

## **RAI E TERRITORIO: IL FUTURO DELLE SEDI REGIONALI AL BIVIO**

***"Il gruppo RAI rappresenta il primo fornitore di informazioni di territorio in Italia. .. RAI raggiunge, in termini di " total audience informativa locale" elevati livelli di penetrazione in tutte le regioni italiane, detenendo una posizione di leadership informativa in ben 14 di esse". (AGCOM 11/2018)***

RAI e Servizio Pubblico, un rapporto che, dal 15 dicembre 1979 con l'entrata in funzione della terza rete televisiva progettata in modo da consentire la trasmissione di programmi nazionali e regionali differenziati, si è arricchito con il contatto del cittadino utente sul territorio. L'informazione e gli approfondimenti regionali diventano elementi di crescita culturale del nostro Paese. Dopo quasi 40 anni e nonostante le riforme che stravolgono l'alto profilo Istituzionale delle norme che regolano l'Azienda e la Mission delle sedi Regionali (ridotte dagli articoli a meri presidi redazionali), possiamo ancora affermare che informazione locale è importante riferimento per gli italiani. In molte regioni infatti *"la principale fonte informativa è un canale televisivo: 17 regioni su 20. E a prevalere è il ruolo dei brand nazionali con il servizio pubblico radiotelevisivo, attraverso il TGR, che raggiunge valori molto elevati (ed. serale nei primi mesi 2019 è secondo TG RAI più seguito), specie nelle regioni in cui la programmazione è offerta anche in altre lingue oltre all'italiano..."* (Sole24ore).

### **LA RAI CONTA SEDI E CENTRI DI PRODUZIONE SU TUTTO IL TERRITORIO CHE NEI PROGETTI, NEGLI ATTI E NELLE SCELTE NON VALORIZZA.**

A 40 anni da quella riforma il ricambio generazionale diventa strumento di contrazione del perimetro aziendale [es: Napoli, 50 incentivati all'esodo e ad oggi nessuna assunzione; Potenza, settore Rai Canone composto da 1 risorsa] e il mancato aggiornamento tecnologico [es: Trieste, regie Radio fatiscanti nonostante "Convenzioni"; Cagliari non riesce a onorare accordi con Regione per mancanza di mezzi e risorse] e professionale le scuse per impedirsi di produrre e ridurre il proprio potenziale a favore di altre aziende e altri appalti. Le vecchie ITA fuori standard buttate nei garage [Perugia, Bologna, Bari etcetc], gli studi obsoleti, il grido dei Lavoratori dei Centri di Produzione di Milano, Torino e Napoli per una missione certa e un impegno costante senza dover andare a Roma con il cappello in mano a elemosinare lavoro, non trovano risposte adeguate nel piano industriale che invece studia con dovizia certolina l'efficientamento percentuale dei volumi dei cespiti di proprietà. E' mai possibile che la consapevolezza del ruolo della Rai sul territorio e l'impegno derivante dalla sottoscrizione del contratto di Servizio Pubblico oltre ogni business plan sia rimasto soltanto nella coscienza dei dipendenti? **BUONGIORNO REGIONE QUEST'ANNO COMPIE 10 ANNI**, quale il bilancio e il progetto di sviluppo?

I Segretari Regionali SNATER dopo aver analizzato e verificato le pesanti criticità presenti in Azienda, chiedono alla Rai la stessa fattiva lungimiranza e l'impegno, anche in termini di investimenti [pensiamo anche alle promesse sul centro ricerche CRIT e ICT di Torino], messi in campo 40 anni fa, rivisti e corretti per un mondo delle comunicazioni completamente cambiato e multimediale, che però partano sempre da quella Missione di tessuto connettivo sociale e stimolo culturale inclusivo per il nostro Paese, perché *"L'informazione locale è caratterizzata da proprie specificità. La prossimità, immediatezza, identità e contestualizzazione costituiscono elementi essenziali della pluralità di culture, lingue, punti di vista, e, più in generale, della diversità che caratterizza le società contemporanee e che necessita di inclusione, anche mediale, e partecipazione attiva"*. (AGCOM,11/2018).

I Segretari Regionali SNATER