

Se un ticket per la sanità vi sembra eccessivo leggete "L'orzaiolo americano" di Sabrina Ferilli

Cara Europa, ieri un telegiornale ha trasmesso un'inchiesta sulla sanità italiana, con un risultato prevedibile: molti interpellati hanno espresso giudizio negativo sugli ospedali, la loro organizzazione, i rapporti tra sanitari e pazienti, ecc. Poi leggo che la legge finanziaria prevederebbe di far pagare un ticket per "ricorso improprio" al pronto soccorso e alle analisi. Così, i cittadini sono scontenti della sanità e il governo pensa a nuove tasse.

**GENNARO D'ATTILIO,
L'AQUILA**



**FEDERICO
ORLANDO**
RISPONDE

Caro D'Attilio, decenni di pressione sindacale e di smidollamento dei governi hanno portato a questo risultato: che quando un governo, come quello di Prodi, si trova di fronte a una voragine di debiti e all'urgenza di rilanciare l'economia e l'occupazione, il cittadino, assuefatto a una tutela sanitaria a 360 gradi o quasi, si risente se, in una finanziaria di 30 miliardi di euro, si cercano 600 milioni attraverso un ticket per chi eccede nelle analisi o ricorre impropriamente al pronto soccorso: un raffreddore, un'influenza e altri malanni curabili dal medico di base e coi farmaci da banco. Nessuno sembra rendersi conto che più inflazionato è il ricorso improprio alle strutture sanitarie, più queste collassano, accrescendo

per un verso il disservizio di cui soffre il cittadino e per un verso la spesa a danno del bilancio pubblico.

A questo punto è istruttivo dare uno sguardo oltre i monti e oltre il mare, alla Germania e agli Stati Uniti, che hanno sistemi sanitari opposti: quello tedesco è definito "il più generoso e dispendioso del mondo", ogni anno assorbe 143 miliardi di euro e chiude con un passivo di 7; e quello americano, dove il cittadino se la deve vedere da solo, per molte, troppe cose. In Germania la riforma sanitaria sta mandando a picco la Grande Coalizione, dove la Merkel vorrebbe un sistema contributivo uguale per tutti e i socialdemocratici vogliono mantenere la contribuzione progressiva (e i fondi federali, cari al complesso medico-industriale). Ma la Germania sta rischiando la paralisi politica.

In tutt'altre faccende affaccendati, gli Stati Uniti lasciano

che il cittadino se la sbrighi da solo. Ce lo racconta in un corsivo, "L'orzaiolo americano", Sabrina Ferilli, che ammireremo non solo come donna e attrice ma anche come reporter. Colpita da un orzaiolo a New York, si vede rifiutare la pomata farmaceutica (*Sorry, no ricetta no medicina*), cerca una clinica e un medico le fa la ricetta («Prego, 250 dollari»). Ok, dice il farmacista: e le dà la pomata (140 dollari) e il collirio (80 dollari), per una cura di cinque giorni (se dopo cinque giorni l'orzaiolo non se n'è andato, bisogna ricominciare la trafila: medico, ricetta, farmacista). Pagati così i suoi 470 dollari, pari a 370 euro, Sabrina chiama un farmacista a Roma per sapere quanto avrebbe speso da lui: 6 euro per la pomata e 6,30 per il collirio. «Morale della favola: la nostra sanità va migliorata, ma teniamocela stretta». Anche a costo, aggiungo io, di pagare qualche piccolo ticket.

Bella solidarietà, compagno Ferrero

IL COMPAGNO Ferrero, ministro della solidarietà sociale ha proposto un'aliquota del 45 per cento (oggi 43) per i redditi dei "ricchi", a partire da 70 mila euro annui. Lo sa Ferrero che quella cifra corrisponde a 3.000 euro netti al mese? E che qui al nord non c'è operaio, si può dire, che non ci arrivi? Come ha scritto sul *Sole 24 Ore* Alberto Alesina, alzare le aliquote significa colpire chi già paga le imposte, spingere chi può ad evaderle, non toccare i grandi evasori. Bella solidarietà, compagno?

ALDO CICOGNANI, BRESCIA

Quanti bei film d'autore ha perso Soverna su Sky

NON È piacevole ricevere critiche da autorevoli voci come quella di Luciano Soverna ma, se queste offrono un'occasione per dimostrarne l'inesattezza e spiegare meglio quanto Sky contribuisca a dare visibilità al cinema italiano d'autore, le critiche possono risultare addirittura gradite. Mi riferisco all'articolo pubblicato da *Europa* il 23 settembre scorso, in cui l'ad dell'Istituto Luce lamenta il disinteresse di Sky per i film distribuiti dal Luce e cita titoli quali *Saimir*, *La spettatrice*, *Private*, *Fatti della banda della Magliana* per dimostrare la scarsa attenzione della piattaforma ai contenuti di pregio distribuiti dal suo

istituto. Indiscutibile che un ruolo impegnativo come quello che Soverna ricopre nell'istituto, lasci poco tempo libero. Altrimenti è certo che non si sarebbe perso le belle emozioni di cui hanno goduto gli abbonati Sky grazie ai film da lui citati come *Private* e *La spettatrice*, andati in onda a ripetizione su Sky cinema autore tra il luglio 2005 e l'agosto 2006. Così come siamo sicuri che neanche Soverna rinuncerà a trascorrere una piacevole serata autunnale in compagnia di *Saimir* in programmazione a novembre sempre su Sky cinema autore. Ma non è tutto, perché a Soverna, tra gli altri, sono sfuggiti *Il fuggiasco*, *Il resto di niente*, *La piazza delle 5 lune* e *Maria full of grace*, per citare solo alcuni dei titoli in onda su Sky e distribuiti dal suo istituto.

È innegabile che il cinema italiano viva una crisi strutturale e spesso contenutistica. Ma la soluzione può stare solo in un modello in cui ogni soggetto si leghi agli altri in maniera armoniosa e dove ognuno giochi il proprio ruolo. Lo stato dà il proprio supporto. I pilastri del servizio pubblico come la Rai e l'Istituto Luce, che ha rinnovato la propria *mission* di servizio pubblico, si impegnano nella produzione e nella distribuzione del patrimonio cinematografico nazionale. Agli operatori privati della filiera invece il compito di stimolare la competizione selezionando le opere più meritevoli. E Sky - mi preme ricordarlo - investe in maniera massiccia anche in mondi di "nicchia". Per concludere e per rispondere all'ultimo richiamo dell'I-

stituto Luce. Stupisce leggere nella stessa intervista che Soverna lamenti anche l'assenza di operatori che si impegnino nello sviluppo di nuove tecnologie. Ma ancora una volta gli è dovuta gratitudine, perché permette di ricordare a lui e ai vostri lettori che Sky è tra le primissime piattaforme europee ad aver dato vita a 4 canali in Alta Definizione - tra cui Sky Cinema Hd - e ad essere una televisione che trasmette i film con la qualità digitale, nel loro formato originale e in Dolby Surround. Sarà dunque un nostro piacere far pervenire al dottor Soverna un decoder in alta definizione e un abbonamento al pacchetto cinema Sky.

**TULLIO CAMIGLIERI, RESP. COMUNICAZIONE
E RELAZIONI ESTERNE SKY**

Le lettere vanno spedite a «Europa» Rubrica Lettere - Via di Ripetta 142, 00186 Roma • email: rubrica.lettere@europaquotidiano.it

Se Report supera i reality: il terremoto della tv generalista

**MARIO
PAGLIARO**

Col mese di settembre è arrivato anche in Italia il grande cambiamento degli ascolti della tv "generalista". Esplosione degli ascolti di Sky con oltre 3 milioni di abbonati; ascolti in calo al di sotto del 25 per cento (ma anche del 20 per cento) di share per quasi tutti i programmi lanciati a settembre da Mediaset e degli analoghi reality show della Rai (quello della Parietti, ad esempio); persino l'ostico *Report* con il 16 per cento di share supera il *Reality Circus* su Canale 5, che era stato spostato alla domenica. Gli esiti della rivoluzione sono frenetiche riunioni; rimozione di direttori di rete; spostamento dei programmi (quello di Bonolis e altri).

Le tv infatti vendono uno spot di 30 secondi anche a 500 mila euro se il programma supera il 30 per cento di share. Ma con ascolti come questi, i 2,8 miliardi di euro di fatturato (e il 40 per cento di utili) registrati negli ultimi anni da una raggianti Publitalia, sono a rischio, tanto quanto i miliardi della Sipra e le clamorose inefficienze gestionali della Rai. Si tratta di un cambiamento da tempo annunciato del quale un anno fa i boss della pubblicità americani riuniti a Princeton per discutere la crisi della pubblicità hanno dovuto prendere atto terrorizzati: gli spot da 60 secondi non

funzionano più, e le profezie dei guru di Internet e delle nuove tecnologie di comunicazione sono divenute realtà: «L'audience è finita in pezzi». E, aggiungiamo noi, la parte migliore per le aziende, i giovani e l'alta borghesia, se n'è andata. Preoccupato, il capo dei pubblicitari italiani, Giulio Malgara - fondatore e presidente a vita di Auditel dal 1984 - cita proprio un nostro dialogo con Antonio Tombolini nel suo intervento al convegno annuale a Roma da Mediaset nell'aprile dello scorso anno.

La pubblicità non è viva se fa vendere di più, ma se fa guadagnare di più; perché il costo pagato dagli inserzionisti necessario a ripagare l'investimento è sempre più elevato col risultato che i costi finiscono per superare i profitti generati dalla pubblicità. Ovvero, per dirla con Ken Auletta: «Oggi, per ottenere lo stesso risultato di un tempo uno spot dovrebbe essere martellato per 125 volte». Ineluttabile, la crisi richiede due cambiamenti: alle tv, di tornare alla qualità della programmazione; e alle imprese di imparare a comunicare.

Malgara, abituato a visionare personalmente ogni estate a Cannes i palinsesti televisivi, pensa a «prodotti nuovi per nuovi profili di consumatore» e che «la tv del-

la parola deve restituire voce alle vecchie masse indistinte». Ma gli esiti di questi propositi sono stati i reality show e la tv delle "veline". Per cui profetico Ettore Bernabei, che con la Lux Vide ha prodotto alcune delle migliori fiction degli ultimi 10 anni, spiega da anni che una programmazione televisiva di così basso livello avrebbe finito per produrre solo degrado sociale e, alla fine, il declino economico del paese.

Quanto alle imprese, pensando al livello della pubblicità italiana modello "donne, mare e paradiso" in onda sulle reti nazionali, sarebbe facile fare dell'ironia. Ma si finirebbe solo per contribuire al cinismo che vorrebbe fare della qualità nella comunicazione un lusso per nord-europei.

Comunicazione significa dialogo: confronto. E nel libero mercato bisogna

**Ascolti in calo per tutti i reality show. Che fare?
Le imprese imparino a comunicare e le tv
tornino a una programmazione di qualità**

imparare a conversare. Ora, le imprese - specie le più grandi - odiano la comunicazione. E ad essa dedicano team di specialisti dediti giornalmente all'elaborazione di un'immagine artefatta che va dalla pubblicità alle attività di relazioni pubbliche: un modo elegante per significare manipolazione del pubblico e attività di lobbying presso le autorità politiche.

Ed è questo che oggi non funziona più.

La mancanza di autenticità e l'incapacità di interagire con gli individui: i clienti, che le imprese non sanno ascoltare. E tutti quelli che, per un motivo o per l'altro, hanno qualcosa da dire sull'azienda, sui suoi prodotti e su tutto quello che un'azienda fa o omette di fare.

Come dice Jack Hayes di *American Express*: «Non abbiamo la sensazione di ottenere l'impatto desiderato, ma solo quello di produrre un annuncio pubblicitario fra gli altri. Stiamo cercando nuove strade per raggiungere i consumatori».

Lo scopo dell'impresa è realizzare profitti; e non regalare il denaro faticosamente guadagnato. Che senso ha spendere milioni di euro in pubblicità, quando basterebbe aprirsi un sito web realmente interattivo per comunicare con gli utenti?

Che senso ha restarsene chiusi negli stabilimenti e negli uffici, quando basta andarsene in giro per le piazze a parlare con le persone? Eppure, è quello che fece Sky quando vide che la pubblicità televisiva non funzionava e affittati dei tir li mandò in giro per mostrare alle persone che cos'era la televisione satellitare; oppure Telecom con i suoi "Palatelecom" con cui l'impresa, invece del delirio di onnipotenza trasmesso dalle immagini del Mahatma Gandhi e di Marlon Brando, riusciva ad avvicinarsi alle persone. Saggi, i cinesi chiamano "crisi" il cambiamento.

Agenda

**28 settembre
Roma**

SINDACATI

Fare memoria per progettare il futuro: le Acli e la Cisl ricordano Achille Grandi, "padre" del sindacalismo cattolico e fondatore delle Acli a 60 anni dalla morte. Interviene Franco Marini, relazioni di Raffaele Bonanni e Andrea Olivero.

ORE 10,15 - PIAZZA DELLA MINERVA 38

Roma

SCUOLA E INTEGRAZIONE

Lo Snals-Confsal organizza un convegno sul tema dell'integrazione sociale e culturale degli immigrati in Italia. Sono presenti Giuseppe Fioroni, Rosa Rinaldi, Letizia De Torre, Stefania Giannini. Apre Marco Paolo Nigi, e lo chiude Gino Vespa; presenta il progetto Integration Emilio Fatovic

ORE 9 - CENTRO CONGRESSI MONTECITORIO, PIAZZA CAPRANICA

**29 settembre
Chianciano**

CATTOLICI DEMOCRATICI

Una tre giorni dal titolo *I cattolici democratici e il nuovo Partito*. Apre i lavori Pierluigi Castagnetti. A seguire, Pietro Scoppola. Sabato Filippo Andreatta e Lapo Pistelli sul tema *La geopolitica in movimento: nuovi scenari e nuove responsabilità per l'Italia e l'Europa*. David Sassoli intervisterà Franco Marini. Pierluigi Sacco e Rosy Bindi parleranno di *Mercato e giustizia sociale: una necessità dentro l'altra*. Nel pomeriggio intervengono

Francesco Rutelli. Domenica Claudio Sartoro intervisterà Giuseppe Fioroni, Enrico Letta e Dario Franceschini sul tema *I cattolici democratici e il Partito democratico*.

Orvieto

PARTITO DEMOCRATICO

Per tre giorni ottava assemblea annuale dell'associazione libertàEgale sul tema *Partito democratico unità da innovazione*. Prima sessione Malati di gerontocrazia. Apertura dei lavori di Antonio Funicello. Sondaggio sugli orientamenti dei giovani italiani realizzato dall'Isipo e presentato da Renato Mannheim. Introduce Luigi Marattin. Partecipano Vittorio Campione, Sergio Fabbrini, Leonardo Impegno, Tommaso Nannicini, Nicola Rossi, Fulvio Tessitore, Chicco Testa. Sono previsti gli interventi di Giuliano Amato e Pierluigi Bersani. Sabato seconda sessione su Pd, Unità da innovazione. Apertura di Anna Bucciarelli. Relazione di Natale D'Amico. Sono previsti gli interventi di Enrico Boselli, Daniele Capezzone, Francesco Rutelli, Piero Fassino.

ORE 15,30 - PALAZZO DEL CAPITANO DEL POPOLO

Assisi

CRISTIANO SOCIALI

Fino al 1 ottobre, convegno dei Cristiano Sociali, dal titolo: *Partito dell'Ulivo. Cantiere aperto. Un nuovo soggetto per una buona politica?*. I lavori saranno aperti da Mimmo Lucà. Interventi, tra gli altri di Gianni Cuperlo, Francesco Saverio Garofani, Savino Pezzotta, Giorgio Tonini, Paola Binetti, Marcella Lucidi, Ignazio Marino, Fabio Mussi, Stefano Ceccanti, Franco Passuello, Mario Barbi, Guido Formigoni, Maurizio Migliavacca, Achille

per segnalare gli appuntamenti agenda@europaquotidiano.it / fax 06.45401041

La Margherita

**28 settembre
Benevento**

CONFERENZA PROGRAMMATICA

Conferenza programmatica sul tema: *Il Sannio: un'area strategica per lo sviluppo*. Presiede Mario Pepe. Sono previsti gli interventi di Giuseppe Baccari, Fausto Pepe, Carmine Tardone, Floriano Panza, Ettore Rossi e Carmine Valentino. Conclusioni di Mario Sena.

ORE 17 - HOTEL DE LA VILLE

**2 ottobre
Napoli**

ENERGIA

Le città del sole: gli amministratori della Margherita per le fonti rinnovabili. Presiede Salvatore Piccolo. Introduce Aldo Avvisati. Interviene Francesco Ferrante. Dibattono Pasquale Sommesse, Giuliana Di Fiore, Paolo Pisciotta, Michele Buonomo, Secondo Amalfitano. Conclude Ermete Realacci

ORE 16 - SALA CONSIGLIO PROVINCIALE IN S. MARIA LA NOVA

Bill e Tony, c'è vita dopo...

**GUIDO MOLTEDO
SEGUE DALLA PRIMA**

Ed è questa un'ottima iniezione d'immagine positiva per una politica che, come si sa, non riesce a coinvolgere i giovani, anche perché l'idea dominante che se ne ha, anche se a torto sovente, è quella di una politica autoreferenziale, legata al potere ed eccessivamente professionalizzata.

Certo Bill Clinton e Tony Blair sono personalità fuori del comune, la loro capacità di comunicazione è straordinaria, una virtù riconosciuta anche dai loro acerrimi avversari. La stampa inglese, che è molto ostile al premier, ha elogiato con toni spercicati il discorso pronunciato da Blair martedì. E Clinton, prima di sbarcare in Inghilterra, aveva segnato punti notevoli nei talk show, sfoderando la sua notevole capacità dialettica per smontare la campagna bushista tesa a mettere in cattiva luce la sua presidenza e a scaricare su di lui le colpe della cattiva gestione della politica anti-terrorismo. E tuttavia immaginare che altri politici, dotati di minore carisma, possano seguire la loro strada non è né ingenuo né improbabile. Per esempio, l'ex-vicepresidente Al Gore è impegnato sul fronte ambientalista e su quello dell'innovazione tecnologica con notevole successo e con una soddisfazione personale superiore ai tempi in cui era il numero due della più potente organizzazione del mondo.

Non c'è un rischio di idealizzazione? Certo, come potrebbe anche esserci quello simmetrico della delusione e del disappunto, tutt'altro che improbabili. Blair ha dato l'addio ma è possibile che resti ancora fino alla prossima estate a Downing Street, continuando ad alimentare tensioni e complotti alla sua ombra e svilendo così anche la sua figura, che il discorso di martedì ha fortemente rilanciato. E anche Bill Clinton potrebbe compiere qualche passo falso, per esempio, nell'intento di dare una mano a Hillary nella corsa alla Casa Bianca.

Ma le loro immagini, per la vicenda politica che hanno incarnato e insieme per la grande dose di personalità che vi hanno riversato, in urfetà ancora giovane, costituiscono una nuova antropologia del potere in Occidente. Sono figure percepite come straordinarie, eppure considerate imitabili e avvicinabili, "umane" non "divine" diversamente dai miti del passato, soprattutto quelli del pantheon della sinistra.

Anche per questo il loro impegno, alla guida di Fondazioni, appare come un prolungamento naturale e credibile del loro impegno precedente, al servizio non solo del proprio paese ma della comunità internazionale. Ed è sul loro solco, anche senza essere personaggi fuori del comune, i politici del futuro prossimo dovranno muoversi, se vorranno governare con il consenso e con la speranza di fare una politica di nuovo capace di cambiare lo stato delle cose esistenti.