

L'odiata tassa
Sul canone Rai
è battaglia in Vigilanza
Castoro a pagina 14

Sul canone Rai è già battaglia in Vigilanza

L'abbonamento si paga come tassa di possesso ma fa discutere la qualità dei programmi
Dopo la delibera di ministero Sviluppo economico e Agcom il caso è nelle mani di Fico

di **MARCO CASTORO**

La questione dell'incongruenza relativa al canone Rai approda in commissione Vigilanza. È attesa per oggi una prima risposta alla richiesta fatta dal capogruppo di Scelta civica, **Mario Marazziti**, che ha sollevato durante la prima audizione l'evidente contraddizione sull'abbonamento Rai da pagare secondo la vecchia legge (come tassa di possesso del televisore) oppure in riferimento alla «qualità che costituisce il controvalore al pagamento del canone», come è riportato nella delibera che indica le linee guida sugli obblighi da rispettare nella stipulazione del contratto di servizio (scaduto a fine 2012). Secondo le direttive del ministero dello Sviluppo economico e dell'Agcom la qualità della programmazione Rai va migliorata sensibilmente. E chi paga il canone matura il diritto di ricevere un servizio mi-

gliore. Nelle linee guida si ritiene infatti che la qualità debba essere intesa come capacità progettuale e di rinnovamento dei contenuti. In pratica la Rai deve «recuperare agli occhi del cittadino/utente il valore e l'identità del servizio pubblico radiotelevisivo». Più chiaro di così. A questo punto la questione salirà di peso in Vigilanza. Anche perché il presidente, il grillino **Roberto Fico**, non vede l'ora di mettere sotto scacco la Rai e farsi bello agli occhi di **Beppe Grillo**. Il grimaldello continua a essere il montiano Marazziti che ha già preparato un'interrogazione scritta da presentare nelle prossime audizioni.

Leone taglia le prime serate
Il direttore di Raiuno, **Giancarlo Leone**, è tornato a ribadire

il suo vecchio cavallo di battaglia: la riduzione del prime time: «Le prime serate devono adeguarsi con il tempo al resto d'Europa, devono durare di meno. Per questo Rai1 sta la-

vorando ad una linea di intrattenimento senza studio televisivo».

Pubblicità in saldi
Botta e risposta tra Mediaset e Rai sui prezzi al ribasso dei listini della pubblicità. **Pier Silvio Berlusconi** ha sottolineato che «per una azienda del servizio pubblico buttarci giù i prezzi sarebbe come svendere un valore. Un fatto gravissimo». Per contro ha replicato il direttore generale di Rai Pubblicità, **Fabrizio Piscopo**: «Nessuna svendita di un valore pubblico e nessun ritocco al ribasso dei listini pubblicitari. Ho letto con stupore le dichiarazioni che ci riguardano e posso soltanto ribadire che si tratta di voci prive di fondamento. Piuttosto è la Rai che sarebbe molto stupita se i concorrenti, per far fronte alle novità introdotte da Rai Pubblicità, abbassassero drasticamente i prezzi».

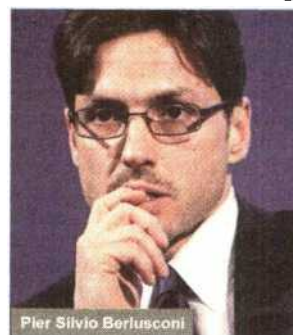
@marcocastoro1



Mario Marazziti



Giancarlo Leone



Pier Silvio Berlusconi



