

Digital Il sito di news del servizio pubblico è vicino al 30° posto nelle classifiche: non c'è un progetto ufficiale e unico. Così le redazioni regionali iniziano a organizzarsi

Rai, l'informazione senza web e senza un piano coordinato

» VIRGINIA DELLA SALA

Oggi si saprà qualcosa in più dell'informazione in Rai. Il nuovo direttore generale, Mario Orfeo, sarà in audizione in Commissione vigilanza e dovrebbe affrontare proprio questo tema, inclusa la riorganizzazione della piattaforma web d'informazione del servizio pubblico. Perché, per il momento, è tutto ancora sospeso. Oltre che in ritardo: il sito *Rainews.it*, la testata nazionale di notizie online di Viale Mazzini, secondo gli ultimi dati Audiweb è tra il 25esimo e il 30esimo posto su tutti i siti d'informazione mentre le piattaforme che ne monitorano il traffico mostrano utenti in calo da gennaio. L'ultimo progetto per le piattaforme web era contenuto nel piano presentato dall'ex direttore generale Antonio Campo Dall'Orto: prevedeva una nuova piattaforma autonoma (Rai24) guidata dalla giornalista Milena Gabanelli, con l'obiettivo di portare l'intera informazione della Rai nel digitale. Poi, la creazione di Newsroom Italia, nella quale sarebbero dovuti convergere *Rai-News24* e le testate regionali. Ma il piano era stato bocciato.

IL PROBLEMA è che l'informazione online sembra non essere mai stata considerata una priorità. Le news Rai viaggiano intorno ai 230mila utenti unici, mentre i primi due siti di quotidiani nazionali ne hanno, rispettivamente, 3,5 e 2,5 milioni. Il Tg Com di Mediaset 1 milione. Senza contare i social network: *Rainews.it* è a poco più di 300mila follower su Facebook, poco più di 900mila su Twitter e nessun account su Instagram. Re-



In attesa della svolta La conduttrice e giornalista Milena Gabanelli *LaPresse*

pubblica.it ha oltre 3 milioni di follower solo su Facebook, 2,7 su Twitter. Il *Corriere* ne ha rispettivamente 2,4 milioni, 2 milioni.

Rainews.it fa capo al direttore del canale tv *Rainews24* (oggi Antonio Di Bella, fino a un anno e mezzo fa Monica Maggioni) e quindi è percepito come un sito che rappresenta quello specifico canale, non tutta la Rai. Di conseguenza, le testate non lavorano in modo coordinato ma si fanno concorrenza. Il piano precedente si

Basta fare

Le potenzialità ci sono: Rai Play è un successo come la sperimentazione in corso in Toscana

basava sull'idea che per raccogliere tutti i flussi debba esserci una testata indipendente con un proprio direttore. In questo modo rappresenterebbe tutta l'informazione Rai. È, in sostanza, ciò a cui starebbe lavorando la Gabanelli in attesa di indicazioni dal nuovo direttore generale. Un portale che peraltro è già stato sviluppato dalla Direzione Digital e che è pronto, ma fermo, da qualche mese.

Che le potenzialità ci siano, lo dimostra il successo registrato in meno di un anno dal nuovo servizio di tv on demand, Rai Play, che ha sostituito Rai tv e ne ha potenziato gli strumenti con app e formati adatti agli smartphone. A marzo, il portale aveva raggiunto 59,8 milioni di visualizzazioni, +117 per cento rispetto al 2016. "Nel periodo ottobre 2016-maggio 2017 - dicono dalla Rai - l'of-

ferta video (che oltre a RaiPlay include anche alcuni contenuti che ancora non sono stati migrati da Rai.tv) ha registrato 373,4 milioni di *media views*. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, ottobre 2015-maggio 2016, quando era ancora attiva la sola Rai.tv, l'incremento è stato di 192 milioni di *media views*, pari ad una crescita del 106% (nella stagione 2015/2016 si erano registrati 181,4 milioni di *media views*). Manca però la svolta dell'informazione.

NELL' INCERTEZZA, in Toscana è stata avviata la sperimentazione nelle redazioni regionali. Oggi, partendo dal portale *Rainews.it*, si può accedere al portale della redazione fiorentina. Video, articoli, aggiornamenti. È autonomo ma al tempo stesso collegato al sito *Rainews*. In redazione, qualche mese fa, si è conclusa la formazione dei giornalisti per la gestione della piattaforma ed è ancora in corso quella per i social network. Oggi, la pagina Facebook del Tgr Rai Toscana ha circa 11mila follower e cresce con costanza. Alcuni video (soprattutto di sport e cultura) hanno raggiunto anche le 20mila visualizzazioni. E gli utenti sono sempre più attivi. La prospettiva cambia se si clicca sui nomi delle altre regioni: gli unici contenuti sono le repliche dei Tgr. E anche i social network sembrano aver bisogno di un coordinamento: il 3 giugno, dal profilo Twitter del Tgr delle Marche, si legge: "Parla per la prima volta di fronte alla telecamera il bimbo morto per otite curata solo con omeopatia: 'noi ci siamo fidati del medico'". Assicurano di starci lavorando: il modello toscano è pronto ad essere esportato.

La scheda

■ **IL SITO** d'informazione della Rai, oggi, è *Rainews.it*. Fa capo al direttore di *Rainews24*, Antonio Di Bella. È al 30esimo posto nella classifica dei siti italiani d'informazione

■ **RAI PLAY** invece sta registrando ottimi numeri: raccoglie tutti i contenuti trasmessi in Rai ed è cresciuto del 117 per cento dal 2016 e ha raggiunto 373 milioni di *media views*