

Affidata a Fabrizio Ferragni la nuova direzione, che coordinerà Rai Italia, Rai World Premium ed il misterioso canale Rai in inglese forse abortito.

Nessuna traccia dell'iniziativa nei comunicati dell'Ufficio Stampa di Viale Mazzini, nessuna segnalazione sui media - se non su testate destinate soprattutto agli italiani all'estero -... ma il Consiglio di Amministrazione ha approvato, non all'unanimità, la creazione di una nuova "Direzione" Rai: si tratta della **Direzione Offerta Estero**, cui è stato affidato il *coordinamento di tutta l'offerta della Rai per l'estero*, incluso il famigerato ed ancora oggi fantasmico canale in inglese, Direzione alla cui guida è stato chiamato **Fabrizio Ferragni** (già Vice Direttore del *Tg1 Rai*).

La notizia è inequivocabilmente ufficiale: la decisione è stata assunta dal Cda riunitosi il 13 gennaio 2022 (soltanto **Adnkronos** ne aveva fatto cenno, in un suo servizio del 12 gennaio) ed è confermata sia dalla [scheda biografica di Ferragni](#) nel portale web **Rai** sezione "Trasparenza", sia da un dispaccio di agenzia (un'agenzia minore, ma comunque un'agenzia stampa nazionale, qual è **9colonne**, diramato ieri l'altro 24 gennaio 2022), che riporta una prima intervista al neo-direttore.

Perché una decisione di questa importanza (perché - almeno sulla carta - tale è) non ha provocato alcuna attenzione dei media?!

Qualche altra "voce" sulla neo-nata Direzione era in effetti apparsa, nei giorni scorsi, ma giustappunto su media dedicati soprattutto alle nostre comunità all'estero, che rilanciavano dichiarazioni di due esponenti politici, entrambi di Forza Italia, eletti all'estero, la senatrice **Francesca Alderisi** e la deputata **Fucsia Nissoli Fitzgerald**.

La nuova "Direzione Offerta Estero" accorpa 3 strutture di Viale Mazzini: **Rai Italia, Rai World Premium**, e giustappunto il **canale in lingua inglese**.

Le dichiarazioni di **Fabrizio Ferragni** nulla svelano sullo stato dei lavori del canale in inglese in gestazione (o no???): il neo-Direttore annuncia *"una completa discontinuità rispetto al passato, anche perché questo tipo di offerta arriva nel cuore di un periodo storico nel nostro paese, quello del Piano di ripresa e resilienza... È vero che non abbiamo più i diritti del calcio (il riferimento è al caso del programma "Giostra del Gol", scoppiato nel maggio del 2021, n.d.r.), ma abbiamo l'esigenza fondamentale di mantenere le radici linguistiche italiane dei nostri connazionali. Gli italiani di seconda o terza generazione rischiano, infatti, di perdere il contatto con la loro lingua madre e noi ci teniamo a*

mantenere saldo questo legame: presenteremo dei prodotti ibridati italiano-inglese anche dentro il canale Rai Italia”.

Sarà interessante vedere cosa intende Ferragni con **“prodotti ibridati”**. Il neo-Direttore ricorda che i nostri connazionali all'estero *“hanno una funzione importante”,* anche perché *“eleggono dei parlamentari: hanno il diritto di essere informati nel modo più completo, pluralista e chiaro possibile”.*

Aumentare le produzioni interne è la scommessa principale: ci saranno *“un migliaio di ore anche con sottotitolazione, in italiano o in inglese a seconda della produzione, che mettiamo sulla piattaforma e che vogliamo trasmettere anche su Rai Italia. Di queste mille ore, contiamo di produrne l'80 % internamente”.*

Il canale in inglese della Rai: obbligo previsto dal Contratto di Servizio 2018-2022, ma la concessionaria di servizio pubblico è inadempiente

Sul canale per l'estero - previsto esplicitamente dal vigente **“Contratto di servizio” tra Stato (Mise) e Rai** (in vigore dal 2018 al 2022), silenzio totale. Il contratto, all'articolo 12 comma 3, prevede a chiare lettere: *“3. 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?! Non pervenuto.

D'altronde, a fine novembre 2021, l'Amministratore Delegato **Carlo Fuortes** aveva sostanzialmente annunciato che il canale sarebbe rimasto in “stand-by”, nelle more della gestazione del nuovo “Contratto di Servizio” tra Stato e radiotelevisione pubblica: si legga, in argomento, “Key4biz” del 25 novembre 2021, [“Requiem per il canale Rai internazionale. L'ad Carlo Fuortes: “Non si farà”](#)”.

Nell'audizione di fronte alla Commissione bicamerale di Vigilanza della Rai, il 24 novembre 2021, l'Ad Fuortes ha in effetti celebrato il requiem, di fatto, dell'intrapresa: proprio nei minuti finali dell'audizione, l'Amministratore Delegato **Carlo Fuortes** sembra aver messo una pietra tombale sul canale per l'estero... Infatti, in risposta ad una domanda “last minute” del senatore **Giorgio Maria Bergesio** (Lega Salvini) e prima del deputato **Massimiliano Capitanio** (Lega Salvini; è anche Segretario della Commissione Vigilanza insieme a Michele Anzaldi di Italia Viva), ha così risposto: *“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”...

Non si hanno aggiornamenti ufficiali in materia, ma l'assenza di riferimenti di Ferragni, in questi giorni, al canale in inglese sembra confermare l'aborto dell'iniziativa.

Si ricordi che Ferragni era stato nominato nel giugno del 2020 Direttore del nuovo canale in inglese, in contemporanea alla nomina di **Luca Mazzà** alla guida del nuovo canale istituzionale, anche questo avvolto nel mistero (ed anch'esso previsto dal “Contratto di Servizio”). A fine novembre 2021, **Marzo Zonetti**, direttore del sito web specializzato “**VigilanzaTv**”, segnalava che sembrava avverarsi la “*profezia di Pinuccio*”, il conduttore di “*Striscia la Notizia*” che aveva previsto, fin dal novembre del 2020 (clicca qui per il [servizio](#), andato in onda il 16 novembre 2020), che il progetto di canale sarebbe finito nelle sabbie mobili (vedi “[Sprechi Rai, addio al canale in inglese. Si avvera la profezia di Pinuccio di Striscia](#)” su “*Vigilanza Tv*” del 26 novembre 2021).

Da ricordare anche le parole crudeli utilizzate da **Michela Tamburrino** nel giugno del 2020, sul quotidiano “*La Stampa*”, in occasione della nomina di Ferragni per il canale per l'estero e di Mazzà al canale istituzionale: “*si conclude nella bufera, come era iniziato qualche giorno fa, il Cda Rai con nomine già decise da tempo e che riaffermano l'egemonia giallo verde nelle attribuzioni degli incarichi Rai. Ultima assegnazione in programma, quella dei canali in inglese e l'istituzionale andati rispettivamente a Fabrizio Ferragni e a Luca Mazzà, entrambi molto vicini al Carroccio. Desta perplessità che Mazzà erediti il canale sul quale stava lavorando Ferragni mentre circola sempre più insistente la boutade, ci si augura destituita d'ogni fondamento, che vuole Ferragni a digiuno proprio della lingua inglese. Già durante il cda precedente c'erano state intemperanze ai limiti della zuffa che oggi non si sono ripetute per poco*” (vedi “[Rai, ultime nomine contestate. Contrari Borioni e Laganà](#)” su “*La Stampa*” del 19 giugno 2020).

La nuova Direzione Offerta Estero accorpa “Rai Italia”, “Rai World Premium” ed il canale-fantasma (in inglese)

Tutta la vicenda mostra elementi nebbiosi, ma ovviamente l'Amministratore Delegato **Carlo Fuortes** avrà sottoposto al Consiglio di Amministrazione la documentazione necessaria per decidere di creare una nuova Direzione, con un adeguato piano di fattibilità. Si ricorda che le nomine di area editoriale vengono sostanzialmente decise dall'Ad, ma sono comunque

sottoposte all'approvazione del Cda. Si ha notizia che sull'affidamento della Direzione neo istituita a Ferragni, la Presidente della Rai **Marinella Soldi** si sia astenuta. Hanno votato contro sia il consigliere che rappresenta i dipendenti, **Riccardo Laganà**, sia la consigliera di amministrazione "in quota" Partito Democratico, **Francesca Bria**.

Segnalavamo che la nuova Direzione Offerta Estero accorpa 3 strutture di Viale Mazzini: **Rai Italia**, **Rai World Premium**, e giustappunto il **canale in lingua inglese**.

Sull'ultima, abbiamo speso sufficiente inchiostro acido.

Cosa producano esattamente (realmente) "Rai Italia" e "Rai World Premium" non è facile da comprendere (e soprattutto da verificare).

Attingiamo ad una fonte ufficiale, la semestrale Rai del 2021 (ovvero ai "*Bilanci separato e consolidato intermedi al 30 giugno 2021*"): a pagina 33, viene così descritta l'**"Offerta internazionale" della Rai**:

*"La commercializzazione dei canali Rai all'estero è affidata a **Rai Com SpA**. La consociata cura la diffusione europea dei diritti di ritrasmissione dei canali televisivi e radiofonici (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai Storia, Rai Scuola, Rai News 24 e Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3), nonché la distribuzione extra-europea dei canali:*

- *Rai Italia (un best of delle produzioni Rai con l'aggiunta di programmi originali destinati agli italiani all'estero, tra cui - fino al 30 giugno 2021 - tre partite di Serie A a settimana);*
- *Rai World Premium (il canale che trasmette fiction originali prodotte dalla Rai) e Rai News 24.*

L'offerta Rai nei territori extra-europei si completa con Rai Radio 1".

Come avviene la diffusione di questi canali?!

"La diffusione dei canali avviene attualmente attraverso piattaforme televisive locali - via cavo, satellite o piattaforme new media - in diverse modalità, sia free che pay e in progressivo allineamento con l'evoluzione internazionale di servizi e tecnologie, orientata all'integrazione del bouquet italiano con contenuti non lineari. Negli Stati Uniti, in Canada, Australia e in Europa i canali sono offerti agli abbonati in modalità Pacchetto oppure Premium - à la carte. Gli utenti, dunque - per la visione dei Canali Rai - pagano una fee mensile, in estensione al proprio abbonamento con l'operatore; in Asia, il canale Rai Italia è fruibile in modalità free-to-air; in America Latina, in Africa e in diversi paesi europei i canali

sono offerti in modalita Basic o Extended Basic, che prevede esclusivamente il prezzo mensile dell'abbonamento senza costi aggiuntivi".

Viene precisato: "per quanto riguarda la distribuzione internazionale dei canali Rai, nel primo semestre 2021, va tenuto conto dell'impatto di due fattori: la contrazione del mercato pay tv per i canali lineari - che tocca soprattutto l'area extraeuropea e in particolare gli Usa - dovuta al progressivo affermarsi della tipologia di fruizione di contenuti audiovisivi in modalita non lineare; secondariamente, la crisi pandemica a livello mondiale, che ha prodotto effetti negativi sul numero di abbonati laddove il modello di business distributivo fosse basato su una fee per abbonato, e quindi, anche in questo caso, principalmente in ambito extraeuropeo".

*Nel bilancio Rai al 31 dicembre 2020, si legge: "**Rai Italia** è il canale per gli italiani all'estero e per la promozione della lingua e della cultura italiana nel mondo: sport, news, fiction, eventi speciali e intrattenimento. Con un'articolazione su quattro palinsesti di riferimento, adattati ai principali fusi orari dei diversi continenti extraeuropei di destinazione (Nord America, Sud America, Africa Subsahariana, Asia/ Australia), Rai Italia raggiunge oltre 20 milioni di case attraverso piattaforme satellitari, cavo, Iptv e Ott, in modalita criptata e a pagamento - in Nord America, Sud America, Africa Sub Sahariana, Australia e Israele - cui si aggiungono le abitazioni raggiunte con la diffusione diretta e gratuita via satellite nei 49 paesi del continente asiatico". L'attivita e l'esistenza di **Rai World Premium** è oggetto di un cenno fugace: "il canale che trasmette fiction originali prodotte dalla Rai". Dove, come, quando? Non è dato sapere... In un'altra pagina del Bilancio Rai 2020, si legge un assai generico e sfuggente: "L'offerta internazionale Rai è arricchita dalla riproposizione di alcune trasmissioni dei canali nazionali con diverse modalita, a seconda della regione del Mondo". Quali "diverse modalita", di grazia?!*

Vengono rivelati "numeri" di diffusione effettiva e qualche stima di audience?

Assolutamente no: "**no data**".

Qual è la reale diffusione dei canali / programmi Rai all'estero?! Nessuno lo sa, se non (forse) nelle segrete stanze del Settimo Piano e della Direzione Marketing...

E temiamo che *non* si tratti di numeri esattamente entusiasmanti.

Due parlamentari di Forza Italia hanno plaudito alla nomina di Ferragni: la senatrice Francesca Alderisi e la deputata Fucsia Nissoli Fitzgerald

Tornando al neo Direttore... così aveva commentato la nomina di Ferragni un paio di settimane fa (per la precisione il 13 gennaio 2022) la senatrice **Francesca Alderisi** (iscritta al gruppo **Forza Italia**), eletta nella ripartizione Nord e Centro America, che senza dubbio conosce la materia, essendo stata per molti anni curatrice, autrice e conduttrice dello storico programma di servizio di **Rai International** "Sportello Italia": *"ho accolto con entusiasmo questa notizia che mi porta a fare una riflessione, in virtù della mia carriera professionale a Rai International dove ho avuto modo di lavorare con quattro diversi direttori. L'affetto che ho verso il pubblico, che continua a esternarmi disappunto e delusione per alcune scelte editoriali susseguitesesi negli anni, anche e soprattutto a seguito di sostanziosi tagli al budget, evidenziano quanto ancora non si capisca, a distanza di tempo, l'importanza del canale televisivo dedicato a italiani nel mondo e discendenti, irradiato nei cinque continenti e con abbonati purtroppo in costante calo. Al di là della mancata acquisizione da parte della Rai dei diritti televisivi sulle partite di calcio della Serie A, a causa degli alti costi, auspico si possa seriamente rivalutare la programmazione, potenziando le autoproduzioni ridotte ormai ai minimi termini"*. Alderisi denunciava a chiare lettere: *"non c'è colloquio con i telespettatori, con cui ho continui contatti non solo nell'area geografica che rappresento, in cui non mi venga manifestato scontento per una programmazione che non rispecchia ciò che il pubblico richiede. Da autore televisivo, ritengo che questo canale si sia in parte scollato dalla sua utenza"*. E, con discreta autoreferenzialità, la senatrice (in un dispaccio sempre di 9 colonne) concludeva dichiarandosi "a disposizione" del neo-Direttore: *"restando a disposizione del direttore Ferragni per qualsiasi eventuale valutazione, mi auguro con tutto il cuore che questo canale, a tutti noi molto caro, possa tornare a splendere come un tempo e, soprattutto, tornare ad avere le risorse che merita"*. Che questo canale per gli italiani all'estero abbia vissuto una fase di... "splendore", non ci sembra esattamente registrato negli annali di Viale Mazzini, ma questo è un altro discorso.

L'indomani, un'altra parlamentare della Repubblica, ma eletta nella circoscrizione estera e dello stesso partito, si associava ai complimenti: **Fucsia Nissoli Fitzgerald**, deputata di **Forza Italia** eletta in Nord e Centro America, manifestava auguri al nuovo Direttore di Rai Italia, *"giornalista di comprovata esperienza e capacità. In un tempo così difficile credo sia importante mantenere vivo il legame tra la Madrepatria e le Comunità all'estero attraverso il Servizio Radiotelevisivo Pubblico. Rai Italia, già Rai International, è un riferimento per ogni italiano all'estero e in questo periodo di grandi cambiamenti deve trovare la strada per continuare ad esserlo. Sono sicura che il nuovo direttore opererà al meglio per fare questo in continuità con l'ottimo lavoro già svolto dal precedente direttore, Marco Giudici, che ringrazio per il servizio svolto"*.

Il neo Direttore Fabrizio Ferragni: una ricca biografia giornalistica

La biografia di **Fabrizio Ferragni** è indubbiamente ricca. Si tratta di un dirigente apicale di Viale Mazzini di lungo corso. Nato a Roma nel 1958, laureato in Giurisprudenza, Ferragni è giornalista professionista dal 1984. Inizia il suo percorso professionale come redattore di "Avvenire", dove tra il 1980 e il 1987 è stato responsabile del settore scuola, poi redattore parlamentare e cronista politico. Nel 1990 è assegnato alla redazione politica del Tg1 Rai dove (alla corte di **Bruno Vespa**), nel marzo 1995, viene promosso Capo Redattore con l'incarico di realizzare servizi dal Quirinale. In otto anni al telegiornale della prima rete, cura circa 2.500 tra servizi, collegamenti in diretta, note politiche da studio, interviste. Da inviato, segue i più importanti avvenimenti politici in Italia e all'estero. Con **Francesco Cossiga** al Colle, ha raccontato il 30° anniversario di Marcinelle (una delle più grandi tragedie minerarie che segnò per sempre la nostra emigrazione), mentre con Scalfaro Presidente della Repubblica ha avuto l'occasione di entrare al Coliseo di Buenos Aires, il più grande teatro italiano al di fuori dell'Italia. Si tratta di un percorso professionale ovvero di "passaggi importanti che ti fanno capire il senso dell'italianità", sostiene Ferragni. Dal 2016 al 2019, ha guidato la Direzione Relazioni Internazionali della Rai. Si ricorda che Ferragni è anche stato Vice Capo Ufficio Stampa della Presidenza del Consiglio dei Ministri con il Presidente **Amintore Fanfani**.

Il neo-Direttore identifica tra gli obiettivi della nuova Direzione, l'*"avere un recall continuo con Ambasciate, Consolati, Comites, Cgie, Farnesina, per avere un filo diretto"*.

Prospetta la costruzione di un *"palinsesto differenziato non solo per orario di messa in onda, ma anche per zona geografica. In un sistema di soft power, infatti, possiamo inserire informazioni più accurate ad esempio riguardo al food per il nord America o alla moda e al fashion per il sud est asiatico"*.

L'idea è *"fare un prodotto molto curato, con un'informazione più incisiva e contemporanea e una riforma grafica che dia unità ai tre canali, innervati dalle nuove produzioni"*.

Un "prodotto curato"?! Bene. Ma con quale budget?! E qui Ferragni si riferisce a 3 canali: quindi, allora, forse forse forse, il canale in inglese per l'estero è veramente in cantiere???

La direzione Offerta Estero *"risponde con tempismo ad un momento particolare in cui numerose istituzioni italiane stanno sviluppando una strategia in materia di Nation Branding e di Soft Sower... Un rinnovato Soft Power italiano, per definizione 'avvolgente', non potrà fare a meno dello strumento televisivo e digitale. A lanciare una strategia di soft power è innanzitutto il Maeci e l'Ice"*.

In prospettiva, il rapporto Rai con la neo istituita Direzione Generale per la Diplomazia Pubblica e Culturale del Ministero degli Esteri, affidata all'ambasciatore Pasquale Terracciano: sviluppare il "soft power" dell'Italia

Ferragni ricorda che la Farnesina ha infatti varato poche settimane fa una nuova **Direzione Generale per la Diplomazia Pubblica e Culturale** (affidata all'ambasciatore **Pasquale Terracciano**) che deve consolidare il "soft power" del nostro Paese. L'istituzione della nuova Dg è stata decisa in occasione della riunione del Consiglio dei Ministri del 23 dicembre 2021. Ferragni ricorda che, tra gli altri dicasteri con i quali trovare importanti sinergie, ci sono certamente lo Sviluppo Economico, Cultura, e Turismo.

Ed invoca un mix "pubblico"/"privato": *"per riuscire, questa articolata attività di soft power dovrà comportare un partenariato pubblico-privato, coinvolgendo aziende, associazioni di categoria, consorzi, ovvero tutte le eccellenze del Paese"*.

La novella Direzione Rai è già al lavoro con l'**Istituto per l'Enciclopedia Italia** (diretto dall'ex Ministro della Cultura **Massimo Bray**: *"con la Treccani siamo al lavoro su un corso di italiano, per dare uno strumento sia agli stranieri che vogliono venire in Italia sia agli italiani all'estero"*). Un progetto ambizioso, insomma, *"un cambio di passo secondo noi determinato: l'azienda ne è stata convinta anche da questo passaggio storico ed epocale che stiamo vivendo"*.

Con **Marco Giudici**, ex Direttore di Rai Italia, precisa Ferragni, *"c'è un ottimo rapporto, ci sentiamo e spero che mi possa dare utili consigli e suggerimenti... entro in punta di piedi. Voglio capire le competenze che ci sono, se possibile valorizzarle ancora di più e ottenere il meglio"*.

Proprio oggi, dopo la sortita di ieri l'altro su **9colonne**, il Direttore rilascia un'intervista ad un'altra agenzia stampa, specializzata per gli italiani all'estero, l'**Aise (Agenzia Internazionale Stampa Estero)**, che rilancia quanto pubblicato dal portale di informazione bilingue **"La Voce di New York"** (alias "Vny"). L'intervista è disponibile su [YouTube](#) (anche se non registra un'audience entusiasmante, dato che ad oggi ha avuto meno di 20 visualizzazioni), sul canale della testata "Vny". Ferragni entra in un qualche dettaglio: *"Rai Italia attualmente ha uno zoccolo duro che si chiama 'The best of', quindi il meglio dei prodotti e dei programmi che vogliamo innervare con un migliaio di ore (buona parte sottotitolate in inglese) per poter andare a fondo sulla salvaguardia delle nostre radici. Faccio il nome di qualche programma: 'Italian Genius', in cui raccontiamo i nostri italiani nel mondo. 'Italianism', dove vogliamo raccontare le eccellenze italiane. 'Unesco 58', perché l'Italia è un pilastro con 58 siti Unesco patrimonio dell'umanità, un numero che non ha*

nessun altro Paese al mondo. Vogliamo fare una rassegna stampa quotidiana sia in inglese sia in italiano. Stiamo facendo una trasmissione che si chiama 'L'Italia con voi', che vogliamo trasformare in un vero e proprio "sportello Italia" attraverso il quale dare informazioni utili ai nostri connazionali all'estero. Vogliamo raccontare lo sport e anche se il calcio viene meno abbiamo un altro tipo di offerta che andremo a sostituire. Metteremo un corso di italiano e ci impegneremo per raccontare le nostre ricchezze con prodotti di eccellenza, come ad esempio 'Meraviglie' di Alberto Angela, che verranno sottotitolati in inglese. Lavoreremo sulla 'stand up comedy' e daremo spazio anche ai cammini d'Italia. Un'offerta molto ampia, per andare a intercettare la richiesta di informazione contemporanea degli italiani all'estero".

Ferragni risponde anche ad una domanda sui **"numeri" di questa offerta per l'estero**: *"i numeri complessivi sono una platea di circa 25 milioni di famiglie nel mondo, per un numero complessivo di 80/100 milioni di pubblico potenziale. Gli Stati Uniti sono importanti, perché sono il primo partner commerciale dal punto di vista dell'export. Una cosa che questa offerta integrata Rai Italia e Rai in lingua inglese vuole fare è un racconto dell'Italia di sistema, un soft power che possa sostenere i nostri connazionali all'estero e il nostro Paese".* D'accordo, questi sono i numeri dell'audience potenziale, ma quali sono i numeri dell'audience attuale e di quella cui Ferragni punta realisticamente?

Alla luce di quanto annunciato da Ferragni, le aspettative della **comunità italiana all'estero, frustrate per decenni da una offerta Rai insufficiente ed inadeguata**, cresceranno rapidamente.

Conclusivamente, riteniamo che l'attenzione che Rai ha storicamente dedicato agli italiani all'estero sia stata modesta ed inadeguata, e non possiamo che augurarci che la decisione di istituire una Direzione "ad hoc" non sia un mero atto di riorganizzazione funzionigrammatica interna, ma il primo passo verso un ragionamento serio e strategico da parte della Rai.

Quel che si osserva è comunque, ancora una volta, la dispersione di energia e di risorse: ci domandiamo se questa nuova Direzione Rai interagirà - per esempio - con la piattaforma "Italiana", lanciata qualche mese fa dal *Ministro degli Esteri e della Cooperazione Internazionale* (Maeci) **Luigi Di Maio**.

Chi cura questa rubrica IsICult per "Key4biz" è tra i pochi - se non forse addirittura l'unico - ad aver dedicato a queste iniziative una attenzione critica in prospettiva strategica. In argomento, vedi appunto "Key4biz" del 5 marzo 2021, "[Non bastava ItsArt: al via anche 'Italiana' la piattaforma culturale del Ministero "degli Esteri"](#)"; del 18 ottobre 2021, "[Di Maio](#)

[benedice il Mia, campagna da 50 milioni per il 'made in Italy'](#)"; e, ancora, del 30 novembre 2021, ["Il Ministro degli Esteri Di Maio lancia il "re-branding" internazionale dell'Italia"](#).

In tutti questi interventi, ci domandavamo ove fosse il **"convitato di pietra"**, ovvero giustappunto la Rai e finanche il suo misterioso "canale per l'estero".

Oggi comprendiamo che Rai sembra voler entrare in scena, sebbene lo scenario appaia ancora assai confuso.

Come si rapporterà Rai con le testate giornalistiche italofone (e non soltanto) a stampa e su web, e radiofoniche e televisive che sono attive in tutto il mondo, aventi come target le nostre comunità all'estero? Peraltro non ci risulta che lo stesso Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale abbia mai promosso una ricerca su questi media italiani all'estero...

E qual è il budget della novella Direzione Rai Offerta Estero?!

Confidiamo che si faccia presto chiarezza, e che non si tratti dell'ennesima italiana intrapresa, caratterizzate dalle solite "nozze coi fichi secchi". E che ci sia, ma non soltanto a parole, un'autentica strategia internazionale di "sistema Paese".

[Link all'articolo originale >](#)