

Milano, maggio 1999

RSU RAI MILANO

VERBALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI AL CONVEGNO DEL 10 MAGGIO SUL RUOLO DELLA RAI DI MILANO

FLAVIO TOMEL, presidente del Convegno:

.....l'obiettivo della rai del 2000 è quello di essere una sorta di produttore per il mercato esterno, di uscire quindi dalla sua produzione interna. Abbiamo insediamenti importanti e capaci di produrre, chiediamo una chiarezza anche da parte del legislatore, che vincoli il servizio pubblico a produrre internamente ai suoi insediamenti. Gli interventi sono molti, do il via ai lavori.

MARINO LIVOLSI, preside del corso di laurea di scienza della comunicazione dello IULM:

Una delle ragioni della mia presenza qui è la mia ideale partecipazione ad incontri di questo genere. Premetto che sono scettico sul fatto che si possano trovare sinergie tra questo mondo e le innumerevoli iniziative che sono presenti sul nostro territorio. Abbiamo tre fattori da considerare in questo momento:

1.il cambiamento legislativo per il mondo della comunicazione in Italia (1138) che porta ad un cambiamento della struttura del servizio pubblico, con un ruolo particolare per la terza rete. Questo va ovviamente accompagnato da un discorso di riorganizzazione complessiva dell'intero comparto, ma sicuramente il momento è favorevole.

2.il secondo è il cambiamento del sistema televisivo che offre comunque una serie di nuovi e diversi spazi di intervento, senza la limitazione delle tre reti convenzionali generaliste.

3.la televisione come finora l'abbiamo "vista" soffre un momento di grande crisi, anche se nascosta dai dati di ascolto. In realtà la tv è per così dire accesa come rumore di fondo. Le ricerche che non solo noi stiamo facendo denunciano una crisi di legittimazione del mezzo televisivo, che passa attraverso la noia e il non fidarsi del tipo di informazione.

Tenendo conto di ciò si deve comunque giungere ad una relativa autonomia dei palinsesti e ad una grande innovazione nei formati del produrre tv. Milano può fare molto in questo senso, ma non basta rivendicare degli spazi nei palinsesti.

E' un problema di strutture, di organizzazione, di modi produttivi e, prima ancora, ideativi. La riorganizzazione del servizio pubblico può portare ad una relativa autonomia che costituisca un'interfaccia con il mondo esterno. Non credo che basti dire che Milano ha molte possibilità, bisogna dire anche come utilizzarle. E' evidente che penso che l'università sia uno degli ambiti dove sia possibile realizzare queste sinergie, ma sono convinto che le presenze che si affacceranno per prime nel tentativo di occupare per prime questi spazi di diffusione dei loro contenuti, non saranno necessariamente le migliori; ecco perché è necessaria una regolamentazione precisa. In questo senso può essere utile evidenziare le cosiddette assenze dalla tv di oggi di alcuni elementi fondamentali:

la cultura: senza ritornare nostalgicamente al parallelo cultura-intellettualismo, vi sono a Milano degli ambiti di cultura che definirei "della contemporaneità, legati al mondo della moda e della pubblicità e delle ricerche di vario genere, nonché del teatro che è molto vivace.

ANDREA CORBELLA, membro del Direttivo della RSU di Milano:

Vorrei innanzi tutto ringraziare gli ospiti intervenuti a questo nostro incontro di studio e di proposta, e soprattutto ringrazio voi, lavoratori della Rai, per aver voluto partecipare.

Il tema di questo convegno è "il ruolo di Milano nella Rai del 2000", ma permettetemi di prendere il discorso più "alla larga" come si dice, per un attimo: la nostra Azienda ha subito innegabili e, penso, proficue trasformazioni dal punto di vista strutturale e della ingegneria aziendale. La Divisionalizzazione consentirà una presenza sul mercato che porterà probabilmente al non ritirarsi un pò sgomenti di fronte alle violente mutazioni del mercato.

Quello che ora va definito più in dettaglio è la natura e il prodotto del Servizio Pubblico e se debba continuare ad esistere un Servizio Pubblico.

La risposta, credo, sta nel nome: servizio. Ecco, la Rai ha il dovere di porsi al servizio della collettività, il che significa pluralismo culturale, difesa dei valori democratici nell'informazione, sviluppo di strumenti critici negli utenti.

Il privato, per definizione, privilegia una parte - ed è giusto che sia così - mentre il Servizio Pubblico deve trarre ispirazione e rappresentare la "complessità", tutte le voci, le nature, le presenze....garantendo a tutti, a coloro che pagano il canone, quel "minimum" di informazione, cultura, intrattenimento altrimenti appannaggio di chi può permettersi le tv a pagamento, i canali satellitari etc.

Ma, e qui veniamo al punto dolente, quest'Azienda ruota intorno ad un solo asse strutturale - Roma e la continuità con il potere politico - trae idee solo in ambiti ristretti ormai quasi autoreferenziali. Ma può la maggior impresa editoriale del Paese limitare sistematicamente le proprie fonti di ispirazione, invece di seminare e raccogliere quanto più possibile (a largo spettro) sul territorio, in modo da rinnovare, svecchiare, ri-creare la propria offerta?

Questa, di attivare le risorse economiche culturali religiose materiali e spirituali insomma, è un'altra caratteristica fondante del Servizio Pubblico, e attualmente viene troppo spesso ignorata.

La grande scommessa può essere la nuova Terza Rete, chiamiamola così, la cosiddetta Rete a vocazione territoriale: sganciata dalla schiavitù dell'audience e, quindi, dal ricatto della risorsa pubblicitaria, essa ha il dovere di aprirsi al territorio, stimolarne le energie nascoste, fare da detonatore che smuova situazioni culturali stagnanti e ripetitive (senza per questo ricadere in una concezione di televisione minoritaria, elitaria e magari un pò noiosa).

E' proprio quello che vale per Milano: progressivamente, nel corso degli anni, questa città ha perso sia il ruolo privilegiato di osservatorio delle mutazioni economiche e sociali, sia la cultura che la sosteneva, mentre - parallelamente - ha visto il consolidarsi di realtà importanti (si pensi alla moda, all'editoria e alla finanza) con le quali si potrebbero attivare sinergie stimolanti.

La Rai di Milano sembra aver risentito solo del primo aspetto e difatti la nostra sede si è man mano svuotata dapprima di titolarità ideativa e poi anche produttiva, ritirandosi in una nicchia che produce per la Centralità, in un'ossessionante ripetitività di gesti e pensieri.

Fino ad ora, ma voglio credere che questo incontro segnerà un'inversione di tendenza, siamo stati via via appaltati a questo o a quel personaggio, più o meno amabile, che usava uomini e mezzi, in svariati casi anche esterni all'Azienda, a suo insindacabile giudizio. Fino ad oggi è mancato un progetto editoriale con cui i vari personaggi potessero misurarsi, calibrando le proprie esigenze, adattandosi - loro e non viceversa - ad una linea editoriale robusta e presente.

Noi pensiamo che un simile stato di cose vada contro gli interessi generali della Rai in quanto Azienda, e non vale nascondersi dietro le esigenze pur legittime di bilancio o la presenza onerosa dei lavoratori: pensiamo sia più oneroso tenere centinaia di persone in una condizione frustrante, piuttosto che coinvolgerle in un progetto collettivo di rilancio.

Alla Rai esisteva la "qualità totale" prima che la inventassero i giapponesi o gli economisti di Chigago....Nessuno si è mai tirato indietro di fronte al lavoro, anzi tutti o quasi hanno dato senza riserve, a condizione che si trattasse di un lavoro intelligente, utile, dove la professionalità veniva valorizzata proprio per rispetto al pubblico. Questo è un grande segno di maturità da parte dei lavoratori Rai: impegnarsi su progetti intelligenti e, in mancanza di questi, richiederne di altri e numerosi.

Sì, vogliamo lavorare con intelligenza, e allora anche gli sprechi, i privilegi assurdi etc.(che pure esistono) non avranno più ragione d'essere.

Riconoscendo quindi, senza piaggeria, il gran lavoro fatto fino ad ora per trasformare la nostra Azienda, pensiamo che occorra evidenziare alcuni contenuti su cui chiediamo una risposta precisa senza troppi margini di dubbio e che costituirebbero un effettivo rilancio (anche in termini di investimenti).

Le nostre proposte sono le seguenti:

- ? "AGENZIA DI IDEE" (come tra l'altro ipotizzato da Bruno D'Aste) per la produzione nel nostro insediamento di nuovi format
- ? spazi per la sperimentazione che consentano l'emergere della vocazione inscritta nel nome della nostra città, "Mediolanum": "in mezzo" e quindi centro di incontro e d'integrazione tra mondi, culture e esperienze di vita differenti, ma destinate a coesistere (i recenti venti di guerra dimostrano come importante sia una azione pedagogica e propedeutica in questo senso)
- ? spazi per strutture di servizio: notiziari per extracomunitari, agenzia informativa per stranieri e soprattutto vari livelli di coproduzioni con i paesi limitrofi della "Grande Europa".
- ? spazi per gestire sempre più il rapporto con quanto esiste sul territorio: teatri, moda, cultura, industria, design, università etc.

GABRIELE ALBERTINI, sindaco di Milano:

Milano è design, moda, capacità imprenditoriale, ma anche editoria, cultura, arte - il teatro La Scala; la più importante presenza italiana di mezzi di comunicazione, le 346 case editrici, che pubblicano ogni anno 142 milioni di copie (1 libro su 2 viene stampato a Milano); per il settore quotidiani e periodici abbiamo 231 testate, con 11 quotidiani. È forse superfluo ricordare proprio a voi la ricca presenza di radio e tv nazionali e locali. Oltre a Rai e Mediaset, in città trasmettono 7 emittenti tv e in provincia 14; le radio cittadine sono 27 e in provincia 43. Tutto questo non appartiene solo a Milano, è un patrimonio nazionale. Ecco perché riflettere sul ruolo della sede Rai di Corso Sempione significa in effetti allargare la nostra attenzione all'intero sistema Rai, alla sua capacità di confrontarsi con i concorrenti - concorrenti molto agguerriti che sono per la maggior parte milanesi - e nello stesso tempo di rispondere alle finalità proprie del servizio pubblico.

L'incontro di oggi, ai massimi livelli, potrà essere utile se non si limiterà a prendere atto di preoccupazioni o critiche che pure verranno e in gran parte già conosciamo, ma saprà anche indicare soluzioni nuove.

Come cittadino e come sindaco mi preoccupo di due aspetti: il primo, il più ovvio e doveroso, è che la Sede Rai di Milano abbia nella strategia dell'Azienda un ruolo di primo piano, così da garantire alle 700 persone che lavorano con gran professionalità e dedizione non solo l'occupazione ma anche la soddisfazione di essere parte integrante e ascoltata di un progetto più vasto. Il secondo punto che mi preme discende da questa premessa: Milano, anche attraverso questa sede Rai deve poter eccellere, rappresentando il nuovo del paese, la frontiera aperta sull'Europa, la conferma che la

sfida economica italiana comincia con l'affermazione della sua più rappresentativa TV. Non sono un esperto e non voglio entrare nel merito della questione, anche se proprio da non-politico mi sembra di poter escludere che la politica possa un giorno rinunciare al privilegio di gestire direttamente da Roma le principali edizioni del telegiornale nazionale, ma esistono tante altre opportunità che Milano deve poter cogliere, prima fra tutte proprio quella delle nuove tecnologie. Sovente, parlando con i sindacati, rilevo una giusta preoccupazione, cercando il miglioramento dei servizi resi al pubblico: non si devono eliminare posti di lavoro ma, al contrario, crearne di nuovi. Perché questo concetto non viene applicato anche a Milano dalla Rai? Diamo a questa sede nuove opportunità, mettiamola, mettetela nella condizione di potersi confrontare con i vari "competitors" che proprio qui a Milano stanno attuando quella rivoluzione che arriva nelle nostre case attraverso le fibre ottiche e il satellite. Un'altra grande opportunità che Milano può offrire attraverso questa sede a tutto il paese è un più intenso rapporto con le proprie istituzioni culturali, prima fra tutte la Scala, ma non solo – e penso ai nostri teatri, alle manifestazioni culturali, ad iniziative comuni. E poi c'è l'Europa, che a Milano è già di casa. Anche su questo grande scenario ritengo siano possibili collaborazioni con altre televisioni e con altre città straniere con cui siamo in contatto per i problemi che ci accomunano.

Sempre più spesso ci richiamiamo all'orgoglio di Milano e forse lo stiamo un po' ritrovando. Ne abbiamo fatto il nostro progetto di Città, non quella, la città, delle case, delle cose, ma quella dei cittadini, degli uomini e delle donne che la abitano e che vi lavorano. Credo che questo possa valere anche per la Rai e spero che questa voglia di fare conduca ad una più intensa presenza a Milano di quelle produzioni che danno l'anima ad una sede e accendono la passione di chi vi lavora.

Vi ringrazio per l'attenzione.

.....PANZERI, Segretario Generale della Camera del Lavoro di Milano

Non c'è dubbio che il dibattito aperto sul futuro della Rai rivesta una notevole importanza e credo che abbiano fatto bene Rsu e sindacati di categoria ad organizzare questo appuntamento, ma non c'è dubbio che ci sia un rischio che io considero importante evitare, di essere troppo ripetitivi, di chiamare in campo idee e sollecitazioni che poi si perdono, durano un po' uno spazio di un mattinata. Tante volte ci si è trovati d'accordo sulla esigenza di innovare, cui però non è seguito niente o quasi niente.

E devo dire che sono problemi nostri, anche della nostra capacità come sindacato di incidere sulla realtà. Ma è anche vero che io ho la stranissima impressione che siamo di fronte a dei veri e propri muri di gomma, e mi auguro che questo appuntamento interno davvero riesca ad inaugurare uno sforzo comune per superare i limiti e i problemi che abbiamo presente.

Il mio punto di vista è un po' questo: penso che la Rai prima ancora che servizio pubblico sia un animale politico, si adatta alle tendenze e con gli umori molto attento a chi vince, non credo di raccontare cose straordinarie, ma cose che sono risapute, e so anche bene che nessuno si spaventa per questo. Però io credo che siano cose da dire, perché basta fare anche un semplice esempio per dimostrare questo. Si è cominciato a parlare di federalismo e di rete territoriale, e lo si è fatto di fronte all'avanzata della lega. La Lega sembra arrestarsi e scompare questa discussione sulla dimensione territoriale della Rai. Io penso che sia venuto il momento in qualche modo di invertire la tendenza, la rotta per tentare di assicurare in qualche modo un minimo di coerenza, di linearità alle decisioni del dibattito che si è aperto. Noi abbiamo già avuto modo di dire che il progetto di trasformazione della terza rete in valenza territoriale può rappresentare un'occasione importante per il complessivo riordino del sistema radiotelevisivo. Anzi, ho sempre considerato tutto ciò una doverosa premessa, e cioè l'avvio di un piano di riorganizzazione dell'intera azienda per rispondere ad una serie di interrogativi su quali divisioni e quale struttura aziendale siano necessarie. Tutto questo perché in qualche modo si possano assicurare credibili garanzie per il ruolo pubblico di tutta la Rai e non solo di una Rete – garanzie sulle risorse e sui ruoli occupazionali – per questo pensi sia indispensabile avere, come dire, un quadro d'insieme coerente e capace di rispondere alle esigenze e alle aspettative che abbiamo presenti. Come si da, queste esigenze a noi, perlomeno a me, appaiono sotto diversi titoli: innanzitutto vi è una questione che è attinente i ruoli e la funzione del centro di produzione lombardo e la mancanza di una programmazione di respiro nazionale, soprattutto se si pensa che altri centri Rai stanno trovando una loro dimensione – ovviamente in questa discussione non intendo porre problemi di contrapposizione di natura territoriale, perché sono convinto che il sistema radiotelevisivo pubblico vive se vive anche una sorta di federalismo televisivo e se c'è effettivamente una integrazione con il territorio – mi pare che da questo punto di vista Milano abbia tutte le potenzialità qualitative e quantitative per fare questo sforzo. Ma credo che questo non sarà possibile se non si introduce una correzione dell'attuale impostazione che vede una realtà ancora debole, non collegata con il territorio e una capacità produttiva cui non corrisponde assolutamente una adeguata programmazione. Per questo risottolineo il fatto che bisogna invertire la tendenza, per farlo sono necessarie alcune scelte chiare e speriamo condivisibili. Innanzitutto occorre attuare un decentramento della rete Rai a livello territoriale, avere in sostanza pezzi dell'azienda strutturalmente a Milano. Si è fatta una innovazione con il Tg di mezzogiorno, ma voglio dire, lo sta facendo anche il governo con l'annuncio di Fassino che passa alcuni lunedì del mese su questa città – credo che possa fare anche la Rai uno sforzo maggiore. In secondo luogo occorre promuovere un più altro rapporto con le istituzioni e anche con i cittadini – penso ad una sorta di patto per la qualità del sistema radiotelevisivo e vedo qui anche un rapporto importante e positivo che il sindacato può svolgere in ordine alla ridefinizione di un nuovo quadro di relazioni sindacali. Nell'attuare il processo di decentramento bisogna assolutamente evitare una serie di rischi e cioè di ripetere in piccolo il modello Rai nazionale, questo già oggi succede, basta guardare come si dice.

Decentramento deve significare anche una positiva contaminazione con la realtà territoriale e non costruire un modellino burocratico piccolo al servizio di un potere più piccolo, perché davvero saremmo di fronte ad una cosa ben misera.

In terzo luogo credo che sia utile costruire le condizioni perché il sistema radiorelevisivo territoriale connetta virtuosamente con il circuito culturale, lo ricordava il Sindaco prima, Con i diversi soggetti che agiscono sul territorio, con le stesse emittenti televisive private per mettere in atto tutte le sinergie possibile, per riqualificare il sistema e per determinare una programmazione più forte ed incisiva.

Ed infine io credo che tutto questa imponga una classe dirigente aziendale capace di essere coerente con questa impostazione, una classe dirigente che esca un po' da una logica meramente burocratica di gestione e sia in grado di misurarsi con i processi che sono in corso che impongono alla Rai un salto di qualità nello scenario che si apre. Ora mi pare di poter dire che sono cambiate un po' di persone, definiti nuovi ruoli, ma sì e sicuri, e lo chiedo al direttore generale che si è operato in coerenza con questi obiettivi? Personalmente nutro non poche perplessità. In definitiva sono convinto che Milano possa svolgere un ruolo importante in questa direzione. Questa città, per la ricchezza e la complessità presenti e per la funzione di eccellenza che possiede deve essere trainante in questo processo, anche per il suo essere porta verso l'Europa, e qui un ruolo importante delle istituzioni locali, la Regione, la Provincia, il Comune, un ruolo più attivo, di dimensione generale, e penso infine che la Rai di Milano abbia un patrimonio di intelligenza, di professionalità che sarebbe davvero sciocco non utilizzare e sprecare. Per questo ritengo importante questo convegno, ma lo sarà ancora di più se le cose che verranno delineate poi troveranno una coerenza nell'impostazione e nelle decisioni che dovranno essere assunte qui, come in sede nazionale.

LIVIO TAMBERI, Presidente della Provincia di Milano

Buongiorno. In campo televisivo, a Milano, si sono verificati in concomitanza due fatti televisivi: la nascita di una grande, come dimensione, televisione privata, e il lento deperimento del Centro di Produzione Rai.

La Rai ha infatti portato alle estreme conseguenze quella dipendenza romana non solo politica ma contenutistica che ha da sempre caratterizzato i suoi palinsesti. Vi è però la necessità, ce lo diciamo tutti gli anni, di ridefinire la vocazione della Rai di Milano. È una rivoluzione che non può interessare solo i programmi informativi, serve un'agenda di lavoro che comprenda lo sport, la scienza, l'editoria, i problemi economici, quelli dell'occupazione, sociali, della grande Milano non del territorio del Comune di Milano che termina a "caselli del dazio?", Milano priva di terra, e soprattutto della provincia.

Ritengo personalmente assurdo avere tre reti che ripetono le stesse notizie e non averne una pubblica per segnalare, discutere, fenomeni di rilevanza sociale che avvengono in questa cosiddetta periferia che non è Più periferia – cinquecentomila milanesi che hanno trovato asilo abitativo al di fuori di questa cerchia daziaria negli ultimi anni. La provincia più avanzata d'Italia, continuano a dircelo, trainante, quattro milioni di abitanti, metà abitanti della Lombardia su un territorio piccolo, una Lombardia che ha gli stessi tempi della Valle d'Aosta nella televisione Rete Tre. Se lo spazio per il locale, per l'attività locale è limitato, c'è una propensione a evidenziare solo, fra l'altro, alcuni fenomeni o alcune persone. Ho anch'io attivato, come Provincia, l'osservatorio di Pavia. Andate a vedere quanto spazio è stato dato alla Provincia, quanto al Comune, quanto alla Regione. E dire, che in questa Provincia ci sono 120.000 studenti, non tutti in città, anzi, quasi tutti all'esterno, nelle scuole superiori, che noi amministriamo. La "Vigilanza" su questa Rai, dovrebbe andare a guardare anche queste cose. La Rai non sta impegnando le sue strutture per cogliere fenomeni sociali, fermenti sociali di una realtà complessa come quella di questa Provincia. Si seguono pacchetti preconfezionati, ci si mantiene ad un livello superficiale di informazione per tentare una concorrenza nei confronti di queste piccole o grandi Tv, come dimensione, commerciali, quelle che tendono a comprare la politica.

L'interesse per il territorio alla base dell'audience, l'offerta milanese deve essere rivalutata attraverso l'interesse per il territorio che bisogna riconoscere, è stato il presupposto per il successo di Mediaset. Milano, certamente, perché qui hanno sede ancora per un po' le grandi imprese, quelle che citava il Sindaco prima, ma gli stabilimenti non ci sono più, gli stabilimenti sono fuori, le piccole e medie imprese non hanno sede in città, hanno sede altrove. Nascono e muoiono in funzione di come questa realtà locale dell'economia viene presentata e viene integrata dall'informazione, oggi tanto indispensabile. Nella sua periferia Milano ha risolto i problemi dell'occupazione fino a un certo punto, non certo nella grande città, non possiamo chiedere all'interland di faticare e poi dare benefici solo al capoluogo che fa parte della provincia. Ci sono 125.000 studenti e 217 scuole superiori della provincia che chiedono teatro, informazione cultura televisiva, sono già collegati in rete perfino con lo spazio "Oberdan" che abbiamo aperto in città ma che è al servizio dell'Italia, della provincia in particolare, collegato in tempo reale con i musei del mondo, con tutti i centri di spettacolo, aperto porta Venezia l'altro ieri, su progetto di Gae Aulenti, in assenza totale di rappresentanti della città, come se fossimo una cosa diversa, avendo avuto 1.100.000 alle elezioni, compresi i voti di questa città.

Le Università si stanno centrifugando, vanno a Castellanza, a Varese, in periferia, nelle aree di recupero perché lì c'è disponibilità di spazi e strutture. Le biblioteche più moderne, le uniche inaugurate in questi quattro anni da quando faccio il Presidente, su vostro mandato, io le ho inaugurate a Bollate. C'è quella di Vimercate, storica, a Rho, Abbiategrasso, Lainate, Desio e potrei andare avanti; nei campi del Comune di Cisliano, visto che oggi i sistemi telematici offrono anche alle frazioni comunicazione diretta e libri dal sistema bibliotecario che funziona. In mezzo al granoturco, in una ex scuola elementare in una frazione che si chiama Basiano, andate a vedere. È lì che nasce la domanda di cultura, perché la cultura milanese non è solo quella del Piccolo, della Scala, che peraltro hanno il nostro apporto.

Riguardo il rapporto tra provincia e tv, come provincia abbiamo dovuto ricorrere a contratti con le televisioni più significative sul territorio, esattamente 3, per assicurare spazi di copertura alle manifestazioni culturali, alle problematiche sociali delle diverse realtà sparse sul territorio, facendo dei contratti, per quello che possiamo. La RAI ha rifiutato di occuparsene.

Vi illustro, per dovere di chiarezza, cosa fa la Provincia: abbiamo dei fondi e dobbiamo spenderli in questo senso, perché c'è una legge che ce lo impone (il primo anno sono stato richiamato per non averli spesi-non sapevo come, in che direzione). Ho ricevuto una circolare dell'allora Presidente del Consiglio Berlusconi, che riguardava l'uso obbligatorio delle Televisioni e della Stampa locale (per diffondere le iniziative della Provincia); a tutt'oggi è inconcepibile che questo non si riesca a realizzare tramite RAITRE, a pagamento!

Serve, me ne rendo conto, una riforma RAI che tenga conto dell'area metropolitana, del territorio, della presenza di comunità grandi e piccole che stanno contribuendo all'ingresso dell'Italia in Europa, le realtà del volontariato, dell'economia piccola e media che hanno fatto il miracolo dell'occupazione. La realtà del sociale, della cooperazione e dei consorzi.. La nascita dei Centri-Lavoro che abbiamo realizzato con i Sindacati e con le associazioni Padronali locali sta a significare un nuovo approccio di collaborazione e di concertazione. Gli investimenti non mancano, esiste una rete di comunicazione telematica. Cosa aspetta la Rai, società pubblica, a utilizzare queste reti della provincia per raggiungere ad es. le scuole; questo studio (TV3) è più piccolo della sala inaugurata l'anno scorso nella scuola di via S. Dionisi, dove insegnano le tecniche di ripresa cinetelevisive, regia televisiva e radiofonica ecc., è possibile che dobbiamo andare avanti sapendo che il TV3 è lo studio più grande che la RAI ha a Milano? Dove sono gli investimenti per le strutture? se non si possono fare in centro città, andiamo in periferia, dove volete ma bisogna assolutamente creare nuovi spazi, poiché questi non sono più sufficienti. C'è la grande potenzialità umana, la vostra, che va valorizzata per qui bisogna farsi sentire anche con parole forti perché altrimenti, come mi risulta, gli investimenti si fanno a Napoli e non qui. Credo che questa sia la via da percorrere; un atto di orgoglio e di presenza a partire dai lavoratori della Rai di Milano perché altrimenti risultano limitati anche le iniziative e gli investimenti in un ente pubblico come la Provincia che collega le 217 scuole, i comuni ecc.. ad. Esempio l'anno scorso si doveva realizzare un'iniziativa nella Sala Corridoio della Provincia che poi non è stata presentata. Dovevamo realizzare un grande show e avevo fatto mettere le parabole che servivano ma poi non se ne è fatto nulla, forse perché in questa Milano la Provincia non è omologata politicamente alla Regione e al Comune, e se è così lo denuncio pubblicamente. Non è più tollerabile un sistema così concepito, poiché deve essere chiaro che la spartizione non può riguardare l'informazione. Sono già abbastanza tre televisioni private in concessione che si permettono di trasmettere congressi di partito, replicati più volte anche di notte, per imbesuire coloro che non dormono ripetendo slogan in continuazione, cosa che la Rai non ha mai fatto neanche quando era definita TV di regime. E quindi necessaria una riforma della RAI che tenga conto anche di questo insediamento perché altrimenti non è possibile l'integrazione tra economia e informazione. Viviamo in questa terra esperienze terribili come ad es. ITALTEL di Settimo Milanese, sacrificata ad una privatizzazione anticipata rispetto al resto d'Europa con la responsabilità che ci portiamo appresso di fronte a 4500 lavoratori, molti giovanissimi e anche qualche "genio". Assistiamo al dominio della TELECOM tedesca al prevalere degli uffici di ricerca SIEMENS a scapito di quelli della ITALTEL che chiudono. Ma la beffa peggiore è che in Italia si procede rapidamente alla quotazione santificando la strada della privatizzazione e della globalizzazione e, in questo quadro, la TELECOM TEDESCA è di proprietà dello Stato!! Non vorremmo Tutto questo è insopportabile; c'erano tremila persone in assemblea l'altro giorno, alle quali non sapevamo cosa dire. Oggi qui è stato concesso un grande spazio per manifestare questo problema, ripeto "il problema". Allora dico: siamo rappresentativi dello stato d'animo della società oppure rincorriamo l'informazione che nasce da quattro fatti di cronaca cercati dalle televisioni private? Siamo ancora un'Azienda di stato o aspettiamo la privatizzazione per diventare peggio di adesso? che ne dica il Sindaco, siamo la provincia con il maggior numero di disoccupati di tutta la Regione, pur essendo la principale provincia d'Italia per la produzione economica. Quel meno uno per cento che abbiamo avuto l'anno scorso ha significato aumento del lavoro precario. Il problema ,quindi, è l'identità: una volta negli studi di C.so Sempione si producevano progetti pensati a Milano, figure come U. Eco, Portinari, Crovi fanno parte dei miei ricordi di sessantenne. Erano figure rappresentative di uno stile di vita, di un modo di sentire collettivo che veniva tradotto con loro sullo schermo con maggiore difficoltà di adesso (la pellicola!). Concludo scusandomi per la lunghezza ma era uno sfogo, una testimonianza anche per rendere conto a tutti di quattro anni di attività della Provincia, questo Ente costituzionale trattato come la Cenerentola dall'informazione. Devo dirvi che questo Centro, ridotto com'è ad una fabbrica in un momento in cui c'è bisogno di un'informazione diversa per i fatti del mondo e soprattutto per i nostri, ha bisogno di un rilancio. L'informazione per voi è lavoro, ma che sia tale e non produzione magari data in outsearcng, o meglio, a terzi riducendo come succede ad esempio all'ENI, i lavoratori interni a passivi spettatori di quello che viene fatto fuori da altri lavoratori il più delle volte precari. Mi auguro che ciò non succeda, perché altrimenti non avremmo più una voce pubblica a Milano e saremo nelle mani di chi tenta di comprare la politica. Spero di non dover ripetere tutto questo in un prossimo convegno, grazie a tutti.

Dott. FULVIO MATONE, dirigente servizi di comunicazione della Regione Lombardia

Vi ringrazio di averci invitato a questo convegno che è davvero un momento interessante di riflessione per le Istituzioni. Vi porto i saluti del presidente della Regione Formigoni e della giunta, la loro assenza è legata ad una missione in sudamerica. Quello che porto stamattina è una sintesi e di quanto facciamo insieme come comunicazione istituzionale nei lavori insieme alla giunta e delle riflessioni fatte in diverse occasioni con vari livelli della RAI con i quali ci troviamo a lavorare. Mi sembra che l'attenzione al territorio sia richiesta in modo pressante da parte delle

istituzioni e non vorrei dilungarmi in quella che poi diventa una “guerra tra poveri”, cioè, se diamo i numeri di Milano, della Provincia, della Regione Lombardia è chiaro che emerge un buco e di questo le istituzioni chiedono conto alla RAI. Emerge la realtà di nove milioni di lombardi, dei quali anche noi facciamo parte, che lavorano e costruiscono e che chiedono non tanto di essere raccontati nei telegiornali, ma di avere uno spazio che può non essere oggettivamente solo quello dell’informazione. E’ già stato detto che Milano, Regione Lombardia, Provincia sono la porta per l’Europa, il motore economico dell’Italia, sono la punta di diamante della comunicazione del paese. I dati portati dal Sindaco valgono, secondo me, più di ogni riflessione che io potrei fare, sono numeri che alla fine contano. C’è una realtà di enorme rilievo, ma questo patrimonio sembra che oggi non riesca ad essere valorizzato come potrebbe. Non si tratta di mettere facce di questo o quel politico in video; si tratta, a nostro giudizio, di un metodo che chiediamo che in qualche modo cambi. E lo chiediamo in forza del fatto che, negli ambiti in cui era possibile, stava cominciando a cambiare. Vorrei citare come esempio il rapporto con la redazione lombarda giornalistica della RAI, dove si è iniziato a costruire una possibilità nuova di fare informazione. Penso che nessuno degli abituali ascoltatori del Gazzettino Padano e dei TG regionali possa accusare la Rai lombarda di essere suddita della Regione Lombardia; sarebbe un’offesa. C’è invece una modalità di collaborazione che permette di informare i cittadini lombardi cioè un metodo nuovo che a noi piace perché ci costringe ad essere trasparenti. Io coordino un servizio comunicazioni che, nonostante le poche risorse umane ed economiche, sente il dovere di aprire le porte dei Palazzi per cui, qualsiasi giornalista o qualsiasi richiesta di informazione da noi trova risposta. Allo stesso modo c’è la disponibilità della Redazione a capire, studiare e approfondire i temi che si trattano. Questo fenomeno nuovo sta andando avanti da alcuni anni nonostante alcuni vincoli posti a livello centrale, ad es. la programmazione delle trasmissioni televisive sulle Regioni hanno orari che, scusate la sincerità, peggio di così ci sono solo le lauree a distanza perché nella scelta dei palinsesti si è scivolato da orari di buona visione a orari di interesse sempre minore. Chiaramente queste scelte non vengono fatte qui ma altrove e, secondo noi, queste scelte incrinano il rapporto non solo con le istituzioni ma anche con i telespettatori là dove la richiesta di informazioni su quello che le istituzioni locali fanno sono molto forti. Perciò, dall’esperienza di questa novità di costruzione che riscontriamo in Regione nasce la nostra richiesta: applicare il metodo di valorizzazione di ciò che si fa sul territorio anche a livello centrale. Occorre provarci, creare referenti per cui questo sia possibile, trovare le occasioni dove sia possibile anche dirsi: - no, di questo a RAI non interessa assolutamente nulla- bene! Il problema non è sentirsi dire “si va bene” ma altresì, come giustamente diceva il presidente della provincia pur separandomi dai toni politici, il fatto che a livello nazionale non si conoscano alcune opportunità che sono di tutto il paese e sono presenti in Lombardia è un deficit, un credito in cui si trova la società lombarda, nazionale, italiana. Non conoscere lo spazio Oberdan, realizzato dalla provincia e non saperlo valorizzare in qualche modo è un esempio. Sta al servizio pubblico capire come valorizzare.... In Lombardia si realizzano mostre che sono e saranno uniche, ad es. la mostra che si terrà a fine anno del giapponese OKUSAI, una mostra esclusiva dove verranno esposti pezzi delicati che per ragioni tecniche non potranno più essere visti per anni. Questo non può essere solo patrimonio dei lombardi che andranno a palazzo reale o di chi sarà casualmente in gita da quelle parti ma deve essere patrimonio italiano e noi vogliamo riconsegnarlo al paese anche attraverso il lavoro con la RAI. Il problema è il collegamento, come ben sa il direttore (Celli) con il quale vi è un dibattito interessante su come fare a dare spazio a ciò che è già italiano per cui va soltanto restituito. Questo è un debito che sentiamo verso il paese. Facciamo il caso della riforma sanitaria, che non ci va che sia solo oggetto di scontro politico, ma deve essere esempio di riflessione perché, in un momento di difficoltà come questo riguardo alle finanze del paese, è una possibilità di risposta. Da tecnico come sono, non mi interessa che si dia ragione alla proposta della Regione Lombardia, mi interessa un confronto. Mi interessa uno spazio nel quale su questa materia si rifletta perché su queste partite si gioca il nostro futuro.

Sintetizzo le richieste di oggi: la disponibilità al cambiamento di metodo, la disponibilità a mettere in atto soluzioni e processi che diano risultati concreti. Ho sentito una sorta di pessimismo da parte del Sindaco riguardo al trasferimento di sede di Reti televisive o testate giornalistiche ed è chiaro che la nostra richiesta va in questa direzione e non pessimistica, evidentemente. Siamo certi che qui c’è un no-out e una capacità professionale tale da non dover inventare inventare nulla di nuovo. Che ci sia una realtà capace di costruire e di lavorare a noi è chiarissimo e ci sentiamo di testimoniare di fronte a qualsiasi richiesta che ci viene fatta. La proposta, in sintesi, è di una sussidiarietà dei contenuti, cioè aiutateci a suggerirvi contenuti interessanti per quello che la Rai propone. Non ci interessa un contentino, ma la disponibilità di costruire qualcosa insieme a voi (Rai). Per questo ringrazio chi ha voluto organizzare questo momento e chi ha dato la propria disponibilità ad essere qui presente ad affrontare questi temi. Ci auguriamo che questo sia un reale passo nella direzione del cambiamento richiesto da tante istituzioni.

ARMANDO GIACOMASSI segretario nazionale FISTEL CISL

Il tema di questo incontro organizzato dalle federazioni territoriali e regionali congiuntamente alle RSU propone un tema importantissimo: il ruolo della Rai nel 2000 e in particolare il ruolo di Milano. Noi pensiamo che questo tema sia direttamente collegato ad un altro argomento e cioè, il ruolo del servizio pubblico nel contesto della globalizzazione, di liberalizzazione ma anche di integrazione dei mezzi di produzione tecnologici in un momento di convergenza multimediale presente in un contesto più generale. Lo sviluppo tecnologico attraverso la digitalizzazione porterà sicuramente ad un nuovo modo di agire di tutte le realtà imprenditoriali nazionali ed internazionali. Quindi, senza un ruolo protagonista di questa Azienda nel panorama globale non c’è prospettiva neanche per Milano. Per la RAI, perciò, è una sfida importante per tenere il passo con l’evoluzione ed il cambiamento coniugando l’esigenza di competere sul mercato con il ruolo di servizio pubblico che deve fornire un servizio alla collettività, deve garantire un pluralismo politico e culturale, deve difendere i valori democratici dell’informazione, deve essere, a nostro avviso, la sede centrale

di tutela delle regole del gioco in una società complessa come la nostra. La Rai ha risposto proponendo una riorganizzazione strutturale che dovrebbe favorire la riaffermazione del ruolo centrale dell'Azienda nel panorama nazionale e, inoltre, la rivalutazione del servizio pubblico attraverso la proposta della terza rete senza pubblicità che dovrebbe garantire maggiormente questo ruolo. Ma in tale progetto c'è un punto che necessita un chiarimento, cioè quello riguardante la produzione editoriale e di contenuti complessivamente intesi. Ed è in questo contesto che si chiede quale ruolo verrà assegnato a questa realtà territoriale e a questo insediamento regionale. Noi riteniamo sia riduttivo, non crediamo che ciò dipenda dalla perdita di ruolo della città di Milano o della Lombardia quale perno dello sviluppo, di osservatorio, di laboratorio del cambiamento economico e sociale. Se si fosse verificato, probabilmente dipenderebbe dal fatto che, in un contesto di economia globale e nel contesto dell'unione europea soprattutto nel mondo della comunicazione, o si è sovranazionali nella progettazione organizzazione e anche nel pensiero, o si è fuori dalle grandi decisioni. Il ruolo delle istituzioni, e qui abbiamo sentito le parole del sindaco, del presidente della provincia, la regione ecc., devono dare un loro contributo e un ruolo per finalizzare il ruolo di Milano nel campo della comunicazione e quindi dell'editoria e, nello specifico, della Televisione per uno sviluppo conseguente all'intergrazione dei mezzi che sarà centrale. Un ruolo incentivante per favorire la crescita e lo sviluppo, perché senza questi presupposti, diventa difficile suddividere ciò che già si ha cioè, l'assetto attuale dell'Azienda. Ma per tornare al tema specifico, "Il ruolo della Rai regionale", questa sede si è svuotata, come detto dalla RSU, di tutti i contenuti ideativi e produttivi. L'iniziativa di oggi a Milano, per noi, deve servire a rimettere al centro il patrimonio professionale presente in questa realtà, restituendogli un giusto ruolo all'interno dell'Azienda e la dignità di partecipare ad un progetto di coinvolgimento vero, reale, concreto al fine di migliorare la realtà territoriale, ovviamente nel contesto del sistema televisivo complessivo. Milano e la Lombardia meritano questa attenzione ma ancora di più i lavoratori di questa Sede e Centro che tanto hanno dato nei momenti difficili di questa Azienda. Oggi l'Azienda deve rispondere con atteggiamenti di coinvolgimento dei lavoratori attraverso le proprie organizzazioni sindacali per un percorso di partecipazione finalizzato a relazioni industriali migliori ma soprattutto con proposte concrete che puntino al rilancio di questa realtà territoriale. Buone le proposte che qui sono state avanzate come la creazione di agenzie di idee e di spazi per la sperimentazione, di strutture per servizi e notiziari, di spazi per rafforzare il rapporto con le istituzioni culturali della città. Ma anche, secondo noi, Rai-SAT e relativi prodotti e contenuti in cui Milano diventi la sede formale operativa e produttiva di questa nuova iniziativa. Se riusciremmo ad ipotizzare queste soluzioni, daremmo a Milano e ai suoi lavoratori ciò che si aspettano ormai da molto tempo, cioè, vedere la propria azienda efficiente, produttiva e competitiva in cui il patrimonio professionale e occupazionale dei lavoratori acquisito nel corso di decenni di attività, non venga disperso per manza di scelte concrete e precise. Grazie.

Don GIANNI ZAPPA, Curia Milanese

Buongiorno, vi ringrazio di questo invito. Certo, io non conosco e non posso entrare nella questione del rapporto tra le singole sedi RAI, e in particolare la questione del rapporto tra le sedi RAI di Milano e di Roma. Intervengo cercando di evidenziare qualche particolare risorsa del territorio e, in particolare, quella che mi interessa, la risorsa Ecclesiale Ambrosiana, la risorsa religiosa. Ho sentito nei diversi interventi evidenziare, spendere parole importanti, per esempio la parola Servizio: è una parola che anche noi usiamo molto spesso, ma vi garantisco che non è una parola facile, quando, dietro ad essa, si vuole evidenziare un certo tipo di realtà. Posso assicurarvi che parole come queste costano, compromettono e impegnano moltissimo. Perché parlare di Servizio significa, in buona sostanza, raccogliere le risorse di bene che sono presenti e offrirle per il bene comune come una ricchezza che viene data gratuitamente. Cioè, l'essere al servizio di qualcosa non è soltanto un trasmettere e un mediare, ma è in qualche modo l'essere in grado di dimostrare l'utilità comune di quello che si trasmette. In questo senso, oggi, mi pare di capire che non si tratta di affermare che Milano merita maggiore attenzione e spazi, ma si tratta di affermare il principio dell'interesse del territorio per l'utilità e il bene comuni. Questa è una domanda, perciò, che mi sembra abbia il sapore di quesito organizzativo, ma anche culturale: in questo senso essa è estremamente impegnativa. Ovviamente io non posso che mettere in evidenza una delle risorse di questo territorio, che è, come ho già detto all'inizio, quella religiosa. Come portavoce dell'Arcivescovo di Milano e come responsabile dell'ufficio di Comunicazione della Curia, riconosco di essere molto in debito nei confronti della RAI, non solo per i Servizi, ma anche per le attenzioni che ci vengono riservate. Allo stesso tempo vi dico "attenzione": è facile quando si tratta di presentare i servizi sul Cardinal Martini. Nell'ambito dei responsabili degli Uffici Stampa io credo di essere uno dei pochi in questo Paese ad essere costretti a dire di no, piuttosto di andare a chiedere che ci siano possibilità di interventi a favore dell'Arcivescovo. Quindi non ci sono proprio problemi di visibilità delle nostre iniziative, ma rilevo quanto sia facile schiacciare le risorse del territorio a favore del personaggio. Questo lo dico in relazione al mio arcivescovo, ma credo che sia dilatabile anche sulle altre realtà di risorse che esistono sul territorio. E vero, Milano è Capitale di Moda e Finanza, però noi dobbiamo imparare, se vogliamo mostrare le vere risorse del territorio, a mostrare la complessità di questo essere Capitale. Se io penso alle risorse Ecclesiali e religiose che esistono sul territorio, alla rete incredibile di un certo tipo di attenzioni, di Volontariato, di gente che si spende e che produce, in vita e in cultura, ma che non passa attraverso questi canali di comunicazione, ma solo attraverso certi "imbuti", vi dico che c'è assoluta necessità di competenze e intelligenze che sappiano intercettare, capire e conseguentemente offrire attraverso i canali di comunicazione il significato di queste risorse sul territorio. Perciò noi possiamo dire e testimoniare la presenza notevole di queste risorse. Però dobbiamo ribadire la necessità che si formino e crescano, che si costruiscano delle intelligenze che siano in grado di testimoniare l'esistenza di questa Rete di risorse, più ampia rispetto alle singole iniziative, che sono più facili e più evidenti da intercettare. E io auspico che, insieme a questa esigenza di un migliore e maggiore ruolo di RAI Milano, che io

caldeggio decisamente, si riesca ad offrire in questo ambito questa capacità di “intelligenza e di linguaggio” del territorio. Ho deciso, in questo senso, di scrivere un libro con tutta una serie di cose curiose, di strafalcioni, che vengono detti a proposito di questo mondo (e che divengono il modo spiccio di comunicare l'esistenza di questo mondo). Tutto questo per dire che intelligenza e competenza devono andare di pari passo nel momento in cui si sostiene e si ritiene un ruolo importante e significativo di questa realtà. Io auspico che questo sia un terreno su cui la RAI di Milano si saprà muovere con attenzione ed intelligenza. Grazie

PIERLUIGI CELLI , direttore generale RAI

Un ringraziamento agli organizzatori del convegno e alla RSU di Milano, ai colleghi e dipendenti della sede di Milano, per aver voluto fortemente questo confronto, al fine di cercare una soluzione ai problemi della nostra azienda.

Quando si fa una rivoluzione in una azienda il tempo è un elemento determinante, bisogna fare possibilmente in fretta, ma bisogna avere il tempo per fare tutto. Noi abbiamo cercato di fare in fretta, ma non avremo il tempo per fare tutto, in ogni azienda la possibilità di portare a termine un progetto ha dei tempi minimi: in RAI i tempi minimi i tempi minimi non sono inferiori ai 2 anni, noi siamo in RAI da 16 mesi, rimangono 7 mesi alla fine del mandato di questo Consiglio d'Azienda; voi capite che, a questo ritmo, è difficilissimo andare in porto con qualsiasi progetto di reale cambiamento nella sostanza, difficile perché si devono cambiare le strutture o l'ingegneria delle strutture, arrivando a divisionalizzare dopo 10 mesi, dicendo a tutti che la divisionalizzazione richiede almeno un anno di sperimentazione per poter funzionare e dicendo a tutti che una volta fatta non si sono risolti tutti i problemi.

I problemi della RAI non risiedono nella struttura, o nella divisionalizzazione, i problemi della RAI sono i contenuti, i programmi, sono gli uomini che devono realizzare questi progetti: l'ingegneria di un progetto, invece, è la cosa più semplice da “scrivere” perché nasce a tavolino o da altre esperienze.

Quello che abbiamo realizzato fino ad oggi in RAI è del tutto banale: in altre aziende è stato attuato lo stesso programma e aggiungo che la specificità della RAI non è un elemento frenante del processo.

Non abbiamo fatto nessuna rivoluzione, stiamo cercando solamente di razionalizzare e di rendere più trasparente e più semplice una modalità organizzativa che consenta di lavorare in maniera meno burocratica. Sui richiami alla burocrazia che ci hanno fatto molti non sono affatto d'accordo: se per burocrazia si intende un modo ordinato di lavorare va tutto bene, se essa, invece, è una sovrastruttura che impedisce di fare le cose, allora non ci siamo. Smettiamo di dire che in RAI la burocrazia impedisce di fare le cose: se le cose non si fanno è perché oramai ci siamo abituati a non farle e non certo perché ci sia una burocrazia superiore ad altre aziende, pubbliche o private che siano. È la “testa sedimentata” di molti responsabili che certamente, concependo un ruolo più in termini di potere che non di servizio, più come presidio della loro area perimetrata, che come fluidità dei processi, impedisce di “fare le cose”.

Non è che la RAI sia più ammalata di altre, non è un problema di burocrazia, ma di teste, come ho già detto.

Per rispondere a Panzeri: quando si fa un cambiamento in qualsiasi azienda consolidata come la RAI ci sono 2 modi: o le teste le tagli o le teste le cambi. Avendo sperimentato 5 anni fa che il taglio delle teste, perciosì dire, non porta bene, abbiamo deciso di cambiare le teste e ci vuole tutto il tempo necessario, anche se il cambiamento richiede più tempo e fatica ma dà più soddisfazione.

Parlando della sede di Milano, essa è una sede particolare (anche se tutte le sedi si sentono “particolari”, vedendo Roma come il male maggiore, in questo senso) e ha una rilevanza diversa rispetto ad altre sedi.

Milano ha un ruolo e una tradizione che possono e devono essere giocati diversamente.

Noi stiamo rilevando progressivamente come la dislocazione territoriale complessiva di questa Azienda (che fino a qualche anno fa presidiava il territorio molto diffusamente) sia sempre meno rispondente ai bisogni, perché, se risponde ai bisogni del Comune, non risponde a quelli della Provincia e “se lo fai per la Provincia non lo fai per la Regione”. In altre parole i bisogni aumentano, ma le risposte che l'Azienda può dare sono relative alle risorse che l'azienda ha.

Siccome le risorse che l'Azienda ha sono in qualche modo parametrize dal fatto che questa Azienda campa di Canone (che è “plafonato”) e di Pubblicità (che è “plafonata”), più di tanto crescere non si può; allora bisognerebbe chiedersi se, ferma restando la missione dell'Azienda di presidiare il territorio il più possibile e quindi di dar voce a tutte le realtà, non debba cambiare anche la modalità con cui questa Azienda si interfaccia al territorio.

L'articolazione, la flessibilità, i rapporti: credo che questo sia un tema rilevante perché noi, a lungo andare, non potremo rispondere a tutte le esigenze del territorio. Già adesso facciamo una gran fatica, come molti di voi sperimentano. C'è una modalità che, aumentando l'articolazione dei bisogni e delle richieste sul territorio, l'Azienda non riuscirà a soddisfare se non cambiando tipo di organizzazione e di rapporti con le realtà esterne (tipo di connessioni e tipo di collegamenti). Passando alla Sede di Milano, avendo capito molto bene che il problema non è di riempire gli spazi (di cui alcuni sono alcuni angusti e superati come dimensione fisica, ma non tecnologicamente), il problema è di dare un ruolo: un ruolo che è per una parte informativo e per una parte legato a quella che è la specificità della RAI, dei suoi programmi.

Noi e i nostri predecessori abbiamo dovuto affrontare dei problemi di occupazione in molti dei Centri di Produzione: prima è andata in crisi Napoli e si è risolto il suo problema, poi è andata in crisi Torino e anche in quel caso abbiamo risolto la questione. Dal punto di vista di fornire occasioni di lavoro, il problema di Milano non è riempire i suoi spazi produttivi, che dall'autunno prossimo sono saturi, il problema è capire che ruolo dare a Milano.

Qui bisogna cominciare a riflettere su come evolve questo sistema radiotelevisivo e di broadcasting: noi andiamo sempre più rapidamente incontro a un ridimensionamento, qualcuno l'ha detto, non si vede ma si vedrà; noi la vediamo, anche attraverso l'analisi dei dati dei nostri ascolti, così come la vedono i nostri concorrenti; un ridimensionamento non drammatico, non traumatico, non immediato della televisione generalista.

Vi sarà un aumento di altre forme di comunicazione sulle quali la RAI sta andando più avanti di altri, probabilmente, ma sulla quale è meno preparata dal punto di vista del know how che possiede: parliamo della tv satellitare e soprattutto di un mondo particolare, che è quello connesso e veicolato da Internet; noi stiamo rilevando e cominciamo a essere preoccupati di una erosione fortissima di utenti nelle fasce giovanili, che non sono mai state il punto forte della RAI, di tutti quelli che si informano attraverso i mezzi di informazione via computer e che sempre più aumenteranno; non vorremmo trovarci nella stessa situazione della Radio senza accorgercene, come ci è toccato quando l'erosione delle radio private ci ha portato via tutte le fasce che, dalle giovanili, si sono poi estese alle altre, dai 40 ai 50 anni. La RAI aveva, per la Radio, il monopolio, che oggi ha perso senza accorgersi che cambiava il mondo e il modo di fare comunicazione attraverso la radio.

Cambia sensibilmente la modalità di fruizione dell'informazione del sistema televisivo, la generalista sempre più schiacciata verso il pubblico 45 - 70 anni e la televisione tematica che conquista altri ceti, medi, intellettuali, comunque ceti con istruzione media o superiore; i giovani che sempre più vengono trascinati da queste nuove forme di comunicazione con cui, in qualche modo, trovano connessione e legame.

E' qui, credo, che si può giocare un ruolo fondamentale per Milano, assieme ad un altro ruolo che esplicherò: noi abbiamo deciso di portare in Consiglio di Amministrazione la costituzione di una nuova società, la RAI MULTIMEDIA, che in qualche modo deve fornire servizi multimediali e interattivi essenzialmente attraverso Internet. La proposta che io farò, è che questa Società lavori a Milano, perchè qui ci sono le condizioni, la cultura e le connessioni reali per poter presidiare un settore che sarà certamente in espansione. Farò la proposta al Consiglio di Amministrazione che deciderà.

Per quanto riguarda il campo "satellitare" l'accordo con Canal Plus s'è fatto: dovremmo partire a luglio 1999 con sei canali ai quali se ne aggiungeranno 3 più altri 2; la parte di impacchettamento è a Torino, la produzione di alcuni canali sarà anche a Milano e soprattutto quelli che andremo a definire con alleanze di cui non posso parlare ora; sui canali aggiuntivi alcuni di questi saranno importanti e nasceranno da alleanze molto importanti, certamente con sede a Milano.

C'è un terzo elemento che caratterizza tutta la tv generalista e che è un punto sul quale noi rischiamo di andare rapidamente in crisi se continuiamo in un certo modo: è la parte relativa ai contenuti, ideativa, di scrittura, che riguarda sia i programmi di varietà, intrattenimento, che quelli di fiction, i talk-show etc etc. Noi abbiamo progressivamente inaridito, standardizzato, reso quasi sterili tutte le nostre fonti di produzione di idee e di scrittura di idee: il risultato è che dove noi ci affidiamo al tradizionale in realtà non funzioniamo bene; andiamo bene dove apriamo a una capacità nuova che poi è molto antica per la RAI, in cui la produzione di idee, la scrittura, la creatività diventa molto forte.

Dall'autunno partirà questa società che si chiamerà SERRA CREATIVA in cui noi veicoleremo tutti i giovani che in qualche modo vogliono sperimentare idee, costruire dei prototipi, produrre scrittura per la televisione, sia per programmi sia per varietà, fiction, e la stabiliremo a Milano, perchè sembra che sia l'insediamento ideale per raccogliere ciò che esiste sul territorio che è in gran parte ricco di fermenti su tutto l'asse che da Torino va a Venezia e che sale da Bologna e da Genova. Questo è importante perchè di qui noi pensiamo di ricostruire un primato di produzione, di ideazione, di concessione dei programmi che in questo momento non abbiamo più e senza il quale anche la tv generalista decade sempre più rapidamente di quanto noi possiamo aspettarci.

Io credo che ci sono alcuni punti fermi ancorati a un disegno strategico più vasto che è il disegno di come evolverà in Europa il sistema radiotelevisivo.

C'è un problema di rialimentare tutto il circuito della produzione dei contenuti e della creatività, c'è un disegno che vede la proiezione sul tematico satellitare, per il semplice fatto che è una via di uscita, soprattutto dalla tv generalista, soprattutto per target specifici, per popolazioni che hanno determinate età ed istruzione etc. C'è un problema, soprattutto, di presidio del "nuovo" che viaggia attraverso Internet e che tenta di erodere la molteplicità delle possibilità informative che si possono offrire attraverso i sistemi i televisivi.

Credo che ci siano delle prospettive concrete che richiedono anche qui il tempo necessario per il loro lancio. Se noi avessimo tutti la certezza di lavorare insieme 4-5 anni, come si fa in qualsiasi altra azienda potremmo definire ragionevolmente i tempi di attuazione dei progetti che vi ho illustrato.

Noi ci limitiamo a fare quello che possiamo, nei tempi che abbiamo a disposizione, avendo fatto una gran corsa per la ristrutturazione dell'Azienda e cercando di fare altrettanto negli 8 mesi che ci restano per mettere in piedi queste 2 o 3 società operative che diano una possibilità di guardare al futuro con molta meno preoccupazione di quanta ce ne possa essere se ci concentrassimo semplicemente nell'audience quotidiana di questa Azienda.

Questa Azienda vince semplicemente in audience: la gente che lavora si vede che è brava; vinciamo anche con gli errori che facciamo, vuol dire che gli altri sbagliano più di noi; l'azienda da questo punto di vista va bene, gli altri da questo punto di vista sono molto più preoccupati di noi, ma non è questo il problema, non è l'audience che riusciamo a mettere insieme ogni settimana. L'audience ci certifica che non avremo problemi per 2 o 3 anni; il problema è che in televisione per pensare avanti ci vogliono almeno 2 anni, per costruire un palinsesto nuovo ci vogliono 2 anni, per costruire un programma nuovo ci vuole un anno e mezzo, prova ne sia che quelli nuovi, realizzati senza studi accurati hanno "flopato" in maniera drammatica, in quanto costruiti secondo una logica che non si regge più, che la gente non vuole più. Bisogna avere l'umiltà di rimettersi in gioco coinvolgendo a livello ideativo "i grandi vecchi" che non siano stanchi o ripetitivi e masse di giovani che abbiano la capacità inventiva di darci questa possibilità.

Questo io volevo dirvi, non per darvi risposte totali ai problemi che voi avete ma certamente per dirvi che in questa particolare situazione in cui ci troviamo l'Azienda si è fatta carico di pensare per il futuro, probabilmente trascurando

l'informazione sul presente che avremmo potuto darvi anche prima; ce ne scusiamo perché, dovendo correre molto, non è sempre facile correre da tutte le parti.

L'ultima annotazione va all'Informazione, la famosa Rete 3 e il nuovo Telegiornale: noi abbiamo avuto il coraggio di unificare Testata Regionale e Testata Nazionale, lo rivendichiamo, non era nè semplice, nè automatico; noi abbiamo deciso di farlo, non ci è andata male, il nuovo T3 sta andando bene, il problema è di come farlo evolvere in una simbiosi con la Rete per l'autunno, in modo tale che lo spostamento dell'asse sul territorio sia effettivo e reale. Questo è molto più un problema della gente che ci lavora dentro, di quanto sia un compito e una responsabilità di chi governa l'Azienda: le resistenze non le sta mettendo la testa dell'Azienda in queste cose, non sono il Direttore o il Consiglio di Amministrazione che frenano su queste cose, le resistenze avvengono da chi è abituato a lavorare in maniera diversa, da chi è abituato a considerare che se tutto non passa dal centro non ha validità nazionale.

Anche qui il problema è avere un po' di pazienza e accompagnare l'evolversi delle cose ed il cambiamento e bisogna avere un po' di tempo, ma non c'è nessuna resistenza nostra, lo ripeto; se tutto questo evolverà in modo che la realtà territoriale assumerà rilievo sempre maggiore vorrà dire che è nella logica nelle cose, nei fondamenti che noi abbiamo disegnato per farla evolvere.

Chi ha in mano i processi si deve assumere la responsabilità, troppo facile dire che la responsabilità è sempre dell'Azienda: io ho assistito ad una specie di balletto all'interno della RAI su chi si sarebbe dovuto prendere le responsabilità di dare informazioni ecc.ecc.; io mi sono anche stufato di sentire dire che la responsabilità è sempre della RAI, perchè questa è un'azienda che va bene se viene piegata agli interessi di parte, va meno bene se alcuni interessi non vengono seguiti; questa è un'azienda che non può piegarsi a tutti gli interessi di parte, anzi non deve, e quanto più è autonoma dagli interessi di parte, tanto più serve gli interessi collettivi del Paese. Ognuno di noi, invece, concepisce il buono o cattivo dell'Azienda a seconda che faccia i propri o gli altrui interessi e questo non è certamente un modo corretto per considerare la qualità di un'azienda.

Noi dobbiamo fare il nostro mestiere il meglio possibile, cercando di farci condizionare il meno possibile: anche questa è un'altra bella avventura, perché, per quanto riguarda i condizionamenti che noi subiamo dall'esterno, la maggior parte delle volte la responsabilità ce l'abbiamo noi perchè è anche una questione di coraggio tenere alta la schiena e non abbassarla tutte le volte che un potente di turno ci passa vicino. Grazie.

Dott. MASSIMO MARITAN, dirigente TSI (TV Svizzera Italiana)

Io credo che il valore del mio intervento qui sia di testimonianza. Esiste a pochi chilometri da Milano una TV di Servizio Pubblico, che ha un suo ruolo e che io penso di descrivere in pochi passaggi. La TV della Svizzera Italiana, così come la sento chiamare in questa sede, in realtà non esiste: esiste la TV Svizzera di lingua Italiana. Questa non è una distinzione formale, ma sostanziale. Nel senso che esiste una Società Svizzera di Radiotelevisione con sei reti, con sede a Berna, due delle quali sono dislocate a Lugano, da sempre, da 35 anni, è una forma di decentramento applicata già da lunga data.

Le due reti che hanno sede a Lugano hanno una funzione di tipo nazionale, parlano da Lugano a tutto il pubblico italofono svizzero, quindi lo svizzero-italiano che abita a Basilea ha come riferimento queste due reti. Si tratta di una nazione piccola la Svizzera, ha sei milioni e mezzo di abitanti e quindi il popolo italofono svizzero raggiunge le novecentomila unità – fa un po' ridere, vista da una nazione con 60 milioni di abitanti come l'Italia o di più di 70 come la Francia. Però questa è la nostra realtà. Di fatto le due reti di Lugano hanno un mandato nazionale. Questo mandato nazionale è articolato su due palinsesti: il palinsesto di Tsi2 è un palinsesto con forte vocazione sportiva, seguiamo in diretta i grandi eventi e "a cotè" di questa vocazione sportiva c'è una offerta a "taget" – si tratta soprattutto di fiction e documentaristica alta di gamma, c'è molta produzione svizzera – e questo è direi un passaggio abbastanza importante, un valore importante di questo palinsesto. Poi c'è Tsi1, la prima rete, che è una rete generalista e che dovrà prendere delle decisioni perchè si è ovviamente accorta che si sta erodendo il terreno delle televisioni generaliste. Lo gioca, questo suo generalismo, molto in chiave di prossimità, quella che all'inizio della mattinata è qui stata definita vocazione territoriale, da noi è in atto da sempre, con il decentramento al quale accennavo prima e poi con le caratteristiche del palinsesto delle prime reti, compresa la nostra. Prossimità significa essere sul territorio. Quando si fa della prossimità con un solo palinsesto a disposizione significa comprimere dentro questo palinsesto tutti i generi, coniugati in tutti i modi, quindi si va dal locale all'internazionale. Questo determina qualche problema. Se alle 19 c'è una rubrica come il regionale che ha il compito primario di andare in prossimità sul territorio, questa rubrica, ripetuta 365 giorni l'anno, rischia l'incesto. Quindi una delle controindicazioni della vocazione, dell'articolazione territoriale di una televisione è che se questa articolazione territoriale da accesso ripetuto alle istanze locali si innesca un fenomeno di tempesta in un bicchiere d'acqua. Il valore della mia testimonianza è questo: "attenzione che la vocazione territoriale come la chiamate voi, per noi prossimità ha questa controindicazione, le tempeste in un bicchiere d'acqua, la perdita del senso della misura, proprio per "eccesso di accesso" alla televisione da parte delle istanze locali, non soltanto da parte di quelle politiche. Questa è una prima controindicazione. La seconda controindicazione della prossimità è che porta questa prossimità porta in dote un pubblico anziano. La prossimità è attenzione al territorio, alle discussioni sul territorio ma questa discussione è riservata soprattutto ad un pubblico anziano. Questa prossimità mette in fuga il pubblico giovane. Io mi occupo nella nostra televisione di analisi del pubblico. Noi abbiamo una rubrica che alle 12.45 su Tsi1 esce in prossimità con il pubblico, vi resta fino quasi alle 19, con diverse forme di programma, ma il pubblico è un pubblico anziano che gravità intorno ai 60 anni. Non è grave, hanno dignità ovviamente di essere pubblico anche i sessantenni, ma così, dirigendosi e radicalizzandosi ad un pubblico di classe d'età molto alta significa venir meno, almeno

parzialmente al ruolo di servizio pubblico perchè si dimenticano le altre classi di età. Una delle controindicazioni della prossimità è questa, porta in dote un pubblico molto anziano.

Un ultima cosa è questa: qualsiasi sviluppo abbia la Sede Rai di Milano, visto dal punto di vista della Televisione Svizzera è semplicemente auspicabile, anche se si trattasse di una soluzione nella direzione di una rete a vocazione territoriale, E' auspicabile comunque, non ci sentiamo affatto in concorrenza, intanto perché c'è una evidente differenza – Davide contro Golia – ma soprattutto perchè si tratta di un gioco di campo e controcampo. Noi siamo in grado di guardare da Lugano il Nord dell'Italia e di avere una visione svizzera che scende da nord e voi avete la possibilità di guardare il territorio svizzero da sud con una visione assolutamente italiana – sono due visioni complementari. Io credo che il pubblico sia in grado di apprezzarle e di seguirle entrambe.

Questo gioco di campo e controcampo dovrebbe essere più arbitrato di quanto non lo sia adesso, nel senso che adesso la Rai, anche RaiTre, raggiunge due terzi abbondanti del territorio svizzero, ma a causa del disordine delle frequenze, la televisione svizzera che negli anni '70 arrivava fino a Napoli, è stata spazzata via dal territorio italiano. Noi non abbiamo nessun interesse, questo deve essere chiaro, né di arrivare fino a Napoli né di venire a pescare pubblicità sul territorio italiano. Però tenete conto che esiste una zona di confine - nelle Province Verbano-Cusio-Ossola, Novara, Varese, Como, Lecco Sondrio e Milano – in tutta questa zona di confine esiste un pubblico che ha degli interessi in Svizzera, non mi riferisco soltanto a degli interessi economico-finanziari, ma mi riferisco a un pubblico che abitualmente frequenta queste zone – ci sono quarantamila frontalieri italiani che transitano sul confine, che vengono in Svizzera a lavorare ogni mattina. Il confine sta perdendo importanza e sta perdendo il ruolo di barriera, una compenetrazione ormai è naturale. La "Regio Insubrica", penso che ormai ne abbiate sentito parlare, è una testimonianza di questa compenetrazione reciproca. Questa compenetrazione dovrebbe avvenire, in chiave televisiva, in un campo di gioco equo, per cui noi dovremmo avere delle frequenze che più ragionevolmente ci consentono di interessare quel pubblico italiano che a noi è interessato.

Vi ringrazio.

GIANNI LOCATELLI, Editore

Grazie dell'invito. Credo che sia fatto a nome di più di motivi ex che più di motivi attuali, quindi cercherò di parlare semplicemente come cittadino milanese se mi è consentito, e come utente televisivo, fonte di informazione. Io credo che il problema "ruolo di Milano" è sembrato un tormentone e credo che Celli si ricordi che qualche fatica è stata fatta per salvare pezzi della realtà produttiva milanese quando addirittura sembrava che lo stesso, non dico il Centro di Produzione, ma alcuni pezzi importanti come il Teatro della Fiera, etc... dovessero essere ceduti o smantellati. C'è stato anche un tentativo di rivitalizzare i Centri di Produzione al di fuori di quello prevalente (sempre) di Roma dando delle vocazioni specifiche; fu tentato, molti di voi lo ricorderanno, l'operazione di una fiction a Milano che non ebbe grandi risultati positivi. Poi la fiction ha preso, credo giustamente, con risultati valutabili molto positivi a Napoli, resta però il ruolo di Milano. Ecco... secondo me Milano ha un ruolo in quanto c'è all'interno dell'Azienda una strategia di assegnazione di ruoli secondo quello che è il tessuto culturale produttivo ed economico e quindi anche il tessuto RAI presente nei singoli ruoli in cui tradizionalmente le produzioni si realizzano. Quindi fuori dal giro di parole il ruolo di Milano è essenzialmente un ruolo interno di un programma e di una strategia dell'informazione e lo è non tanto perché già oggi si fanno numerosi programmi di informazione, ma perché a Milano risiede oggettivamente una componente essenziale di tutto il sistema informativo nazionale. Quindi trascurare questo luogo o pensare di concentrare in una dimensione puramente nazionale come quella rappresentata da Roma è un errore, ma credo che la RAI attuale sia in questa prospettiva. Il problema è di sapere come si dà questo ruolo, con quali strumenti, con quali prospettive e soprattutto con quali programmi. Qui io credo che ci siano grossi spazi per ritrovare per Milano un punto di concentrazione di tutta la programmazione per quanto riguarda l'informazione che valorizzi quella del territorio, e non solo quella generale di tipo nazionale. Si tratta della realtà della periferia che più viene trascurata e più viene omologata da quella nazionale e più viene impoverita e quindi giustifica anche il disinteresse; perché essendo povera di capacità produttive e suggeritive viene emarginata. Non è per rispolverare vecchie idee, ma se non ricordo male Celli era coinvolto in questa operazione, quando si trattava di orientare tutta la realtà all'interno dell'azienda e all'interno del sistema informativo nazionale, di Milano come polo di riferimento di tutta l'informazione locale e regionale ci furono all'interno dell'azienda grossi ostacoli perché evidentemente non si voleva immaginare che all'interno emergessero realtà importanti come sono quelle del territorio che sono considerate incapaci di offrire materiali, idee, prodotti e programmi per una visione di carattere nazionale. Si considera la realtà locale come minore, non interessante; anche l'informazione fatta localmente (vedi i TG regionali) è fatta in primo luogo con un riflesso locale di fatti nazionali. Quindi ripetizione spesso fastidiosa e comunque residuale di fatti nazionali e rarissima con formazione di fatti locali. Se io sono presente in una realtà in cui c'è una televisione locale sufficientemente organizzata, e non di televendita, che produce dell'informazione, abitando in questa località, la mia disponibilità come utilizzatore di informazione attraverso il mezzo televisivo va prima al TG locale, magari prodotto con mezzi poveri con una professionalità magari non eccezionale, ma più interessante perché dà le notizie (come i giornali locali danno) del mio paese, della mia città, della mia provincia. Questo non viene quasi mai fatto dalla RAI. Quindi il primo principio è questo: se si vuole portare il valore dell'informazione locale nel luogo di forte produzione formativa come è Milano, bisogna rivalutare questa capacità che quando è di informazione è necessariamente e conseguentemente anche di produzione di idee. Nel progetto che a suo tempo era stato pensato per una terza rete fortemente integrata con la realtà locale anche a livello di programmi trasmessi non in prima serata, ma successivamente era forte di quantità produttiva delle sedi locali di cui Milano doveva essere il perno, si considera che questo non sia sufficientemente degno per chi lavora all'interno

dell'azienda con aspirazione evidentemente diversa da quello di rappresentare la realtà in cui tuttavia vive e produce. Si considera sempre marginale la realtà delle province, non degno di sufficiente attenzione di sufficienti risorse. Se questo modello culturale non viene superato dall'azienda, mantenendo quello centralistico romano, rimarranno sempre le briciole in termini di attenzioni nel palinsesto, nelle risorse. L'informazione poi può avere tante specializzazioni: quella economica è indubbio a Milano può trovare la sua collocazione più viva. Senza dimenticare che Milano resta una periferia rispetto al centro decisionale che sta a Roma. Un altro elemento significativo per lo sviluppo di Milano l'aggancio a quello che sarà il futuro dei cosiddetti canali tematici (lo ha detto anche Celli) che ritengo debbano essere finanziati soprattutto attraverso il canone perché hanno la funzione essenzialmente pubblica. Anche qui si tratta di capire come si fanno i canali tematici. Se sono delle realtà in cui il principale elemento di valutazione è il mercato a cui si rivolgono, è ininfluenza cosa si offre a questo mercato con il rischio di avere forti delusioni in termini economici e di ascolto; oppure si costruisce una realtà di canali tematici in cui si scelgono alcuni temi specifici, che ripeto possono essere quelli dell'economia al di fuori dello strettamente informativo e quello di una cultura capace di valorizzare e tradurre in una dimensione nazionale culture e aspetti locali, i quali possono essere fonte di un'offerta che troverà nel canale tematico il suo veicolo e nell'utilizzatore del canale tematico il suo destinatario. Non si può, dunque, parlare di canali tematici in genere, ma di alcuni temi su cui si organizza un sistema distributivo, che diverrà sempre più un modo di rapportarsi direttamente col consumatore di informazione, di programmi e di formazione. Questo sarà tanto più vero e realizzabile quanto più si attuerà la cosiddetta "digitalizzazione terrestre" dell'intero sistema, che è l'unico modo per "sparigliare le carte", cioè per evitare il dominio incontrastato del sistema del "duopolio RAI-FININVEST", che ha una distribuzione analogica terrestre a carattere generalista. A quel punto, dato che la RAI è un grande serbatoio di capacità professionali e culturali, la vittoria della RAI stessa non è così difficile, se si considera che il costo di certe vittorie non è facilmente sopportabile (si consideri la lievitazione dei costi dei programmi di intrattenimento e dei film, nel quinquennio 90-95, a causa del tentativo di FININVEST di superare la RAI).

Questo, comunque, non vuol dire che si stravolgerà l'impianto normativo e organizzativo della legge che regola l'emittenza attualmente, la legge Mammì, la quale ha dato finora al Sistema una ragione precisa di esistenza e di continuità. Non ci sarà, dunque, il cosiddetto "disarmo" da parte delle potenze televisive in oggetto, se prima non cambierà il sistema di distribuzione del segnale, con la cosiddetta digitalizzazione terrestre di cui parlavo prima: solo questo nuovo sistema sarà in grado di intaccare il vecchio, di lanciare i canali tematici, di offrire a masse di "spettatori interattivi" il prodotto tematico stesso.

L'ultima osservazione riguarda il ruolo di Milano che sarà notevole, e questo, la RAI, lo "deve volere" per lanciarsi nel mondo nuovo di cui parlavo. E' ovvio che la volontà RAI dev'essere accompagnata da una volontà politica più generale. In questo senso non credo che sia stata oculata la scelta politica di portare la cosiddetta "Authority" delle Telecomunicazioni a Napoli, solo per non tagliar fuori Napoli stessa. Scusatemi, capisco le scelte politiche, ma portare il cervello organizzativo dell'Authority delle Telecomunicazioni a Napoli, mi sembra fuori luogo. A Milano vi è capacità organizzativa, produttiva, editoriale e manifatturiera (in termini non solo di "fabbrica" ma anche di progettazione), dunque deve avere un ruolo portante nello sviluppo del nuovo sistema.

Rivendico il ruolo di Milano in RAI, rivendico la presenza di una cultura milanese all'interno della RAI, che dia valore alla presenza informativa e produttiva locale. Se ciò non avverrà, sarà una battaglia persa, all'interno dell'Azienda, che relegherà Milano al solito ritaglio di spazi sui palinsesti.

FULVIO FAMMONI, Segretario Generale SLC CGIL

Scusate il ritardo...ho comunque letto la relazione RSU Milano e ho ascoltato l'intervento di Celli.

Noi sosteniamo da tempo la necessità di regole e di un modello di funzionamento diverso, anche per quest'Azienda. Questo, non solo per dare un contributo al dibattito generale che riguarda la RAI così come altre aziende pubbliche (le quali si allontanano dalla gestione diretta delle loro attività, per indirizzarsi verso meccanismi di controllo a distanza).

Mi pare che, nel caso di questo dibattito, vi sia un significato più specifico, cioè il perché è necessario funzionare con le logiche di un'azienda (come ha detto Celli) che non si pieghi ad interessi "di parte". In questo senso i mercati televisivi e di telecomunicazioni, nostrani o meno che siano, stanno vivendo una fase nuova: noi, come sapete, veniamo da una situazione sostanzialmente "domestica", alla presenza di pochi Operatori, con la presenza dei cosiddetti servizi pubblici in gran parte dominanti sui mercati e da un'offerta stabile di prodotto, focalizzata sulla tipologia generalista. Il "cambiamento" è, invece, veloce e tumultuoso: la nascita e la possibile convergenza di nuovi operatori commerciali, soprattutto le nuove modalità di distribuzione del prodotto, permesse dalle innovazioni tecnologiche, stanno cambiando rapidamente questo mercato. In Italia, a causa anche delle logiche "duopolistiche" che ci hanno accompagnato negli anni addietro, il processo di cambiamento è ancora arretrato, ma comunque il cambiamento è fortissimo: per questa ragione è interesse anche nostro (e del lavoro in prima istanza) dare una prospettiva di sviluppo a salvaguardia dell'occupazione determinare regole, metodologie diverse di funzionamento dell'ambiente, anche all'interno della RAI. Questa è un'Azienda che deve restare gestore del Servizio Pubblico e perché ciò si realizzi essa deve rimanere uno dei soggetti leader della comunicazione. Ciò propone, da un lato, un problema complicato, non sempre, comunque, difficile, di coerenza tra la missione e gli obiettivi che vengono indicati; dall'altro lato i diversi schemi organizzativi che possono portare a questo tipo di soluzione. Ora questo cambiamento complessivo non lo si affronta con le regole attuali. I Consigli di Amministrazione con una vita massima di 2 anni e che solo alla fine del loro mandato entrano nel vivo delle questioni che hanno impostato, non possono dare all'Azienda RAI prospettive sul lungo periodo come quelle che ho ipotizzato finora. Si ha dunque bisogno di un assetto diverso di cui la legge 1138 deve tener conto in tempi certi, per tener testa ai repentini cambiamenti di cui ho accennato. Noi abbiamo discusso e stiamo verificando ipotesi di

riorganizzazione, di razionalizzazione della struttura esistente: in alcuni casi concordiamo, in altri solleviamo questioni su progetti che non ci convincono, ma tutto questo non basta: per fare di più occorre l'assetto di legge-quadro di cui necessitiamo. Vedremo se in questi giorni verrà depositato il disegno di legge sul riassetto della comunicazione (1138): non soltanto il passaggio di azioni dall'IRI a qualche altro azionista, cosa di cui si parla tanto, ma un assetto stabile, una certezza di risorse, anche per quanto riguarda il canone, ed insieme a ciò ruoli più specifici assegnati al Consiglio di Amministrazione ed un ruolo da Amministratore Delegato per il Direttore Generale, saranno passi necessari per far funzionare la nuova Azienda RAI; ed anche possibilità di sinergie con i Privati, sapendo che esiste una maggioranza del pacchetto azionario della Fondazione che rimane in possesso del Servizio Pubblico (questo avverrà anche per le aziende di "scopo" che verranno fondate). Noi sostanzialmente riteniamo che l'unitarietà dell'Azienda, pur fortemente diversificata, all'interno di un meccanismo di Holding, di Corporate, sia uno dei valori fondamentali per il futuro dell'Azienda stessa. Si parla spesso a sproposito dei risultati dei Referendum sulla privatizzazione della RAI e delle aziende Pubbliche: in realtà non si è decisa la privatizzazione, ma l'ingresso di capitali privati, di nuove forme di finanziamento che sono utili e importanti (e ben vengano!). Così noi vogliamo impostare la questione.

Ora, in questo contesto di cambiamento globale del sistema delle telecomunicazioni, vi sono tre questioni sollevate dal documento della RSU di Milano, fondamentali: la prima è la Produzione-si sta infrastrutturando molto, si stanno stendendo molti cavi e lanciando satelliti, ma prima o poi il tema della quantità e della qualità del prodotto che vi transiterà, non sarà solo un tema culturale, bensì il vero Business del futuro; la seconda questione è quella delle Relazioni Industriali; la terza è quella legata al ruolo del Territorio. Noi stiamo assistendo, in generale, nelle aziende Pubbliche che, uscendo dal Monopolio Statale, vanno verso forme di privatizzazione, di societizzazione, ad una sorta di scelta a senso unico, una Centralizzazione e di Ricentralizzazione in alcuni casi: questo è comprensibile, poiché è un meccanismo naturale che scatta di fronte alla necessità di tenere "insieme i pezzi", ma noi pensiamo che sia, in generale, un errore- in questo caso specifico esso può portare, se non attuato in forma diversa, a privarsi di potenzialità importanti che da sempre connotano un ruolo di Servizio Pubblico, che è il ruolo del Territorio, del Locale e non del Localismo: noi non parliamo di vecchie logiche di carattere localistico. Sappiamo bene che parlare di Territorio non significa fare dappertutto, in tutte le 21 sedi RAI, le stesse operazioni, a macchia di leopardo: parliamo invece delle proposte che sono state qui avanzate, di ricerca di spazi per gestire un rapporto con Teatro, Moda, Cultura, Industria, Design, Università, Emittenza locale, ecc.-proposte interessanti avanzate in questo tavolo. Ora, noi abbiamo avuto precise indicazioni, questa mattina, da parte dell'Azienda RAI: RAI MULTIMEDIA, CANALI SATELLITARI, AGENZIA DI IDEE: sono questioni interessanti di cui vorremmo discutere la fattibilità. Ciò vuol dire che non ci accontenteremo di verificarne la fase applicativa. Di fronte al cambiamento repentino a cui assistiamo, esiste un "merito del confronto", di quello strategico, non solo delle ricadute organizzative, a cui noi diamo piena disponibilità, ma che chiediamo venga applicato fino in fondo; vogliamo discutere, a Milano, di ricadute organizzative, di nuovi spazi produttivi, che queste proposte di oggi porteranno, per quello che riguarda il futuro della sede milanese RAI. Fra le tante questioni di stabilità di cui la RAI ha bisogno oggi, ce n'è una, legata al recente passato e denominata "Regole del Lavoro", o "Regole di confronto tra le Parti": noi ci auguriamo che ci sia una controparte più stabile e certa, insediata per un periodo più lungo, ma, a maggior ragione, nel caso di una frammentazione come questa, il tema delle "Regole di confronto" è quello che può dare una maggior certezza di relazioni industriali, sindacali diverse; una delle iniziative "di merito" che qui vengono proposte è un ruolo del lavoro nella fase di discussione, di progettazione delle scelte strategiche che riguardano il futuro degli assetti produttivi RAI.

Il primo sbocco di tutto questo può essere la realizzazione di un Contratto Collettivo nuovo, innovativo, in tempi rapidi, nei prossimi mesi.

NATALE, segretario nazionale USIGRAI

Tre cose velocemente: la prima, un ringraziamento ai colleghi dell'Rsu di Milano.

Un ringraziamento perché, io credo che la relazione introduttiva sia un'eccellente dimostrazione della cosa che da anni come sindacati Rai andiamo dicendo, e cioè che all'interno della Rai c'è un fortissimo partito, è il partito della riforma. La cosa che più ha colpito in questo documento è il fatto che nel cuore di una trasformazione che sta colpendo l'azienda in numerosi settori, che la sta cambiando profondamente, non ci sia qui nessuna reazione nostalgica, non ci sia qui nessuna preoccupazione di mantenere le cose come stanno. Questa è una cosa che sottolineo con particolare soddisfazione, chiedendo su questo una particolarissima attenzione al vertice aziendale. Secondo noi troppo spesso ha tentato di presentare la situazione dell'azienda, il sentire diffuso dell'azienda, come quello di un corpo di dipendenti che ha paura di cambiare. Io qui invece, all'opposto, sento una grandissima voglia di cambiamento e anche i punti sui quali sono state poste le domande al vertice aziendale, sono punti formulati da chi vuole che questa azienda cambi di più e meglio. Quando si dice che manca un progetto editoriale, quando si dice che la Rai non deve appaltare le sue produzioni a singolo ancorché prestigiosi, ma essere azienda unitaria, quando si dice, ci tornerò tra due minuti, di un progetto che ancora non vediamo sulla rete territoriale, qui c'è una fortissima istanza di cambiamento – caro direttore generale tienine conto nelle rappresentazione della Rai, come già oggi è.

Secondo elemento, servizio pubblico. Dice tra l'altro il documento, che quello che va definito più in dettaglio è la natura ed il prodotto del servizio pubblico. Mi pare che ci sia il verbo essenziale: produrre. Tra le tante connotazioni – sappiamo tanto che di servizio pubblico si discute da anni ormai a livello italiano ed europeo – io credo che questo sia uno dei verbi essenziali, un servizio pubblico è qualcosa che innanzitutto produce. Lo dico avendo la fortuna di parlare all'interno dello studio dove ogni domenica si fa "quelli che il calcio", cioè una produzione Rai, che esattamente come lo vorremmo su tante altre questioni mette insieme qualità e quantità di un prodotto, che stimola il cambiamento

dell'offerta, che di colpo mostra quanto siano invecchiati certi modi di far televisione, anche su altri canali del servizio pubblico. Sono un programma che, in questo soprattutto da servizio pubblico accompagna la modifica del gusto di un paese, è cultura di un paese. E però insieme lo diciamo sapendo che da questa nostra Rai vorremmo che sapesse produrre di più. Per stare all'attualità, stasera va in onda la terza e ultima puntata di "morte di una nazione", il bellissimo documentario su Raitre sul dissolvimento dell'ex Jugoslavia. Allora, l'abbiamo comprato dalla BBC, così come abbiamo trasmesso queste settimane prodotti eccellenti di acquisto dalla BBC. Allora può stare o no nelle ambizioni del servizio pubblico quel produrre di cui saggiamente parla il documento? È chiaro che questo mette in campo anche una discussione sulle risorse di cui il servizio pubblico è dotato. Noi crediamo che questa natura produttiva, tra le altre del servizio pubblica debba essere con forza anche maggiore – qui parla l'On. Vita, sottosegretario – riconosciuta e riaffermata nel contratto di servizio che andrà in discussione tra qualche mese, così come sta cominciando la discussione sul 1138, e vorremmo saper qualcosa di più e di meglio sulla questione non sempre volgare o troppo materiale relative alle risorse del Servizio Pubblico. Io condivido tutte le cose che ha detto prima di me Fulvio Fammoni sul contenuto della legge sull'esigenza di un vertice stabile, vorremmo – esprimiamo un garbato auspicio On. Vita – che le risorse che dal 1138 verranno assegnate al servizio pubblico fossero commisurate ai compiti che al servizio pubblico verranno dati. Non c'è sfuggito il fatto che in queste settimane la carta stampata, che legittimamente, dal suo punto di vista, abbia fatto una sinfonia (voci diverse ma mirabilmente fuse) per dire che il problema della comunicazione italiana è lo squilibrio delle risorse pubblicitarie a favore dell'emittenza televisiva. Avremo qualche perplessità, anche guardando al fatto che poi in questi anni le copie dei quotidiani sono calate come numero di copie vendute mentre la raccolta pubblicitaria ha continuato a crescere – vorremmo avere la possibilità, assieme alle altre organizzazioni sindacali, di sentire, magari dire la nostra nel processo di definizione del 1138, che crediamo non debba essere limitato, nel suo percorso di definizione, ai partiti, legittimamente, sede della decisione e le aziende.

Terza e conclusiva considerazione. Raitre era uno dei punti del documento, Raitre come grande occasione, lo diceva verso l'inizio di questa mattinata Panzeri mi pare, quando notava una casuale coincidenza dell'attenzione su Raitre a seconda dei successi elettorali della Lega. Per quanto ci riguarda come Sindacato dei Giornalisti ma credo come insieme delle forze sindacali della Rai, non sta davvero in quel tipo di motivazione l'attenzione al processo di territorializzazione di Raitre, che abbiamo visto invece come un'opportunità vera. Il punto, qui bene stamattina sottolineato, e che questa opportunità ancora non s'è mostrata molto, non ha dispiegato ancora molto le sue potenzialità di cambiamento – lo dice assai bene il documento, lo ha riconosciuto perfino il Direttore Generale quando ha detto: "scarsi segnali di coordinamento all'interno del canale Rete e Testata". Allora, questa è un'occasione, anche qui rubando le parole a Celli, la risorsa tempo è una risorsa scarsa, quando si fanno i cambiamenti bisogna vederne gli effetti alla svelta. Qui a Milano, sottolineo con piacere che il segnale di cambiamento è arrivato, uno dei pochi peraltro all'interno del palinsesto dell'informazione del canale con il Tg delle 12 è stato colto e apprezzato, a dimostrazione credo che cambiare si può. Noi chiediamo all'azienda di concentrare sul tema del cambiamento possibile di Raitre un particolare sforzo nelle prossime settimane. Abbiamo per questo come giornalisti della Rai chiesto nelle scorse settimane che venisse ripreso un progetto che era contenuto nel piano editoriale del direttore della testata di una conferenza di produzione - si usa chiamarla ancora così - da fare entro fine maggio. Crediamo che sia un'opportunità importante, chiediamo all'azienda che venga realizzata al più presto e lo chiediamo all'Azienda, non solo ai vertici della Testata o della Rete, perché ha detto il Direttore Generale "non siamo noi a frenare" e però credo che debba, possa essere messa correttamente in capo al vertice aziendale la responsabilità di una verifica della congruenza, della corrispondenza tra i piani che sono stati elaborati e i risultati che qualche mese dopo sono stati conseguiti; insomma una conferenza di produzione che segni una accelerazione nel percorso di territorializzazione di Raitre. E sia magari – e chiudo su questo – l'opportunità anche per vedere se all'interno dei tanti cambiamenti organizzativi che in questi anni abbiamo visto, ai quali abbiamo partecipato in Rai, non ci sia magari anche la possibilità di abbattere quel tipo di barriere che fin qui, in maniera non codificata da nessun testo di legge o da nessun regolamento interno ha però segnato profondamente anche i rapporti tra le diverse categorie all'interno dell'azienda. Voglio dire che quando parliamo di un rapporto diverso tra rete e testata credo che ci possa essere anche la positiva occasione per verificare che certi tipi di collaborazione e integrazione ormai sono più avanti di quanto non siano certi sospetti che continuano ad aleggiare nelle stanze di Roma e non solo.

Grazie

DANIELA BENELLI, Assessore alla cultura Provincia di Milano

A questo punto del dibattito sono già state dette molte cose, per cui mi concentrerei su tre questioni molto brevemente. La prima è questa: Il titolo del vostro convegno pone il problema del ruolo di Milano nella RAI del duemila. Vorrei fare una riflessione su questo punto, cioè, qual'è il ruolo di Milano nel duemila. Non so se le idee sono del tutto chiare sulla questione. Milano ha conquistato e consolidato un'immagine di capitale della finanza, dell'economia, della moda. Non so, invece, se si possa parlare di Milano come capitale della cultura cosa che la città, sicuramente, un tempo è stata. Lo era negli anni sessanta, era uno dei luoghi più vivi e pieno di fermenti. E' indiscutibilmente capitale dell'editoria ma voglio porre una domanda, ed è giusto che la ponga un'amministratore locale che parla quotidianamente con gli altri amministratori locali e con le grandi istituzioni della nostra area: non so se ci siano segni evidenti che si voglia puntare sulla cultura come fattore strategico per il rilancio dell'area milanese. Credo che questo sia un punto importante che vada posto all'attenzione di tutti. Non vedo ancora chiari questi segni ma penso che questo sia decisivo perché è la strategia adottata da molte città estere, non solo grandi capitali ma anche di piccole e medie dimensioni. Queste città hanno puntato sulla cultura credendo che questa sia una funzione strategica per lo sviluppo della nuova società del terzo

millennio. Milano ha un fortissimo insediamento formato da svariate attività culturali ma, forse, non c'è ancora una politica decisa a fare leva su queste attività per rilanciare il ruolo culturale di Milano in Italia e in Europa. Sarebbe lungo articolare questo discorso perché vorrebbe dire passare settore per settore ma basti dire che l'area Milanese, comprese le moltissime iniziative che si svolgono nell'hinterland, sono fiorite un numero enorme di attività come ad es., produzione audiovisiva, cinema legato alla pubblicità, produzione multimediale (Milano ha un'alta concentrazione di piccole/medie aziende multimediali). Quanto si è puntato su questo settore per farne una leva di sviluppo di importanza economica, sociale e culturale per la nostra città. Non mi dilungo con altri esempi ma mi fermo su questo interrogativo. Se noi vogliamo veramente e crediamo che questa città abbia le potenzialità per puntare sulla cultura come risorsa di rilancio, allora la RAI diventa un fatto strategico nel contesto della strategia. E' evidente che la RAI assume un grande e importante ruolo, può avere un grande ruolo. E può averlo proprio per quell'idea che io vedo ripresa nel documento presentato oggi ma che vedo discusso nel convegno di oggi, della rete territoriale senza pubblicità. A me sembra una grande idea, soprattutto per la mancanza della pubblicità perché questo vuol dire ricominciare ad avere un ruolo di coraggiosa innovazione che un servizio pubblico deve avere, innovazione del prodotto, del linguaggio, del pubblico. Inoltre penso che la parola "territoriale" non debba essere assolutamente intesa, come talvolta si pensa, con "locale". Territoriale è un'altra cosa, vuol dire un rapporto organico con il territorio che non significa solo fare più e meglio informazione locale. So che c'è stata discussione anche sulla questione dell'equilibrio politico dell'informazione che viene fatta localmente, inteso come regionale. E' del tutto evidente che si chieda ad un servizio pubblico di fare una informazione politicamente corretta, mi sembra persino banale dirlo. Forse gli si chiede qualcosa in più, cioè, di difendere un'autonomia, di non essere asservita al politico, inteso come ambito di intervento. Gli si chiede di avere la capacità di promuovere la buona politica e a buona amministrazione da qualunque parte essa venga e di scoraggiare la cattiva politica e la cattiva amministrazione da qualsiasi parte venga, questo è ciò che si vorrebbe da un servizio pubblico che è fare informazione politicamente corretta senza essere asservita, ma questo lo do per scontato senza soffermarmi ulteriormente ma, il punto vero, è il rapporto con il territorio che significa una cosa molto più complessa che fondamentalmente si può sintetizzare dicendo: il saper utilizzare, attraverso una rete stabile di relazioni con ciò che esiste sul territorio, le risorse che ci sono per un progetto di innovazione e di miglioramento di prodotto e di linguaggio, con coraggio. Per questo trovo che le proposte qui contenute, insieme ad altre che sono arrivate dal Direttore, quando vanno in questa direzione sono convincenti. Non bisogna avere una concezione assistita del rapporto col territorio ed è inutile dire che la nostra area è culturalmente ricca di risorse straordinarie, spesso depresse da molti fattori, spesso ignorate e sottoutilizzate. Credo che i settori in cui, tra l'altro, potrebbero essere utilizzate per immaginare dei prodotti nuovi sono tanti. E' stata citata un'idea riguardante la multimedialità che condivido sicuramente; Milano e il suo hinterland è una città con realtà giovanili in fermento spesso sconosciute, noi della provincia abbiamo un osservatorio privilegiato da questo punto di vista, abbiamo un rapporto con giovani talenti creativi proprio in campo cinematografico-audiovisivo e vi assicuro che ci sono ragazzi che noi aiutiamo a fare i primi passi ma, poi, ci vorrebbe qualcuno che raccogliesse questi talenti per fargli proseguire la strada. Come già detto, Milano è capitale dell'editoria ma è curioso constatare che la fiera del libro si fa a Torino e la scuola del libro sia a Venezia. La nostra città è ricca di istituzioni scientifiche universitarie, la scienza è un punto decisivo per lo sviluppo culturale. Fare alta divulgazione scientifica è fondamentale e la RAI non può ignorare questo, perché ha anche il compito di promuovere lo sviluppo culturale e civile del nostro paese e non penso affatto che fare della buona produzione culturale significhi fare programmi noiosi, è proprio qui la sfida: riuscire a fare buoni programmi, innovare il prodotto riuscendo anche a innovare il linguaggio. Non è vero che ci deve essere per forza una rincorsa al "basso" per l'audience, abituando il pubblico a prodotti scadenti. Si può invertire questo processo e sono convinta che la RAI abbia le risorse per farlo, tanto più se saprà collegarsi alle molte risorse che questa città possiede, potrei citare i teatri, Milano ha la più estesa rete di teatri di produzione che sperimenta e produce spettacoli teatrali. Non a caso alcuni talenti che hanno avuto grande successo su trasmissioni RAI, sono venuti nella nostra città. Milano riavrà presto il teatro Dal Verme, la Rai ha mantenuto una quota minoritaria per quel teatro. Bisogna che si cominci a pensare che cosa la Rai vorrà fare in futuro di questo spazio che è uno spazio progettato su commissione Rai, quindi pensato e attrezzato per registrazioni televisive e radiofoniche. L'ultimo punto che vorrei trattare riguarda il rapporto della RAI con le istituzioni locali, che sono solo un pezzo del territorio, quando penso ad una rete diffusa di rapporti col territorio intendo, non solo le amministrazioni, ma tante altre realtà che non ho citato, Piccolo, Scala ecc. Il rapporto con le amministrazioni locali può essere importante perché credo che la RAI possa e debba impostare un dialogo soprattutto con le grandi amministrazioni, che chieda a queste di diventare partner di progetti. Si è parlato di agenzie delle idee, e mi sembra un'idea intelligente, si parla di coproduzioni. Credo che si possa chiedere alle amministrazioni un rapporto di partnerariato in alcuni casi. La stessa cosa può essere chiesta ad altre realtà non amministrative, ad es., la camera di commercio o la CARIPO, che è una grande agenzia che dovrà sempre più promuovere cultura e interventi socialmente qualificati. Esistono sul territorio delle agenzie di sviluppo a partecipazione mista pubblico-privato che svolgono un grande ruolo per la riqualificazione e la reindustrializzazione delle aree dismesse e di molte aree della nostra provincia. Questi sono tutti interlocutori e possibili partner per la RAI e credo che al più presto si debba cercare di promuovere questo rapporto attraverso un tavolo di confronto come primo appuntamento per cominciare a scambiarsi delle idee. Voglio solo dirvi che la Provincia è pronta a fare tutto questo e credo che lo abbia anche dimostrato, perché rivendico alla Provincia di Milano tra le istituzioni milanesi, quella che ha dato una più forte spinta alla sprovincializzazione culturale dell'area, cito l'apertura in tempi record di uno spazio progettato su modelli europei e, forse, anche più avanti. E' l'istituzione che ha dato la spinta più forte verso l'integrazione europea. Quindi io vi chiedo di considerare la

provincia un interessante interlocutore e , anche, trainante persino rispetto ad altre istituzioni che pure hanno dimensioni e capacità economiche più grandi delle nostre grazie.

ANTONIO DI BELLA, condirettore telegiornale T 3

Buongiorno, vista l'ora sarò breve e, per dirla alla milanese, spiccio e concreto. Parlo a nome del lavoratore o del dipendente che lavora e , forse lontano dai dibattiti e dai grandi progetti, porta avanti qualcosa di concreto, magari di piccolo, così da non meritare neanche un invito formale a questo incontro. Non parlo di me ovviamente, ma del personale giornalistico che qualcosa sta facendo e può fare sicuramente meglio, ma qualcosa fa. Ad esempio il T 3, in nuovo telegiornale a vocazione faticosamente territoriale, ha il suo cervello economico a Milano. Sfugge a molti, è un processo lento ma è un dato: la redazione economica nazionale del telegiornale 3 è fatta a Milano. La pagina economica del mattino è fatta a Milano e trasmessa sul satellite. Piccole cose, si può dire, ma io sono entrato in RAI venti anni fa e ho seguito molti convegni. Mi sono un po' stufato di sentire promesse, spero e vorrei parlare di fatti, piccoli magari, questo è un fatto. Un altro fatto è il telegiornale delle dodici che ha mezz'ora; ho sentito parlare dai tempi di Tognoli e Pillitteri del famoso TG2 ore 13 a Milano, progetti, discussioni.....ora c'è questo telegiornale delle ore 12, con dentro l'economia e lo sport rafforzati. E' un telegiornale nuovo che ha moltiplicato i suoi ascoltatori passando dal 6 al 10% con punte del 16% al sabato, giorno in cui non era prodotto. Tutto questo, mentre in vent'anni i convegni si moltiplicano, il personale del centro, ed è strano che in un convegno organizzato dai sindacati non si sia ancora detto, è quasi dimezzato!! Io sono entrato che erano in 1600 i dipendenti, e adesso sono meno di 800. Dobbiamo produrre, quindi, di più e meglio ma con meno personale. Questo è bello da dire, ma chi poi lo deve fare, e molti sono qui presenti, sa quanto è difficile. Per questo voglio parlare, se mi è consentito, anche a nome loro, di quelle piccole persone che, tirando la cinghia e lavorando di più rispetto al passato, fanno qualcosina di più, magari poca cosa per un convegno, però si fa. Europa, si ipotizza e si chiede nel volantino che ho letto, un appuntamento europeo, ma c'è già l'appuntamento europeo e viene trasmesso la mattina. Tre quarti d'ora rispetto alla mezz'ora dello scorso anno. Certo, è poco, bisognerebbe replicarlo come viene fatto per "telecamere" ma, sicuramente, un parlamentare che viene intervistato chiede con più forza di essere replicato di quanto non possa farlo un parlamentare europeo. Il rapporto col territorio, anche qui, "Mille e una Italia" del collega Losa, nazionalmente in convenzione con la conferenza delle regioni viene prodotto a Milano. Nessuno dice che il povero Losa deve fare i salti mortali nello studio, alzandosi tra una produzione e l'altra perché i livelli produttivi sono ormai saturi, mentre sembra che si parli di una RAI con gli studi vuoti e gente che non fa niente e, invece la produzione è totale tant'è che quando Deaglio doveva fare un nuovo programma nuovo ha dovuto produrlo fuori dalla RAI perché non c'era un buco in cui realizzarlo. Tutto questo, proprio per concretezza Milanese. Questo non per dire, siamo bravi, c'è un cammino lungo da fare, come ha ricordato il Direttore, le resistenze interne al T3 sono molto forti. Io stesso ho detto che il T3 a Milano è solo un esempio di quello che si può fare più in fretta e velocemente di quanto si possa fare a Roma, dove ne parleremo alla conferenza di Produzione. Io già dico che, dentro quella conferenza, io proporrò che la fascia ore 12-15, che è da ripensare totalmente, che parte bene alle 12 col TG da Milano, prosegue con l'appuntamento informativo da Milano come finestra del territorio sui temi della società civile, della cultura, del design, del costume. E' assurdo che noi forniamo quotidianamente pezzi confezionati per "costume e società", la rubrica fatta a Roma ma che, per forza, si nutre di materiale realizzato a Milano. Quindi noi siamo in grado di produrre un appuntamento di questo genere che prosegue questo faticoso cammino cominciato alle ore 12, scusateci ancora se è un po' poco.

VINCENZO VITA, Sottosegretario Ministero Telecomunicazioni

Vi ringrazio per l'invito particolarmente gradito perché non da oggi ritengo fondamentale il ruolo di Milano di questo Centro di questa Sede che come voi sapete meglio di me è un pezzo della storia dell'Italia. Corso Sempione 27 fa parte nella storia della cultura di massa italiana dei capitoli più importanti, anzi devo dire la verità che mettere piede qui in questi studi che hanno una storia antica, una tradizione molto significativa molto bella dà anche qualche emozione perché la Rai è una risorsa essenziale della vita italiana. Parlare di Milano, vengo subito al punto, è parlare sostanzialmente della Rai del futuro, le due cose si connettono strettamente. Mi ha fatto piacere sentire gli accenti positivi dati a questo argomento dal Sindaco che prima di uscire dalla Sede Rai ha voluto ribadire a me che è disponibile, e lo ringrazio anche per quello che ha detto, il Presidente della Provincia Tamberi che con l'Assessore Benelli che ha detto cose assai condivisibili rappresentano tra l'altro l'istituzione la Provincia che forse più ha creduto nella fase recente a questo progetto e ancora il messaggio della Regione ricordo un altro convegno fatto al Politecnico di Milano che era un pochetto forse l'anticipazione di quello che stiamo svolgendo qui che ha poi, e questo è un altro elemento di qualità nelle Organizzazioni sindacali CGIL, CISL, UIL, SNATER ma anche Usigrai che col Segretario Natale è venuto qui a testimoniare un impegno che ha nelle Organizzazioni sindacali tutte senza divisioni tra le Organizzazioni giornalistiche e quelle dell'insieme dei lavoratori il punto di riferimento e di avvio ed è anche un elemento importante in una città che fu tradizionalmente operaia e che ora, come ha detto bene Daniela Benelli, deve correre il rischio di trasformarsi da una città industrialista anzi legata al modello industrialista, ne è stato uno dei punti di riferimento e non solo in Italia, la Milano degli anni trenta, quaranta, cinquanta, sessanta fino alla seconda metà degli anni settanta al modello invece post fordista il modello della società dell'informazione della cultura della comunicazione dell'ICT dell'information communication technology di cui l'industria è parte, non scompare l'industria, non scompare il lavoro dipendente, ma è parte però di un processo più ampio di un percorso che qui si può sperimentare più che altrove perché il passaggio dall'economia della materialità più forte all'economia dell'informazione in una versione larga d'informazione ha proprio in una città come Milano il riferimento essenziale.

Sta accadendo in altre città europee ma io dico con qualche orgoglio per noi italiani se posso dire senza nessuna ombra qui di nazionalismo, ci mancherebbe altro però insomma Milano ha anche qualche cosa in più rispetto ad altre realtà che sono oggi un punto di riferimento quando si dibatte di questi argomenti. C'è un bel progetto per esempio di riuso delle grandi strutture industriali dismesse di Sesto San Giovanni in cui uno dei capitoli è la multimedialità ma penso che proprio gli argomenti che abbiamo trattato oggi siano propedeutici ad una grande iniziativa sull'innovazione. Ecco mi pare si debba dire così mi rivolgo ai dirigenti della Rai che saluto tutti quelli di Milano, il Dott. Celli Direttore generale, Direttore che io mi sento di apprezzare davvero anche per la sobrietà con cui si colloca in questi dibattiti senza enfasi però aggiungo io anche con impegni che mi auguro siano forieri di novità positive perché questo è il punto Dott. Celli noi credo possiamo sperimentare a Milano con Milano su Milano un qualche cosa di simbolicamente più ampio e la Rai del futuro si gioca molto qui non perché le altre città non siano rilevanti, questo sport di andare in ogni città a dire che ognuna è rilevantissima non mi è mai piaciuto pur avendo molta attenzione come tutti credo coloro che hanno un animo democratico all'inesistenza di evitare campalismi, forme di leghismo più o meno consapevoli, tutte le città certo sono importanti ovviamente non c'è un più o un meno sono tutte città dell'Italia e però non a tutte chiedereste la stessa cosa mi pare del tutto evidente. Ogni città ha una qualche vocazione e non fa ombra dover dire che Milano è forse il luogo privilegiato di sperimentazione della Rai Servizio Pubblico moderno che sa stare come servizio pubblico nei nuovi mercati e che si sa confrontare col sistema globale e multimediale della comunicazione: è uno slogan? Forse anche ma questo è il punto e quindi il vecchio dibattito: la sede Rai di Milano che fine fa oggi ringiovanisce improvvisamente e torna ad essere uno dei punti essenziali dell'Agenda delle comunicazioni. Ricorderà Dott. Locatelli che questo tema di Milano fu all'ordine del giorno già nell'epoca in cui Lei dirigeva insieme al Consiglio d'Amministrazione chiamato dei Professori la Rai. Ricordo quella fase perché lì si misero le basi per parecchie cose. Io sono molto legato a quel periodo, è vero che poi ne intervenne un altro a cui sono meno legato io personalmente, però in quel periodo si gettarono le basi di un progetto di nuova Rai che mi pare oggi divenga attuale e si gettarono le basi perché se no è vero, ha ragione PierLuigi Celli il resto poi rischia di diventare più difficile, la progettualità si inceppa, in tante pastoie, si gettarono le basi anche per il superamento della vecchia e asfittica relazione tra la Rai e la politica. Io non voglio illudermi e tanto meno illudervi, siamo tutti contemporanei come dire e conviviamo con una società complessa e la politica non è tutta uguale anzi ci mancherebbe è molto diseguale soprattutto nell'epoca del maggioritario ma la legge che portò nel '93 alla nomina del Consiglio d'amministrazione della Rai e del Direttore Generale in una forma diversa rompendo con un passato che si era fatto sempre più contorto e oppressivo, rispetto al ruolo di una certa politica non tutta, non sarò mai un militante del pressapochistico storicismo, c'è sempre una dialettica nella storia più di quanto si pensi, ma certo quel passaggio che portò a quella Rai oggi può trovare la conferma piena e io credo che per parlare di Rai multimediale dell'epoca della società dell'informazione serva interrompere definitivamente un cattivo rapporto tra la politica e un'Azienda. Deve finire una volta per tutte quella cosa che è stata chiamata letterariamente lottizzazione. Ma deve finire sul serio anzi io mi auguro che il Direttore Generale della Rai neanche ascolti o voglia ascoltare pressioni, perorazioni ingerenze, ma lo dico anche con un pizzico di strumentalità perché solo così, solo interrompendo in modo definitivo un cattivo rapporto tra politica e aziende, qui il discorso si farebbe più vasto ma la Rai è come spesso si dice un laboratorio che parla anche a tante altre cose, solo interrompendolo davvero si può invece aprire una stagione positiva in cui la politica non solo non viene messa fuori ma anzi rientra ed a testa alta, rientra occupandosi di progetti, rientra interloquendo sulle strategie industriali, rientra per costruire assieme un elemento di positiva evoluzione dell'Italia che passa attraverso il sistema della comunicazione, non c'è storia industriale per una nuova Italia senza questo grande capitolo: vale per l'Europa a maggior ragione per l'Italia. Senza quello che chiamiamo l'Information Communication Technology che in Italia ha dei pezzi di avanzata, pensiamo alla telefonia cellulare e dei pezzi ancora di arretratezza, pensiamo alla diffusione di Internet, ecco senza questo capitolo non si va nel futuro prossimo venturo con un ruolo da protagonisti come questo Governo vuole assolutamente avere per il Paese che governa. Ecco così si può riaprire un dialogo positivo: la politica si occupa di grandi strategie fa buone leggi, regolamenti, introduce le cornici giuste dentro cui le Aziende possono liberamente muovere la propria attività, si confronta sulle strategie industriali e le Aziende governano invece in piena autonomia, davvero la gestione attiene alle Aziende. Non bisogna metterci il naso anzi mettendoci il naso spesso si fanno anche dei danni alla stessa politica, spesso la politica ha tratto più svantaggi che vantaggi da una certa logica. Guardate non è un libro dei sogni le cose vanno sentite e sperimentate bisogna creare schieramenti, crederci, ogni battaglia di riforma passa attraverso dei momenti di rottura, d'interruzione di una certa routine, di valorizzazione di alcuni punti rispetto ad altri ecco oggi siamo in questo passaggio. Perché il Servizio Pubblico diventi più moderno, più in grado di stare alle nuove sfide e nelle nuove sfide deve cambiare se stesso. Il processo di riforma che si è avviato con la legge 249 e con la ristrutturazione qui accennata e descritta dal Dott. Celli, serve un passaggio ulteriore che ha in Milano un banco di prova: lo dico proprio con molta decisione. Milano sarà il punto di verifica di tutto questo perché se una nuova Rai più autonoma più Azienda di Servizio Pubblico, più svincolata da una cattiva politica, più interna alla società dell'informazione non riesce a valorizzarsi a Milano il quadro complessivo non regge e questo mi pare l'impegno di un convegno produttivo spero di risultati quale quello che qui avete promosso e a cui abbiamo aderito con molta convinzione. Aggiungo un'altra considerazione che è stata un po' come anticipata da Fulvio Faroni da Roberto Natale e che poi anche nel dialogo col Segretario Giacomassi con il Segretario della Uil Tomei con lo stesso Snater col quale abbiamo avuto un dialogo non del tutto irrilevante su questa materia, con la Federazione della Stampa l'Usigrai e cioè il completamento della riforma e quel titolo che ormai per quel che mi riguarda comincia quasi a diventare un'ossessione personale il completamento della riforma con l'approvazione del disegno di legge 1138. Devo dire che mi ha fatto molto piacere perché insomma quando si fa questa attività c'è sempre qualche riscontro più simpatico e meno simpatico che è ormai diventato un'evocazione nota. In

genere i numeri delle leggi sono ignoti ai più anzi a chi le fa andarsi a guardare il nome esatto dei promotori, il titolo, il numero insomma è un'attività ed il 1138 è ormai entrato nel dibattito. A me è capitato recentemente, non è una battuta non ce ne sarebbe motivo, di entrare in un luogo totalmente insospettabile di interesse a questa materia in un bar ristorante, mi si è avvicinato un signore dicendomi come sta Sottosegretario bene a che punto è il 1138 io ho detto scusi ma perché anche lei mi ossessiona col 1138. Questo mi ha colpito perché noi a volte sottovalutiamo la comprensione che dei problemi poi si riesce a dare. A volte siamo più capaci poi di trasmettere di quanto immaginiamo. A volte ci sottovalutiamo, parlo collettivamente perché mi rispose molto seriamente guardi che abbiamo capito (può darsi che fosse poi persona molto addentro ma non faceva comunque un'attività in questo senso, poi glielo ho chiesto) perché solo così si può riformare la Rai (adesso non vorrei fare un incidente diplomatico) e mettere un freno alla pubblicità di Berlusconi. Io ho detto guardi quest'ultimo è il motivo forse ho il sospetto che sia il motivo per il quale è lì da un po' di tempo comunque ce la metteremo tutta. Certamente il progetto di nuova Rai di ristrutturazione del Servizio Pubblico in modo da farlo ringiovanire e riadeguare ai tempi moderni e post moderni post fordisti appunto, l'ancoraggio normativo effettivamente è il completamento del ciclo della riforma che ebbe il suo primo tassello nella legge 249 approvata nel luglio del '97 il cui secondo tempo è il ddl 1138. Tra l'altro è bene ricordare che erano la stessa cosa cioè era un unico progetto. Noi facemmo un unico progetto perché nessuno con l'allora Ministro Maccanico fu così bizzarro da pensare di fare una riforma in due tempi: non è un film, avevamo fatto un unico progetto però ricorderete che c'era un'urgenza, varare l'autorità di garanzie per le telecomunicazioni, c'era in corso la privatizzazione di Telecom nella sua fase di avvio e ci fu anche chiesto di fare presto ed allora si tagliò in due chirurgicamente il progetto unico quindi il 1138 è parte integrante della stessa riforma. L'abbiamo anche riaggiornato una prima volta e fu ridepositato nel febbraio del '98. Sembrava che dovesse partire il dibattito e pensammo giustamente di rimmetterlo a punto. L'abbiamo definitivamente riaggiornato, abbiamo domani tra l'altro un incontro con i gruppi di maggioranza che sostengono il Governo. L'On. Storace ha detto ma perché consultate solo la maggioranza è un fatto privato di Governo e maggioranza? Non so se l'On. Storace vuole entrare anche lui nella maggioranza mi pare del tutto evidente che un Governo innanzitutto sente il parere della maggioranza che lo sostiene poi certo sentiremo anche le opposizioni non vi è dubbio nella speranza che non ci sia come per l'altra fase il disegno di legge che portò poi alla 249 una lunga stagione di ostruzionismo. Ho ancora memoria di quell'aula del Senato della commissione ottava con pacchi di emendamenti ostruzionistici del Polo che come è noto ha al suo interno anche un partito azienda. Questa volta ci auguriamo e quindi faremo eccome un incontro col Polo che non sia così, che si voglia tutti insieme concorrere ad una buona riforma. Ecco il 1138 è fondamentale intanto perché completa la riforma, intanto perché ha una parte molto significativa sull'innovazione tecnologica: mettiamo nel 2006 lo step per il passaggio alla diffusione digitale, introduciamo varie nuove opportunità di diffusione in legge in modo che non ci sia ogni volta lo stillicidio di autorizzazioni provvisorie l'NNDs la TV cellulare il local loop, la web TV, tutto ciò che pensiamo oggi possa fare dell'Italia non un paese al solito un po', in passato così fu, a rimorchio ma un paese di evoluzione costante nella innovazione. E' importante perché ha tutto un capitolo sull'emittenza locale radiofonica e televisiva che deve trovare una sua ragione nel nuovo sistema non più come sorellina minore ma come punto di riferimento: il locale ed il globale come è noto sono due facce della stessa medaglia e poi ci sono i due capitoli di maggiore attualità in senso anche della polemica politica, e mi avvio a chiudere questo mio intervento su questo argomento, l'assetto societario della Rai e gli affollamenti pubblicitari. Le due cose tra l'altro si connettono strettamente e questo da parte mia contiene anche un suggerimento se posso dire per il nostro dibattito e per il dibattito parlamentare medesimo. In tutte le cose c'è un prima e un dopo nel senso che la parte sugli affollamenti pubblicitari sono due articoli in cui si definisce meglio la pubblicità si mette un freno alle telepromozioni che con tutto il rispetto francamente non sono proprio una cartina di tornasole della buona comunicazione. Anche la Rai io credo ecceda in telepromozioni lo dico da tanto tempo, lo sa il Direttore Generale, e non è bello vedere alcune trasmissioni interrotte dalle telepromozioni condotte dagli stessi, come dire, personaggi. Non è un bel sistema di rapporto con l'utenza di trasparenza non è bellissimo visto che lo dico in sede non sospetta perché se lo dicessi che so altrove ma qui in uno studio della Rai... certe volte alcune trasmissioni soprattutto della rete uno della Rai che è la vecchia rete considerata ammiraglia si distinguono poco poco come Servizio Pubblico. Detto questo c'è una parte che riordina i concetti e c'è una parte che definisce gli affollamenti. Ora da parte di Mediaset come si è divulgata l'ipotesi che il dibattito parlamentare potesse avviarsi rapidamente perché finché non era imminente la ripresa del dibattito parlamentare (quella parte non è mai cambiata è da tre anni, dal luglio '96 quando noi consegnammo il ddl 1138 quella parte è rimasta intonsa) adesso improvvisamente a tre anni di distanza gli uffici preposti suppongo di Mediaset hanno scoperto che ci perdono centinaia di miliardi. Io ho chiesto loro ma perché non ce lo avete detto tre anni fa comunque meglio tardi che mai. Perché c'è questo limite messo alle telepromozioni innanzitutto cioè considerando le telepromozioni pubblicità come è giusto che sia e quindi gli affollamenti e orari e giornalieri. Poi c'è una parte sulla Rai considerata dalla Rai medesima un po' troppo restrittiva. Ora badate bene la parte sulla Rai fu immaginata in un testo in cui tre anni fa la Rai era ancora all'interno di un ciclo di evoluzione più tradizionale. Ora capisco che di fronte ad una nuova processualità di sistema: la multimedialità, il digitale, le nuove offerte il tema possa essere riconsiderato però con giudizio e vengo anche al suggerimento, ma questa parte che sia davvero dentro il dibattito parlamentare uno dei capitoli su cui consapevolmente si dibatte, si discuterà ci si confronterà è importante che ci sia chiarezza e subito sul primo passo. L'altro articolo che io ritengo essenziale per il futuro del Servizio Pubblico, cioè la nuova configurazione societaria. Noi dobbiamo dare una risposta al paese ai lavoratori alle lavoratrici della Rai innanzitutto su un quesito: che sarà della Rai che è al 99,5 per cento dell'IRI quando l'IRI avrà mutato la sua missione. Non possiamo non porci responsabilmente questo capitolo. Abbiamo immaginato uno schema "Fondazione" come scatola di riferimento societario holding quindi struttura aperta a diverse società operative che possono diventare poi

sotto il profilo dei mercati più duttilmente presenti con il Pubblico in maggioranza io sono fermamente convinto che il Servizio Pubblico sia un valore anzi servizio pubblico e servizio universale per ciò che attiene alle telecomunicazioni sono due baluardi di un'idea di Stato Sociale che è da aggiornare non da deprimere e ridimensionare. Nel nuovo welfare della comunicazione il concetto di Servizio Pubblico non è meno importante, è più importante oggi perché quando era più semplice il sistema era anche più ovvio adesso lo è un po' meno e quindi diventa una scelta un impegno oppure come è stato scritto autorevolmente il Servizio Pubblico diviene persino un elemento oggettivo del sistema e non solo una scelta soggettiva cioè diventa un punto di qualità dell'evoluzione e che tra l'altro in Europa tutti i Paesi difendono gelosamente. Lo vorrei dire a tanti un po' curiosi e fondamentalisti cultori del liberismo che quando mi trovai nel settembre scorso al consiglio dei ministri dell'unione europea dedicato all'audiovisivo con all'ordine del giorno i servizi pubblici nell'era del digitale, guardate che la posizione della totalità dei ministri dell'unione europea dico della to-ta-li-tà compresi la Spagna che non è a governo di centrosinistra e compresi i Paesi del nord dell'Europa che sono sempre stati molto più freddi rispetto a questi temi per loro storia e cultura diversa la posizione unanime fu: il Servizio Pubblico è un valore essenziale e quella posizione si riverberò anche sulla discussione europea tanto è vero che lo stesso documento della DG4 la Direzione Generale dell'unione europea della commissione europea dedicata alla libertà di concorrenza è pur vero che produsse un documento a cui il Governo e la stessa Rai hanno risposto sul tema dei finanziamenti dei Servizi Pubblici, le connessioni tra canone e pubblicità è pur vero ma derubricando questa richiesta da apertura di un processo di infrazione a richiesta di documentazione e di approfondimento e mi pare che su questo argomento si debba essere nettissimi. Il Servizio Pubblico è un grande valore. Ecco se risolviamo questo tema in Parlamento tra l'altro con un concorso di tutte le forze ragionevole, anche l'altro tema quello degli affollamenti, viene illuminato in modo diverso, diventa anche più semplice, in ogni caso poi io ritengo che in epoca di maggioritario governare significa appunto governare, fare la maggioranza significa fare la maggioranza e può anche accadere che non si fanno intese con le opposizioni. Può accadere che si voti a maggioranza e quante volte è capitato a parti rovesciate in altre stagioni. Ora quindi il 1138 è fondamentale ed è un impegno da assumere come prioritario. Avremo domani un incontro di maggioranza ci auguriamo che la bozza che abbiamo costruito possa trovare il consenso; avremo poi la scadenza fondamentale della vita democratica italiana: l'elezione del Presidente della Repubblica e quindi avremo il tempo il modo di mettere a punto eventuali pezzi che possono essere aggiornati, avremo modo, lo vorrei appunto dire qui al Dottor Celli, ai Dirigenti ai lavoratori della Rai alle lavoratrici della Rai di mettere a punto meglio la questione delle risorse anche quelle del Servizio Pubblico appunto aggiornando questo capitolo rispetto ai nuovi bisogni, lo ha accennato Natale, io non sono per essere chiari per la pressione ritengo che i disegni di legge vadano fatti senza pressioni, lobbismi, ecc... responsabilmente bisogna porsi il problema delle risorse del Servizio Pubblico in generale dell'equilibrio di un sistema che però, e questo è un problema innanzitutto del Servizio pubblico che è un elemento di qualità e deve essere tale sempre più in un sistema che vede la pubblicità nella televisione generalista classica totalmente sproorzionato: il 57 per cento dei flussi pubblicitari va verso la televisione nazionale generalista c'è qualcosa che non funziona se è vero che in tutti gli altri paesi e non solo europei il rapporto percentuale è un po' diverso anzi è molto diverso. Ci sarà pure qualcosa che non va: ora può accadere che sia un grande complotto del mondo contro Mediaset, ma io non credo. Il punto è che c'è un equilibrio diverso. Il costo contatto in Italia come fanno i tecnici di questo mondo è ancora piuttosto basso, nella pubblicità in Italia c'è dumping, concentrazione, sconti, insomma bisogna restituire la pubblicità al mercato, ecco così replicherei: si è voluto il mercato? E si faccia il mercato adesso. Quello della pubblicità in Italia oggi non è un mercato. Allora io che pure vengo da una cultura politica non proprio di tipo liberal dico benissimo si è voluto il mercato? Allora però se ne accettino le regole pienamente e allora non vanno bene sconti, dumping, accaparramento di pubblicità contro i soggetti più deboli. Quindi ragionamento aperto. Infine ancora una battuta su Milano e chiudo proprio da dove siamo partiti. Questa iniziativa a mio modo di vedere è stata di grandissima utilità potrebbe dar luogo e faccio anche una proposta operativa (naturalmente la decisione non spetta a me noi siamo solo degli interlocutori) a un tavolo concreto di confronto su Milano. Qui abbiamo un po' tutti gli interlocutori: Enti ed Autonomie locali, Organizzazioni sindacali, Direzione Generale della Rai, Direzione di Milano e della Lombardia, lavoratori e lavoratori giornalisti, le redazioni. C'è un po' tutto, le Organizzazioni Sindacali sono i promotori, io sono qui a testimoniare un impegno non effimero e credo di poterlo dire con grande sincerità e convinzione mi pare che possiamo lavorare per un tavolo di confronto. Perché vedete io ascoltando i diversi interventi ho avuto l'impressione molto netta che vi sia una questione un po' sottodimensionata. In questa settimana si è parlato moltissimo di assetti societari di Telecom: c'è un' OPA in corso che va ovviamente rispettata rigorosamente: gli aspetti finanziari, beh vedete qui a Milano viene da dire proprio perché a Milano c'è la storia dalla Rai all'Italtel alle vecchie Aziende meccaniche c'è una grande questione: le politiche industriali, il futuro industriale, occupiamoci anche di questo per Telecom e occupiamoci anche di questo per il sistema radiodiffusivo e un tavolo di confronto su Milano, sulla questione della Rai di Milano come questione simbolica ed emblematica che poi come in un gomito porta dietro tante altre cose può essere un'occasione fondamentale per ridare anche a Milano quelle aspettative che merita come grande città democratica. Grazie e buon lavoro