Rai rilancia l’offerta per l’estero, ma seppellisce il canale in lingua inglese

Ieri pomeriggio a Viale Mazzini è stata celebrata una curiosa iniziativa “coreografica”, che non ha certo provocato una ricaduta mediatica travolgente (nessun quotidiano, se non il romano “*Il Tempo*”, ha dedicato spazio alla notizia), ma che merita essere analizzata, per due valenze: di fatto, due ministri della Repubblica hanno sostanzialmente benedetto i diarchi **Marinella Soldi** e **Carlo Fuortes**, rispettivamente Presidente ed Amministratore Delegato della Rai, nominati dal Governo guidato da Mario Draghi nel luglio 2021; la Rai cerca di salvarsi in corner rispetto al rischio di essere imputata di inadempienza in relazione ad uno degli obblighi che avrebbe dovuto rispettare nell’economia del “contratto di servizio” vigente, stipulato con il ***Ministero dello Sviluppo Economico*** (Mise) ormai *Ministero delle Imprese e del Made in Italy* (Mimit), in relazione al canale televisivo in lingua inglese per l’estero…

È una lunga storia, che merita essere ricostruita.

Il Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (Maeci) nonché Vice Presidente del Consiglio **Antonio Tajani** ed il Ministro della Cultura (Mic) **Gennaro Sangiuliano** sono intervenuti alla presentazione di “*Un mondo d’Italia. La nuova Rai per l’estero*”. È intervenuto anche il neo Sottosegretario all’Editoria (Presidenza del Consiglio dei Ministri), il forzista **Alberto Barachini** (già alla guida della Vigilanza Rai nella precedente legislatura).

Accantonando perplessità e pregiudizi (maturati nel corso

degli anni, rispetto a queste tematiche, che IsICult ha anche studiato consulenzialmente), non siamo ben riusciti a comprendere in "cosa" consista, esattamente, questa nuova offerta di Viale Mazzini: molta retorica, molti numeri in libertà (si è fatto riferimento ad una platea di oltre *250 milioni di persone nel mondo*, in qualche modo legate all'Italia), pochi fatti, nessun dato.

Su queste colonne, abbiamo dedicato molta attenzione, nel corso degli anni, al ***progetto di canale internazionale per l'estero***, ed abbiamo registrato con amarezza quanto esso sia presto finito su un binario morto, per una semplice ragione: costruire un vero canale internazionale di un "public media service" richiede risorse nell'ordine di molte decine di milioni di euro, e la Rai queste risorse non ha mai seriamente deciso di allocarle.

Altra faccia della medaglia: il contraente ***Mise*** può anche prevedere meraviglie fantastiche nel "contratto di servizio", ma, se non esiste un rapporto sano e chiaro tra "prestazione" e "controprestazione", viene meno, nell'ottica sinallagmatica, il contratto stesso! Su questa indefinizione, per anni anzi decenni, s'è andato reggendo il "contratto di servizio" tra Ministero e Rai… Ci si augura che così non avvenga con il nuovo contratto in gestazione.

Molta retorica (tra made in Italy ed italiani all'estero), 2 ministri ed 1 un sottosegretario: Gennaro Sangiuliano, Antonio Tajani, Alberto Barachini…

Prevedibili le dichiarazioni dei due Ministri… **Gennaro Sangiuliano**: "*negli anni Sessanta, la Rai ebbe il merito storico di garantire l'unificazione del linguaggio degli*

italiani, frammentati in tanti dialetti. La Rai fece un grande lavoro per recuperare una certa identità nazionale. Allo stesso modo, questo canale permetterà di far conoscere al mondo intero e globalizzato, che ha voglia di conoscere e di viaggiare, l'unicum che rappresenta la nostra cultura che è una stratificazione secolare di tante civiltà importanti"…. Il Ministro della Cultura ha approfittato dell'occasione per rilanciare la sua tesi sull'Italia "una superpotenza del pianeta che deve far conoscere i suoi beni ovunque". **Antonio Tajani**: "*la Rai è fondamentale per la difesa della lingua e della cultura italiana per promuovere il nostro Paese nel mondo. Svolge un ruolo fondamentale, che va assolutamente sostenuto, per i sei milioni di italiani che vivono all'estero e per quelli che viaggiano che così possono sentirsi vicini 'alla casa madre*'".

Prevedibile anche la dichiarazione del Sottosegretario **Alberto Barachini**: "*il servizio pubblico è una sorta di appendice della nostra rete diplomatica e consolare e l'offerta Rai per l'estero rappresenta, in questo senso, un punto di riferimento per i pubblici stranieri, per comprendere l'Italia e i suoi cambiamenti, un modo per rafforzare il nostro Made in Italy. L'offerta Rai per l'estero deve e può rappresentare una sorta di diplomazia culturale per il nostro Paese, un volano per il rilancio della Rai attraverso i palinsesti televisivi internazionali, puntando sull'innovazione digitale e sulla fruibilità dei modelli di contenuto che sono oggi il vero valore aggiunto di questo settore*".

Retorica a gogò. Fatti, pochi. Dati, nessuno.

Tutti e tre hanno apposto la propria firma (istituzionale) sul libro delle belle intenzioni.

Ma… concretamente?

L'Amministratore Delegato della Rai **Carlo Fuortes** ha teorizzato un rilancio basato sulla "***digitalizzazione***":

accantonata quindi definitivamente l'idea di un canale televisivo internazionale forte, si ricorre al web, ovvero si riconduce la nuova offerta nell'alveo della piattaforma ***RaiPlay***. "*La Rai sta immaginando un'offerta 'estero' innovativa rispetto a quella del passato. Fino a oggi la Rai mandava in tutti i paesi del mondo i contenuti via satellite, adesso stiamo puntando molto sulla digitalizzazione. Da oggi, c'è una nuova finestra sul sito di Raiplay, Rai Italy, che sarà visibile in tutto il mondo. Ci saranno contenuti che saranno liberi e che saranno sempre di più, programmi specifici per fare un racconto contemporaneo del nostro Paese. Ci saranno programmi su cultura, cibo, oltre a una parte in inglese per tutti gli amanti del nostro paese. Un grande sforzo corale che la Rai fa per arrivare all'estero e a tutti gli amanti del nostro Paese*".

Dove è la novità, di grazia?

Da segnalare che **Carlo Fuortes** non ha fatto riferimento al "contratto di servizio" in essere, ma al prossimo (di cui pochi intimi conoscono la segreta sostanza, non essendovi alcuna pubblica evidenza: vedi "*Key4biz*" del 15 novembre scorso, "Il Ministro Giorgetti smentisce il leader della Lega Salvini: il canone Rai resta in bolletta (almeno per il 2023)"): ha infatti sostenuto che "*il nuovo contratto di servizio prevede la digitalizzazione della nostra offerta*".

Quale… "digitalizzazione" non è dato sapere, essendo un concetto assai generico e vago, se così simpaticamente espresso. "*Rai Italy è esattamente questo, cambiano i contenuti e stiamo immaginando un'offerta per l'estero in qualche modo innovativa rispetto al passato. Da oggi, su Rai Play c'è una nuova finestra visibile in tutto il mondo, è Rai Italy. Ci sarà il racconto contemporaneo del nostro paese, cultura, musica, cibo. Ci sarà la parte in inglese per gli amanti della nostra cultura, un segnale di discontinuità rispetto al passato*".

Fabrizio Ferragni (Direttore Rai Estero): "una corazzata tascabile"?

Qualche dettaglio ha cercato di fornirlo il Direttore **Fabrizio Ferragni**, ma francamente non ci è parso granché convincente: la "nuova" offerta sarebbe un mix di contenuti pensati ad hoc, trasmissioni generaliste e nuovi format… Ha sostenuto: "*vogliamo dare corpo al concetto di made in Italy, essere una corazzata tascabile, un prodotto di livello. Un prodotto che è anche ibridato, con Rai Italia e Rai Italy*".

Ha quindi fatto riferimento ad alcune trasmissioni (350 ore andranno anche sulle reti generaliste italiane in replica) che si potranno seguire su ***Rai Italia*** e dunque anche su ***Rai Play***: dagli "highlights" del calcio con l'accordo con la Serie B per la trasmissione delle sintesi al martedì, a "*Sportello Italia*" con esperti che danno risposte dirette ai concittadini all'estero, passando per "Il confronto", trasmissione di 30 minuti sull'attualità politica, fino alla religione con "*Cristianità*", a "*Italian Colors*" sottotitolato in inglese sui territori italiani e le eccellenze paesaggistiche. In inglese, sarà anche la rassegna stampa "*Paparazzi*" (in collaborazione con Radio2), mentre a "Il cibo" sarà demandato il compito di far conoscere le venti regioni italiane partendo da un prodotto. Si rivolge ai connazionali all'estero parlando proprio di loro, invece, il format "*Gli italians*", con interviste e "biopic" di italiani che hanno iniziato una nuova vita in tutto il mondo.

Questi alcuni dettagli delle trasmissioni annunciate: "*Paparazzi*" è il risultato della collaborazione con Radio2: una striscia quotidiana in inglese realizzata da **Filippo Solibello** e **Marco Ardemagni** – conduttori di "*Caterpillar A.M.*" – con una irriverente rassegna stampa, mentre in "*Italian Food*" si raccontano ogni giorno i prodotti italiani e le loro diverse declinazioni in cucina; a completare l'offerta di Rai Italia, "*Italian Genius*", "*Unesco 58*", "*Che classe!*" (un corso

di italiano con una serie tv per stranieri) e "*A scuola con lo Zecchino d'Oro*" dove i bambini tra i 4 e i 9 anni possono approcciare la lingua italiana in musica e animazione… Non mancherà, infine, nelle intenzioni Rai, la bellezza del "piccolo". grazie alla scoperta dei borghi sparsi per l'intero stivale, e non mancherà certo l'offerta sportiva firmata da Rai Italia, dove spiccano gli "highlights" del campionato di Serie B, le sfide del campionato di pallavolo maschile, il "*Giro d'Italia*" di ciclismo così come le "classiche" delle due ruote. Diversi altri programmi sono in arrivo su Rai Italia: "*Italianism*", con il racconto delle principali filiere produttive e delle eccellenze del "made in Italy" (dalla "Motor Valley" a ***Fincantieri***, da ***Leonardo*** ai grandi consorzi); "*100 di queste imprese*", il racconto della spina dorsale del nostro Paese produttivo, le piccole e le medie imprese familiari (episodi da 30 minuti in doppia lingua, per Rai Italia e le reti Rai generaliste); "*Turismo delle radici*", un viaggio nei luoghi lasciati in gioventù o nei paesi dei nonni, in cui i nostri connazionali all'estero tornano a vedere e riscoprire il Bel Paese (episodi da 30 minuti in doppia lingua, per Rai Italia ma anche per le reti generaliste), "*Le vie del vino*", un racconto del meglio dei nostri territori attraverso la lente del vino e della sua esperienza di produzione per il quale siamo primi produttori mondiali (episodi da 30 minuti in doppia lingua); "*Cammini d'Italia*", con il racconto del nuovo turismo dal basso; "*Storia della cucina italiana*", docuserie sulla storia del costume italiano attraverso le abitudini alimentari degli italiani dal Dopoguerra ad oggi…

È questa la rivoluzione di Rai Italy: un telegiornale in inglese di 5 minuti (cinque) al giorno?

Qualche numero è stato sciorinato ed anche la rivoluzione (…)

di un ***tg in inglese***: Ferragni ha precisato che il telegiornale in lingua inglese rappresenta una tra le novità di spicco della nuova offerta estera di Rai Italia.

La classica *montagna* ha partorito il classico *topolino*???

Ma si tratta – sia consentito – di una rivoluzione piccola piccola: ***RaiNews24***, infatti, confezionerà un telegiornale della durata di circa 5 minuti (al giorno?!) che andrà in onda anche nei cinque continenti dal lunedì al venerdì. "*In conduzione ci sarà una giornalista italoamericana*", ha spiegato Ferragni. Il Tg in inglese verrà proposto dallo studio di Saxa Rubra disegnato da **Renzo Piano**. Tutto verrà poi riproposto anche sulla piattaforma di ***Rai Play***, che da oggi ha una sezione denominata ***Rai Italy***, che conterrà l'offerta per l'estero, arricchita anche da sottotitoli su molti prodotti (quanti prodotti? quante ore di sottotitolatura?! non è dato sapere…).

"*Rai Italia* – ha spiegato Ferragni – *realizza 4 differenti palinsesti suddivisi a seconda delle aree geografiche del mondo: diversi per orari di messa in onda e anche per contenuti. Su ognuno di questi, trasmette 24 ore al giorno, 365 giorni l'anno. L'83 % delle 8.760 ore annue è costituito dal 'best of' dei 3 canali generalisti Rai, in diretta e in differita: i Tg Rai la grande fiction e film, gli show serali, i talk di attualità e i grandi eventi. Il restante 17 %, pari a 1500 ore, sono produzioni originali: 650 dedicate all'approfondimento informativo, 450 di sport, 300 di fiction e cinema, 100 di informazione religiosa*".

4 le novità della proposta di Rai Italia / Rai Italy, rilanciate da RaiPlay

Quattro sono (sarebbero) le novità della nuova proposta di ***Rai***

Italia:

- l'uso della lingua inglese e il Tg in lingua appositamente realizzato da ***RaiNews24*** (diretta da **Paolo Petrecca**, che – tra parentesi – alcuni danno come candidato in quota Fratelli d'Italia alla successione di Gennaro Sangiuliano alla guida del Tg1 Rai) che sarà fruibile anche on line (*ma… 5 minuti cinque! al giorno?!);*
- l'utilizzo di un canale satellitare (*quale???*) e della piattaforma di RaiPlay con una sezione dedicata;
- la possibilità di vedere Rai Italia anche in Europa (*ma come???*), dove vivono 3 milioni di italiani iscritti all'Aire (l'anagrafe dei cittadini italiani residenti all'estero);
- la presenza di 350 ore delle produzioni originali, iniziando da "*Casa Italia*", condotta da **Roberta Ammendola** e da "*Il Confronto*" condotto da **Monica Setta**, anche sulle tre reti generaliste (*in quale fascia di palinsesto?!*) e sul web.

Oggi martedì 22 novembre, un comunicato stampa Rai precisa meglio, rispetto al tg in inglese: verrà proposto alle 13:30 sul canale "all news" della Rai e, alle 14.30 nel mondo su Rai Italia dal lunedì al venerdì. Verrà condotto da **Elena Viola** (una delle voci di ***RaiYoYo***) che si autodefinisce "*nata e cresciuta a New York ma con sangue al 100% italiano*".

Dati, numeri, stime?! Ad oggi, il canale di ***Rai Italia*** è (sarebbe) "*visibile in 22 milioni di case nel mondo*" (chi certifica questa stima?!) e "*174 sono i Paesi coperti dal segnale*" (su quali satelliti, reti distributive, piattaforme?!), su un bacino di utenza che arriva a 80 milioni di oriundi e 250 milioni di "italici". ***Rai World Premium*** rappresenterebbe "*la terza filiera produttiva*" (?!), che propone 2.750 ore firmate da Rai Fiction e 156 da Rai Cinema.

Nella brochure presentata ieri (numero monografico della

newsletter "*News Rai*", diretta da **Fabrizio Casinelli**, Direttore dell'Ufficio Stampa Rai) si legge: "*Rai Italia è disponibile in modalità criptata e a pagamento in Nord, Centro e Sud America, in Europa e Africa Subsahariana, in Australia, mentre è a diffusione diretta e gratuita via satellite nel continente asiatico*". Siamo ancora – sia consentito – sul generico…

Dati un po' *generici*, numeri un po' *confusi*, stime basate su rilevazioni ignote. Nessuno che certifichi l'effettiva penetrazione dell'offerta Rai nel mondo.

Si ricordi peraltro che ***RaiNews*** ha registrato nel 2021 uno share medio, su base annua, inferiore all'1 %: per la precisione si è trattato dello 0,71 % (a fronte dello 0,81 % del 2020). Ed anche i numeri sulla reale fruizione di ***RaiPlay*** non sono esattamente entusiasmanti…

Ci piace qui citare un'espressione toscana cara al compianto **Carlo Sartori**, antesignano della mediologia italica e manager di imprese culturali, che della internazionalizzazione della Rai è stato, tanti anni fa, uno dei primi fautori: molta "***fuffa***", ovvero molto fumo e poco arrosto…

Chi cura questa rubrica dell'***Istituto italiano per l'Industria Culturale*** (IsICult) per il quotidiano online "*Key4biz*" continua a ritenere che Rai sia assolutamente deficitaria rispetto alle potenzialità che potrebbe sviluppare se esistesse una vera e seria volontà di promuovere l'offerta verso le collettività italiane nel mondo: temiamo che a Viale Mazzini nessuno legga (ovvero studi) le analisi condotte da molti anni dalla ***Fondazione Migrantes*** della Cei (Conferenza Episcopale Italiana), attraverso il "*Rapporto Italiani nel Mondo*" (ormai noto come "*Rim*") la cui ultima edizione è stata presentata l'8 novembre scorso (vedi "*Key4biz*" dell'8 novembre 2022, "Migranti: la Cei contro il Ministro dell'Interno? Presentato il 17° "Rapporto Italiani nel Mondo" della Fondazione Migrantes"). In quest'ultima edizione del "*Rim*" (la

n° 17), abbiamo proposto un saggio intitolato "*Media e gli italiani all'estero: un inquietante fenomeno di sotto-rappresentazione, risorse economiche inadeguate e effimera sensibilità politica*", sul quale torneremo presto anche su queste colonne. Peccando di immodestia, ci permettiamo di suggerire la lettura di questo saggio alla dirigenza apicale Rai così come ai Ministri della Repubblica e parlamentari tutti. Servono –anche nello specifico dell'informazione – fatti concreti, azioni decise e lungimiranti, budget adeguati, non ulteriore retorica rispetto agli italiani all'estero.

Marinella Soldi (Presidente Rai): "Servono finanziamenti certi e una prospettiva politica certa. Speriamo di sederci davanti alle controparti nei ministeri per portare avanti queste strategie"

Il target – ha ricordato la Presidente **Marinella Soldi** – è molteplice: anzitutto "*i 6 milioni di residenti all'estero, famiglie, pensionati ma soprattutto giovani spesso con un alto livello di istruzione, e vivono perlopiù in Europa e nel continente americano. Poi ci sono gli oriundi italiani, che sono 80 milioni, e infine ci sono gli italofili, 250 milioni si stima, di persone con un interesse e una ammirazione per il nostro Paese*". E la Presidente ha precisato: "per ognuno di loro, bisognerebbe immaginare un'offerta ad hoc". Il che significa che, qui ed ora, siamo ancora in una fase di sforzo… immaginifico: non c'è uno studio di fattibilità.

Nulla di concreto, quindi.

"*Quello di oggi* – ha precisato Soldi – *è un passo importante e fondamentale, richiesto dalle linee-guida del contratto di*

servizio… Puntare su estero richiede una strategia complessiva. Servono finanziamenti certi e una prospettiva politica certa. Speriamo di sederci davanti alle controparti nei ministeri per portare avanti queste strategie".

E qui si svela l'arcano: quella di ieri è stata una iniziativa *autopromozionale* di Viale Mazzini, che ha belle intenzioni ma idee confuse e comunque *bussa a cassa* al Ministero.

Amen per il canale inglese per l'estero: aborto spontaneo? Cronaca di una morte annunciata? Parole al vento?!

Si è quindi conclusa ieri la "telenovela" del canale per l'estero, creatura immaginifica: ne abbiamo scritto un anno fa (vedi "*Key4biz*" del 25 novembre 2021, "Requiem per il canale Rai internazionale. L'ad Carlo Fuortes: "Non si farà""), e ad inizio anno segnalavamo la nascita di questa novella Direzione di Viale Mazzini (vedi "*Key4biz*" del 26 gennaio 2022, "Rai, nasce in sordina una nuova struttura: la 'Direzione Offerta Estero'")…

Come dire?! Aborto spontaneo?! Cronaca di una morte annunciata???

I segnali, indubbiamente, c'erano stati… In occasione dell'audizione in Vigilanza del novembre dell'anno scorso, **Carlo Fuortes** dichiarò: "*Rai in inglese è una cosa che ovviamente ci siamo trovati, che abbiamo ereditato dalla precedente gestione, che, come sapete, non è stata realizzata… E… con la Presidente e con il Consiglio, di comune accordo, abbiamo ritenuto doveroso di ragionare su questo tema nel piano industriale che andiamo… che va a ripartire adesso, e nel nuovo contratto che verrà fatto… perché adesso attuare una cosa che per tre anni non è stata attuata, e che magari*

potrebbe cambiare, ci sembra un passo assolutamente sbagliato da fare".

Scrivevamo su queste colonne il 25 novembre dell'anno scorso… A distanza di un anno, si deve forse dar ragione al martellante **Pinuccio** (nome d'arte di **Alessio Giannone**) del tg satirico di ***Mediaset*** "*Striscia la notizia*", che, nelle sue infinite inchieste (alcune ben fondate, altre piuttosto fantasiose) sugli "sprechi Rai", dedicava un servizio mirato il 16 novembre 2020, su ***Canale 5***, intitolato "Sprechi in Rai, il caso 'Rai English'"?! Queste le tesi, allorquando circolava voce di una possibile "chiusura" del canale: "*Peccato che Rai English non sia mai esistito! E ora, mentre la tv pubblica – che continua a percepire il canone dagli italiani – sembra intenzionata a batter nuovamente cassa con lo Stato per farsi aiutare a uscire dalla crisi, Salini ne propone la chiusura. In sostanza, vorrebbe arginare il debito Rai chiudendo un canale che non solo ha creato lui stesso poco più di un anno fa, ma che di fatto non ha mai trasmesso nulla. Intanto, l'emorragia dei conti Rai si fa sempre più allarmante…*". E, ancora: "*Nel 2019 l'Ad Rai Fabrizio Salini annunciava l'arrivo di 'Rai English' progetto della Rai in lingua inglese tanto voluto ma mai lanciato: peccato il nostro Pinuccio abbia scoperto che per questo canale, che non ha mai trasmesso nulla, siano stati spesi circa due milioni di euro di soldi pubblici con tanto di direttore profumatamente retribuito*". *Nel bilancio Rai al 15 luglio 2021, si leggeva che il canale in inglese sarà "on air" entro la fine del 2021…*

Eppure… ricordiamo quel che risulta a chiare lettere nel "*Bilancio di Sostenibilità*" 2020 della Rai, approvato insieme al "Bilancio di Esercizio" il 15 luglio 2021: il canale sarebbe partito *entro il secondo semestre dell'anno* (testuale, come abbiamo segnalato nell'articolo pubblicato ieri: vedi "*Key4biz*" del 24 novembre 2021, "ItsArt, la piattaforma (Mic+Cdp+Chili) sbarca in Europa"). Il "Bilancio di Sostenibilità" è stato pubblicato online (sebbene in sordina)

sul sito web della Rai il 31 luglio 2021, come da specifico comunicato stampa di Viale Mazzini in stessa data. Riportiamo quel che risulta a chiare lettere nel bilancio Rai (approvato definitivamente il 15 luglio 2021): "*Il canale istituito nel 2020 è allo stato* ***un progetto, in via di realizzazione, multimediale tv, web e app*** *da rendere fruibile in tutto il mondo e in Italia. L'offerta, che prevede la presenza di contenuti in lingua inglese, sottotitolati in italiano, e in italiano, sottotitolati in inglese, ha l'obiettivo di attrarre verso il nostro Paese investitori economici e visitatori, soprattutto al termine dell'emergenza Covid-19. Questo attraverso prodotti Rai e prodotti di nuova realizzazione, per promuovere l'immagine del nostro Paese all'estero facendo leva sul racconto delle eccellenze paesaggistiche, artistiche, culturali e produttive presenti nel nostro territorio. Obiettivo ulteriore sarà l'apprendimento della lingua inglese da parte dei cittadini italiani. Per lo sviluppo dell'offerta si stanno individuando, in sinergia con le società del Gruppo, opportunità di finanziamento in ambito nazionale ma anche internazionale.* ***L'avvio delle trasmissioni è attualmente pianificato per il secondo semestre dell'anno in corso***".

Correva l'anno 2021, e siamo a fine 2022…

Definitivo "amen" per il canale in lingua inglese

Per avere conferma di quanto il "contratto di servizio" Rai sia scritto sulla sabbia – anzi, come ci spiace scrivere, da tanto tempo, sull'acqua – basti riportare quel che prevede l'articolo 12 comma 3 del testo contrattuale ancora oggi vigente (2018-2022, ricordiamo), che recita, tra gli obblighi Rai: "*La Rai è tenuta a* ***sviluppare uno specifico canale in lingua inglese di carattere informativo, di promozione dei valori e della cultura italiana****, anche mediante la produzione*

di programmi originali e opere realizzate appositamente per un pubblico straniero, nonché volto alla diffusione dei prodotti rappresentativi delle eccellenze del sistema produttivo italiano e di opere cinematografiche, documentaristiche e televisive selezionate per valorizzare l'identità del Paese".

Come dire?! La Rai è sì "tenuta", ma se non rispetta l'obbligo… nulla accade.

Impegni *eterei*, "contratto di servizio" *evanescente*, gioco delle parti *tra Rai e Mise*, parole *al vento*.

Così si "governa" a Viale Mazzini…

Amen.

Clicca qui, per l'edizione monografica di "News Rai", pubblicata il 21 novembre 2022, dedicata alla presentazione di "Un Mondo d'Italia. La nuova Rai per l'Estero (Rai Italia, Rai Italy, Rai World Premium)".

https://www.key4biz.it/rai-rilancia-lofferta-per-lestero-ma-seppellisce-il-canale-in-lingua-inglese/425641/