

UPA

RAI: quale futuro?

Indagine svolta da AstraRicerche per UPA

Febbraio 2012

UPA ritiene di esprimere un'opinione e una raccomandazione sul futuro della RAI, suffragata da una ricerca approfondita, vista la fase di grande trasformazione che attraversa il sistema della comunicazione con inevitabili conseguenze anche per la pubblicità

Il momento storico impone un approccio trasparente, responsabile e innovativo.

UPA sente la responsabilità di rappresentare il principale elemento di mercato nel sistema dei media e ritiene che la modernizzazione del Paese passi anche attraverso il futuro di una RAI in cui si possano coniugare logiche commerciali e ambizioni di crescita civile

LA RICERCA

Le valutazioni emerse dalla ricerca sono prevalentemente critiche disegnando un'azienda in grave difficoltà

Non mancano però anche giudizi positivi su punti di forza ancora attuali

Emerge una generale condivisione sulla necessità e l'urgenza di una riforma per risanare l'Azienda e salvare la maggiore industria culturale del Paese

I GIUDIZI NEGATIVI

Mal gestita, asservita alla politica, priva di strategia e ingovernabile

Iperburocratica: troppi livelli decisionali tutti inefficaci

Il ruolo di servizio pubblico è passato in secondo piano penalizzando la qualità a favore della quantità

Meno rappresentante il Paese nelle sue variegate esperienze, nelle culture locali e nelle diverse realtà sociali e professionali

I GIUDIZI NEGATIVI

Decaduta rispetto al passato e ai principali concorrenti

In progressivo calo di reputazione, meno attrattiva per ascoltatori, meno interessante per investitori

Depressa con molti talenti non o mal utilizzati, con un sempre minor orgoglio aziendale, con un futuro incerto, illeggibile e con poche speranze

Non adeguatamente trainante, senza più innovazione, con totale rinuncia alla sperimentazione di format, programmi, linguaggi, stili ed eccessivo outsourcing

I GIUDIZI POSITIVI

Storica: è la memoria del Paese

Esperta, con un grande patrimonio di competenze e know how

Radicata nelle vicende del Paese, nella cultura nazionale e in quelle locali, con copertura universale e presenza capillare in tutt'Italia

Istituzionale: davvero e sempre la “televisione di Stato” con un persistente orgoglio aziendale-professionale

I GIUDIZI POSITIVI

Ricca di know-how, talenti, giacimenti immensi (Rai Teche etc), impianti, attrezzature e risorse professionali rimotivabili

Colta per la vocazione “storica” (non del tutto dispersa) all'acculturazione e all'incivilimento del Paese

Con buone potenzialità di rilancio sul terreno della innovazione e della creatività cultural-professionale e tecnologica

LA RIFORMA AUSPICATA

Ritenuta indispensabile e urgente ma con diffuso scetticismo: “se ne parla da sempre ma non si è mai realizzata” “in Italia non si riforma nulla, figuriamoci la RAI”

La RAI deve restare pubblica, ma gestita con criteri di efficienza, perchè un servizio pubblico è una garanzia democratica ed è uno dei migliori veicoli per animare un certo pluralismo

La RAI deve essere allontanata il più possibile dalla politica e protetta dalla lottizzazione creando “filtri” per contenere le istanze della politica in ambiti ben definiti

LA RIFORMA AUSPICATA

Conferimento ad una **Fondazione** che diviene proprietaria dell'ente pubblico, con uno statuto che riflette l'attuale contratto di servizio. Ha l'obbligo del pareggio di bilancio e gestisce attraverso due livelli decisionali

Consiglio di Indirizzo, Controllo e Garanzia che definisce le strategie e ne controlla il rispetto. Composto da persone di specchiata onestà, serietà, impegno professionale e civile, nominate da soggetti istituzionali quali ad esempio: Presidenti delle due Camere, Corte Costituzionale, Authority, Regioni, Comuni, Associazione Consumatori, Università, CNEL etc

LA RIFORMA AUSPICATA

Consiglio di Amministrazione deputato alla gestione, 5/7 membri con chiara professionalità, indipendenza e competenza specifica nominati dal Consiglio di Indirizzo. Al suo interno viene nominato un **Amministratore Delegato** responsabile della gestione nel rispetto degli indirizzi generali ricevuti dal Consiglio di Indirizzo

Presidente nominato dal Consiglio di Indirizzo presiede entrambi i Consigli fungendo da raccordo tra essi

LA RIFORMA AUSPICATA

Recuperare l'evasione del canone: 16 milioni di abbonati su 22 milioni di famiglie.

Una rete generalista senza pubblicità (per giustificare il canone) che ricerchi la qualità, persegua la sperimentazione e la missione di “servizio pubblico”

Perseguimento di un modello “multi-multi” cioè “multi-canale “multi-piattaforma” , “multi-contenuto” “multi-target” traducesi in un inedito pluralismo di contenuti/stili/target, passando dall'offerta rigida al consumo personale e su misura: “quel che voglio, dove voglio, quando voglio”