

Dal Governo altri 20 milioni a radio e tv locali per “informare” sul Covid-19

Il ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti ha firmato il decreto che destina altri 20 milioni di euro in favore delle emittenti radiotelevisive locali che si impegnano a «trasmettere messaggi di comunicazione istituzionale, con l’obiettivo di informare i cittadini e le imprese sulle misure introdotte per fronteggiare l’emergenza Covid e rilanciare l’economia del Paese», a comunicarlo lo stesso [sito ufficiale](#) del Mise. Si tratta di **20 milioni che vanno a sommarsi ai 50 già elargiti allo stesso fine nel 2020**.

[Il decreto specifica](#) che i fondi saranno così ripartiti: 17 milioni alle emittenti televisive locali, 3 alle emittenti radiofoniche locali. Della somma che andrà alle televisioni il 95% è riservato a quelle commerciali e il 5% alle comunitarie (no profit). Dei 3 milioni che andranno alle radio locali, 2.25 milioni finiranno a quelle commerciali e gli ultimi 750 mila euro alle comunitarie. Dal decreto si apprende inoltre che «**il contributo è erogato secondo i criteri previsti con decreti del ministro dello Sviluppo Economico**». Questi criteri non sono ancora stati pubblicati.

Quello che si sa è che «Le emittenti radiotelevisive locali beneficiarie si impegnano a **trasmettere all’interno dei propri spazi informativi** i messaggi di comunicazione istituzionale relativi alle misure adottate dalle autorità pubbliche per fronteggiare l’emergenza di sanità pubblica e per superare la crisi economica causata dalla pandemia COVID-19 che saranno resi disponibili dal Ministero dello sviluppo economico» (punto 3 art. 1 del decreto).

In pratica gli spot, prodotti dal governo stesso tramite il ministero dello Sviluppo Economico (Mise) dovranno essere trasmessi all’interno degli spazi informativi delle emittenti, ovvero **nel corso dei telegiornali e dei giornali radio**. Chiaro che le possibilità che gli spot governativi vengano scambiati da molti spettatori con contenuti giornalistici non è da sottovalutare. Rispetto ai fondi elargiti nel 2020 non è pubblico il dato che permetta di sapere quali emittenti abbiano fatto richiesta dei fondi, ma è fin troppo semplice pensare che - in tempi di crisi del mercato pubblicitario - questi fondi siano un toccasana per i bilanci di molte emittenti.