

di Aldo Cazzullo

**Antonio Campo Dall'Orto, lei si è insediato in Rai ad agosto. Siamo quasi a Natale. Cos'ha fatto in tutto questo tempo?**

«Ho iniziato la costruzione delle architravi per la grande trasformazione con cui porteremo la Rai nel mondo di oggi. Per fare solo qualche esempio ho istituito una direzione creativa che contamerà tutte le attività, e una direzione digitale, che farà della Rai una media company. Ricordo l'accordo con Sky per portare Rai 4 sul satellite e quello con Netflix per la coproduzione di *Suburra*. Ci vuole più tempo a costruire una macchina nuova che a mettere il carburante in una vecchia. Noi stiamo costruendo una macchina del tutto nuova».

**Una rivoluzione?**

«Una rivoluzione presuppone la rottura con il passato. Diciamo una fortissima accelerazione al cambiamento, per portare avanti un percorso che si è interrotto. In passato ad esempio designer, creativi, artisti lavoravano per la televisione pubblica: dobbiamo ricominciare. In questi anni è come se l'azienda si fosse mossa in un tempo rallentato».

**Quale Rai ha trovato?**

«Mi ha colpito la grande passione di chi ci lavora. La sua identità. Più di quanto pensassi. Ma la Rai è ferma al modello tv, e basta».

**È una tv. Cos'altro dovrebbe fare?**

«Il tema è partire dal prodotto. Che si tratti di un programma di informazione, di una fiction o di un programma radio, questi vanno pensati fin dalla loro origine per tutte le destinazioni possibili, dalla tv allo smart phone a internet. Il tutto cercando di rendere evento tutto ciò che lo può essere».

**In che modo?**

«Lavorando sulla comunicazione e il coinvolgimento delle persone. Prenda le Olimpiadi: cominciano il 5 agosto, ma la promozione partirà a Natale, e riguarderà anche le Paralimpiadi. Prenda la storia di Lea Garofalo, donna coraggiosa e poco conosciuta, che abbiamo raccontato martedì scorso. Alla base c'è sempre il talento di chi racconta, ma abbiamo fatto promozione e collegamento con gli altri nostri programmi, creando un evento destinato a rimanere nell'immaginario di chi l'ha visto. Risultato: quasi il 20% di ascolti; quasi il doppio dei due talk show in programma contemporaneamente».

**I talk sono morti?**

«Non dico questo. Anzi, stanno migliorando, riconosco la volontà di diventare più comprensibili. Pe esempio la formula del sabato sera di Fazio funziona. Ma sono troppi. E non ha senso schiacciare l'uno contro l'altro nella stessa sera. Credo molto nella tv scritta, che è maggior garanzia di qualità. Certo non si può scrivere tutto; ma la parte non scritta perde forza se manca la qualità degli interpreti».

**Lei è considerato renziano della prima ora. Andava alla Leopolda. Qual è il suo margine di autonomia da Renzi?**

«Autonomia totale. Ho un mandato chiaro: riportare la Rai a compiere in modo più alto il servizio pubblico, basandomi su due linee: competenza e meritocrazia».

**Sta dicendo che non sente mai Renzi?**

«L'ho sentito il 5 agosto, quando mi ha chiesto di fare il direttore generale, ma non mancheranno i momenti di confronto. Per il resto, i miei interlocutori sono soprattutto dentro l'azienda, non fuori».

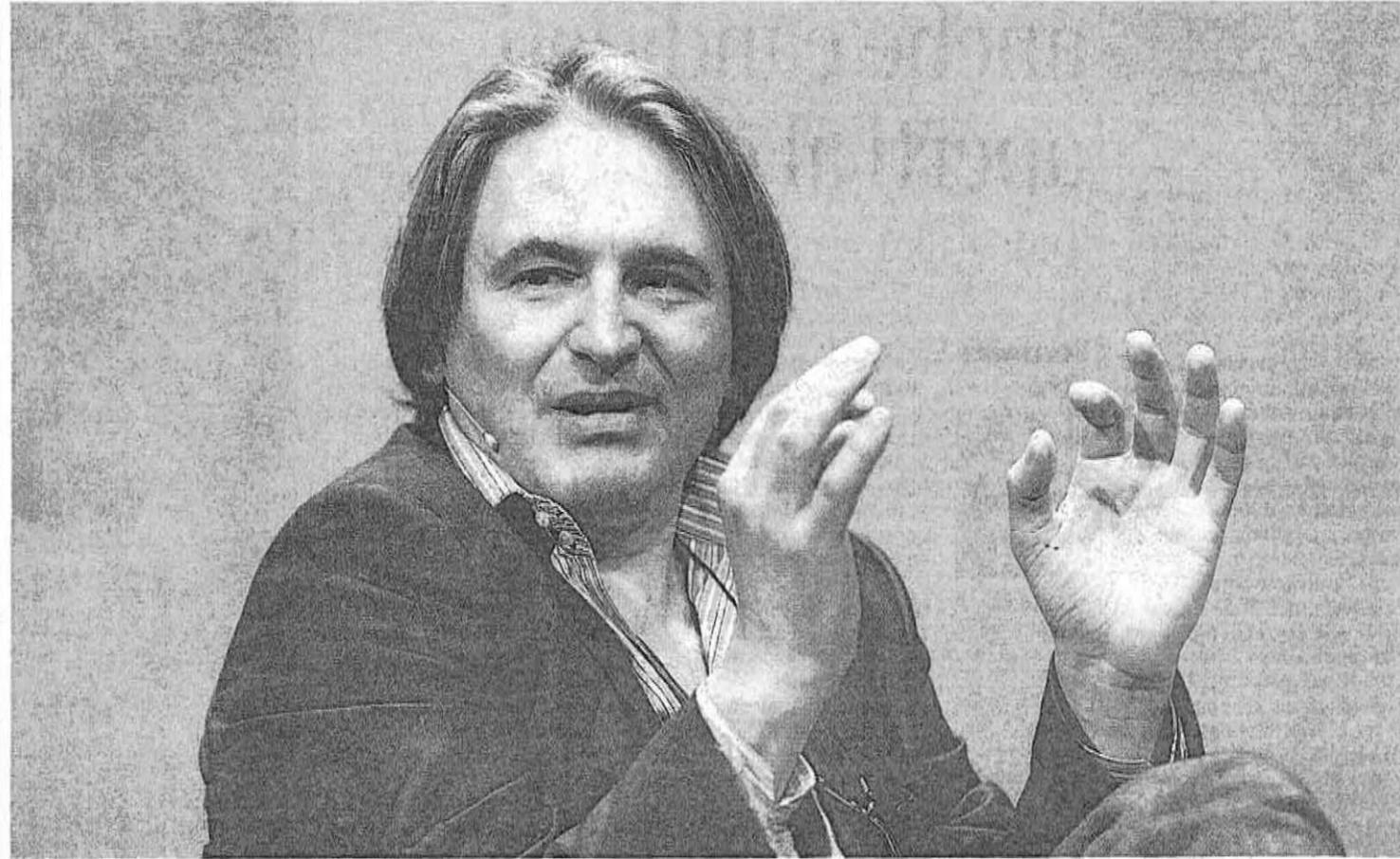
**Qual è la sua idea di servizio pubblico?**

«Aiutare a costruire il futuro. Lo sviluppo sociale. L'alfabetizzazione digitale degli italiani: l'agenda digitale europea impone di ridurre entro il 2020 il "digital divide" al 15% della popolazione. La Rai deve fare bene i suoi contenuti e distribuirli in tutti i modi che consentono questo salto culturale».

**Cambierà tutti i direttori di rete e tutti i manager?**

«Ci sarà un giusto equilibrio tra le competenze esterne e quelle interne. La direzione creativa e quella digitale non esistevano. Per la direzione digitale ho individuato un manager che proviene da esperienze internazionali. Per la direzione creativa sto facendo una ricerca che coinvolga sia interni che esterni. In altri ruoli valorizzeremo i talenti che sono già in Rai e sono disposti ad accettare la sfida della trasformazione».

**Quant'è grave lo scandalo tangenti? Si parla di 38 milioni di fondi neri, di 37 dossier interni sequestrati dalla magistratura. Lei ha mandato**



# «Manager, direttori, programmi Così voglio cambiare la Rai»

Il dg: troppi talk show la stessa sera. Lo scandalo tangenti? Diffonderemo la legalità

**Chi è**

● Antonio Campo Dall'Orto, 51 anni, è stato nominato direttore generale della Rai il 6 agosto scorso

● Vicedirettore di Canale 5 nel 1991, nel '97 diventa direttore della nascente Mtv Italia di cui in seguito assume il ruolo di amministratore delegato

● Nel 2004 gli viene affidato l'incarico di direttore de La7. Lascia nel 2007

**via il capo dell'ufficio legale. Al capo dell'Audit hanno bruciato la macchina. Che succede in Rai?**

«Ci sono cose coperte dal segreto istruttorio. Posso dirle questo: stiamo facendo tutto quello che serve per diffondere in Rai la cultura della legalità. Andremo avanti dritti, qualunque cosa possa essere accaduta. All'insegna della massima trasparenza, per supportare le tantissime persone perbene che lavorano giorno e notte per la tv pubblica».

**Come cambierà l'informazione? Quante saranno le Newsroom? Perché se saranno tre, tanto vale tenere i tre tg.**

«Il punto è usare meglio le risorse, e ancor di più le persone. Lo facciamo bene quando usiamo linguaggi diversi e dovremo farlo sempre di più in futuro. RaiNews 24 immagini e notizie; i tg racconti brevi; gli approfondimenti sono basati sul confronto tra opinioni. Abbiamo un brand molto forte sulle inchieste, *Report*, ma dobbiamo per esempio lavorare di più sugli approfondimenti. Dobbiamo lavorare sull'efficienza e sull'efficacia. Ci sono buone idee: il programma di Severgnini mi è piaciuto».

**Cambierà il direttore del Tg1?**

«Prima decideremo come cambiare l'informazione, poi guarderemo alle persone. A me pare però che l'informazione in Rai la sappiamo fare bene».

**Vespa sarà ancora centrale nella sua Rai?**

«Lo speciale di Vespa sui fatti di Parigi è andato bene. Nello stesso tempo se ne stava occupando Fazio, in modo molto diverso, e anche lui è andato bene. L'importante è trovare i toni giusti».

**C'è un caso Rai3? La rete che fu di Guglielmi ha sbagliato troppe trasmissioni, non crede?**

«È sbagliato inserire cose partendo dal nostro gusto, anziché dal gusto del pubblico. Le varie reti devono costruire spazi editoriali complementari, pensando anche ai giovani. Oggi per i giovani la Rai è un brand poco attrattivo. Sono stati fatti tentativi per innovare Rai3, ma ancora non si è trovata una strada che riesca a unire tradizione e innovazione».

**Non comprate troppi prodotti fuori, anziché**

● **La parola**

## DIGITAL DIVIDE

È il divario digitale tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie di informazione (computer e internet) e chi ne è escluso in modo parziale o totale. I fattori di esclusione sono diversi: livello di istruzione, condizioni economiche, differenze di età o sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Il termine «digital divide» è apparso per la prima volta negli Stati Uniti all'inizio degli anni Novanta ed è entrato nell'uso comune dal 1996, quando il presidente democratico Bill Clinton e il suo vice Al Gore lo hanno utilizzato durante un discorso a Knoxville, in Tennessee.

**produrli facendo lavorare tutti i dipendenti?**

«No. Ci sono aree in cui noi produciamo solo internamente, come l'informazione. Altre, come la fiction e il cinema, in cui finanziamo produzioni esterne. Nell'intrattenimento si deve trovare un equilibrio. Molte competenze negli ultimi 20 anni sono uscite dall'azienda, e vanno cercate fuori».

**Gli agenti non hanno troppo potere?**

«In tutto il mondo per ingaggiare gli artisti si tratta con i loro agenti. In Italia è tutto concentrato in troppe poche mani. Più l'editore ha chiara la propria missione, maggiore è la sua forza contrattuale».

**Rai fiction e Rai cinema si fonderanno?**

«No. Sono due modelli di business molto diversi».

**Non ci sono un po' troppe fiction edificanti, su santi e preti?**

«La mia indicazione è privilegiare contemporaneità e, se possibile, ambizione internazionale».

**Ad esempio?**

«Una fiction come *È arrivata la felicità*, che racconta la società che cambia, è un buon esempio di servizio pubblico. Come *Sotto copertura* sull'arresto del boss Iovine. Su queste cose investiamo volentieri. Su prodotti melò come *Grand hotel* facciamo fatica. Non dico non si debbano fare; ma non vedo perché dovremmo spenderci soldi pubblici».

**Ci saranno esuberanti tra i dipendenti?**

«Ci saranno efficienze. Alcune strutture sono superate; faranno altro, o saranno chiuse. Ma gli esuberanti non sono certo la prima cosa da cui partirò».

**Si va verso il canone in bolletta, con il governo che se ne tiene un po'?**

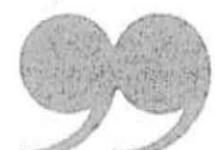
«Il cambiamento che propongo è molto ambizioso, e richiede qualche risorsa in più. Investire sulla multiplatforma digitale costa. Anche perché secondo me il servizio pubblico deve avere meno pubblicità. Dal primo maggio il canale Yo-yo per i bambini e i canali culturali come Rai5 non avranno pubblicità».

**Dà per persa la battaglia degli ascolti?**

«Tutt'altro. Io voglio una tv popolare che non abbia l'angoscia degli ascolti. E voglio anche una tv di qualità. Tornerà l'indice di gradimento. Il Qualitel darà la media mensile dei vari programmi. Quelli di Alberto Angela ad esempio hanno un buon riscontro».

**Ne ha parlato con Ettore Bernabei?**

«Certo. Mi ha raccontato com'era la sua Rai. Oggi la tv deve conquistarsi spazio in mezzo a mille offerte alternative. Ai tempi del monopolio il pubblico non poteva che seguirli. Oggi lo devi conquistare ogni giorno».



Bruno Vespa, 71 anni

**Lo speciale di Vespa sui fatti di Parigi è andato bene, così come quello di Fazio. L'importante è trovare i toni giusti**



Alberto Angela, 53 anni

**Tornerà l'indice di gradimento sulle trasmissioni. Quelle di Alberto Angela ad esempio hanno un buon riscontro**