

LA SFIDA PER IL SERVIZIO PUBBLICO DEL TERZIO MILLENNIO: RAI RETE FEDERALE

di Davide CAPARINI

SOMMARIO

1. Progetto Rai federale
2. Evoluzione storica
3. Raidue torna a casa
 - 3.1 Una rete a Milano, una a Napoli
 - 3.2 I centri di produzione
 - 3.3 L'informazione regionale
 - 3.4 Come la pensavano gli altri
4. I modelli di TV territoriale
 - 4.1 Pubblico macro-regionale tedesco ARD
 - 4.2 Privato inglese
 - 4.3 Comunitario-linguistico della Svizzera
 - 4.4 Federalismo asimmetrico della Spagna
 - 4.5 Il *Décrochage* francese

1. PROGETTO RAI FEDERALE

L'articolo 11 del Contratto di Servizio sottoscritto il 6 novembre 2000 dalla Rai S.p.A. e dal Ministro delle Comunicazioni, in attuazione della Convenzione approvata con DPR 28 marzo 1994, per la concessione in esclusiva del servizio pubblico di diffusione circolare di programmi sonori e televisivi indica quali sono le iniziative da attuare per la valorizzazione delle culture locali. In particolare, specifica il preminente ruolo di Rai nell'individuare e realizzare iniziative tese a diffondere ed a valorizzare le diverse realtà culturali e sociali esistenti sul livello locale, la promozione del turismo, dell'artigianato e delle produzioni agro-alimentari oltre alla valorizzazione di tutte le iniziative volte al riconoscimento e alla diffusione delle identità culturali locali.

La Commissione di Indirizzo generale e vigilanza in sede di analisi del piano editoriale per il 2002 prerogativa della legge n. 206/93 ha riscontrato l'insufficiente applicazione del citato articolo ed ha impegnato il gestore pubblico ad una maggiore attenzione alla programmazione regionale. Il consiglio di amministrazione della Rai ha sottolineato la fondamentale importanza che riveste nell'attuazione della missione di servizio pubblico la vocazione federale con due atti importantissimi: l'istituzione della rete due federalista e lo scorporo testata giornalistica regionale dalla testata giornalistica tre.

Nel corso della stagione televisiva 2000-01 la Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti Rai ha condotto una serie di analisi per valutare il posizionamento delle sue reti televisive dalla quale si evince, per la rete tre, la percezione di un'offerta generalmente positiva.¹ E' ritenuto il canale maggiormente di servizio pubblico con una programmazione in linea con la *mission* di Rai. La maggiore personalità è determinata dall'accentuazione della componente regionale che ben risponde alle attese del pubblico nei confronti della tv:

¹ "Analisi del posizionamento del gruppo e delle reti Rai" di Rai MKP – Corporate Marketing, novembre 2001.

attenzione verso l'utenza, proposta di un vero servizio pubblico, capacità di fare cultura e un'informazione accurata e "vicina". Questo dato conferma che i distributori di informazioni regionali si accreditano un elevato gradimento da parte del telespettatore. E in tal senso la struttura portante dell'informazione della concessionaria pubblica, costituita da 17 sedi regionali e 4 centri di produzione, non ha eguali. Il 41,5% delle informazioni fornite ai telegiornali nazionali sono prodotte dalla testate regionali grazie al lavoro di oltre 700 giornalisti. Il totale giornaliero degli ascolti delle tre edizioni ammonta a 8 milioni trainando sull'edizione nazionale da 6 a 7 punti di share. Dall'analisi dei dati a disposizione abbiamo la conferma che il servizio pubblico regionale può e deve assicurare l'informazione e la programmazione a utilità immeditata su tutto il territorio ispirandosi al principio che "il racconto del mondo incomincia dal racconto del mio paese".

2. EVOLUZIONE STORICA

La sede Rai di Corso Sempione viene inaugurata nel 1952. Domenica 3 gennaio 1954 ebbe ufficialmente inizio il servizio televisivo italiano con la telecronaca in diretta dell'inaugurazione degli studi di Milano e dei trasmettitori di Torino e Roma. Il collegamento si apriva davanti al palazzo della Rai in corso Sempione per passare all'interno dello studio TV3, allora il più grande d'Europa. Nel 1954 la sede era il punto nevralgico della comunicazione via etere, realizzava l'85% dei programmi trasmessi e impegnava 400 dipendenti fissi. Tra il 1959 e 1961 venne realizzato dall'architetto Giò Ponti il progetto di ampliamento che comprese anche gli studi autonomi della Fiera. Nel solo 1960 furono realizzate qualcosa come 40 commedie, 100 trasmissioni di rivista e varietà, 88 programmi per giovani e 171 trasmissioni culturali, 4 opere e 5 operette. La redazione del tg aveva un'importanza cruciale in quanto centro di raccolta dei servizi delle sedi Rai del settentrione oltre che di quelli provenienti dall'estero. Sin dalla nascita della televisione nella maggior parte dei capoluoghi regionali presero forma le sedi a cui in quel decennio si aggiunsero i centri di produzione Torino, Roma e Napoli. Dopo gli esordi avvenuti con testi teatrali milanesi quali "La casa del sonno" di Bortolazzi, Sandro Bolchi diresse nel 1963 "Demetri Painelli" di Emilio De Marchi, rievocando una Milano ottocentesca agli albori della sua rivoluzione industriale. Lo stesso Bolchi tradusse televisivamente "I promessi sposi" in onda sulla rete uno dal 1967, otto puntate in prima serata. Nel corso degli anni settanta il Centro milanese rimase una delle sedi più fervide per la produzione di originali, riduzioni e sceneggiati e il cinema del mondo quotidiano, colto di Ermanno Olmi che nel 1971 diresse il film per la tv "Durante l'estate"; la periferia milanese nel dopoguerra con gli antieroi di Giovanni Testori e il suo "Il dio di Roserio"; l'amara analisi di una domenica al bar dopo una partita Milan-Inter di "E' stata una bellissima partita" di Umberto Simonetta. Anche per quanto riguarda la produzione di spettacoli e varietà, il centro di Milano ebbe vitale importanza perché fu proprio attraverso questo genere che la tv delle origini imparò a farsi conoscere dagli italiani. "Un, due, tre" presentato da Raimondo Vianello e Ugo Tognazzi, "Lascia o raddoppia?" presentata da Mike Bongiorno, prodotta negli studi della fiera. Non dimentichiamo anche la spiccata tendenza educativa che il servizio radiotelevisivo voleva imprimersi fin dalle origini, fu proprio nella sede lombarda che vide la luce il primo programma divulgativo "Una risposta per voi" di Alessandro Tutolo (1954). Due anni dopo anche i bambini divennero protagonisti con "Zurli, il mago dei giovedì" trasmesso dal Piccolo Teatro e condotto da Cino Tortorella. I comuni e il paese entrò a pieno titolo nel servizio televisivo con "Campanile sera" in onda fin dal 1961 presentato da Mike

Buongiorno con Enzo Tortora. A quest'ultimo, molti anni dopo, spetta la paternità del capostipite della tv commerciale "Portobello". Nel 1970 "Rischiattutto" nuovo e fortunatissimo quiz televisivo condotto da Mike Buongiorno contribuì alla diffusione della televisione nelle case degli italiani ed alla crescente comprensione della classe politica dell'enorme potere di controllo e di condizionamento che da essa derivava. Fu un direttore di Raitre, Angelo Guglielmi, a decretare la morte nella culla della programmazione regionale con la conseguente centralizzazione gestionale della rete: da allora le sedi regionali non sono altro che meri esecutrici della programmazione decisa da Roma; le ristrutturazioni susseguitesesi dal 1993 hanno confermato la veste marginale al quale il consiglio d'amministrazione le ha relegate. Basti pensare che la presidenza di Claudio Demattè, con l'alibi di risanare la grave situazione economica, dimezzò i 1.350 lavoratori della sede di Milano (oggi sono diventate 857). Il progetto di accorpamento in sedi macroregionali ipotizzato dalle presidenze di Letizia Moratti e di Enzo Siciliano abortì con Zaccaria che decise l'assorbimento della testata giornalistica regionale in quella del tg3.

Le uniche eccezioni nella programmazione sono rappresentate dalle Regioni a statuto speciale Friuli Venezia Giulia, Valle d'Aosta e le province autonome di Trento e Bolzano che, mediante una convenzione con la Presidenza del Consiglio, mantengono una minima autonomia decisionale sulla programmazione².

Il passaggio dal modello funzionale a quello divisionale voluto ed attuato dal direttore generale Celli su indicazione del centrosinistra ha ulteriormente svilito il ruolo delle sedi regionali e notevolmente burocratizzato l'azienda. Infatti, la frammentazione che ne è seguita ha indebolito le capacità decisionali dell'intera struttura. Basti pensare che alle 17 sedi regionali con la relativa Direzione, il Supporto Gestionale, l'Amministrazione, la Redazione Servizi Giornalistici e la Struttura di Programmazione fanno capo alla Divisione TV Canale 3 e Offerte Collegate mentre alla Divisione Produzione fa capo la Produzione (compresi i centri di produzione di Milano, Torino, Roma e Napoli), al Servizio Immobiliare (SEIM) gli immobili, alla Divisione Abbonamenti e Attività per le Pubbliche Amministrazioni gli abbonamenti e a Raiway la gestione degli impianti di trasmissione.

3. RAIDUE TORNA A CASA

La legge stabilisce che la concessionaria determina la propria struttura organizzativa e produttiva "in relazione agli obiettivi indicati nella convenzione e nel contratto di servizio"³. Ne

² Dal 1968 la Rai è presente in Valle d'Aosta con una struttura locale. Circa cento dipendenti operano nei vari settori: dalla struttura dei programmi alla redazione giornalistica, dalla produzione al commerciale-abbonamenti sino alla diffusione del segnale. La sede Rai, in ottemperanza alla convenzione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, realizza programmi regionali e servizi giornalistici in lingua francese. Le ore di programmazione annualmente prodotte e diffuse in lingua francese sono 78 per la tv e 110 per la radio; contestualmente sono prodotte e diffuse in lingua italiana 370 ore per la tv e 280 per la radio. Dal 3 ottobre 2000 il palinsesto è stato ulteriormente arricchito. Il martedì (la montagna e il suo mondo), il mercoledì (Ecologia, ambiente e avventura), il giovedì (Storia e tradizioni) e il venerdì ("Le carnet": magazine di cultura, costume, spettacolo) dalle 20 alle 20,20, la domenica (Eventi e attualità) dalle 9,45 alle 10,45 in italiano e francese. Tutti i giorni va in onda l'edizione regionale alle 14,00, alle 19,35 e alle 22,45. La programmazione radiofonica il lunedì (Di lunedì alla radio per tre quarti d'ora, filo diretto con gli ascoltatori sui fatti politici, sociali e culturali della settimana), il martedì (Morceaux choisis, brani di letteratura e poesia tratte da opere in lingua francese), il mercoledì (Tra monti e campi, rubrica di agricoltura - De tot eun pocca - Microphone dans le passé, rubriche di memorie storiche per la diffusione del "patois"), il giovedì (Graffiti, musica, cultura e curiosità varie), il venerdì (Tra monti e campi, rubrica di agricoltura - Vendredi didi - Morceaux choisis pour le petits, rubriche di supporto didattico per le scuole elementari) e il sabato (Radiocarnet, appuntamento con gli eventi della cultura e dello spettacolo in valle) dalle ore 14,15 alle 15,00. L'informazione del GR regionale è trasmessa su Radio uno dal lunedì al sabato alle 7,20 e 12,10 mentre la domenica è alle 12,40.

³ Articolo 6 della Convenzione per l'affidamento in concessione del servizio pubblico del 1994.

consegue che il consiglio d'amministrazione Rai ha la piena autonomia organizzativa e discrezionalità sulla scelta di fare uno o più centri di produzione, nonché dove ubicare le direzioni e qualsiasi altra decisione che rientra nei limiti di discrezionalità imprenditoriale ed industriale dell'azienda RAI. In tal senso, sin dai primissimi atti l'azienda ha profuso il "massimo impegno ed innovativa, quanto concreta, operatività in tutte le sue attività per la rappresentazione autentica e partecipata del paese, anche alla luce delle profonde modificazioni della Costituzione⁴". In sintesi la delibera di aprile prevedeva: 1) la diffusione di trasmissioni su macroaree regionali; 2) l'implementazione e lo sviluppo dei centri di produzione decentrati; 3) la crescita dello spazio dedicato all'informazione regionale.

Il "progetto culturale" approvato dal cda Rai del 15-16 gennaio 2002 ed il contratto di servizio sottoscritto il 22 gennaio 2003 hanno sancito in forma inequivocabile che il territorio costituisce il riferimento essenziale per la modernizzazione, il decentramento e lo sviluppo dell'azienda è la sede del reale patrimonio, prima di tutto morale ed ideale di una comunità nazionale. Il cda uscente, dal 5 marzo 2002 ad oggi, nel corso di ben 43 sedute, ha approfondito in ogni sua parte la problematica della trasformazione dell'azienda in un modello di servizio pubblico radiotelevisivo decentrato capace di inserirsi con urgenza ed efficacia nel complesso tessuto delle molteplici diversità storiche, culturali, sociali e di costume delle Regioni. L'impegno è quello di realizzare le condizioni essenziali per la trasformazione del servizio pubblico che ha trovato nell'azienda un riscontro, purtroppo ancora modesto, sia con la riconosciuta autonomia funzionale ed organizzativa alla Testata Giornalistica Regionale (TGR) e la sua conseguente separazione dal Tg3, sia con la decisione di valorizzare e non di ridurre ulteriormente il lavoro nei Centri di Produzione di Milano, Torino e Napoli.

3.1 Una rete a Milano, una a Napoli

La missione è quella di fornire una rappresentazione autentica, reale della nostra terra; l'unico percorso possibile è quello di riportare la Rai là dove è nata: Milano, Padania. La storica delibera del consiglio d'amministrazione del 20 febbraio 2003⁵ afferma principi di

⁴ "Dichiarazioni programmatiche" approvate dal consiglio d'amministrazione Rai il 5 marzo 2002 nonché la "Mozione d'indirizzo in materia di federalismo televisivo" del 16 aprile 2002.

⁵ RAI-Consiglio di Amministrazione Seduta del 19-20 febbraio 2003 "Trasferimento Raidue a Milano", premesso:

- che in base alle "Dichiarazioni programmatiche" approvate dal C.d.A. in data 5 marzo 2002, nonché alla "Mozione d'indirizzo" approvata dallo stesso C.d.A il 16 aprile 2002 in materia di "federalismo televisivo" la RAI - quale concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo - deve dedicare massimo impegno ed innovativa quanto concreta operatività in tutte le sue attività alla rappresentazione autentica e partecipata del Paese considerato, soprattutto, alla luce delle ormai già intervenute, profonde modificazioni della Costituzione della Repubblica e di quelle in corso di approvazione legislativa;
- che nel nuovo quadro costituzionale anche il "servizio pubblico radiotelevisivo" deve essere al più presto adeguato ai principi ed alla pratica dell'autonomia e del decentramento (come prescritto per l'intero ordinamento dal fondamentale art. 5 Costituzione) nonché agli sviluppi federalisti della normativa costituzionale (con l'intervenuta riforma del Titolo V - Parte Seconda, Costituzione; la Legge Costituzionale 'in itinere' in materia di "devoluzione" e altri provvedimenti in attuazione o già previsti);
- che lo stesso concetto di "Comunità nazionale" (e, quindi, di "Stato Nazionale") è, oggi più che mai, tema di urgente e concreto approfondimento non solo entro la citata revisione e modificazione della Costituzione italiana, ma anche nel contesto politico ed istituzionale di una integrazione europea che rispetti e garantisca libertà ai popoli ed alle loro Comunità e Stati, nonché nell'insieme delle sfide e dei pericoli rappresentato dalla "globalizzazione" dei rapporti culturali, sociali ed economici;
- che il servizio pubblico radiotelevisivo deve conseguentemente considerare l'"Identità" del Paese non come riferimento puramente simbolico ed astratto bensì come vivente espressione di una unione etica, politica, sociale e costituzionale italiana che si realizza, però, solo attraverso il pieno riconoscimento del pluralismo culturale, storico e territoriale e la conseguente valorizzazione di tutte le radici che rappresentano altissimi momenti di civiltà, umanità e storia con i gloriosi quanto ineguagliati riferimenti "territoriali" a Roma, Venezia, Milano, Torino, Genova, Bologna, Firenze, Perugia, Napoli, Bari, Palermo, Cagliari ed a cento e cento altre sedi di autoctone e distinte identità culturali e socio-economiche;

- che il "Progetto Culturale" approvato dal C.d.A. della RAI nella seduta del 15-16 gennaio 2002 ed il "Contratto di Servizio" sottoscritto in data 22 gennaio u.s. con il Ministero delle Comunicazioni per disciplinare la concessione alla RAI, per il triennio 2003-2005, hanno sancito in forma inequivocabile che "il territorio" costituisce il riferimento essenziale per la modernizzazione, il decentramento e lo sviluppo dell'Azienda e per la legittimazione del suo stesso ruolo di principale impresa italiana di informazione e di cultura, in quanto "il territorio" è la sede del reale patrimonio, prima di tutto morale ed ideale, di una Comunità nazionale che vive e si sviluppa quotidianamente proprio attraverso il potenziamento delle sue Comunità civili ed economiche espresse da Comuni, Province, Regioni;

- che l'intero lavoro del presente C.d.A. - dal 5 marzo 2002 ad oggi e nel corso di ben 43 sedute, per complessivi 69 giorni - ha approfondito in ogni sua parte questa impegnativa quanto ancora trascurata problematica attraverso un dibattito che ha coinvolto - ma che deve coinvolgere sempre più - sia l'Azienda che l'opinione pubblica più attenta ed avvertita sull'esigenza ormai non più differibile di trasformare la RAI - struttura centralizzata e complessivamente oggi ancora non adeguata a questo cambiamento già in atto nel Paese e nel suo ordinamento - in un modello realizzato di servizio pubblico radiotelevisivo decentrato e capace di inserirsi con urgenza ed efficacia nel tessuto complesso e delicato delle molteplici diversità storiche, culturali, sociali e di costume che connotano le Regioni italiane con le macro-aree interregionali che esse sono venute a configurare e costruire sul piano economico e produttivo. Ritenuto:

- che l'impegno del C.d.A. per realizzare le condizioni essenziali per la trasformazione del servizio pubblico, secondo forme e modalità che possano costituire un modello realizzato di federalismo radiotelevisivo, ha trovato nell'Azienda un riscontro ancora modesto anche se un certo avvio c'è stato sia con la riconosciuta autonomia funzionale ed organizzativa alla Testata Giornalistica Regionale (TGR) e la sua conseguente separazione dal Tg3, sia con la decisione di valorizzare e non di ridurre ulteriormente il lavoro nei Centri di Produzione di Milano, Torino e Napoli;

- che la RAI registra una preoccupante disaffezione di pubblico nei confronti delle sue trasmissioni in tutto il Nord mentre c'è anche smarrimento ed incertezza tra i suoi dipendenti (quasi 3.000) in tutta l'area settentrionale ed emiliana - romagnola;

- che attualmente Milano, dopo Roma, ha un Centro di Produzione RAI che - seppure vulnerato e fortemente penalizzato dalle passate ed errate scelte aziendali tutte mirate alla centralizzazione ed allo annullamento del ruolo dei Centri di Produzione - appare, tuttavia, ancora in grado di garantire, in termini di esperienze professionali, risorse umane ed operatività di lavoro e di produzione, i presupposti necessari per sostenere nell'intera area - ed in sinergia con il Centro di Produzione di Torino - un soddisfacente standard "di base" sia quantitativo che qualitativo;

- che, sul piano generale, la centralizzazione e concentrazione di progettazioni e di produzioni aziendali hanno aperto indubbi quanto gravi e preoccupanti motivi di disagio contro la RAI nell'opinione pubblica milanese, lombarda e, più in generale, settentrionale e dell'area padana, nel mondo del lavoro e delle produzioni indotte e collaterali e nello stesso mercato pubblicitario;

- che sussistono pertanto varie e tutte fondate ragioni, oltre che normative, aziendali, di produzione e di rapporti trasparenti e collaborativi tra la RAI ed il territorio perché venga assunto con urgenza dal C.d.A. un preciso indirizzo per lo sviluppo strategico dell'Azienda alla luce degli orientamenti e dei problemi richiamati;

Ritenuto altresì

- che sia urgente e motivato interesse del servizio pubblico e dell'Azienda adottare misure adeguate all'urgenza ed alla gravità della situazione del servizio pubblico al Nord e che tra queste sicuramente abbia pregio e valore sostanziale il trasferimento di una intera rete, RAI2, a Milano ed un effettivo quanto adeguato potenziamento dei Centri di Produzione di Milano e Torino;

- che sia necessario, nel prosieguo di un tempo medio ed in considerazione del carattere organico e funzionale della trasformazione in senso decentrato e federalista del servizio pubblico radiotelevisivo, corrispondere concretamente alle esigenze di rappresentazione e valorizzazione delle realtà plurali del Sud e delle Isole e dello sviluppo del Centro di produzione di Napoli, pur tenendo conto delle criticità tecniche e logistiche che attualmente esistono; Tenuto conto:

- del posizionamento individuato dall'Azienda per RAI2 come rete giovane, innovativa, flessibile e sperimentale e della necessità di farle assumere una conseguente identità e coerenti funzioni e linguaggi per rilanciarla e consolidarla entro il quadro di potenziamento e sviluppo di un servizio pubblico radiotelevisivo nazionale rinnovato ed adeguato alle esigenze ed ai principi del decentramento, dell'autonomia e caratterizzato per attenzione e capacità di approfondimento e rappresentazione delle diverse realtà culturali e socio-economiche territoriali e regionali;

- dell'esigenza che ha RAI2 di svolgere queste sue ormai definite e precisate funzioni collocandosi entro un contesto geografico, produttivo e culturale stimolante ed adeguato come quello di Milano e dell'intera area settentrionale e padana che attualmente rappresenta una forte criticità per l'Azienda;

- della presenza di notevoli e consistenti risorse umane, professionali e tecniche nei due Centri di Produzione di Milano e di Torino e di altre qualificate strutture aziendali tecnico-produttive diffuse e presenti in questa area che costituisce nel suo complesso il centro economico-produttivo e finanziario dell'Italia e per l'Italia nel mondo e che è sede d'eccellenza della editoria libraria, informatica, multimediale e della comunicazione pubblicitaria, della ricerca scientifica e delle più avanzate produzioni tecnologiche ed innovative, della moda e del design; sede, inoltre, dei più diffusi giornali nazionali, di strutture per lo spettacolo di fama internazionale come la Scala, il Piccolo Teatro della Città di Milano, l'Arena di Verona ed il Festival del Cinema di Venezia, di una rete di Università (12 nella sola Lombardia) tra le più vaste, strutturate e diversificate del mondo; su proposta del Direttore Generale delibera quanto segue:

- I.
 - 1) il Direttore di RAI2 con gli uffici di direzione è da subito trasferito a Milano presso l'attuale Sede dell'Azienda da dove opererà con immediatezza e propria capacità di autonomia e di innovazione per lo sviluppo ed il radicamento territoriale di RAI2 secondo le linee qui delineate e nelle forme organizzative, produttive e di coordinamento aziendale che verranno precisate, approfondite e rese operative;
- II.
 - 2) nell'ambito di questa nuova collocazione decentrata ed autonoma di RAI2 saranno avviati con sollecitudine la razionalizzazione ed il potenziamento di tutte le attività che già sono in corso o sono programmate in palinsesto per i Centri di

fatto rivoluzionari per il servizio pubblico. In essa viene messo in discussione il concetto stesso di “Comunità nazionale” (e, quindi, di “Stato Nazionale”) sia nel quadro della revisione della Costituzione italiana, sia nel “contesto politico ed istituzionale di una integrazione europea che rispetti e garantisca libertà ai popoli ed alle loro Comunità e Stati”. L’identità del Paese non viene concepita come riferimento puramente simbolico ed astratto bensì come espressione di una unione etica, politica, sociale e costituzionale che si realizza solo attraverso il pieno riconoscimento del pluralismo culturale, storico e territoriale e la conseguente valorizzazione di tutte le radici.

E’ un dato di fatto che la centralizzazione di progettazioni e di produzioni aziendali hanno indubbiamente contribuito all’affermazione di una cultura nazional-popolare egemonica che ha contribuito a dare una rappresentazione deformata e falsa di un paese di fatto inesistente. Da qui l’urgenza, nell’interesse del servizio pubblico e dell’azienda, di adottare misure adeguate alla gravità della situazione del servizio pubblico al Nord col trasferimento di una intera rete, la Raidue, a Milano ed un effettivo quanto adeguato potenziamento dei Centri di Produzione di Milano e Torino. Conseguentemente, in considerazione del carattere organico e funzionale della trasformazione in senso decentrato e federalista del servizio pubblico radiotelevisivo, corrispondere concretamente alle esigenze di rappresentazione e valorizzazione delle realtà plurali del Sud e delle Isole. A tal fine il direttore generale, figura chiave dell’azienda, è delegato a studiare una proposta di decentramento e di autonomia per l’area partenopea tenuto conto sia delle esigenze aziendali che della necessità di valorizzare e potenziare il Centro di Produzione di Napoli e l’intera struttura aziendale, con particolare attenzione anche alle specificità ed alle esigenze della Sicilia e della Sardegna.

Lo spostamento della seconda rete a Milano nasce dalla necessità di ridarle un’identità al fine rilanciarla e caratterizzandola per l’attenzione e la capacità di approfondimento e rappresentazione delle diverse realtà culturali e socio-economiche territoriali e regionali. Raidue dovrà essere in grado di svolgere queste funzioni collocandosi entro un contesto geografico, produttivo e culturale stimolante ed adeguato come quello di Milano e dell’intera area settentrionale e padana che attualmente rappresenta una forte criticità per il notevole calo di ascolti. La delibera del 20 febbraio prevede che il direttore di RAI2 con gli uffici di direzione è da subito trasferito a Milano da dove opererà con immediatezza e autonomia per lo sviluppo ed il radicamento territoriale della rete. Saranno avviati con sollecitudine la razionalizzazione ed il potenziamento di tutte le attività in palinsesto per i Centri di Produzione di Milano e di Torino anche attraverso la formalizzazione di apposite e funzionali

Produzione di Milano e di Torino anche attraverso la formalizzazione di apposite e funzionali dirigenze di struttura ed in particolare: intrattenimento per RAI2; fiction per RAI2; redazione sportiva RAI Sport; approfondimenti giornalistici e culturali sull’intera area territoriale ed il suo patrimonio monumentale, artistico ed economico-produttivo;

- III. 3) saranno sollecitamente avviate le nuove iniziative editoriali da collocare nella programmazione di RAI2: “Telegiornale delle Culture, delle Arti e degli Spettacoli” (Progetto di un quotidiano ed un settimanale domenicale già approvato dal C.d.A); “Progetto di un settimanale (o bisettimanale) di economia, finanza, produttività e innovazione da Milano” (Progetto di grande respiro nazionale ed europeo, da elaborare).

Invita il Direttore Generale: a porre con sollecitudine allo studio ed all’approfondimento una adeguata proposta di decentramento e di autonomia per l’area partenopea e dell’intero Sud, tenuto conto sia delle esigenze aziendali che della necessità di valorizzare e potenziare il Centro di Produzione di Napoli e l’intera struttura aziendale, con particolare attenzione anche alle specificità ed alle esigenze della Sicilia e della Sardegna; a proporre al Consiglio di Amministrazione un piano di potenziamento dell’attività produttiva dell’area Metropolitana di Roma, anche in collegamento con il progetto di Saxa Rubra 2, così come previsto dalle linee direttive del Piano industriale già approvate dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 5-6 febbraio 2003. Da’ mandato al Direttore Generale di tenere informato il Consiglio sugli sviluppi del progetto.

dirigenze di struttura ed in particolare: intrattenimento per RAI2; fiction per Raidue; redazione sportiva RAI Sport; approfondimenti giornalistici e culturali sull'intera area territoriale ed il suo patrimonio monumentale, artistico ed economico-produttivo. E' previsto l'avvio di nuove iniziative editoriali da collocare nella programmazione di Raidue: "Telegiornale delle Culture, delle Arti e degli Spettacoli"; "Progetto di un settimanale (o bisettimanale) di economia, finanza, produttività e innovazione da Milano" (Progetto di grande respiro nazionale ed europeo, da elaborare).

3.2 I centri di produzione

Attualmente Milano, dopo Roma, ha un Centro di Produzione RAI che, seppure fortemente penalizzato dalle sciagurate scelte aziendali mirate alla centralizzazione ed all'annullamento del ruolo dei Centri di Produzione, appare ancora in grado di garantire, in termini di esperienze professionali, risorse umane ed operatività, i presupposti necessari per sostenere nell'intera area, ed in sinergia con il Centro di Produzione di Torino, un soddisfacente standard "di base" sia quantitativo che qualitativo. Il 23 giugno 2000 la Rai Divisione Produzione TV ha formalizzato all'Ente Fiera di Milano la richiesta di offerta per l'utilizzo di tre padiglioni per circa 250.000 metri cubi da destinare alla realizzazione di un centro di produzione televisivo. La delocalizzazione dell'unità produttiva di Corso Sempione consentirà di dotare il centro delle strutture necessarie alla produzione di programmi e fiction. Gli spazi individuati potrebbero essere disponibili dal 2006 ed i lavori di adeguamento della struttura in Fiera. Questa è una delle fasi fondamentali per la realizzazione del processo di realizzazione della rete federale. Un progetto molto ambizioso: la diffusione e la valorizzazione delle diverse realtà culturali e sociali esistenti nel Nord, Centro e Sud attraverso una specifica programmazione. Solo in questo modo i popoli e le differenti identità di questo paese potranno riappropriarsi del servizio pubblico radiotelevisivo sottraendosi dal giogo della imposta cultura nazional-popolare. Le diverse aree macroregionali potranno finalmente vedere rappresentata la loro identità, gli attori, gli autori, i cantanti, i giornalisti, i tecnici e rompere l'egemonia centralista che Rai, non a caso definita "la mamma di tutti gli italiani", ha contribuito a consolidare. Sarà la rete due, tecnicamente l'unica equipaggiata per farlo, ad irradiare contemporaneamente le tre differenti aree socio-economiche omogenee con differenti programmazioni che corrispondano alle necessità di pubblici con esigenze e gusti diversi. Finalmente potremo assistere a programmi pensati, realizzati e trasmessi per il Nord, per il Centro e per il Sud e le Isole: la storia, le tradizioni e l'immenso patrimonio storico e culturale delle Regioni raccontati senza la mediazione omologante di autori e registi che la disprezzano. Finalmente la nostra cultura, le musiche e i costumi potranno assurgere alla ribalta nazionale. Infatti, la rivitalizzazione dei centri di produzione di Milano e Torino, la rivalutazione delle sedi regionali consentirà di inoculare nel circolo mediatico nuova linfa. Attraverso la struttura esistente, volutamente tenuta asfittica dalle precedenti gestioni, sarà possibile realizzare dirette dalle piazze dei nostri Comuni, sarà possibile raccontare il territorio e la sua gente, lo sport e le discipline più popolari spregiativamente definite "sport minori". Tali produzioni dovranno essere contraddistinte da una buona qualità e da una netta differenziazione dai programmi irradiati dalle reti nazionali.

E il processo di riappropriazione da parte dei cittadini della Rai passa anche dalla commissione di indirizzo e vigilanza che ne tutela i diritti. A supporto la Commissione di Vigilanza Rai ha formalmente impegnato la Rai, in attuazione del citato Contratto di Servizio, a destinare una percentuale minima del 20% dei proventi complessivi del canone a

investimenti finalizzati alla produzione di opere nostrane. Alla promozione della cultura italiana nel mondo attraverso la rappresentazione dei diversi aspetti delle realtà imprenditoriali, culturali e sociali del Paese. Quindi, non più l'odioso stereotipo di "pizza, sole e mandolino" ma la reale rappresentazione e la diffusione delle identità culturali locali, della promozione del turismo e dell'artigianato. Inoltre, la Commissione ha impegnato la Rai ad una particolare attenzione critica ai messaggi di violenza, alla loro influenza sulle fasce deboli e sui minori ed alla sperimentazione di nuovi spazi di programmazione dedicati all'infanzia e alla famiglia, oltre che alla realizzazione di cartoni animati appositamente prodotti per la formazione dell'infanzia. La rete federale parte proprio da qui: la rinascita e riqualificazione dei centri di produzione che daranno vita ai nuovi poli televisivi.

3.3 L'informazione regionale

Il modello di France 3 con una struttura ed una programmazione a carattere nazionale da una parte e il rafforzamento dell'informazione regionale e locale dall'altra è quello che meglio si potrebbe adattare alla nostra realtà. L'esperienza francese e il modello federalista asimmetrico catalano consentono di rispondere alle spinte autonomiste più forti coniugandole con una struttura culturalmente centralista. E' possibile ipotizzare per la Rai tre un palinsesto regionale che preveda la crescita progressiva di spazi dedicati esclusivamente all'informazione regionale, per poi evolvere e differenziarsi per le aree metropolitane e ai principali capoluoghi di provincia.

Per la buona riuscita del progetto della Rai federale è fondamentale la capillare diffusione sul territorio oggi limitata dalla sovraesposizione della sede della redazione nel capoluogo regionale che emargina e filtra le notizie provenienti dalla periferia. L'espansione modulare consentirebbe la graduale realizzazione di sinergie con l'editoria locale, sia essa carta stampata che radio e tv, estendendo agli enti locali lo strumento del contratto di servizio già utilizzato a livello nazionale. Il servizio pubblico radiotelevisivo sarà così in grado di soddisfare le nuove istanze di formazione dell'informazione civica in relazione al ruolo delle istituzioni locali sempre più importanti nella costruzione del processo decisionale. Pertanto è possibile ipotizzare il seguente programma di azione: via etere e in forma analogica sino al 2006⁶ vedranno la luce 21 testate regionali all'interno delle quali prenderanno forma, a fianco dei tradizionali telegiornali regionali, spazi informativi locali. Gli inserti informativi regionali e i relativi *magazine* saranno inseriti in quattro fasce sul modello delle *local news* con le informazioni sul traffico, il meteo, i programmi d'informazione locale e regionale con corrispondenze e collegamenti in diretta sugli avvenimenti principali. Broadcasting video digitale terrestre, dal 2006⁷, con l'avvento del nuovo sistema di trasmissione e la conseguente moltiplicazione della disponibilità di canali e servizi sarà possibile arricchire l'offerta implementando le sinergie attivate con le emittenti locali. Sarà così possibile costruire un *mini-bouquet* digitale locale composto dalle emittenti locali private che collaborano alla redazione dell'informazione di prossimità arricchendone i contenuti di servizio e l'approfondimento. Analogico ragionamento può essere fatto per le trasmissioni audio (Digital Audio Broadcasting).

⁶ Le trasmissioni televisive dei programmi e dei servizi multimediali su frequenze terrestri devono essere irradiate esclusivamente in tecnica digitale entro l'anno 2006 come riportato nel comma 5, articolo 2-bis, della legge n. 66/2001 di conversione del decreto legge n. 5/2001.

⁷ Legge n. 66/2001.

3.4 Come la pensano gli altri

Traslochi, potenziamenti, progetti originali ed inediti: negli ultimi decenni sono state numerose le enunciazioni di imminenti rilanci della sede di Milano. Il filo conduttore, da destra a sinistra partiva dalla stessa motivazione: la vera TV è nata a Milano, a Milano c'è l'industria culturale italiana, ma alle parole non sono mai seguiti i fatti. Persino l'ulivissimo presidente Zaccaria promise qualcosa del genere al neoeletto sindaco di Milano Albertini. Di seguito riportiamo un campionario delle dichiarazioni partendo proprio da un consigliere d'amministrazione di allora Stefano Balassone⁸ e di Angelo Guglielmi ex direttore di Rai3: "è inutile ricordare che Milano è una grande città; fino a vent'anni fa, era anche la capitale dello spettacolo poi smantellata dalla vocazione romanocentrica della Rai. Il modo concreto che la Rai potrebbe seguire per dare una consistenza alla sua presenza a Milano potrebbe essere quello di una società che abbia a Milano le sue funzioni strategiche. La Rai divenga qualcosa di diverso da quel che è e finisca di essere romanocentrica". Dagli atti di un congresso del 1999 del sindacato egemone nel servizio pubblico, l'USIGRAI, si legge "resiste il pregiudizio aziendale che considera le sedi regionali, più che una ricchezza specifica del servizio pubblico, pericolosi focolai di spesa. E questo pregiudizio ha determinato un progressivo arretramento della presenza Rai sul territorio. Dichiarò Mediaset: <<se la legge ce lo consentisse, faremmo subito quell'informazione regionale che tanto aiuta la Rai>>. Il cosiddetto *competitor* ha forse più chiaro della Rai che lì c'è un elemento essenziale della nostra legittimazione come servizio pubblico". Mino Martinazzoli capogruppo Margherita in Regione Lombardia nel corso del seminario "Rai, modello federalista o una rete a Milano?" (2002) sostiene che "noi avevamo nel nostro programma l'idea di consentire autonomie e responsabilità ad un pezzo di Rai che fosse localizzata qui (a Milano ndr). Questa è una regione (la Lombardia) della quale hanno parlato e in cui hanno vissuto e scritto Manzoni, Gadda e Testori, che meriterebbero un ricordo da parte di della tv perché sono miniere di racconti di quello che siamo noi e credo che possano essere interpretati e valorizzati solo da coloro che sono nati sulla stessa terra".

4. I MODELLI DI TV TERRITORIALE⁹

La concezione più evoluta di servizio pubblico deve accogliere una visione oggettiva (cosa è) piuttosto che soggettiva (chi fa). La Corte Costituzionale (sentenza n. 58 del 1965) ha sancito la possibilità di affidamento in concessione ad una società privata del servizio di radiotelevisioni, il referendum dell'11 giugno 1995 ha abrogato la "totale partecipazione pubblica" della legge Mammi eliminando la riserva della titolarità delle azioni Rai alla mano pubblica. La legge Meccanico ha stabilito l'eliminazione della pubblicità dalla terza rete Rai come confermato dall'Autorità per le comunicazioni (delibera n. 346/01/CONS) che ha stabilito al 31 dicembre 2003, in coincidenza con l'abbandono delle frequenze terrestri di Retequattro e Tele+, il termine ultimo per la trasformazione.

I modelli di televisione territoriale che possono essere di riferimento per le nostre riflessioni sono sostanzialmente cinque: macro regionale pubblico tedesco, privato inglese, comunitario

⁸ "La brutta addormentata, TV e dopo" di Stefano Balassone e Angelo Guglielmi (1993)

⁹ "Per un autentico federalismo radiotelevisivo" di Bruno Samalvico, marzo 1998. "Con lo stato e con il mercato? Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo" di Angelo Zaccone Teodosi e Francesca Medolago Albani, aprile 2000, Mondatori.

svizzero, asimmetrico spagnolo e *décrochage* francese. Ovviamente, ogni modello fa riferimento ad una storia, per esempio in Germania la struttura federale dello stato post-bellico è stata riproposta nel sistema radiofonico per scongiurare l'accentramento dei poteri, in Svizzera era preminente la necessità di creare un modello confederale e multilingue.¹⁰

4.1 Pubblico macro-regionale tedesco ARD

La struttura federale è la caratteristica più rilevante di questo sistema televisivo nel quale sono i Länder e non lo Stato centrale ad avere la responsabilità normativa sul settore. Nel nostro continente è il modello che ha realizzato la migliore distribuzione informativa ed ideativa federando soggetti regionali che producono anche per il palinsesto nazionale. Un interessante soluzione proposta da questo modello esclude la pubblicità dalle due reti di servizio pubblico durante il *prime time* (dopo le 20) e il fine settimana liberando il servizio pubblico dalla spada di Damocle dell'audience. E' da sottolineare che questa struttura molto pesante, richiede il gettito da canone più elevato d'Europa (oltre 5 miliardi di Euro all'anno) per la maggior parte assorbito dalle undici televisioni dei Länder. La trasposizione di questo modello alla nostra realtà comporterebbe la creazione di quattro emittenti macro-regionali (Nord, Centro, Sud e Isole) con una programmazione unificata solo per il telegiornale nazionale.

4.2 Privato inglese

Lo stato non si limita a finanziare una rete pubblica ma bensì costruisce un insieme di programmi che sono inseriti all'interno di palinsesti di altre emittenti nel rispetto di determinati requisiti di qualità ed organicità di proposta. Questo modello ha come pregio quello di liberalizzare il concetto di televisione pubblica ottenendo una pluralità di soggetti, pubblici e privati. Un'esperienza simile è stata intrapresa nella Nord Renania-Westfalia e nei Paesi Bassi con la realizzazione di una 'finestra pubblica' sulle reti commerciali. Infatti, nel Land tedesco oltre al 'canonico' servizio pubblico è stato imposto alle tv commerciali di mettere in onda, per alcune ore a settimana, in prima e seconda serata, programmi realizzati da una specifica società che opera su licenza regionale per la realizzazione di trasmissioni a carattere culturale. Nei Paesi Bassi hanno preferito seguire la strada della realizzazione di spazi per le associazioni di telespettatori (sono una quarantina) o comunque soggetti no-profit.

4.3 Comunitario-linguistico della Svizzera

E' contraddistinto da alti livelli di fidelizzazione per quanto riguarda il radicamento dell'informazione di prossimità anche grazie ad un cospicuo finanziamento da canone. Dall'altro lato subisce la concorrenza delle emittenti provenienti dai paesi confinanti come conferma l'esperienza del Belgio.

4.4 Federalismo asimmetrico della Spagna

In questo caso i soggetti pubblici regionali sono messi in concorrenza con i concessionari nazionali. Le regioni stipulano diversi contratti di servizio con i soggetti che realizzano l'offerta di servizio pubblico desiderata, definita in termini quantitativi e qualitativi, finanziata da

¹⁰ I modelli riportati sono stati esaminati nel convegno, tenutosi nel 1997 a Milano, organizzato dalla Regione Lombardia su "La televisione a dimensione regionale: i modelli sperimentati in Europa".

sovvenzioni dei governi regionali e dalla pubblicità locale. Emblematico è l'esempio della catalana TV3.

4.5 Il *Décrochage* francese¹¹

Dando un forte impulso all'informazione di prossimità con brevi telegiornali locali-regionali ed instaurando una forte rete di rapporti con gli editori locali France 3 è riuscita a dare nuovo impulso agli ascolti raccogliendo il 20% dello share medio. Questo modello è connotato da un'elevata fidelizzazione del telespettatore ed è molto dispendioso richiedendo circa un terzo delle risorse del canone oltre ad un ricorso al mercato pubblicitario locale. L'informazione locale è stata il fattore vincente della programmazione di France 3, l'unica emittente pubblica che ha registrato una forte crescita di ascolti sul piano nazionale che gli ha consentito di posizionarsi al terzo posto dietro a TF1 e France 2 superando la seconda televisione commerciale generalista M6. France 3 beneficia di picchi di ascolti, spesso superiori al 50-60%, soprattutto nei brevi notiziari di informazione locale programmati a ridosso dei telegiornali regionali. Dall'osservazione dei dati degli ascolti della programmazione regionale si evince che l'informazione regionale e locale è in grado di produrre risultati superiori a quelli degli spazi d'informazione nazionali. Questa crescita ha avuto aspetti positivi anche sulla raccolta pubblicitaria nazionale in prossimità delle fasce informative regionali. Nella striscia meridiana l'ascolto dei telegiornali regionali è superiore di tre punti rispetto a quello nazionale (audience media quotidiana 16,5%, nella fascia meridiana il TG regionale ha il 21,3% e quello nazionale il 16,7%). Nella fascia preserale i telegiornali regionali confermano il loro successo di pubblico (37,7%) e i locali forniscono risultati nettamente migliori (34,1% contro il 29,3% del nazionale)¹². Risultati così positivi hanno innescato il fenomeno della competizione dinamica con M6 sui prodotti d'informazione locale che ha dato nuova linfa all'informazione di prossimità francese ed entusiasmato il personale dei centri regionali prima relegato al ruolo di partente povero della sede centrale di Parigi.

¹¹ Rai Divisione 2, rapporto di ricerca su "La rete televisiva pubblica francese France 3 e il sistema di decentramento dell'informazione" di Giuseppe Richieri, ottobre 1999.

¹² Ascolti medi autunno 1998 ricerca di Giuseppe Richieri dell'Università della Svizzera Italiana con la collaborazione di Bruno Samalvico della Rai, Divisione 2.