

il caso La guerra con Vivendi su Premium

Confalonieri: «Siamo stati difesi dal governo e dal parlamento»

Il presidente Mediaset: «Ma è un caso raro»



Strategie

Nuove regole per essere alla pari con Google e Facebook

Maddalena Camera

■ Nella guerra che vede opposte Mediaset e Vivendi il presidente del Biscione, Fedele Confalonieri, ieri in occasione della seconda edizione di «Italia creativa. L'Italia che crea valore», ha ringraziato il governo che è sceso in campo per difendere la società controllata da Fininvest.

«Devo dare atto che governo, parlamento e opinione pubblica ci hanno difeso, ma è un caso raro». Secondo il presidente del Biscione, i francesi sono protagonisti delle scalate alle società italiane perché «sono più forti nella difesa e nell'attacco». Quando nel 1986 Mediaset provò a sbarcare in Francia venne stoppata. «Piacevamo a Mitterrand ma quando Chirac divenne presidente ci fece pagare il fatto di aver messo una antenna sulla Tour Eiffel. Dopo 15 giorni dall'elezione presidenziale fece una legge con cui privatizzò il più importante canale francese, l'equivalente di Rai Uno, che poi fu in grado di farci una concorrenza fortissima». Insomma l'establishment francese si mosse compatto contro il canale privato «La Cinq» che venne chiuso nel 1992.

Confalonieri ha parlato an-

che di regole che vanno riviste e che devono essere uguali per tutti. «Nel nostro mondo ci sono soggetti privilegiati come Google e Facebook. Per questo noi chiediamo parità di trattamento. Quando siamo nati come tv privata in Italia, avevamo la simpatia di tutti. Eravamo un soggetto nuovo e addirittura, a volte, ci chiamavano pirati. Questa simpatia oggi viene rivolta verso questi nuovi soggetti ma la parola chiave è diventata una soltanto: contenuti gratis. Invece è importante che si paghi».

Per far questo sono necessarie nuove regole che consentano ai produttori di contenuti di potersi proteggere e di veder garantita la remunerazione delle loro produzioni.

«In questi ultimi 10 anni - ha spiegato Confalonieri - ci sono stati due elementi che hanno determinato un profondo cambiamento: la globalizzazione e l'innovazione tecnologica. Nel nostro settore la globalizzazione ha significato anche l'invasione nel mondo tradizionale di soggetti come Discovery Channel e altri competitor sul fronte tv. Mentre i cosiddetti invitati di pietra sono gli over the top (ossia le web company come Google e Facebook ndr) su cui già si sta facendo qualcosa. Noi però chiediamo di avere parità di trattamento». Le regole dunque devono essere uguali per tutti.

