

Interpellanza

Al Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo

Per sapere Premesso che

la scorsa primavera, il Ministro per i beni e le attività culturali e il turismo, Dario Franceschini, annunciò l'idea di creare una piattaforma italiana allo scopo di offrire a tutto il mondo la cultura italiana a pagamento, una sorta di Netflix della cultura, che può servire in questa fase di emergenza per offrire i contenuti culturali con un'altra modalità;

qualche giorno fa, in occasione delle chiusure selettive di alcune regioni, il Ministro Franceschini, ha garantito che quell'idea è già stata finanziata con 10 milioni di euro: *“si tratta della Netflix della cultura italiana, cioè una piattaforma digitale pubblica, a pagamento, che stiamo costruendo con Cdp, la quale possa offrire a tutta Italia e tutto il mondo l'offerta culturale del nostro Paese”*, sostenendo, inoltre, che sarà finanziata con parte dei soldi del Recovery Fund;

oltre a questi annunci non è stato reso disponibile alcun dettaglio aggiuntivo in merito alla proposta: non sappiamo infatti chi si stia occupando della creazione della piattaforma, a chi è destinata, quanto costerà alle casse dello Stato in tutto, se davvero verranno utilizzati i soldi del Recovery Fund, chi ne curerà i contenuti, ma soprattutto non conosciamo il punto di vista dei creatori dei contenuti culturali i quali, a leggere alcune reazioni, sembrano tutt'altro che entusiasti dell'idea;

in Italia esiste una società pubblica che si occupa di produzione, creazione e distribuzione di contenuti culturali e di intrattenimento;

tale società si chiama RAI - Radiotelevisione italiana S.p.A. è concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiotelevisivo in Italia ed il quinto gruppo televisivo d'Europa;

all'interno dei servizi Rai, il 13 novembre 2019 ha debuttato nella sua nuova veste RaiPlay, un portale che secondo gli ultimi dati ha registrato numeri importanti: 4mila titoli e migliaia di ore di visione, 600 documentari, 256 titoli di teatro, 300 di musica, film fiction e serie e contenuti per i ragazzi che sono stati raggiunti da almeno 23 milioni di persone, di cui almeno 16 milioni sono fidelizzati;

i dati sull'utenza, poi, dicono che metà del pubblico di Rai Play è sotto i 44 anni e il 34% del suo pubblico ha meno di 34 anni, proprio il target storicamente più difficile da raggiungere per la Rai;

a fronte di questi dati, l'idea di replicare l'idea di una piattaforma streaming che raccolga contenuti multimediali culturali appare certamente un doppione rispetto anche solo, ad esempio, all'esperienza di RaiPlay;

se si escludono i costi per le produzioni originali o per i diritti delle produzioni artistiche già esistenti, i costi della cosiddetta “Netflix della cultura italiana” del Ministro Franceschini sarebbero altissimi anche se si considerano solamente quelli legati all'ideazione e alla costruzione dell'infrastruttura informatica, e quelli della promozione e della commercializzazione: proprio queste voci di spesa invece, sarebbero almeno in buona parte assorbite dalla storia e dall'esperienza accumulate della RAI e dalle sue professionalità interne;

per il pubblico straniero si potrebbe agevolmente sperimentare una forma di pagamento *pay per view* su singoli contenuti o per aree tematiche, possibilità facilmente implementabile e con un possibile buon ritorno economico;

se il Ministro competente ritiene davvero necessario ideare e costruire un nuovo contenitore capace di diffondere in streaming la cultura italiana agli italiani e nel mondo, invece di utilizzare e potenziare la piattaforma pubblica RaiPlay e le risorse interne "Rai", aprendo magari alla possibilità di accedere anche all'estero alle produzioni artistiche italiane, magari con la possibilità, rivolta principalmente agli utenti stranieri che non pagano il canone, di pagare per usufruire di alcuni contenuti.

On. Cristina PATELLI