



Economia - Eccellenze Italiane. Franco Siddi, l'uomo della radio e delle tv in Confindustria

Roma - 05 dic 2023 (Prima Pagina News) **A Roma al cinema Barberini il gotha di Confindustria, presente lo stesso Presidente Carlo Bonomi, ha festeggiato i 10 anni del Dipartimento Radio-Televisioni. Franco Siddi: "Vi racconto la radio e la tv del futuro".**

“Sardo” nel portamento e nel modo di raccontare il Paese, “sardo” nei tratti di grande umanità che dispensa ai suoi amici di un tempo, “sardo” nella fierezza con cui ricorda il suo passato di cronista all’Unione Sarda prima e alla Nuova Sardegna poi, da praticante a redattore ordinario in RAI, fino a diventare Consigliere di Amministrazione della RAI, dopo essere passato dalla stanza ovale della federazione Nazionale della Stampa Italiana ed aver segnato con il proprio impegno quotidiano la stagione forse più interessante del sindacato dei giornalisti italiani. Franco Siddi, quasi una icona, 70 anni compiuti il 25 novembre scorso ma portati ancora con grande nonchalance, i capelli ancora nerissimi come un tempo, e questa sua cadenza vocale che racchiude lo spirito di tutti noi meridionali figli del sud, oggi come lui ospiti privilegiati del gotha di Confindustria. Ma dal parterre esclusivo che ha davanti si coglie fino in fondo il peso che Confindustria vuole dare a questa solenne cerimonia di compleanno del Dipartimento Radio-Televisioni e di cui Franco Siddi è corpo mente e padre putativo. In prima fila ad applaudirlo c’è il Presidente Carlo Bonomi, il Vice Presidente del Senato Maurizio Gasparri, il Direttore Generale della Rai Giampaolo Rossi, i vertici dei maggiori gruppi televisivi e radiofonici di tutta Italia. Si parte alla grande, la giornata -qui al cinema Barberini nel cuore storico di Roma Capitale- si apre con un filmato in cui Confindustria spiega il mondo della rete, e la magia delle trasmissioni via etere, cinque minuti di immagini musica e forti emozioni che spiegano in un baleno quello che poi Franco Siddi racconterà nei dettagli in poco più di trenta minuti del suo tempo. Il vecchio leone ruggisce ancora, e per spiegare cosa sono stati i primi dieci anni di impegno di Confindustria al servizio della radio e della televisione Siddi parte da lontano. “Il prossimo anno si celebreranno i primi 100 anni dalla nascita della radio e i primi 70 dalla nascita della televisione italiana. In questa storia si inserisce, nel 2013, la costituzione di Confindustria Radio Televisioni di cui oggi celebriamo i primi 10 anni di attività. La nuova dimensione organizzativa mette insieme per la prima volta l’azienda del servizio pubblico e le principali imprese private in una visione di sistema - necessaria, anzi, indispensabile in un mercato globalizzato che richiede cooperazione, massa critica, innovazione permanente”. Tutto questo, insomma, nasce dalla consapevolezza che servizio pubblico ed emittenza privata sono due poli di un unico sistema condiviso di valori. “Siamo l’Associazione di riferimento dei broadcaster radiotelevisivi in Italia che associa e rappresenta anche gli operatori di rete e piattaforma che sono la dorsale, nel senso metaforico e sostanziale del termine e l’avanguardia dell’investimento in

innovazione e tecnologia". Siddi legge un testo scritto, ma seguirlo sul testo distribuito in sala è impossibile. Da grande e vecchio leader sindacale Franco "il guerriero" apre mille parentesi diverse, va avanti poi torna indietro, nessuno meglio di lui sa come prendere la platea per la pancia, e per arrivare fino in fondo usa toni monocordi alternati da sprazzi di orgoglio personale. "Noi siamo il futuro- sottolinea alzando il tono della voce- e il futuro è già qui, ed è ibrido - HBBTV, DVB-I, 5G broadcast. Siamo proiettati nello sviluppo su tutte le piattaforme in coerenza con il progresso tecnologico. Sono queste – aggiunge- le coordinate di una realtà industriale che pesa, non solo per il suo apporto economico, ma anche per il valore sociale e culturale espresso e per i valori assimilati in un'attività di impresa radicata nel territorio da decenni". In sala i toni soft del blu notte usato dallo scenografo della festa non fanno che risaltare da lontano le cose che dice, soprattutto quando alza lo sguardo verso il suo pubblico e lancia quello che secondo noi passerà per lo slogan storico della mattinata di oggi: "Diffondiamo valore". Dice testualmente: "È di questo che vogliamo parlare oggi, del valore e dei valori collegati alla diffusione, cioè al broadcasting. I broadcaster, centrali nella filiera audiovisiva, promuovono comunità e impresa con effetti importanti sull'economia: è stato calcolato che un euro investito in produzione audiovisiva ne genera 3,5 nella economia italiana. Qualità, varietà accessibilità e gratuità per la fruizione dei contenuti, e innovazione sono inoltre la cifra distintiva dell'offerta dei broadcaster italiani". Nessuno meglio di lui forse in Italia conosce questo strano pianeta. "La TV – spiega ai vertici di Confindustria presenti- presenta oggi un'offerta varia, plurale, multipiattaforma, e di qualità, anche dal punto di vista del segnale: il passaggio al digitale terrestre di seconda generazione (DVB-T2), ancora in completamento, già oggi permette a tutti di vedere, gratuitamente, ben 50 canali in alta definizione. Ma All'offerta digitale terrestre si aggiunge quella complementare di Tivùsat, di oltre 100 canali italiani, che salgono a 140 con gli internazionali. Pensate che nel primo semestre 2023 sono circa 300 i canali televisivi in Italia (editori con sede in Italia), di cui un terzo trasmette sul digitale terrestre". Nessuno ci crederebbe- aggiunge Siddi- ma la televisione nel suo complesso raggiunge 38,4 milioni di individui ogni giorno con 321 minuti di permanenza (dati I semestre 2023). In termini di ascolto medio, i telespettatori nel totale giornata sono 8,6 milioni e circa 20 milioni in prime time. Per quanto riguarda la radio invece, sono 14 gli editori nazionali ai quali corrispondono 21 emittenti in FM, di cui 15 commerciali, 5 di servizio pubblico e una comunitaria. Completano l'offerta circa 20 emittenti DAB, 15 canali visual radio, oltre 100 web radio. La radio -dice ancora Franco Siddi- è un esempio di attrattività, innovazione, vitalità e resilienza. È stata capace di riprendersi e addirittura di aumentare l'interesse degli investitori dopo il crollo della pubblicità in periodo pandemico per le restrizioni alla mobilità. Gli ultimi dati del 2023 registrano un +7,5% di raccolta pubblicitaria nel mese di ottobre e +6,6% nei dieci mesi. In termini di ascolto, nel primo semestre 2023, la radio ha raggiunto 26,6 milioni di ascoltatori nel giorno medio (70% sul totale popolazione) con una durata media di 224 minuti. Ogni mese gli ascoltatori sono circa 45 milioni, l'86% della popolazione. Dati reali che danno l'idea completa di cosa oggi si parla. Per non parlare poi dell'Emittenza locale. Il sistema radiotelevisivo locale – sottolinea Siddi- è un patrimonio che esprime le molteplici identità, culture, usi e costumi delle diverse aree del Paese. È la voce, le voci del territorio. "Un patrimonio che va tutelato, anche a fronte di cambiamenti e difficoltà future, che certo non mancheranno".

Anche qui i dati forniti da Siddi ci danno l'idea del lavoro importante fatto dal suo dipartimento. Le TV Locali sono circa 500 con ben 784 numerazioni LCN, ma le prime 100 imprese, essendo le più strutturate, da sole rappresentano il 95% degli ascolti e l'84% dell'occupazione dell'intero comparto. "Sono aziende che riscuotono il gradimento del pubblico, danno occupazione e svolgono un servizio di pubblica utilità. Per questa ragione abbiamo scelto di rappresentare unicamente le imprese locali che possiedono una reale capacità imprenditoriale e industriale: per numero di dipendenti, giornalisti, ascolti e investimenti in tecnologia, e produzione di contenuti di qualità. Ma anche quella delle radio locali è una realtà molto frammentata, sia per dimensioni aziendali che per copertura territoriale e ascolti. Il comparto è composto principalmente da piccole e "micro" imprese. Analogamente a quanto rilevato per le tv locali, anche le principali radio locali generano la maggior parte del fatturato del comparto. La parte centrale della sua relazione Siddi la riserva ad un tema che gli è sempre stato molto caro nella sua esperienza di giornalista e a cui lui ha dato il titolo di "nostri valori. Sembra quasi un tema concordato con il Capo dello Stato che gli ha mandato in apertura di cerimonia un messaggio pieno di "senso della democrazia". "L'industria radiotelevisiva- ruggisce Franco Siddi- è impresa a tutto tondo, elemento primario per la formazione della coscienza democratica del Paese che trova la propria radice nella Carta dei diritti dell'Unione Europea e nella Carta costituzionale italiana, di cui celebriamo i 75 anni. Patrimonio di valori civili, sociali, culturali che le nostre associate hanno nel loro DNA. Informazione professionale, responsabile trasparente, affidabile e plurale". Franco Siddi non ha nessun dubbio, I broadcaster radiotelevisivi sono editori responsabili dei contenuti prodotti e diffusi attraverso i professionisti dell'informazione. Radio e televisioni sono voci autorevoli per l'informazione, come confermato di anno in anno dai dati Eurobarometro. Autorevolezza che ha avuto una conferma durante l'emergenza Covid, quando Agcom ha segnalato inequivocabilmente in due Osservatori successivi come la disinformazione crescesse esponenzialmente con gli accessi online. Per il Presidente di Confindustria Radio-Televisioni, oggi l'informazione fornita dai broadcaster ha il certificato della affidabilità, della riferibilità, della professionalità e della remunerazione. Siamo convinti – sottolinea Siddi- della necessità che le piattaforme online, e in particolare i social network, condividano il rispetto delle regole a cui sono sottoposti i media tradizionali: responsabilità per i contenuti diffusi e tutela dei dati personali nella profilazione online. CRTV è attenta al tema delle fake news, ma anche dei discorsi d'odio. Un fiume in piena questo intervento di Franco Siddi, in cui Siddi spiega la necessità di una "Programmazione attenta al pubblico dei minori", di una sempre migliore "Valorizzazione delle risorse umane" (Il nostro settore garantisce infatti occupazione a circa 25 mila addetti direttamente, pari a oltre 90 mila di indotto, cifre assolutamente non confrontabili con quelle delle piattaforme streaming in Italia), .di una "Remunerazione della proprietà intellettuale", della "Necessità di un piano di rilancio", di "Nuovi investimenti nella produzione italiana", dei "Danni provocati dalla pirateria", di "Concorrenza e libero mercato", del "Ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo nell'ecosistema digitale", insomma di un restyling generale per poter conquistare meglio il futuro che abbiamo davanti. E da osservatore scrupoloso e attento di questo nostro mondo il vecchio leone sardo non poteva ignorare un tema di grandissima attualità, quello che fa riferimento all'Intelligenza Artificiale. Su questo Siddi rimane categorico:

“Nuove professionalità si affacciano e altre vanno preparate e create con progetti di innovazione. La creatività, tesoro inestimabile dell'economia italiana e core business del settore radiotelevisivo è una prerogativa umana, che dovrà beneficiare anche del supporto dell'intelligenza artificiale. Ma di fronte all'intelligenza artificiale occorre operare una trasformazione “umanamente intelligente” del nostro settore e delle nostre relazioni sindacali. Servono investimenti in formazione e per l'aggiornamento tecnologico, di pari passo con la regolamentazione condivisa dei diritti”. Senza mai dimenticare un principio fondamentale della nostra vita quotidiana: “La cultura e i valori dei quali le imprese radiotelevisive sono portatrici – conclude Franco Siddi- appaiono fondamentali per il funzionamento della vita democratica. Non è un interesse delle nostre imprese ma del Paese e dei suoi cittadini”. Alla fine del suo intervento l'Assemblea Generale di Confindustria gli riserva una standing ovation, ma questa volta va detto a ragion veduta. Il vecchio leone sa ancora ruggire.

di Pino Nano Martedì 05 Dicembre 2023