

Bonjour,

Permettez-moi de débiter mon intervention en français dans ce cadre magnifique de la Villa Medici, siège de l'Académie de France à Rome qui est sans aucun doute le plus magique des phares du rayonnement de la culture française et européenne dans le monde, culture qui se veut éternelle comme la ville qui l'accueille.

Je tiens à remercier le président d'Eurovisioni Michel Boyer et l'efficace et infatigable secrétaire générale Giacomo Mazzone pour l'invitation adressée à Eutelsat, opérateur satellitaire français né d'un projet européen, à son président directeur général Rodolphe Belmer et à son directeur général adjoint Michel Azibert, qui est aussi membre du comité de présidence d'Eurovisioni et que j'ai l'honneur de représenter aujourd'hui.

Se rivediamo la storia della televisione e la sua evoluzione tecnologica dalle origini, alla fine del 19° secolo, sino ai giorni nostri, possiamo apprezzarne non solo il progresso continuo nel campo della distribuzione e dei dispositivi di ricezione ma soprattutto l'accelerazione dei cambiamenti intervenuti nell'ultimo decennio, dapprima con la democratizzazione della televisione via satellite e in seguito con la delinearizzazione dei contenuti e il loro trasporto su Internet. In poco più di 15 anni siamo passati dalla diffusione di reti a carattere unicamente nazionale alla regionalizzazione introdotta dal satellite e adesso alla globalizzazione della televisione su Internet.

In questo contesto il regolatore nazionale, che ha sempre accompagnato l'evoluzione tecnologica televisiva per canalizzarla e evitare possibili derive dei broadcasters, si trova davanti un mondo nuovo, molto più complesso e pervasivo in quanto le barriere della diffusione nazionale via etere cadono e le nuove offerte entrano sul mercato interno prima ancora di poter essere efficacemente regolate. Da qui sorge la necessità di affrontare la questione a livello europeo con una revisione della direttiva SMAV che estenda alle piattaforme Internet l'applicazione delle norme europee per il settore audiovisivo a protezione dei minori e di tutti i telespettatori da contenuti nocivi o che costituiscano reato. Tale direttiva dovrà anche garantire il rispetto dei tetti di pubblicità per tutti e assicurare la promozione di opere create in Europa.

I new entrants, YouTube, Netflix, Facebook, hanno un modello economico che si basa soprattutto sul numero degli abbonati che non si possono più contare in milioni per avere un business redditizio ma in centinaia di milioni. Abbonati che non sono più soltanto clienti per le piattaforme ma in realtà loro fornitori che cedono gratuitamente informazioni sui loro gusti, preferenze, posizione geografica in tempo reale, informazioni che saranno riutilizzate per affinare l'offerta o vendite al mercato della pubblicità.

Le piattaforme sono indubbiamente concorrenti delle televisioni pubbliche nazionali ma più in generale lo sono del modello lineare, o broadcast, sostituito dalla SVoD (subscriber video on demand) che funziona come un self-service aperto 24 ore su 24 dove i clienti possono accedere al menu dove vogliono e quando vogliono.

E a questo punto veniamo proprio al cuore della questione: il menu. Da Mac-Donald si possono gustare degli hamburger 24 ore su 24 ma, nonostante la diffusione mondiale dei loro fast-food, i buoni ristoranti con orario fisso sono sempre pieni.

Il terreno della sfida consiste dunque nel menu proposto: non sarà quindi tecnologico ma basato sul contenuto nel quale il carattere culturale dei programmi e l'affidabilità dell'informazione fornita avranno un'importanza determinante nelle scelte di diverse categorie socioprofessionali di telespettatori in tutto il villaggio globale.

Umberto Eco scriveva che “una televisione educativa riguarda non solo i bambini ma anche la formazione permanente degli adulti”. E proponeva “un giorno a settimana incontriamoci con altre persone e guardiamo la televisione in maniera critica tutti assieme, confrontando le nostre reazioni e parlando faccia a faccia di quello che ci ha insegnato o ha fatto finta di insegnarci. Non spegnete la televisione: accendete la vostra libertà critica”.

Fino a quando la televisione nazionale, pubblica e privata, riuscirà a riunire milioni di telespettatori – non solo nel paese di origine – alla stessa ora intorno ad un programma di qualità di cui discutere in famiglia e con gli amici, il suo ruolo resterà essenziale non solo per il proprio paese ma per la diffusione della cultura italiana, francese e, più in generale, europea nel mondo.

Ed è proprio con questo obiettivo che le televisioni nazionali europee devono unirsi per utilizzare il potenziale della globalizzazione ai fini della nostra eredità comune. La cultura europea è ammirata nel mondo non solo per i suoi monumenti ma soprattutto grazie agli autori, registi, attori che propongono opere di alto valore che sono uniche sulla scena internazionale. Si tratta dunque di lanciare un vero progetto di televisione culturale comune intorno al quale si creino le condizioni di un finanziamento efficace grazie anche alla distribuzione capillare che permettono l’Internet ed il satellite.

In questo contesto l’Eutelsat, che ha un DNA profondamente europeo, è pronta a fare la sua parte con l’apporto di qualità nelle immagini, che sono già trasmesse in Ultra HD su alcuni dei nostri canali e lo saranno ben presto in 8K, e di capacità di distribuzione in qualsiasi punto delle aree di copertura, anche laddove l’Internet non arriva. Si tratta certamente di un progetto molto ambizioso ma che credo potrà meglio riunire gli interessi dell’Europa al di là dalle querelle economiche di questi ultimi tempi.

Vorrei terminare con le parole di Rodolphe Belmer che ha recentemente scritto un articolo sul quotidiano di attualità economica Les Echos dal titolo evocativo « l'industrie des médias va radicalement changer ».

Belmer si riferisce alla situazione francese ma le sue parole possono estendersi ad altri paesi europei quali l’Italia:

« Je crois fortement au potentiel de mondialisation d'un de nos groupes audiovisuels (ou d'un groupe à créer) qui s'ancrerait dans le rayonnement mondial de l'exception culturelle. Notre création nationale est très riche. Et, grâce à ses auteurs et réalisateurs de talent, elle est singulière sur la scène mondiale. Elle apporte un point de vue divertissant certes, mais aussi adulte et sophistiqué sur le monde. Elle rencontre intérêt et admiration dans des segments de population, surtout CSP +, présents dans le monde entier. Elle peut constituer le socle d'une offre originale, différente, et intéressante et porter ainsi le développement international d'un service audiovisuel. C'est probablement une perspective excitante pour un projet audiovisuel. C'est aussi une perspective exaltante pour régénérer le rayonnement mondial de notre exception culturelle, asseoir son financement au-delà de notre marché national et lui faire épouser le monde audiovisuel globalisé qui s'avance ».

Grazie e buon lavoro a tutti

Letterio PIRRONE

Director of Customer Relations

EUTELSAT