

San Marino RTV - Piano Editoriale 2019 - 2021

Questo Piano Editoriale 2019 - 2021 fa riferimento al primo Piano Editoriale della San Marino Rtv, riferito al triennio 2013 - 2015 e a quello seguente 2017-2019, che di fatto ne fanno parte integrante.

Il precedente Cda, che ha finito il suo mandato nel giugno scorso, ha preferito, per correttezza aziendale e senso di responsabilità, rinviare al nuovo Cda, insediatosi tre mesi fa, la relativa presentazione e approvazione sia del medesimo Piano Editoriale 2019 - 2021 che il relativo Piano Industriale per il medesimo triennio.

Premessa.

La attuale situazione televisiva, legata al **contesto delle frequenze tv** che l'ITU da Ginevra sta gestendo, al fine di arrivare a una loro redistribuzione internazionale entro il 2021 - secondo quanto predisposto dagli organismi UE, anche se non è da escludere un qualche rinvio - rende di fatto molto complesso formulare un Piano Editoriale che non abbia al suo interno una ragionevole flessibilità, proprio perché i due scenari possibili che possono delinearci nel triennio in corso, sono di fatto alternativi.

Corre l'obbligo di ricordare che, sebbene San Marino non faccia parte dell'UE, aderendo all'ITU e per le sue specificità geopolitiche non può non essere coinvolta da questo processo di redistribuzione delle frequenze, imposto dalla necessità di trovare canali per una telefonia mobile sempre in maggiore sviluppo.

Se infatti la Radiotelevisione di Stato del Titano avrà finalmente entro il 2021 - anno di riferimento per la chiusura della redistribuzione delle frequenze da parte di Ginevra - come rivendicano con forza entrambi i soci Eras e Rai e come auspicato da questa Direzione Generale e dalla RSA a nome di tutti i dipendenti, **quel canale televisivo DTT che le spetta e che trasmetta anche su tutto il territorio nazionale italiano**, la cui trasmissione sia carico del Governo italiano, in cambio, oltre ad un adeguata integrazione economica, del non utilizzo delle frequenze assegnate, è evidente che lo scenario che impegnerà la San Marino Rtv per tutti i prossimi anni 20 sarebbe fortemente condizionato da questa nuova realtà.

Il brand del Titano, anche in questo caso, resterebbe comunque assolutamente centrale e la mission prioritaria - contribuire a portare la conoscenza di San Marino, partendo dalle sue eccellenze nel mondo e il mondo a San Marino, che altrimenti rischia un isolamento sicuramente rischioso, in particolare per le nuove generazioni - ma certamente il potenziale di raccolta pubblicitaria, vitale per una Azienda che ai finanziamenti statali di entrambi i Paesi, propri di qualsiasi servizio pubblico multimediale, deve affiancare introiti pubblicitari adeguati, propri di una emittente che per quanto piccola è impegnata sui fronti in cui sono presenti i più importanti competitors.

Una Televisione di Stato visibile sul digitale - sistema di trasmissione per il momento ancora vincente in Italia rispetto alle comunque sempre più competitive offerte del satellite e del web - comporta infatti maggiori impegni di produzione e di programmazione, dovuti alla maggiore visibilità ottenuta, oltre, come detto, al potenziale di raccolta pubblicitaria, legato alla **qualità del prodotto** che rappresenta un altro elemento imprescindibile anche di questo Piano Editoriale. E' ben vero, comunque e per inciso, che una buona televisione raccoglie necessariamente ascolti e quindi pubblicità, visto il **bacino di raccolta pubblicitaria** molto ampio. La raccolta che oggi si fonda per circa tre quarti sul mercato sammarinese e un quarto (esclusi gli accordi con Rai Pubblicità, su una raccolta fra Romagna, Emilia e Marche dove il segnale DTT è visibile) comporterebbe peraltro un prevedibile consistente aumento della sua componente italiana.

Ove invece questo non accadesse, restando la attuale visibilità regionale sul DTT, verrebbe purtroppo persa una opportunità aziendalemente e politicamente unica che potrebbe difficilmente ripetersi, costringendo poi di conseguenza l'Azienda in difesa, riducendosi le possibilità di un aumento del bacino di ascolto commerciale, e attuando strategie aziendali che dovrebbero fare i conti con un aumento dei costi e una riduzione dei ricavi, letale per una azienda che da anni invece sta realizzando esattamente, bilancio dopo bilancio, la strategia opposta avviata nel 2013, cioè la riduzione annuale dei costi e il contemporaneo aumento dei ricavi.

Linee generali.

Le **linee generali** che quindi è possibile al momento delineare per questo triennio - che sarà comunque un triennio, come detto, necessariamente di transizione, si collocano in linea con quanto già definito nel primo Piano Editoriale nella storia aziendale, presentato e approvato nel 2013.

Una prima novità, rispetto agli anni precedenti, è certamente rappresentata dalla approvazione ormai prossima del **Codice Etico**, ripreso dalla consociata Rai e specificamente adattato alla normativa giuridica sammarinese. E' forse utile ricordare che comunque il Codice Etico Rai è in vigore anche per le consociate ma essendo la San Marino Rtv l'unica consociata estera dove si applicano le leggi vigenti non italiane ma sammarinesi, diventa complesso per non dire impossibile applicarla, visto che le leggi citate non sono ovviamente in vigore sul Titano.

Ogni dipendente, ogni collaboratore, ogni partner di qualsiasi natura sia esso, è infatti impegnato formalmente e sostanzialmente al rigoroso rispetto del Codice Etico, del corretto comportamento etico e professionale, del rispetto rigoroso dell'Azienda e di tutti i suoi colleghi, oltre che per avere firmato un contratto anche per la necessaria educazione aziendale.

Ciò è valido, per inciso, anche per quanto concerne la **struttura e l'organizzazione gerarchica del lavoro** che è e resta uno strumento fondamentale per ogni azienda che sia tale. Ogni struttura aziendale della Rtv ha infatti responsabili di struttura e di area di riferimento, con elevatissima professionalità, scelti dalla Azienda attraverso la sua Direzione Generale e di cui godono piena fiducia. Essi sono impegnati infatti, proprio grazie al rapporto fiduciario primario che hanno con l'Azienda, al rispetto delle strategie e degli obiettivi aziendali e delle corrette procedure per raggiungerli.

La più alta professionalità nell'ambito dei media, il rispetto, la correttezza e l'attaccamento all'Azienda e ai propri colleghi - sia all'interno che all'esterno delle mura del Kursaal - è fondamento per realizzare i prodotti editoriali aziendali. E' altrettanto fondamentale la piena coscienza della mission di servizio pubblico che costituisce impegno profondo e altissima responsabilità per chi opera nei media e che rende il contesto editoriale diverso comunque da quello - pur del tutto rispettabile e legittimo - legato alla editoria commerciale. Il Servizio Pubblico multimediale rappresenta infatti una vera e propria sorta di **compagnia di bandiera** per un Paese, come è giusto ricordare.

Tutti questi sono **punti fermi e imprescindibili** per coloro che lavorano nell'Azienda, punti su cui non è possibile rinunciare, così come è assorbitamente fondamentale la costruzione e il mantenimento di quello che nel mondo del giornalismo sportivo viene definito **spirito di squadra**. L'impegno di questa Direzione Generale per costruire un gruppo coeso e sintonico (sia pure con le comprensibili diversità che però non devono mai e per nulla condizionare il contesto aziendale) dal suo insediamento, è stato, è e sarà costante e prioritario, whatever it takes. Senza un vero equipaggio, senza una squadra formata e unita nel comune impegno aziendale, ogni sforzo sarebbe insensato e inutile perché privo di fondamenta e di prospettiva e di questo la Direzione Generale, lo si ribadisce, ne è profondamente impegnata, convinta e cosciente.

Per quanto concerne più specificamente le **strategie editoriali** in essere e in divenire, è inoltre un punto fermo il **rispetto di tutte le professionalità legate al prodotto editoriale**. Questa Direzione Generale, così come non ha mai tollerato comportamenti scorretti e non professionali che sia pure in minima parte possono verificarsi, non tollererà mai insulti gratuiti e infondati, da qualsiasi parte essi provengano, che vadano a ledere l'immagine della San Marino Rtv e di chi in essa lavora con responsabilità e professionalità, qualità ampiamente riconosciute anche dai più importanti addetti ai lavori sia in Italia che all'estero.

Professionalità, correttezza, responsabilità, autonomia da tutti i poteri forti e meno forti, rispondendo in primo luogo alla testata, al pubblico e alla propria coscienza, sono questi i pilastri su cui si fonda la professionalità nel mondo dei media. Può accadere purtroppo che persone e personalità assolutamente impreparate alla conoscenza del mondo dell'informazione, del giornalismo, della comunicazione e dei media, si sentano in dovere di esprimere pareri, indicazioni, critiche e quant'altro. Il diritto di opinione è

sempre legittimo ma è altrettanto legittimo e soprattutto doveroso per tutti coloro che sono aziendalmente impegnati nel prodotto editoriale, ignorare eventuali condizionamenti, siano pure essi persino minacce più o meno velate o, di contro, tentativi poco trasparenti di acquisire trattamenti di favore in cambio di qualche forma di benevolenza professionale.

Ciò è fondamentale in qualsiasi contesto informativo ma lo diventa ancora di più per un servizio pubblico - come sopraddetto - che ha come unico riferimento **il pubblico, la legge, i doveri aziendali e la propria coscienza e correttezza professionale**, nell'ambito degli impegni che il contratto di servizio con lo Stato comporta. Non è casuale - sempre per inciso - che il riferimento adottato sotto la testata di Rtv sia una antica bellissima bandiera sammarinese, Nemini teneri perché il buon giornalista risponde appunto alla propria professionalità, professionalità che mette a disposizione della propria azienda di appartenenza e alla propria coscienza, esattamente come accade per il buon medico, il buon avvocato, il buon ingegnere.

E' forse opportuno, per inciso, ricordare qui che è propria della specificità della professione giornalistica **l'identificazione e la verifica della notizia** in quanto tale, esattamente come per il medico è di competenza la diagnosi. I giornalisti risponde, come detto, davanti al pubblico, davanti alla legge, davanti alla loro Azienda e alla loro stessa coscienza e professionalità di ciò che raccontano e riportano, Ciò è particolarmente vero nelle realtà più piccole dove i giornalisti e i giornali possono talvolta essere più soggetti a pressioni esterne, anche se per, quanto concerne questa Azienda e questa Direzione Generale, eventuali episodi ove vi siano stati, rappresenterebbero una componente assolutamente marginale e di minimo rilievo.

Altro elemento da sottolineare è che la **autorevolezza della Radiotelevisione di Stato**, pur avendo perfettamente chiara la necessità di rapide trasmissioni di notizie - soprattutto per il sito web - deve dare priorità sempre e comunque alla verifica delle notizie stesse in quanto è preferibile, se non si può evitare, arrivare dopo altri media che dovere smentire una notizia data. L'autorevolezza nasce proprio dalla solidità delle informazioni fornite quotidianamente e sia la scelta che il tenore e il linguaggio usato devono essere assolutamente vincolati al proprio essere **professionisti del servizio pubblico**.

Tornando più specificamente al **palinsesto tv**, restano punti fermi, anche per il triennio in oggetto, le edizioni del Tg nella fascia del primo pomeriggio e preserale che ormai rappresentano sul Titano delle priorità assolute per il pubblico sia per ascolti che per gradimento, come dagli ultimi sondaggi realizzati pochi mesi fa. Compatibilmente con i contesti quotidiani, i **telegiornali** della Rtv sono incentrati sulla particolare attenzione a quanto accade a San Marino, raccontandolo in termini che siano comprensibili anche per chi ascolta il programma via satellite da Roma, da Milano, dal piccolo centro della provincia italiana ma anche da Berlino, o da Londra. Alta attenzione va anche a quanto succede nei territori circostanti di oltre confine. Rimini e la Romagna, le Marche. Altri contesti di attenzione sono l'Italia e l'Europa, visti i rapporti sammarinesi con entrambi.

A questo proposito, come preannunciato nel Piano Editoriale 2013-2015, si è ormai provveduto da oltre cinque anni a insediare una corrispondenza fissa da Roma, con una dipendente giornalista professionista, senza che questo abbia aumentato i costi aziendali. Per cifre assolutamente rappresentative manteniamo anche due corrispondenti da Gerusalemme, visto il contesto internazionale e i rapporti con San Marino, da Dubai dove la prossima Expo è particolarmente importante e da Kiev, visto che la comunità ucraina è la più numerosa sia a San Marino che nelle Regioni italiane limitrofe. Sono inoltre ormai consolidati alcuni tg settimanali specifici dedicati all'Ambiente, ai Balcani e all'Europa, temi sollecitati anche in convenzione dai due Stati.

Oltre le news, compatibilmente con le risorse, l'Azienda anche nel prossimo triennio procederà con la acquisizione e la proposta di **programmi top events autoprodotti** di qualità con personaggi di primissimo piano del mondo dei media. Dal 2012 a oggi sono approdati nel nostro palinsesto personaggi inimmaginabili in precedenza come **Maurizio Costanzo, Pippo Baudo, Luciano Onder, Alan Friedman, Italo Cucci, Eraldo Pecci, Paolo Mieli, Dario Vergassola, Giancarlo Dotto, Davide Riondino**, soltanto per citare alcuni nomi. Proprio Davide Riondino e Dario Vergassola sono stati i protagonisti del Palinsesto 2019 insieme con **Piero Angela**, autore e protagonista di una nostra serie tv particolarmente significativa e importante.

Tutti loro hanno peraltro privatamente e pubblicamente riconosciuto la elevatissima professionalità di tutto il Personale aziendale impegnato, in tutti i settori. Si tratta di un importante elemento che valorizza e conferma la realtà della San Marino Rtv che merita appunto di giocare, sia pure con i suoi mezzi e i suoi limiti oggettivi, ai vertici dello scenario mediatico televisivo DTT della penisola italiana oltre che nel più ampio margine europeo, coperto dal satellite. Gli altissimi riconoscimenti legati alla nostra offerta di palinsesto, ottenuti fra il 2017 e il 2018 proprio dalle migliori firme mediatiche italiane, hanno consentito una conseguente campagna di comunicazione aziendale su cui si poggia solidamente oggi la possibilità di rivendicare - e si auspica di ottenere - il canale nazionale tv DTT di cui sopra.

Altro elemento di novità avviato nel primo Piano Editoriale 2013 - 2015 è stato organizzare ai massimi livelli possibili ogni anno all'inizio della stagione televisiva quindi fra settembre e ottobre un **Galà di presentazione del palinsesto multimediale**. Questo appuntamento ormai tradizionale che ha visto dal suo primo esordio la presenza in ogni edizione delle più alte cariche istituzionali, dagli Ecc.mi Capitani Reggenti ai Segretari di Stato, dai vertici di Eras e Rai alle autorità civili e militari sammarinesi e italiane, è un punto fermo per promuovere e valorizzare l'immagine e il prodotto aziendale e verrà confermato anche per i prossimi due anni.

Particolare attenzione nel palinsesto che è e resta comunque incentrato sulla massima qualità possibile in qualsiasi offerta autoprodotta, acquisita dalla consociata Rai o di acquisto, è quella agli approfondimenti e ai cicli di programmi che coprono le varie offerte.

- La **fiction** che, grazie alla collaborazione con la Rai, consente di proporre i suoi prodotti migliori e più recenti;
- gli **approfondimenti** legati sia al territorio sammarinese che al territorio italiano limitrofo, con ospiti di altissimo livello e qualità, ma anche in ambito più vasto, un ambito in realtà meglio coperto ovviamente dai programmi con le firme più conosciute, sopra citate;
- lo **sport** con una particolare attenzione agli eventi sammarinesi e a agli sport oggi meno mediaticamente esposti come per esempio il calcio femminile - su cui siamo impegnati da ben prima dell'attenzione mediatica che gli viene a ragione riconosciuta oggi - oppure il basket, dove prosegue la collaborazione con la VL Pesaro per la serie A1, e tutti i principali eventi legati al territorio, sviluppando ulteriormente i rapporti con Rai Sport che acquista, come noto, i diritti degli eventi sportivi più importanti anche per San Marino e Città del Vaticano;
- gli eventi legati alla **antica tradizione repubblicana** quali le cerimonie di insediamento della Reggenza, le Feste Nazionali, le manifestazioni più antiche quali il Palio delle Balestre Grandi negli splendidi costumi medievali e quant'altro possa portare la storia sammarinese e i suoi costumi in tutta l'area geografica continentale coperta dal satellite;
- il **cinema** che, grazie a una fortunata circostanza, ha consentito dal 2019 di proporre i migliori film del cinema italiano prodotti negli anni 70 e 80, capolavori fuori tempo con protagonisti come Gassman, Mastroianni, Sordi, Vitti, Loren, Tognazzi, Manfredi. Attraverso la attualizzazione realizzata con le presentazioni di una delle migliori firme giornalistiche italiane come Giancarlo Dotto, è stato possibile realizzare due cicli di programmazione intitolata "Tempi Migliori", con oltre cinquanta film preceduti e presentati adeguatamente che raccontano compiutamente la storia del cinema italiano di quegli anni;
- i **cartoons** del pomeriggio e i **telefilm** sono prodotti acquistati, compatibilmente con le risorse disponibili, ma che, sempre cercando il migliore rapporto qualità - costo, trovando spazio adeguato nella programmazione giornaliera;
- particolare attenzione è dedicata al **sociale** che è diventato sicuramente un riferimento e una caratterizzazione della Rtv, con programmi oramai storici a esso dedicati come "Khorakhanè" e una presenza di spot sociali che rende la Radiotelevisione di Stato sammarinese la prima in assoluto nella classifica delle emittenti di servizio pubblico europee per la presenza e la promozione di campagne sociali, come ha peraltro recentemente ricordato anche il Presidente di Pubblicità Progresso Andrea Farinet;

- le serie dedicate all'**ambiente**, come "00Verde", ormai con una consolidata e apprezzata presenza nel palinsesto, per una migliore conoscenza del territorio in tutti i suoi aspetti;
- l'attenzione alle **nuove generazioni** con format particolarmente innovativi come "Generazione Z" che, dopo il successo dello scorso anno, entrano a fare parte consistente dell'offerta televisiva aziendale;
- un programma settimanale su cui abbiamo investito perché crediamo molto è "Hotel Nazionale", dedicato alla **vita parlamentare italiana**, sia per coinvolgere e interessare il pubblico non sammarinese, valorizzando il bacino del territorio italiano, sia per far conoscere la Radiotelevisione di Stato del Titano a Montecitorio e al Senato (a questo proposito è bene ricordare come nell'anno più difficile che ha vissuto Rtv - il 2013, quando era sospesa la convenzione italiana - la non conoscenza della realtà radiotelevisiva sammarinese fra i parlamentari ha molto pesato nel contesto dei ritardi per la approvazione e la ratifica, ritardi che a hanno posto in essere la vita stessa dell'Azienda);
- torna il **format religioso** "Domani sarà bello", programma legato alla attenzione del servizio pubblico sammarinese verso la religione cattolica - ferma restando la massima attenzione e il massimo rispetto editoriale per ogni altra religione che rispetti i diritti umani e dell'ambiente e la convivenza sociale - nel corso del quale viene presentato e illustrato il Vangelo della domenica da alti prelati. Nella precedente edizione sono stati protagonisti, in serie mensili, tutti i vescovi del territorio, a cominciare dal Cardinale di Bologna S. E. Matteo Zuppi. L'edizione 2019 tornerà a essere condotta dal Vescovo di Montefeltro - San Marino S.E. Mons. Andrea Turazzi;
- la tradizione del **mare** con "Altamarea", anch'esso ormai programma storico nel palinsesto e giunto al sesto anno e diventato un punto di riferimento del settore, in una strettissima e prestigiosa collaborazione con la Marina Militare italiana e la Guardia Costiera;
- novità in palinsesto, "Qualcosa di personale" rappresenta un nuovo programma si aggiunge da quest'anno, incentrato sugli approfondimenti e **la vita di persone e personaggi** della realtà del Titano;
- il ciclo di lunghe **conversazioni** fra le quali si possono ricordare Romano Prodi, Andrea Camilleri, Carlo Verdone e molti altri in esclusiva e autoprodotti, anch'essi;
- **eventi internazionali** come l'Eurovision Song Contest, vetrina con quasi duecento milioni di spettatori, dove San Marino in dieci anni è riuscita a arrivare due volte in finale, in una delle quali persino battendo Inghilterra, Germania e Spagna.

Tutti questi filoni di programmazione costituiscono il **patrimonio e la struttura portante principale** su cui si fonda il palinsesto aziendale che prosegue il suo percorso avviato nel 2013, il cui primo provvedimento è stato la immediata riunificazione dei palinsesti tv digitale e satellitare, fino ad allora separati, comportando non solo antieconomici impegni di risorse sia umane che economiche ma la assoluta valorizzazione del palinsesto stesso.

I palinsesti di questi anni costituiscono anche un patrimonio assolutamente valido di riproposizioni, stante la qualità dei prodotti e la attenzione, al momento della produzione, a non datarli. Per fare qualche esempio, la storia del giornalismo di Paolo Mieli, quella della tv di Maurizio Costanzo, il mondo del calcio di Italo Cucci e di Eraldo Pecci con i campioni senza tempo dei loro racconti, possono essere riproposti fra un mese o fra dieci anni acquisendo un valore aggiunto, raggiungendo pubblico sempre nuovo e abbattendo i relativi costi di produzione e di programmazione ad ogni riproposizione. L'utilizzo delle teche aziendali è ormai ampiamente peraltro dimostrato che rappresenta un format di altissimo livello, sempre ove sia garantita la qualità dei contenuti e la praticabilità dei supporti tecnologici sia pure datati.

A questo proposito, si proseguirà nella avviata collaborazione con la Direzione CTO Rai per sperimentare le tecnologie 4k e 8K dove Rtv si rivela partner diretto con produzioni congiunte. Prima esperienza è stata la storica intervista televisiva a Andrea Camilleri, realizzata lo scorso anno. Quest'anno la collaborazione fra le due realtà prosegue con una produzione per Rai2 dedicata alla Aeronautica Militare, tutta realizzata in 8K. Tale prestigiosissima collaborazione proseguirà rafforzata in questo triennio.

E' bene inoltre rilevare come nonostante la **politica aziendale di razionalizzazione dei costi** che investe necessariamente anche l'ambito editoriale, meglio approfondita nel Piano Industriale aziendale 2019 - 2021 e pur mantenendo gli obiettivi previsti, la Azienda ha formato attraverso la sua redazione nuove professionalità giornalistiche in gran parte sammarinesi, attività più volte riconosciuta e apprezzata in ambito istituzionale e non solo. A ciò si aggiunga che nel corso dello stesso ultimo anno sono venuti meno, per pensionamento da un lato e per solide motivazioni dall'altro, ben due capiredattori centrali con oltre trent'anni di esperienza in redazione e impegnati anche nella produzione della programmazione di palinsesto. La redazione è riuscita comunque a affrontare un passaggio aziendale non certamente agevole di ricambio generazionale grazie all'impegno di tutti.

E' comunque evidente che la doverosa e fondamentale attenzione di questa Direzione Generale ai **costi generali e al bilancio aziendale**, ha necessariamente inciso anche nel contesto editoriale, nonostante l'impegno responsabile di ridurne al massimo le relative conseguenze, mantenendo una guardia molto attenta ad esempio su ferie e straordinari, su trasferte e service esterni e quant'altro consentisse di mantenere l'Azienda sana. Tale strategia potrà essere modificata quando la **ristrutturazione della struttura commerciale**, avviata quest'anno, comincerà a dare concretamente i suoi frutti. Anche per quanto riguarda questo aspetto, si rimanda qui al suddetto Piano Industriale 2019 - 2021.

Radio.

Le due reti radiofoniche - **Radio San Marino e Radio San Marino Classic** - rappresentano una realtà ormai ampiamente consolidate nel territorio nazionale e del territorio italiano, coperto dal segnale. Entrambe collaudate come le migliori voci, i migliori animatori, con successo sia di pubblico che di raccolta pubblicitaria, compatibilmente con la crisi che il mercato pubblicitario radiotelevisivo vive ormai da diversi anni.

La prima stazione ha un formato **CHR** - di flusso - mentre la seconda con formato **Adult** - prevalentemente musicale con trasmissioni in diretta dedicate alla informazione istituzionale (sedute integrali del Consiglio Grande e Generale) e allo sport. Tra gli obiettivi strategici del triennio in oggetto, l'indirizzo è - compatibilmente con le risorse disponibili - **sviluppare il bacino di illuminazione** delle stazioni, avviando la fase di sperimentazione della **tecnologia DAB**. La Repubblica di San Marino ha a disposizione, su licenza ITU, delle frequenze da utilizzare in tale tecnologia. E' inoltre da verificare la possibilità con un partner italiano -preferibilmente la consociata Rai - di trasportare il segnale in uno dei **MUX** disponibili, aumentando sensibilmente il bacino di utenza. Il potenziale accordo può essere fondato cedendo l'utilizzo delle frequenze DAB nella disponibilità di San Marino a terzi.

Nell'ambito del Palinsesto, per quanto concerne Radio San Marino si punta in questo triennio a potenziare l'interazione con il pubblico, favorendo la logica della "**radio fuori dalla radio**" ed organizzando dirette di flusso in occasione di eventi particolari, aumentandone fra l'altro la visibilità e l'immagine. Estendere la **conduzione a due voci** nelle fasce più ascoltate è un'altra esigenza che in questo triennio sarà opportuno affrontare e nel caso risolvere.

Forte elemento non più di novità ma ormai nella tradizione è il programma RadioTutti che rappresenta un vero e proprio unicum, come peraltro evidenziato a New York, in occasione di una seduta Onu dedicata alle disabilità, dove questa esperienza che si fonda sulla capacità radiofonica di **ragazze e ragazzi con disabilità cognitive** ha ottenuto importanti riconoscimenti e successi. Questa esperienza può essere ulteriormente sviluppata con realtà italiane e europee che si occupano di disabilità e integrazione. Il potenziamento dell'informazione è un altro dei contesti dove occorre intervenire per potenziarne la presenza, utilizzando anche collaboratori e collaborazioni esterne che ne valorizzino anche il prestigio.

Per quanto concerne invece **San Marino Classic**, occorre verificare la possibilità a livello redazionale di **integrare le presenze istituzionali**, come le dirette parlamentari, le realtà dello sport sammarinese e potenziare, attraverso rubriche monografiche, la cultura della memoria della musica, dedicandole a grandi artisti.

È comunque importante, in stretta **sinergia con il web aziendale** che già è operativo per quel che riguarda le edizioni quotidiane dei gr, sviluppare il rapporto con i social. Queste piattaforme di grande interazione e dialogo con gli utenti devono comunque - vista la nostra mission, con la necessaria prudenza - prevedere un sempre maggiore utilizzo fino a realizzare specifiche e brevi produzioni da diffondere in parallelo con la programmazione tradizionale.

Web.

Un grande impegno di risorse umane e economiche, nonostante le condizioni complesse del bilancio, ha contraddistinto gli ultimi anni per quanto concerne il sito web aziendale che oggi ha finalmente acquisito sul Titano un ruolo di assoluto riferimento e autorevolezza.

L'opera di reinvenzione oltre che di restyling, l'apertura ai social, la ricerca di soluzioni adeguate per il commerciale, la fruibilità organica e potenziata di tutto l'archivio e di tutti i programmi via rete - elemento importantissimo per le comunità sammarinesi oltrecontine come negli Usa e in Argentina - lo rende strumento portante in sintonia con gli altri media aziendali meno recenti quali tv e radio.

Il potenziamento - in quanto per definizione work in progress - anche per questo triennio proseguirà compatibilmente con le risorse, proseguendo sulla rotta identificata. Oggi, a differenza del precedente Piano Editoriale dove il sito web era in una fase di passaggio, il rilievo e l'autorevolezza che ha ottenuto in ambito sammarinese è molto forte e sotto certi aspetti va quasi a insediare il tg che notoriamente ha ascolti che potrebbero essere definiti di tipo "bulgaro" nell'ambito dei servizi pubblici europei sia per quantità che per gradimento.

Va certamente potenziata l'area di fruizione e, nuovo elemento fondamentale che questo Piano Editoriale affronta (anche se meglio approfondito nel Piano Industriale) è il convinto e organico progetto di potenziamento della raccolta pubblicitaria specifica, oggi ancora troppo marginale rispetto al valore riconosciuto del sito.

L'ultima rilevazione mensile (settembre 2019) dei visitatori nel nostro sito, evidenzia che il totale visite è stato di circa 700.000, con una media giornaliera di circa 23.000 accessi. Il totale degli utenti, nello stesso mese di riferimento, che hanno visitato il nostro sito web è stato di circa 115.000.

Il sito rappresenta tutti i settori dell'Emittente di Stato: dalle news allo sport, dalle produzioni televisive a quelle radiofoniche. Il tutto in streaming ed on demand, con un player video completamente aggiornato e leggibile da ogni supporto. E' stata scelta un'immagine grafica essenziale e lineare, ideale anche per smartphone e tablet.

San Marino Rtv ha lanciato anche la nuova App. Disponibile gratuitamente per Google Play e App Store, permette di rimanere sempre aggiornati su notizie e produzioni grazie ad un'interfaccia intuitiva e rapida. Grande importanza è dedicata ai live, con Radio San Marino e San Marino Classic, e i due canali televisivi. Su Facebook si sono superati i 18.000 "like" e su Twitter i 5.500. I Social si confermano canale trainante per news e programmi della San Marino RTV.

Per quanto riguarda il potenziamento della raccolta pubblicitaria si sta lavorando allo sviluppo commerciale del network "Adriatic" con l'obiettivo di consociare altri siti locali aumentando in maniera esponenziale il numero di utenti raggiungibili quindi appetibili per le pianificazioni commerciali degli inserzionisti. A ciascun sito verrà chiesto l'utilizzo di banner pubblicitari, in home page, al fine di poter creare, sommando tutti i banner acquisiti, una proposta commerciale interessante, per gli investitori sul web, riconoscendo ai gestori dei siti una percentuale sul fatturato. Il percorso è ancora molto lungo ma siamo certi di avere intrapreso la rotta migliore.

Conclusioni.

Come premesso, il triennio in oggetto per questo terzo Piano Editoriale rappresenta una fase di importante passaggio nella storia aziendale. Esso si incentra su alcuni elementi aziendali sia pure se non direttamente legati al Piano Editoriale ma comunque direttamente determinanti per il futuro della San

Il primo di questi elementi è legato alla possibilità di acquisire il canale nazionali DTT italiano con le conseguenze analizzate in precedenza.

Deve inoltre proseguire - questo è il secondo elemento fondamentale per il triennio - il percorso di ristrutturazione profonda della rete commerciale, quasi una rifondazione, per l'aumento indispensabile delle risorse necessarie. Anche se il tema viene approfondito meglio nel Piano Industriale, il progetto prevede oltre l'accordo in essere con Rai Pubblicità, il potenziamento consistente della rete vendite interna e la collaborazione con partner pubblicitari sul territorio sul modello del già acquisito partnership con la Publimedia di Ravenna.

Terzo elemento fondamentale per l'Azienda è la nuova sede, la cui necessità è sempre più urgente. Il quadro è estremamente chiaro. I locali del Kursaal sono obsoleti, inadeguati, potenzialmente a rischio e comunque è nell'interesse della proprietà stessa del Kursaal, come più volte annunciato, riacquisire per uso congressuale i locali occupati da Rtv.

E' evidente che questi sono tutti elementi che di fatto incidono sensibilmente in tutto il contesto aziendale e in particolare su quello editoriale. A ciò si aggiunga il rinnovo della convenzione con l'Italia che scade a fine dicembre 2020 e che

anch'esso può essere condizionato dalle trattative internazionali per le frequenze. E' forse opportuno ricordare qui che la convenzione è comunque prevista la formula del tacito rinnovo.

Ciò sopraddetto obbliga ovviamente a considerare sia il Piano Editoriale che il Piano Industriale per il triennio 2019 - 2021 soggetti a future modifiche ove le circostanze di cui sopra vadano a meglio definirsi nel prossimo e medio futuro. In tal caso sarà premura di questa Direzione Generale proporre nei tempi più rapidi possibili al Cda quelle modifiche, aggiornamenti, integrazioni che si reputeranno più opportuni per rendere l'Azienda sempre più solida, autorevole, competitiva.

San Marino, 08 novembre 2019



Il Direttore Generale
Dott. Carlo Romeo