

MEDIA

‘Aiuti straordinari anche quest’anno’

La proposta del consigliere nazionale Marco Romano. Sul tavolo, 15-20 milioni di franchi.

di Stefano Guerra e Daniel Ritzer

Tutti gli aiuti Covid sono stati prorogati anche nel 2022, quelli per i media invece no; e in questi primi mesi dell'anno, nonostante la pandemia sembri volgere al termine, la situazione per le aziende mediatiche non è migliorata (anzi) rispetto al 2021 e al 2020. Parte da una duplice constatazione Marco Romano. Il consigliere nazionale dell'Alleanza del Centro - tra i principali fustigatori del pacchetto di aiuti respinto in votazione popolare questa domenica - ora vuole che la Confederazione confermi anche per il 2022 gli aiuti transitori a favore del settore concessi nel biennio precedente. Parliamo di una cifra che dovrebbe situarsi tra i 15 e i 20 milioni di franchi.

Il deputato momò formulerà la proposta in occasione della prossima seduta della Commissione dei trasporti e delle telecomunicazioni (Ctt-N), in programma dopo la sessione primaverile delle Camere federali (28 febbraio-18 marzo). Si tratta di prorogare un'altra volta (sarebbe la terza) le ordinanze Covid-19 'media stampati' e 'media elettronici', entrambe scadute alla fine del 2021. L'idea, spiega Romano alla 'Regione', è che il Consiglio federale «faccia un'aggiunta al preventivo 2022 e che il Parlamento poi approvi il relativo credito straordinario». Il consigliere nazionale non prevede resistenze. «Abbiamo fatto la stessa cosa per i trasporti pubblici, per i casi di rigore, per il settore delle fiere e degli eventi: non vedo perché adesso non lo si debba poter fare per i media».

Crediti utilizzati solo in parte

Le ordinanze sono state adottate dal Consiglio federale il 20 maggio 2020 per far fronte alla situazione eccezionale dovuta alla pandemia, che ha rafforzato la tendenza verso un forte calo degli introiti pubblicitari. Prevedono misure transitorie a favore dei media stampati e l'assunzione da parte della Confederazione (fino a un massimo di 10 milioni di franchi) dei costi fatturati ai media elettronici dall'agenzia di stampa Keystone-Ats. Nel 2020 e nel 2021, la stampa locale e regionale ha ricevuto così un aiuto complementare. Quotidiani e settimanali in abbonamento che beneficiavano già del sostegno ordinario sono stati recapitati

gratuitamente dalla Posta. Quelli con una tiratura di oltre 40mila copie per edizione hanno ricevuto uno sconto di 27 centesimi per copia sulla distribuzione regolare. Il sostegno transitorio è stato concesso solo a condizione che gli editori si impegnassero per iscritto a non versare dividendi per l'esercizio 2020 e 2021. La misura è complementare alla promozione indiretta della stampa, che prevede 30 milioni di franchi l'anno a sostegno della stampa locale e regionale e 20 milioni di franchi l'anno a sostegno della stampa associativa e delle fondazioni.

La Confederazione ha messo a disposizione a titolo di aiuti transitori 20,42 milioni di franchi nel 2020 e 17,5 milioni nel 2021. Nel 2020 è stata utilizzata soltanto poco più della metà (11,8 milioni) del

credito stanziato. Il resto della somma (8,62 milioni) è tornato nelle casse della Confederazione. Non si sa ancora quanto sia stato effettivamente versato lo scorso anno. «L'Ufficio federale delle comunicazioni parte dal presupposto che i crediti siano stati esauriti», dice Romano. Ma «il fatto che una parte cospicua dei crediti stanziati nel 2020 non sia stata utilizzata dà da pensare, poiché da tempo ci si viene a dire che la situazione nel settore è drammatica», osserva il 39enne. Una possibile spiegazione c'è: risiede nel divieto di versare dividendi, concepito per favorire i piccoli e medi editori. La relativa clausola inserita nell'ordinanza media stampati interessa infatti in massima parte i grandi gruppi mediatici. A differenza di quanto avviene per le sovvenzioni ordinarie alla distribuzione postale, i quotidiani e i settimanali in abbonamento con una tiratura superiore alle 40mila copie per edizione possono beneficiare di questi aiuti straordinari. È presumibile che almeno una parte di loro abbia preferito continuare a versare dividendi, rinunciando così a richiedere i contributi pubblici. Ma non è dato sapere chi ha ricevuto quanto e chi, pur potendovi attingere, non si sia fatto avanti nei confronti dell'Ufcom.

Romano vorrebbe che gli aiuti transitori siano confermati anche per l'anno in corso. Una quindicina di milioni di franchi almeno, che per i quotidiani e i settimanali in abbonamento significherebbero in pratica veder ancora azzerati i costi della distribuzione postale. Il deputato ticinese non manca di far notare che se il defunto pacchetto di aiuti fosse stato approvato dal popolo, «nel 2022 non ci sarebbe stato un franco» per i media. Invece così si prospetterebbe un'ulteriore boccata d'ossigeno per giornali come 'laRegione', nell'attesa che in Parlamento vengano rilanciati gli aspetti meno controversi del pacchetto affossato alle urne, come l'aumento delle ordinarie sovvenzioni indirette alla stampa e della quota parte del

canone radiotelevisivo appannaggio di radio locali e tv regionali.

'La Ssr colga il segnale'

Romano ha le sue idee anche su tutte queste cose. Sostegno indiretto: «Il tetto delle 40mila copie deve restare, per evitare che i grandi gruppi vengano favoriti». Proventi del canone per radio e tv private: «Tocca al Consiglio federale agire, non al Parlamento». Media online: «Bisogna sostenere solo chi [come Watson, Republic, Heidi.news, ecc... ndr] fa informazione sul canale digitale rispettando i criteri del servizio pubblico». Una mezza idea il consigliere nazionale - che siede nel comitato della Aktion Medienfreiheit (Azione libertà dei media), dalla quale negli ultimi anni sono partite bordate contro la Ssr - ce l'ha pure sull'iniziativa 'No Billag bis', che mira tra l'altro a ridurre a 200 franchi il canone radio-tv. Ieri si è formata una 'Alleanza per la diversità dei media' con l'obiettivo di fare fronte comune contro l'iniziativa, rilanciata domenica dal consigliere nazionale dell'Udc Gregor Rutz, anch'egli nel comitato della Aktion Medienfreiheit. Romano: «Non sono nel comitato interpartitico che la sta elaborando, ma sono curioso di vedere come andrà la raccolta delle firme. Ad ogni modo spero che stavolta la Ssr colga il segnale e sia più conseguente di quanto lo sia stata dopo il 'no' all'iniziativa No-Billag». Concretamente? «Che riduca le sue attività online e, soprattutto nella Svizzera tedesca, si ritiri da quegli ambiti (come l'intrattenimento) dove l'offerta dei privati è ricca».