

90. Minuto e Domenica Sprint.

Questione morale e regole

Vi ho già anticipato che l'idea di trasformare questa testata da TGS in RAI SPORT è nata anche per una questione morale.

Ora, l'aver cambiato nome significa aver voltato definitivamente pagina. Ma la parola decisiva spetta a tutti noi che saremo chiamati ad osservare un codice di comportamento, indispensabile per poter riacquistare un'immagine seria, credibile, superiore a qualsiasi forma di pur ingiustificato sospetto.

Consentitemi in poche parole: vorrei che a questa testata venisse riconosciuto uno stile in piena sintonia con quella che deve essere, in ogni settore, l'immagine della Rai.

Sappiamo bene che il terreno sul quale ci muoviamo quotidianamente è un terreno estremamente insidioso disseminato di trabocchetti nei quali può essere anche abbastanza facile cadere.

Parlo dei trabocchetti "pubblicitari" nei confronti dei quali io ho chiesto a tutti voi, fin dal mio arrivo, un'attenzione particolare. Il nostro compito di operatori di un servizio pubblico ci deve assolutamente costringere ad un rigore morale.... maniacale.

Sono convinto di trovarvi perfettamente d'accordo su questa esigenza. Sono comunque determinato ad usare tutti i poteri concessi al direttore di una testata giornalistica per mantenere, con estrema decisione, la massima trasparenza nella vita della redazione. Mi auguro, quindi, di poter contare in ogni momento sul vostro appoggio così come su quello dell'Usigrai ed in particolare del Comitato di Redazione al quale sento l'obbligo di esprimere il mio personale apprezzamento per il comportamento di grande fermezza e coerenza tenuto costantemente nella lotta per il rispetto delle regole.

E a proposito di regole, un'attenzione particolare dovrà essere rivolta anche a quelle che consentono, giorno per giorno, uno svolgimento più ordinato e

produttivo del lavoro redazionale. Ognuno deve fare la sua parte. I ruoli dovranno essere rispettati con grande senso della disciplina di squadra che non va interpretata in chiave limitativa ma va invece vista come l'arma in più per ottimizzare il rendimento dei singoli e dell'intero gruppo.

Rapporti con il TG1

Immagino che questo sia uno dei capitoli più attesi. Francamente ritengo che ci sia ben poco da dire. E, consentitemi, aggiungo per fortuna. Ritengo che l'annosa vicenda "TG1" sia giunta all'epilogo. Anni di equivoci, di incomprensioni, di polemiche, sono destinati a concludersi definitivamente.

Alcuni giorni fa, esattamente martedì 25 febbraio, ho avuto un incontro con il Direttore Generale Iseppi, con il Direttore del TG1 Sorgi e con il Direttore del Personale Di Russo. A questa riunione ha partecipato anche il qui presente dottor Perricone. Bene, il Direttore Generale ha stabilito una data entro la quale dovrà esaurirsi quello che è stato definito "il processo di integrazione del TG1 in RAI SPORT".

Tale data è il 1 agosto 1997.

Da domani comincerà il graduale passaggio attraverso una sempre maggiore collaborazione che studieremo anche con l'amico Sorgi. Le importanti professionalità unanimemente riconosciute, dei colleghi del TG1, potranno trovare in RAI SPORT non soltanto gli spazi adeguati ma la definitiva consacrazione e libertà di manovra in piena armonia con l'intera redazione. Si concluderà così un'operazione mai realizzata in passato per via della poca chiarezza aziendale, per alcune decisioni che hanno rafforzato posizioni ambigue che hanno avuto l'unico potere di scatenare comportamenti e ripicche che spesso hanno raggiunto toni disdicevoli.

Con questo passaggio (che ripeto avverrà entro e non oltre il 1 di agosto 1997) si conclude il difficile tragitto della Testata che realizzerà finalmente la sua piena affermazione nel rispetto del disegno aziendale che attribuisce a RAI SPORT l'esclusiva titolarità dello Sport targato Rai.

Rapporti con le Sedi

Lo sport è un fatto nazionale che coinvolge tutte le aree del paese. Per seguirne compiutamente le vicende è indispensabile incrementare il rapporto fra la titolarità e la centralità di RAI SPORT e le realtà locali.

L'Azienda ha il vantaggio, e la grande possibilità di contare sulle sue sedi regionali, attente ed attive anche nell'ambito dello sport con valide risorse giornalistiche e tecniche.

Questo quadro, in armonia con la direzione della TGR, ci consente una copertura a 360 gradi del panorama sportivo nazionale.

E la TGR con la sua nuova direzione, pur alle prese con problemi di organizzazione, organico e risorse, ha offerto la sua più ampia collaborazione, in un quadro generale che rispecchia le strategie dell'Azienda.

Andando oltre questo già significativo rapporto, non v'è dubbio che certe realtà debbano essere tenute ancor più presenti per favorirne la visibilità.

E penso, in particolare, al ricchissimo serbatoio dell'Emilia-Romagna (dal calcio alla pallavolo, dal basket ai motori al ciclismo, e l'elenco potrebbe continuare) che mi induce a pensare a un più stretto contatto, a un ruolo ancor più incisivo della nostra sede bolognese.

Come pure, penso alla realtà del già consistente nucleo torinese (anche quello alle prese con un ampio arco di impegni) che mi sembra di poter considerare, per il momento, come facente parte honoris causa di RAI SPORT.

Rai - International

Consentitemi di giudicare estremamente positivo sia per ciò che riguarda l'idea, sia per ciò che concerne il risultato, il rapporto con la Testata diretta da Roberto Morrione.

Dopo appena due settimane, la Giostra dei Gol è diventata un appuntamento "cult"

per i nostri connazionali che vivono all'estero che possono godersi quello spettacolo calcistico che tutti gli italiani vorrebbero vedere: vale a dire un vero e proprio Tutto il calcio minuto per minuto televisivo.

La volontà di ampliare questo rapporto esiste, ma starà anche a noi, al nostro spirito di iniziativa, farlo decollare definitivamente.

Internet

Se penso a Internet penso a Riccardo Lambertini, vero e proprio mago della navigazione nei siti, luoghi a me totalmente sconosciuti. Lo ammetto.

Ma è grazie alla sua iniziativa se RAI SPORT ha ogni giorno migliaia di amici in tutto il mondo che ricevono informazioni e ne danno in cambio fino ad offrire spunti interessanti per servizi nelle nostre rubriche.

Quanti siano questi amici l'ho scoperto in occasione di un nostro disservizio, quando cioè non riuscimmo a dare in Domenica Sprint i gol di una partita del Torino; ma anche quando, in collaborazione con Rai-International, abbiamo lanciato la Giostra dei gol. Siamo il primo sito italiano in termini di "audience": non male davvero. Ecco perchè quella di Internet è un'iniziativa da incoraggiare, da sviluppare in sintonia con le linee aziendali. Presto ci sarà un ordine di servizio che inviterà i curatori e i conduttori a dare in ogni trasmissione l'indirizzo del nostro sito.

In occasione del mondiale di F1 e del Motomondiale cercheremo, anche su Internet, di offrire un prodotto ricco e qualificato, come abbiamo finora fatto, ad esempio, per il calcio.

Rapporti con il Coni e le Federazioni

Uno sguardo ai rapporti con i nostri maggiori fornitori, che sono ovviamente le Federazioni Sportive, che invadono il nostro palinsesto di eventi. E non solo: ci perseguitano con richieste pressanti e incombenti.

Non c'è dubbio che tutta la materia debba essere, un pò alla volta, disciplinata in maniera chiara.

Per questo, l'intermediario ideale dovrebbe essere - ente istituzionale come la Rai - il CONI, la federazione delle federazioni che, almeno in parte, può svolgere un proficuo lavoro di dosaggio nelle richieste delle federazioni aderenti, troppe volte in contrasto fra loro, per concomitanze di giorni e di orari. Compito sicuramente difficile, comunque, anche per l'amico Pescante e per i suoi collaboratori.

Esiste, ma non so quanto sia stata utile in passato e quanto possa esserlo in futuro, una commissione paritetica che ha impegnato direttamente Gilberto Evangelisti, Gianfranco de Laurentiis, Marino Bartoletti.

Risultati, pochi. E non si può certo attribuire colpe a qualcuno se sono mancati, vista la difficoltà oggettiva dell'impegno.

In attesa che si riesca a disegnare un quadro d'insieme, tenendo presente che siamo aperti a tutti ma non siamo debitori di nessuno, cercheremo di regolamentare i rapporti con le singole federazioni.

Penso, ad esempio, alla pugilistica che può salvaguardarci da molti match insignificanti messi insieme nel solo interesse degli organizzatori; penso alla CSAI che si occupa del vastissimo settore dell'automobilismo sportivo.

E penso - ma qui il discorso è diverso - alla federcalcio, che ritengo disponibile ad intese più vaste, nell'interesse nostro e del calcio azzurro, per promuovere e seguire gli appuntamenti della nazionale e delle altre rappresentative.

L'essere noi tributari delle federazioni e degli organizzatori non significa che ci riteniamo esclusi dalla capacità e dalla possibilità di diventare noi stessi promotori di eventi. Non mancano in questa testata esperienza, fantasia e qualità professionali per inventare grandi appuntamenti televisivi.

Un esempio? Immagino un anello in tartan che abbraccia la splendida piazza Navona, teatro occasionale di un grande Galà di atletica leggera.

Oppure, nella cornice dei Fori Imperiali, con l'Arco di Costantino a fare da quinta,

proporre un tentativo di record mondiale del salto con l'asta: protagonista, magari, Sergei Bubka.

O ancora, un campo da tennis in piazza del Popolo per una sfida tra Sampras e Becker.

D'altra parte, tanti anni fa davanti al Papa in piazza San Pietro, Roma e Pesaro dettero vita ad un'appassionante partita di pallacanestro.

Sport e Disabili

Sento il dovere a questo punto di coinvolgere tutti voi su un argomento troppo spesso trascurato che tocca profondamente, invece, la sensibilità personale di tutti noi.

E per una volta ignoriamo l'audience.

Lo sport e i disabili. Solo due parole.

Fra i compiti che abbiamo anche per la nostra funzione di servizio pubblico, ritengo doverosa un'attenzione alla pratica sportiva di chi deve dolorosamente convivere con i propri handicap fisici.

Un atleta che salta 2 metri con una gamba sola rappresenta un messaggio importantissimo per chi guarda la televisione come unica fonte di apprendimento e distrazione.

RAI SPORT aprirà un rapporto di collaborazione con la federazione Sport Disabili, così come con tutte quelle federazioni interessate ad intraprendere un serio programma per avvicinare i giovani alle varie discipline.

Abbiamo in corso dei contatti con la struttura "Educational" di Federico Scianò. Vi terrò al corrente degli sviluppi di tali programmi che potrebbero coinvolgere anche il Ministero della Pubblica Istruzione.

Un rapporto di collaborazione indispensabile dovremo avere con il TG2, per poter

fornire una presenza sportiva nel notiziario destinato ai non udenti.

Verifiche sugli ascolti

Fra le novità allo studio di questa direzione c'è anche il riposizionamento strategico della programmazione di RAI SPORT.

Nell'ambito della programmazione televisiva, lo sport - dopo i Telegiornali - rappresenta l'argomento più seguito, con ascolti molto superiori a quelli della fiction e dell'intrattenimento. Lo sport in Rai ha una quota d'ascolto sulle private del 78,4%. Nella classifica delle prime 10 trasmissioni più seguite nel 1996, ai primi tre posti ci sono partite di calcio: vi ricordo solo Italia-Germania del Campionato d'Europa che ha fatto registrare uno share del 76,5% con 22 milioni e 179 mila spettatori.

Nella classifica AUDITEL dall'87 al '96, fra le prime 100 trasmissioni con il più alto indice di ascolto le prime venti sono partite di calcio. Questi dati confermano l'esigenza di un'attenta lettura dei contenuti dei nostri spazi (per quello che riguarda le telecronache siamo il più delle volte vincolati al nostro ruolo di servizio pubblico).

Mi piacerebbe che venisse meglio analizzata l'attenzione del pubblico per le varie discipline e, perchè no, conoscere anche il gradimento (arrivo a dire minuto per minuto) per le nostre trasmissioni.

Darò incarico al settore aziendale competente di monitorare in maniera approfondita i nostri ascolti, riservandomi peraltro la possibilità di ricorrere ad una collaborazione esterna di strutture qualificate e già ampiamente collaudate da altre reti e testate.

Le nuove sfide

Domani con il primo numero di "Pit-Line" (settimanale dedicato alla F1), comincia in pratica la nuova stagione delle grandi sfide.

Domenica partirà il primo dei 17 Gran Premi che la Rai ha deciso di tenere per intero senza accettare compromessi e formule di scambio per noi penalizzanti.

Tale decisione ci consentirà oltretutto di avere, dall'anno prossimo, sia la Formula Uno che il Giro d'Italia. Una strategia che mi trova totalmente d'accordo e sulla quale, quindi, ho potuto esprimere un parere positivo.

So bene come è stato accolto qui da noi il ritorno a casa del Giro d'Italia che solo un anno fa ci eravamo visti sfuggire dalle mani quando sembrava ampiamente acquisito.

Se da un lato la soddisfazione è ampia e giustificata, dall'altro non mi sfugge (e non sfugge a nessuno di voi), quale tipo d'impegno costituisce simile ritorno. Sia sotto l'aspetto economico e della produzione ma anche sotto l'aspetto editoriale e giornalistico.

Il confronto con la concorrenza (alla quale va dato atto di importanti realizzazioni) quel confronto, dicevo, sarà quotidiano e sotto gli occhi attenti di tutti.

È una sfida, certo. Ma chi vive di sport conosce le regole e sa che certe partite vanno giocate per vincerle.

Il Giro d'Italia sarà anche l'occasione per allargare l'orizzonte della telecamera non più unicamente concentrata sugli sforzi degli atleti. In collaborazione con le Regioni, il Ministero dei Beni Ambientali e quello delle Risorse agricole, si cercherà di realizzare una trasmissione che, tappa dopo tappa, racconti il territorio sul quale i corridori si danno quotidianamente battaglia.

Ambiente e agricoltura saldati in un connubio inscindibile ed accomunati dalla sola disciplina sportiva in grado di legare il territorio con un unico filo conduttore.

Conclusioni

Cari colleghi questo è il mio progetto editoriale. Come avete potuto ascoltare, molti sono i punti che mi stanno particolarmente a cuore.

Spero che il disegno che ho immaginato (anche attraverso i vostri stessi disinteressati suggerimenti), possa essere accolto con soddisfazione.

Di promesse, lo ripeto ancora una volta, non c'è traccia. Anzi una promessa c'è e la rinnovo con forza: sarò sempre a vostra disposizione, ogni qual volta lo desideriate, per discutere, confrontarci, esaminare progetti e nuove proposte. Come avete potuto constatare non mi ritengo un direttore "blindato" tanto che, se devo essere sincero, mi è dispiaciuto in questi ultimi giorni, essere stato costretto a diradare i contatti con la redazione.

Io ho finito. Ora tocca a voi, ai vostri interventi. Vi ringrazio per l'attenzione che avete dimostrato, e ancora di più vi ringrazio perchè, e ne sono pienamente convinto, 2 mesi di quotidiana frequentazione ci hanno permesso di conoscerci meglio.

Grazie.

PIANO EDITORIALE "RAI INTERNATIONAL"

La situazione di Rai International, quindi della Rai in campo internazionale, mi richiama alla mente un sogno ricorrente, forse un incubo, se preferite. Siamo in una stazione e sappiamo che dobbiamo a ogni costo partire per un viaggio importante, dal quale dipende il nostro futuro. Davanti a noi continuano a passare treni modernissimi, sempre più veloci, con soste sempre più brevi. Cerchiamo di salire, ma non vi riusciamo. Vi lanciamo sopra al volo le nostre valigie, che però finiscono chissà dove e a chi. Noi invece restiamo lì, sconsolati, sapendo che tra poco i treni non si fermeranno neppure: li vedremo solo sfrecciare, balenii di luci e fragori, cartelli di belle città lontane, ai finestrini sagome di eleganti signore sedute in scintillanti carrozze o che si preparano nei wagon-lit a chissà quali avventure e azioni. Ci è qualche volta capitato, da ragazzi, in stazioni periferiche, di sognare sbocconcellando un panino, mentre passano treni irraggiungibili.

E' il convoglio della comunicazione che percorre sempre più veloce le strade del mondo, ma sul quale la Rai e con essa il sistema Italia, rischia ogni giorno di più di non salire, inesorabilmente, di restare inchiodata alla sua dimensione e alle sue guerre di provincia e al sogno di un viaggio che tra breve non sarà più in grado di compiere. Per uscire di metafora, mentre in Italia si combatte ancora attorno a una prima legge di sistema che cerca di regolamentare vent'anni di devastante guerra civile senza regole, ma che deve ancora superare la giungla degli equilibri politico-parlamentari, a livello globale è in corso un confronto mondiale sulle comunicazioni che ha per posta lo sviluppo economico e gli scenari futuri del pianeta. Da questo confronto l'Italia è ancora sostanzialmente esclusa: la Rai e per essa la struttura-testata di Rai International, hanno di fronte ancora una volta, ma potrebbe davvero essere l'ultima, l'occasione di salire su quel treno o di restare inchiodata ai margini in una situazione subalterna e passiva, contendendosi magari uno striminzito panino con la Mediaset.

I 45 giorni che ho trascorso in "full immersion" come nuovo direttore di Rai International mi hanno posto di fronte due elementi di fondo che considero inseparabili e decisivi per le scelte strategiche di posizionamento internazionale della Rai.

La vastità della penetrazione del grande capitale finanziario internazionale

conduce a un crescente e vertiginoso processo di convergenza di Telecomunicazioni, Computing Industry e Audiovisual. Si tratta di un complesso di oltre 500 miliardi di dollari, circa 700 mila miliardi di lire italiane, in continuo movimento.

Come si sa, si confrontano in un intreccio molto dinamico di alleanze e partnership, le grandi aziende telefoniche, i principali gruppi di hardware e software, le "conglomerates audiovisual". Di recente sono entrati in competizione anche i sistemi satellitari di capitale americano, come Hughes, con Direct-TV e Galaxy. Risorse economiche, tecnologiche, normative si saldano in una competizione che rischia di essere mortale per qualsiasi "content provider", alimentando nuove strategie attraverso nuove tecnologie, come la compressione digitale e il rapporto multimediale TV-computer-telefono, con crediti finanziari e bancari pressoché illimitati, anche se spesso solo virtuali.

Allo stesso tempo, l'evoluzione tecnologica, con l'infinita moltiplicazione di canali e mezzi di trasmissione, aumenta e moltiplica la capacità di trasportare nelle reti il "content", ma rende straordinariamente scarso e quindi prezioso proprio il "content", e in particolare le "library" più ricche e complesse, quale quella della Rai e, più in generale, dei grandi "broadcaster" europei.

Ecco dunque l'altro punto che ho capito in questi 45 giorni e che mi sembra vitale per il futuro della Rai nel panorama europeo e globale.

I "content providers" del nostro continente sono di per se una grande risorsa da gettare sul mercato, purché non diventino la ruota di scorta di automobili di proprietà altrui che percorrono autostrade decise, progettate e finanziate in una banca di New York, di Melbourne o di Francoforte.

Le grandi "partnership" di telefonia, telecomunicazioni e hardware stanno costruendo e controllando le nostre autostrade elettroniche: i "content providers" europei devono almeno mantenere progetto e proprietà delle automobili. Trovare le risorse, ma anche costruire progetti unitari, politici, normativi, culturali che controllino almeno la direzione di marcia delle autostrade, come azionisti magari di minoranza e comunque senza svendersi e facendo pesare la propria dote originale.

Il nostro obiettivo, come Rai International, è dunque duplice; essere presenti, con

un ruolo quanto più possibile autonomo, nella grande distribuzione satellitare diretta e via cavo su scala globale, valutando che i nostri interlocutori sono in primo luogo i 60 milioni di persone di lingua o di origine o almeno di cultura e discendenza italiana sparsi nel mondo, ma che l'immagine Italia, la sua cultura, la sua storia, la sua creatività artistica e imprenditoriale, sono molto richiesti in tutto il pianeta.

Nessun altro paese come l'Italia ha comunità così capillarmente diffuse e verso di esse occorre costruire una strategia di comunicazione specifica, secondo i compiti propri del servizio pubblico nazionale. Ma occorre insieme realizzare una programmazione radiofonica e televisiva, nella quale l'originalità della cultura del nostro Paese, come quella di gran parte d'Europa, sia una risposta più globale all'offensiva del puro consumo commerciale, della penetrazione di modelli culturali, di vita e di costume, soprattutto d'oltreoceano, che stanno invece dilagando ovunque. E questo va fatto con buona televisione e buona radio, informazioni, programmi, intrattenimenti di alto livello, senza pesantezze pedagogiche, ma battendo le grandi concentrazioni soprattutto sul terreno della qualità e del pieno controllo sui palinsesti per l'estero.

Il rischio di vedersi tagliati fuori, come "content provider" europei, dai diritti sulla trasmissione degli avvenimenti è infatti fortissimo, data la tendenza dei gruppi multinazionali ad appropriarsi della compravendita di "content" organizzato in interi palinsesti di 24 ore, identificati da marchi di qualità e distinti per generi: news, sport, musica, educational, cinema, generalista (come nel caso di Rai International).

Ciò deve portare in generale la Rai, in tutte le sedi adeguate, ad alcune linee strategiche di fondo, nelle quali si inserisce la specifica missione di Rai International:

- * Rafforzare tutte le possibili alleanze con i broadcasters pubblici europei e con le istituzioni dell'Unione Europea a partire dalla UER, con una particolare attenzione verso l'area del Mediterraneo.
- * Assolvere a tutti i compiti e le funzioni dell'attuale partnership contrattuale di distribuzione senza farsene ostaggio, ma mantenendo un'autonomia globale di movimento soprattutto in direzione del punto precedente.
- * Studiare forme di collegamento e di eventuale sinergia con la STET, che dispone potenzialmente di grandi risorse finanziarie e tecnologiche da gettare nel confronto (ad esempio Stream, che ha tecnologie avanzate, ma è costretta a

rivolgersi alla Rai per disporre di "content" con cui alimentarle) da posizioni non subalterne e comunque con le dovute garanzie di autonomia sul piano legislativo e istituzionale.

- * Premere perché si arrivi presto a istituire un osservatorio e in prospettiva un'autorità europea sulla "convergenza" con norme di controllo e di garanzia sui limiti di diffusione e concentrazione commerciale delle nuove tecnologie, verso obiettivi di normative anti-trust sovranazionali e di salvaguardia della produzione culturale audiovisiva a livello europeo.

Rai International oggi

La costituzione di Rai International nel '95 è stato un passo avanti importante per l'azienda, accorpendo Direzioni e settori vecchi, frammentati e farraginosi e cominciando almeno a misurarsi con i problemi del confronto internazionale. Il faticoso lavoro portato avanti da tutti in quasi due anni ha gettato le basi per una partita che altrimenti, oggi, non saremmo neppure in grado di giocare. Poi c'è stata la scelta di Arbore, molto prestigiosa ed efficace. Nonostante i passi avanti di coordinamento e di organizzazione unitaria, tuttavia, penso che non siano stati raggiunti 2 punti-chiave della nuova strategia, cioè l'integrazione della programmazione per l'Esteri con le strategie di rapporti internazionali dell'azienda e una adeguata qualificazione produttiva del palinsesto. Nello stesso tempo il velocissimo cambiamento dello scenario internazionale delle TLC e il nuovo peso del confronto finanziario e tecnologico su scala mondiale sono stati molto più rapidi e incisivi, così da offrire oggi un preoccupante paradosso. Il divario tra la presenza internazionale della Rai e il confronto competitivo e tecnologico mondiale è oggi addirittura accresciuto rispetto alle decisioni del '94-'95 e ai risultati dello sforzo riorganizzativo, rimasto peraltro largamente incompiuto per la indecente modestia delle risorse messe a disposizione da chi governava l'azienda, ciò che dimostra il ritardo anche di comprensione da parte dei vertici della Rai della reale portata del problema e della sfida che si diceva di voler accettare.

La situazione, rispetto agli obiettivi, si presenta dunque oggettivamente preoccupante e complessa.

- a) C'è una risorsa di fondo, le Convenzioni della Presidenza del Consiglio, che pone però ancora forti vincoli e appesantimenti burocratici, soprattutto per gli obblighi e le caratteristiche di quella del '62 relativa alle onde corte. La nuova

stesura dell'altra Convenzione, finalmente approvata, è nettamente migliore e consentirà maggiore autonomia e agilità di programmazione, ma anche forti responsabilità produttive (700 ore annue di TV e circa 1.300 di radio) in tempi delimitati e sempre con numerosi obblighi e passaggi di controllo.

- b) La collocazione internazionale negli organismi soprattutto europei (UER, Gruppo di Bruges, Copeam, Euronews, ecc.) ha visto spesso un'attiva partecipazione Rai, soprattutto con il settore direttamente guidato da Vittorio Panchetti, ma la permanente e globale collocazione nelle "relazioni esterne" di Viale Mazzini, nonché la mancanza di collegamenti operativi con gli impegni di distribuzione e di produzione di Rai International, sempre nel prevalere della logica provinciale e totalizzante del duopolio Rai-Mediaset (per di più con varie ombre e interrogativi aperti sui rispettivi ruoli e rapporti, ad esempio verso le nuove tecnologie, le pay-Tv, ecc.) non hanno portato ad alcuna strategia unificante. Così anche Rai International è rimasta, diciamo, prigioniera in un ruolo di pura produzione, più virtuale che reale però, tranne che nell'informazione giornalistico, radiofonico, per di più limitata e condizionata dalla mancanza di investimenti, di risorse tecniche, di personale, ecc.
- c) Un contratto di "distribuzione" per Nord America, Sud America e Australia sottoscritto con il partner Dallah Albaraka, che costringe Rai International - ad una pratica "profit oriented" senza usufruire dei vantaggi immediati di tale pratica - ad un rapporto difficile con i nostri concittadini di quelle aree geografiche.
- d) Risorse umane e tecniche largamente insufficienti a far acquisire una dignitosa posizione concorrenziale o paragonabile ai nostri principali omologhi dei broadcaster europei (BBC World, TV5, Deutsche Welle, che ha un budget di circa 800 miliardi di lire). Il permanere della nostra attuale disponibilità di budget, senza investimenti tecnici, strutturali e umani in ogni settore, renderebbe certo molto problematico, anzi impossibile, un vero progetto di sviluppo. Si può andare nel mondo, su quel treno velocissimo che dobbiamo prendere in corsa, senza avere uno studio TV nostro, una troupe leggera di ripresa, salette e montatori, mezzi tecnici ed elementari dotazioni redazionali e organizzative in quantità e di qualità accettabili o essendo costretti a turni ed orari spesso massacranti e al di fuori della normativa contrattuale?
- e) Una minima visibilità nel complesso scenario descritto, sia sul piano esterno, sia su quello aziendale. Oggi nell'azienda e nell'opinione pubblica poche persone conoscono l'esistenza stessa di Rai International e ancor meno la sua missione, il suo funzionamento, il suo palinsesto. Nonostante il costante e duro impegno

svolto da quando esiste, con forti motivazioni anche volontaristiche da parte delle redazioni giornalistiche, delle strutture programmi e palinsesto, dei suoi tecnici e impiegati, Rai International è oggi "figlia di un Dio minore", oggetto semi-clandestino di una sfida per ora virtuale, che richiede invece grande visibilità, promozioni, dignità e originalità d'offerta e di prestigio aziendale, costanti collegamenti con le altre strutture aziendali, con i media nazionali e internazionali, condizioni essenziali per una vera, credibile presenza sulla scena mondiale.

- f) Palinsesti molto frammentati, tranne qualche sporadica produzione di livello e l'apporto, molto significativo ma che rischia di restare un fiore all'occhiello, di Renzo Arbore e del suo entusiasmo di "testimonial" artistico. I passi avanti compiuti sono stati evidentemente notevoli rispetto al passato, e le energie e le capacità profuse non sono in discussione, ma - soprattutto per le ragioni suddette - gli obiettivi sono oggi lontanissimi. C'è da sottolineare poi, per quanto riguarda quello televisivo, che enormi difficoltà, di natura contrattuale e legale, sono date dalla presente questione dei diritti di trasmissione per l'estero, spesso assenti nelle contrattazioni di tutte le strutture Rai preposte (Reti, Fiction, Sacis, ecc.) e che pongono problemi enormi, fino alla necessità, ora per fortuna molto ridotta, di oscurare parti qualificanti della programmazione, che in ogni caso ne risulta impoverita.
- g) Sul terreno della diffusione e della distribuzione c'è poi la pesante eredità rappresentata dalle vicende di Rai Corporation, che deve avere, come chiesto dal Consiglio di Amministrazione, un progetto di soluzione entro metà novembre. Le vicende relative sono note e non mi ci soffermo, se non per rimarcare che la paralisi globale di Rai Corporation, per i molteplici compiti che svolge storicamente e praticamente - al di là degli "scheletri negli armadi" che vanno comunque radicalmente estirpati - si riflette con vari danni sull'azione di Rai International nelle Americhe, per quanto attiene ai suoi compiti contrattuali e per le stesse prospettive del progetto di sviluppo internazionale, che deve in ogni caso attivare oltre Oceano una articolata struttura commerciale, distributiva e in parte produttiva.
- h) Infine, più in generale, ma evidentemente legato per molti versi ai punti precedenti, c'è il problema del complesso rapporto con le comunità degli italiani nel mondo, con un distacco, una mancanza di conoscenza e di rapporti sistematici, una difficoltà e spesso una chiusura "assistenzialista" e difensiva che è certo in parte dovuta anche al quadro generale e alla difficile gestione del contratto Albaraka, ma che non è rispondente ai nostri compiti e alla nostra

missione. Così, oltre tutto, non si libera una risorsa che ritengo invece non solo istituzionalmente dovuta, ma decisiva proprio per il miglioramento e la qualità del nostro prodotto.

Rai International domani

Obiettivi strategici di sviluppo

Secondo la missione editoriale che mi è stata affidata dal Consiglio di Amministrazione, da me sottoscritta insieme con il Direttore Generale, Rai International "deve rilanciare concretamente, per superare le criticità esistenti - senza più esitazioni - il posizionamento nello scenario internazionale e compiere un importante sforzo editoriale rivolto alle nostre comunità all'estero, oltre che a pubblici non italiani. Rai International deve sviluppare con rapidità e concretezza una politica di collegamenti, se necessario con altri partners, mantenendo sempre un forte controllo sia sulla gestione dell'offerta sia nella fase di diffusione sui vari territori. In questo modo potrà coniugare al meglio la sua funzione di servizio pubblico con le diverse opportunità di mercato e svolgere un ruolo di particolare prestigio per l'immagine del nostro Paese all'estero e per arricchire il patrimonio culturale dei connazionali fuori d'Italia". E' molto ben sintetizzato e rappresenta il cuore del mio piano editoriale. Rai International, per assolvere ai compiti della sua missione editoriale, non può che essere considerata a tutti gli effetti la quarta Rete della Rai, con compiti e obiettivi specifici diversi da quelli di RAI 1, RAI2, RAI 3, ma con una più vasta estensione essendo insieme rete radiofonica e televisiva: certo, dunque, con altrettanta dignità valenza e considerazione. In più è collocata a un crocevia certo e strategico dello sviluppo futuro della comunicazione, venendo così ad essere anche dal punto di vista istituzionale, economico e di politica estera un perno del sistema Italia e della sua immagine nel mondo. Come abbiamo visto, siamo molto in ritardo: è possibile recuperare, se l'Azienda, così come è stato in più sedi espresso, a partire dalla missione approvata dal C.d.A., editoriale e industriale, metterà presto a disposizione tutte le risorse necessarie, finanziarie, tecniche e umane.