destinare alla pubblicità. Per quanto riguarda i minori, la direttiva si pone il fine di proteggere il loro sviluppo fisico, mentale e morale sia con riferimento ai programmi veri e propri sia alla pubblicità. In sostanza, la pubblicità non deve esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità, nè deve esortare direttamente i minorenni a persuadere genitori o altre persone ad acquistare tali prodotti. Riguardo la pubblicità questa deve essere chiaramente riconoscibile come tale ed essere nettamente distinta dal resto del programma con mezzi ottici o acustici. Insomma non possono essere utilizzate tecniche subliminali ed è vietata la pubblicità clandestina, ovvero la presentazione di beni, di servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un programma quando la presentazione è fatta dietro compenso o altro pagamento. Per quanto riguarda lo spazio destinato alla pubblicità, gli spot isolati devono costituire eccezioni. In pratica, la pubblicità deve essere inserita tra i programmi. La trasmissione di opere audiovisive come i lungometraggi cinematografici ed i film realizzati per la televisione (eccettuate le serie, i romanzi, i programmi ricreativi ed i documentari), di durata programmata superiore a 45 minuti, può essere interrotta una volta per periodo completo di 45 minuti. È autorizzata un'altra interruzione se la loro durata programmata supera di almeno 20 minuti due o più periodi completi di 45 minuti.

Insomma, occhio al cronometro!

