

La Rai presta il fianco alla concorrenza: da “FantaSanremo” (500mila giocatori) sostenuto da Sky, a una invasione di spot di Netflix ed Amazon e Disney... Quali le vere ragioni di questo masochismo?

Sanremo batte il Papa? Ai risultati record del Festival - con lo share che ha superato talvolta anche il 60 % - si affianca uno share complessivamente modesto - poco più del 20 % - dell'intervista a **Papa Francesco** condotta da **Fabio Fazio** nell'edizione di ieri sera di “*Che Tempo Che Fa*” su Rai 3. Le decine di milioni della kermesse musicale sono molti, molti di più, rispetto ai poco più di 4 milioni di telespettatori di ieri sera.

Il raffronto non ha un gran senso in sé, ma ci consente di avere conferma che non può essere l'audience, non può essere lo share il “misuratore” unico della qualità di una emittente televisiva pubblica.

Sull'intervista di Fazio a Bergoglio, torneremo, perché è interessante anche come evento mediale in sé. Quel che abbiamo notato è l'atteggiamento totalmente acritico del conduttore. Si è trattato di *un'occasione persa*. Fazio ha rinunciato al ruolo di giornalista ed ha indossato soltanto i panni del fedele. Eppure abbiamo la certezza che una personalità alta come Bergoglio sarebbe stato ben in grado di rispondere anche ad una qualche domanda scomoda. E Fazio naturalmente non ha avuto il coraggio di proporre un cenno pur vagamente “autocritico” rispetto alle scelte criminali dell'Italia, allorquando il Pontefice ha ribadito con fermezza la condanna ai Paesi che *costruiscono e commerciano armi...*

Successo di share, ma Rai ha perso 2 milioni di telespettatori, tra Sanremo 2021 e Sanremo 2022

E, a proposito di audience & share, merita essere segnalato quel che ha scritto oggi il **Redattore Anonimo** su “*BloggoRai*”, in un post ben intitolato “[Rai: Sanremo e le mele avvelenate di un falso ‘successo’](#)”: lo share dell'edizione di quest'anno sarà stato anche alto assai, ma si segnala che “*il totale emittenti nella stessa serata finale del festival (l'anno scorso si è svolta il 6 marzo) era di 28,2 milioni di persone presenti di fronte al teleschermo mentre sabato scorso erano 26,3 milioni. Cioè, in soldoni, si sono persi per strada circa 2 milioni di telespettatori e dove sono migrati?*”.

Focalizziamo oggi l'attenzione su Sanremo.

Nella notte tra sabato 5 e domenica 6, l'edizione n° 72 del Festival di Sanremo si è conclusa, e la ricaduta mediale, tra ieri domenica ed oggi lunedì, è stata oggettivamente notevole, con una prevalenza quasi assoluta di plauso. Tra tutti, segnaliamo le paginate intere di un

entusiasta *"Corriere della Sera"*...

Sono intervenuti anche i massimi vertici della Rai, sia la Presidente **Marinella Soldi** sia l'Amministratore Delegato **Carlo Fuortes**, profondendosi in complimenti a gogò.

FantaSanremo sostenuto da Sky Italia, a fronte del silenzio Rai?

Pochi hanno prestato attenzione ad una questione soltanto apparentemente minore, ovvero l'iniziativa cosiddetta "**FantaSanremo**": l'agenzia stampa Italia ha titolato ieri *"La vera rivoluzione del Festival è il FantaSanremo"*, in un accurato articolo a firma di **Mauro Leonardi** (Agi), che sostiene *"per giudicare il successo di un programma televisivo, di un'una fiction o di un film, sarà assolutamente necessario valutarne anche l'impatto sull'enorme community che nasce dall'interazione fra elementi diversi che si integrano perfettamente"*. Ha ragione, ma il tema è ben più ampio, dato che Rai continua ad essere schiava di Auditel.

Non tutti i lettori di *"Key4biz"* (e di questa rubrica) sono (stati) appassionati spettatori della kermesse sanremese, ed è bene che sappiano che, nel corso delle serate, sono emersi strani "segnali in codice", che lo stesso conduttore si è ben guardato dal decrittare, e tra poco si comprenderà il perché di questa "omertà": Amadeus si è limitato a segnalare cripticamente *"succedono cose strane nel dietro le quinte"*...

L'edizione 2022 di Sanremo è stata "affiancata" da un gioco su web, denominato "**FantaSanremo**" (e sul relativo sito web campeggia il simbolo del marchio registrato) sulla falsariga di un'esperienza ludica "social" denominata "**FantaCalcio**".

Cosa ha intercettato lo spettatore ignaro, a fronte di alcuni comportamenti bizzarri? I saluti a *"zia Mara"*, le passeggiate in mezzo al pubblico, alcuni curiosi esercizi ginnici, e soprattutto una parolina misteriosa, "**Papalina**", ripetuta più volte da molti cantanti alla fine della loro performance: parolina che si è poi scoperto essere il soprannome del titolare - tal **Nicolò Peroni** - del "Bar Corva" a Porto Sant'Elpidio, il locale delle Marche dove è nato il gioco originario - il "FantaCalcio" appunto - nel 2019.

Il "FantaSanremo" è, in pratica, un adattamento del "**FantaCalcio**". Si tratta di una sorta di sfida online che coinvolge direttamente il pubblico da casa. Ci si registra con una squadra di cinque cantanti e poi si compete con degli amici o nella classifica generale usando i "baudi", la moneta scherzosa e virtuale che deve il proprio nome a **Pippo Baudo**... Come spiega bene Leonardi, quello che nel punteggio del "FantaCalcio" sono le reti e gli "assist", qui vale per cosa i cantanti fanno o dicono. Incide il piazzamento, certo, ma soprattutto contano i

punti che vengono dati e tolti in base al comportamento: il tipo di presentazione, il saluto all'orchestra, baci al pubblico, "battere il cinque" con Amadeus, le flessioni sul palco, il saluto "a zia Mara" o l'inseguimento dei Carabinieri (che comunque non dovrebbe sorprendere visto che i cantanti vengono scortati in hotel dalle forze dell'ordine: l'anno scorso era accaduto a **Orietta Berti**, quest'anno è successo ad **Emma Marrone**).

L'iniziativa del "FantaSanremo" ha una genesi che potremmo definire *dissacratoria* o *goliardica*: basti osservare che tra i "comandi" che gli artisti dovevano rispettare, per aumentare punti, c'era un "bonus" controverso e provocatorio come quello sulla defecazione (*"l'artista defeca sul palco"*) che ha alterato gli artisti che si sono ovviamente rifiutati di seguirlo, nonostante valesse molti punti...

Il sistema di "punteggi" del FantaSanremo: una assurda goliardata

Un qualche esempio del meccanismo del gioco (e del suo codice - anche semantico - interno)?! Se un cantante si presenta sul palco dell'Ariston con un abbigliamento monocromatico (cosiddetto *"outfit monocromo"*), ovvero di un unico colore, chi lo ha in squadra guadagnerà 10 punti... Invece per chi dà "il 5" ad Amadeus, il punteggio sale di ben 15 punti... Vale 20 punti il bonus per *"l'artista dignitosamente brillo, veramente euforico e/o particolarmente allegro"*... 10 punti vanno invece all'artista che mette il capezzolo in vista (nello slang del gioco: *"la scapezzolata"*) e se si vedono entrambi i capezzoli i punti sono 20... Vale 20 punti il *"tatuaggio in zone pubiche in bella vista"*... Mentre 5 punti vengono assegnati per un bacio sulla guancia durante l'esibizione: *"sulla bocca raddoppia, alla francese triplica"*... 10 punti se l'artista *"si scaccola durante l'esibizione (se estrae una pepita il bonus raddoppia, se l'assaggia quadruplica)"*. E così via: a Roma, si direbbe *"cazzeggio allo stato puro"*. C'è anche un bonus di "autopromozione" del gioco: riceve 10 punti l'artista che *"dice espressamente la parola FantaSanremo durante interviste, comunicazioni social e/o ospitate (bonus assegnato soltanto la prima volta che l'artista dirà espressamente la parola FantaSanremo al di fuori del palco dell'Ariston)"*, ma ne riceverà 25 l'artista che *"dice espressamente la parola FantaSanremo sul palco dell'Ariston"*... Ci sono anche i **"malus"**, ossia delle sottrazioni di punti: per esempio, se un artista inciampa mentre scende la scalinata, fa perdere ben 30 punti a chi lo ha in rosa, mentre se cade proprio dalle scale il *"malus"* è di -50 punti... Perde 25 punti chi ha un artista che rompe uno o più strumenti sul palco durante l'esibizione (questo è il cosiddetto *"malus rockettaro"*). E poi ancora -30 punti se all'artista cade il parrucchino o se gli si sposta il riporto mentre canta, -50 a chi interrompe l'esibizione per problemi tecnici, -66,6 punti a chi bestemmia in diretta (perché 666 è il numero del diavolo...). Ben 500 punti (e quindi vittoria assicurata) all'artista che muore (sic) durante il Festival...

Lo scherzoso sistema di punteggi è comunque complesso (clicca [qui](#), per leggerlo).

Non sfugga un “dettaglio” importante, come ben segnalato dal sempre attento Redattore Anonimo nel suo post odierno su “*BloggoRai*”, e come pochi hanno notato: **chi è il principale sostenitore del “FantaSanremo”?! Sky Italia.**

E qui siamo nel surreale.

In effetti, nel primo pomeriggio di giovedì 3 febbraio 2022, l’Ufficio Stampa di **Sky Italia** dirama un simpatico comunicato stampa, che merita essere riprodotto nella sua interezza, perché ben rappresenta la dinamica venutasi a determinare. Già il titolo è indicativo: “*FantaSanremo powered by Sky Wifi conquista gli appassionati del Festival*”:

“500 mila squadre iscritte e quasi 8,5 milioni di pagine viste da più di 1 milione di persone in tre giorni sul sito. Impazza in questi giorni sul web e non solo il FantaSanremo powered by Sky Wifi, il gioco gratuito per tutti i fan del Festival di Sanremo. Ideato nel 2019 da un gruppo di amici appassionati del Festival, in pochissimo tempo FantaSanremo ha conquistato tantissimi giocatori e in questa edizione sta registrando un vero e proprio boom. Sono infatti più di 500mila le squadre iscritte, dieci volte di più di quelle in gara nel 2021, oltre 60 mila le leghe di amici fantagiocatori e ben 8,5 milioni le pagine viste da più di un milione di persone per il sito fantasanremo.com in tre giorni (dal 31 gennaio al 2 febbraio). Da quest’anno Sky Wifi, il servizio ultrabroadband di Sky Wifi, che offre una connessione stabile, veloce e ottimizzata per lo streaming, è sponsor unico dell’iniziativa. Sky Wifi offre a tutti i giocatori tre diversi bonus al verificarsi di una particolare azione - rigorosamente “semplice”, “potente” o “spettacolare”, come la connessione performante garantita dal servizio - da parte dei cantanti in gara. Nato quasi per caso nel 2019, tra un gruppo di amici in un bar di un piccolo paesino delle Marche, i giocatori di FantaSanremo devono organizzare e gestire squadre virtuali formate dagli artisti in gara, e guadagnano o perdono punti a seconda di quello che succede nel corso delle serate del Festival”.

Amadeus è stato “omertoso” in tv (ed in verità nemmeno granché rispettoso dei telespettatori ignari e confusi), ma ha invece segnalato l’iniziativa sulla pagina **Instagram** del FantaSanremo: “*c’è un Sanremo molto giovane e molto social che entra nel Festival: non va tenuto fuori. C’è un gioco, un tam-tam che coinvolge milioni di persone e di ragazzi, questo li avvicina al Festival. È diventato un gioco di 25 cantanti in gara, non solo di due o tre, che è una cosa molto bella. Anche questo fa parte del cambiamento del Festival e rispecchia la realtà in cui viviamo, che non possiamo tenere lontano perché dobbiamo fare un Festival chiuso in una scatola che deve essere sempre uguale a sé stessa. Anche questo vuol dire essere attuali*”.

Sarà anche **“molto bello”** (è noto che Amadeus si esprime soprattutto con aggettivi superlativi), ma è **normale** che questo “gioco” sfugga al controllo della Rai, essendo Sanremo una creatura “della” Rai?!

Si è trattato di una sorta di “gara parallela”, che pare abbia avuto un grande successo a livello di interazioni “social”, ovviamente da parte del pubblico più giovane e quindi pubblicitariamente più “appetibile” per gli investitori (i dati vanno presi con prudenza, dato che non abbiamo verificato una fonte di validazione affidabile).

Il “FantaSanremo” ha finito per prendere il sopravvento sul Festival stesso?

Secondo alcuni commentari, il “FantaSanremo” ha finito per prendere il sopravvento sul Festival stesso.

E comunque ha dell’incredibile che il Direttore Artistico del Festival non ne sapesse nulla! Ieri domenica poco dopo mezzogiorno dichiarava alle agenzie stampa, con virginale candore (alla faccia dell’altissima professionalità che molti gli attribuiscono): *“Fantasanremo? Divertente, ho lasciato liberi gli artisti... Nelle prime due puntate non avevo capito nulla, poi mi sono fatto spiegare da mio figlio di 13 anni, l’ho capito e l’ho trovato divertente. Allora ho lasciato liberi gli artisti di fare quello che volevano, perché è un mondo a cui dobbiamo andare incontro, dobbiamo andare incontro ai giovani...”*. Incredibile. Ma vero. Ahinoi.

Divertente riprodurre quel che scrivono sul loro sito i promotori del “FantaSanremo”, nella sezione [“Chi siamo?”](#):

*“Per il 2021 la Commissione Fif (Federazione Italiana Fantasanremo), visto il successo dell’anno precedente e complice la situazione pandemica che non consente la formazione di gruppi di ascolto, decide di creare un sito dedicato, ad iscrizione gratuita, per coinvolgere le persone anche a distanza. La promozione del sito inizia a gennaio 2021 grazie a un video trasmesso nella #socialtopten di **Propaganda Live** su **La7** e ottenendo la collaborazione con la **Slim Dogs Production** s.r.l. garantendo una lega dedicata solo ai loro abbonati di Twitch. Da qui inizia una valanga di eventi incredibili, anche grazie ad una massiccia campagna di condivisione spontanea sui social, che porta tantissime testate nazionali a pubblicare articoli sul fantagioco e diversi influencer (dariohead, tegamini, estetistacinica) ad interessarsi al progetto, fino a culminare nell’assurdo e totalmente inaspettato coinvolgimento degli stessi artisti in gara. Se vogliamo citare il grande Maestro Nando Martellone potremmo riassumere tutto in una sola parola: “buciodeculo”. A pochi giorni dalla chiusura delle iscrizioni anche **Fedez** parla del FantaSanremo nelle sue stories mandando ovviamente in pappa il sito, che era pensato per uno scarso centinaio di squadre.*

Nonostante le difficoltà, il team informatico riesce a ripristinare il tutto e si chiudono le iscrizioni con quasi 50.000 squadre. Durante la settimana del Festival tutti i giorni va in diretta su instagram "FantaSanremo Live!", un contenitore con diverse rubriche sulla kermesse e sul giuoco coinvolgendo ospiti illustri come **Paolo Camilli** e **Neri Marcorè**. 25 artisti su 26 nominano il FantaSanremo durante le loro interviste e **Lo Stato Sociale, Random e Colapesce e Dimartino** dicono FantaSanremo in eurovisione sul palco dell'Ariston".

Come dire?! Tutto "molto bello" veramente. Libero web e... democrazia social... iniziative "dal basso"...

Ah, la "radio ufficiale" del FantaSanremo è **Radio Italia** (una delle più seguite emittenti radiofoniche italiane, fondata nel 1982 da **Mario Volanti**). E si ricordi che invece la "radio ufficiale" del Festival è **Rai Radio2**.

E cosa ne pensa **Gian Paolo Tagliavia**, Amministratore Delegato di **Rai Pubblicità**, pur certamente ben soddisfatto di una raccolta pubblicitaria che quest'anno pare abbia raggiunto i 42 milioni di euro di ricavi, a fronte di costi complessivi del Festival nell'ordine dei 17 milioni?! Non è dato sapere.

Quali sono stati gli effetti reali del "FantaFestival" su "Sanremo 72"?! La dinamica dovrebbe essere studiata con metodologie adeguate e con specifiche metriche.

Comunque evanescenti ed elusive le risposte di **Amadeus** e del Direttore di Rai 1 **Stefano Coletta** ad una domanda specifica (clicca [qui](#), per le risposte durante la conferenza stampa a conclusione del festival, su **RaiPlay**, dalla Sala De Santis del Casinò di Sanremo). Coletta ha definito il FantaSanremo come "spazio ludico dei cantanti", utile anche per allentare le tensioni sul palco... Nessun commento da parte dell'Ad **Carlo Fuortes**. E peraltro nessun giornalista ha segnalato le "contraddizioni" interne della dinamica "FantaSanremo" accolta da Rai. Ad essere maligni coi colleghi, molti giornalisti intervenuti in conferenza son parsi un po' troppo acritici e forse... "sudditi" (finanche un po' "lecchini"), a fronte dell'entusiasmo diffuso, soltanto in parte giustificato (vedi alla "voce" Auditel come unico strumento di misura del successo).

Per la cronaca, il "FantaSanremo" è stato vinto da **Emma**, al secondo posto **Dargen D'Amico**, terzo gradino del podio per **Tananai**. La formazione che ha vinto, hanno fatto sapere i promotori del "FantaSanremo", è quella formata da **Dargen D'Amico, Emma, Highsnob** e **Hu** e **Tananai**. Capitano: **Elisa**.

L'incredibile overdose di spot della concorrenza sulla Rai: Sky e Netflix e Amazon e Disney alla riscossa

Questo strano fenomeno è correlato ad un altro, che per i primi abbiamo segnalato, anche sulle colonne di "Key4biz": l'overdose di spot pubblicitari veicolati da Rai durante Sanremo (e non soltanto) acquistati da utenti pubblicitari che rappresentano la diretta concorrenza, ovvero **Sky** e **Netflix** e **Amazon Prime** e **Disney+**?

Si tratta di un fenomeno *normale*? No. Non è accettabile anche un banale "è il mercato, baby". Questo non è libero mercato, questa è totale confusione.

Si tratta di una procedura semplicemente patologica, che si caratterizza per masochismo e vocazione al suicidio.

In una ottica di breve periodo (raccolta pubblicitaria), si disperde ulteriormente il patrimonio identitario della Rai, di cui il servizio pubblico dovrebbe essere orgoglioso.

Nessuna norma di legge obbliga Rai ad accogliere spot pubblicitari della concorrenza.

La Rai resta senza dubbio la più grande industria culturale del Paese, nel bene e nel male, e la qualità di opere come la serie televisiva "Blanca" o, in questi giorni, "L'Amica Geniale", confermano la capacità di offrire **prodotti di alta qualità**, che siano sganciati dalla logica tipica della televisione commerciale (in sintesi: più ascolti, più pubblicità, e quindi...).

Non ci è piaciuto "Sanremo 72", lo abbiamo ritenuto **la quintessenza della banalità** (vedi quel che abbiamo scritto su queste colonne, da ultimo venerdì scorso 4 febbraio, "[Il discorso alto di Mattarella ed i suoi complimenti ad Amadeus per Sanremo](#)", e prima ancora, martedì 2, "[Il Festival di Sanremo all'insegna del pop-trash e delle contraddizioni italiane](#)"), ma che i suoi successi di ascolto / visione debbano divenire il cavallo di Troia per fare il gioco della concorrenza ci sembra una decisione editoriale veramente malata.

Ha scritto il **Redattore Anonimo** sul post già citato, pubblicato questa mattina su "**BloggoRai**", a proposito di quei 2 milioni di telespettatori che Rai ha perso tra il 2021 ed il 2022: **dove sono migrati questi 2 milioni di spettatori?!** E la risposta è semplice. In buona parte "verso la diretta concorrenza di Netflix, di Amazon Prime, di Disney+ e Now Tv che, non a caso sono stati tra i principali investitori pubblicitari del Festival. E questa è un'altra buona ragione per non sentirsi parte del coro dei "successanti": si può chiamare successo concedere un tale vantaggio a chi ti taglia l'erba sotto i piedi?".

Anzaldi (Italia Viva): “Sanremo grande spottone alla concorrenza” e scrive al Ministro Giorgetti

Abbiamo quindi molto apprezzato che il deputato di **Italia Viva**, che è anche Segretario della *Commissione bicamerale di (non) Vigilanza sulla Rai* (presieduta dal forzista **Alberto Barachini**) abbia deciso di scrivere al Ministro **Giancarlo Giorgetti**, titolare del **Ministero dello Sviluppo Economico** (Mise) - che è il contraente del “Contratto di Servizio” tra Stato e Rai -, come ha spiegato oggi al sito specializzato “*VigilanzaTv*” diretto da **Marco Zonetti** (vedi “[Rai, Sanremo grande spottone alla concorrenza. E Anzaldi scrive al Ministro Giancarlo Giorgetti](#)”): **Michele Anzaldi** sottolinea “*l’incredibile autogol*” della televisione pubblica, ed il “*danno per l’attività del servizio pubblico: l’enorme spazio pubblicitario concesso ai concorrenti della tv pubblica*”.

Il deputato renziano può vantarsi di essere oggettivamente un “recordman”: nessun altro parlamentare della Repubblica - deputato o senatore che sia - interviene “in materia” Rai. Spesso le sue interpellanze sono ben fondate, talvolta meno, ma gli va dato atto di un attivismo apprezzabile. Soprattutto considerando il preoccupante prevalente silenzio dei suoi colleghi sulle vicende del servizio radiotelevisivo pubblico...

Questa mattina - nel silenzio dei più (anzi nel silenzio assoluto di tutti) - Anzaldi ha dichiarato: “*il Fantasanremo? Appare stupefacente, se fosse confermato tutto ciò, che gli artisti si siano prestati supinamente a questa operazione pubblicitaria occulta... E, nel caso, sarebbe interessante anche sapere se Pippo Baudo fosse al corrente che il suo nome veniva utilizzato per un’operazione a fini commerciali*”.

Rai: ancora una volta, un Arlecchino servo di due padroni, lo Stato (anzi il Governo) ed il Mercato

Riteniamo che la vicenda del “FantaSanremo” - nell’economia complessiva del “Festival di Sanremo” - sia proprio sintomatica del perdurante stato confusionale nel quale la Rai continua a versare, oscillante tra una missione di servizio pubblico non sviluppata appieno ed una impropria vocazione ad essere una emittente televisiva commerciale come le altre. Un Arlecchino servo di due padroni, tra Stato (ovvero più esattamente... Governo, soprattutto alla luce della legge tanto voluta da **Matteo Renzi**) e Mercato...

[Link all’articolo originale >](#)