

**puntocom** tutti i frutti della comunicazioneNuova Serie
n°17
€ 2,00REDAZIONE: 00186 ROMA, VIA PARISI 11 - TEL. 06 47852108 - 06 47821915 - FAX 06 47849213
REDAZIONE: 20122 MILANO, VIA LANGOSCA 15 - TEL. 02 67024461 - 02 67024462 - FAX 02 67024463
SEGRETERIA DI REDAZIONE: SEGRETERIA@PUNTOCOMONLINE.IT
SEGRETERIA AMMINISTRATIVA: PUNTOCOMONLINE.IT
SEGRETERIA AMMINISTRATIVA: PUNTO.COM - TEL. 06 47852108

QUESTO GIORNALE ESCE DAL MARTEDÌ AL SABATO

EDITORIA

Informazione Convegno sugli scenari che verranno nell'era della multimedialità 2

TV

Luigi Crespi L'ex sondaggista: «Berlusconi parla in Tv come se fosse all'opposizione» 4

MARKETING & SPOT

Eelman Trust Barometer Pollice verso per media, politici e Vip. Manager ok 5

SPETTACOLO

Amici Nella nuova edizione Maria De Filippi punta tutto sul Talent Show 6

La provocazione

Una felpe scomunicata

GILBERTO ONETO

IL GIOVANOTTO HA SEMPRE MOSTRATO grande dimestichezza con le tecniche della comunicazione, una abilità da cui hanno tratto grande giovamento sia l'immagine della Juventus che le sorti dei sottaceti. Oggi si lancia nell'abbigliamento. Su alcuni importanti organi di informazione si trova infatti la notizia che Emanuele Filiberto - Umberto - Reza - Renè - Maria (niente paura: è uno solo) ha lanciato una nuova linea di "felpe Savoia": tremila pezzi, a 250 euro (guadagno destinato alla beneficenza) con corona davanti e autografo del principino dietro. La distribuzione avviene in poche selezionate boutique d'Italia e in alcuni grandi magazzini americani. L'idea è frutto del genio commerciale del reale giovanotto che ha visto stemmi in posti meno commodevoli: l'ultimo l'ho notato sui jeans della Beckmann ha dichiarato con regale baldanza e ha deciso di usare lo stemma di Casa Savoia sulle felpe. Il lancio della moderna guadrappa è avvenuto alla grande con il regale consenso paterno: «Entusiasta. Ha scelto una felpe bianca, mamma blu». «La mette anche papà» ha così sottotitolato il Corriere, riferendosi a Sua Altezza Reale Vittorio Emanuele - Alberto - Carlo - Teodoro - Umberto - Damiano - Bernardino - Gennaro - Maria (sempre, fortunatamente, uno solo). Emanuele Filiberto eccetera ha fornito anche una motivazione nobilitante ideologica: «C'è bisogno di una svechiata... da giovani. La nostra storia deve essere conosciuta anche dai giovani. È un modo per avvicinare il Savoia alla gente».

Ci sono però alcune dettagli che inquietano. Evidentemente più in dimestichezza con rally e cipolline sott'olio che con l'araldica, il giovanotto ha infilato un paio di balossate che manderanno in bestia i cultori della materia ma soprattutto i monarchici "duri e puri". La felpe è dotata di chiusura lampo che spartisce a metà lo stemma reale, una divisione che suona simbolicamente sinistra: da 1 a 3 anni di reclusione per vilipendio, secondo l'articolo 292 del vecchio caro Codice Rocco. Non è finita qui. Lo stemma non è di Savoia ma del Piemonte, essendo caricato onorevolmente dal lambello azzurro. La cosa potrebbe essere ragionevole perché il giovanotto è Principe del Piemonte (titolo spettante all'erede al trono) oltre che di Venezia, però la corona sopra lo stemma è quella reale. Forse che aspiri a essere Re di Piemonte: una svolta autonomista e separatista di un certo interesse. Il principino è anche leghista? Non basta: il titolo di Principe di Piemonte spetta all'erede al trono, e quello di Principe di Napoli all'erede dell'erede. Come la mettiamo? Se Vittorio Emanuele non è più il Principe di Piemonte, allora "regna" (o ci aspira)? Ma non aveva rinunciato alle pretese al trono? Allora chi è il Principe di Napoli? L'interrogativo ci angustia.

Ma c'è un altro dettaglio (che, se intenzionale) fa della vicenda un autentico colpo di genio mediatico. Dell'operazione si occupa la Hydrogen (la stessa azienda che ha già prodotto le felpe Fiat, quelle - scrupolosamente unisex - disegnate dal mitico Lapo prima di trovarsi in un momento di difficoltà di immagine) rappresentata dal signor Alberto Bressi, che porta un cognome impegnativo per un sodalizio con un Savoia. Non è dato sapere se il signor Alberto sia in qualche modo parente di quel Gaetano che poco più di un secolo fa aveva privato l'Italia del trionfismo del suo attuale sodale. «Dalle pistole alle felpe» è un bel percorso di riconciliazione fra autoritarismo monarchico e anarchismo repubblicano: un segno di generale riconciliazione all'ombra del tricolore che manderà in brodo di giuggiole il consorte della signora Franca. E anche un bel percorso, degno di una Dynasty da rotocalco: si è cominciato con il "re galantuomo" (figlio adottivo del "re tentenna"), si è passati al "re buono", poi al "re soldato", poi a quello "di maggio", infine al "principino dell'Isola Cavallo" siamo arrivati al principino juvenino, gastronomico, separatista, anarchico e felpato. Un altro Emanuele Filiberto, suo antenato illustre, era chiamato "Testa di ferro": si aspettano sviluppi interessanti sul piano della comunicazione.

Torna la storiella del Dtt super-accelerato

Calabrò, presidente AgCom: «Se si vuole il passaggio si può fare». Il calcolo del Sic completato entro marzo

LA RILEVAZIONE DEL Sic, il Sistema integrato delle comunicazioni introdotto dalla legge Gaspari come paniere di riferimento per calcolare i limiti antitrust, che spetta all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni sarà pronta «entro marzo». Lo ha annunciato il presidente della stessa Authority Corrado Calabrò a margine della registrazione della puntata di Economix, di cui sarà protagonista stasera su Rai Tre. «La norma della legge Gaspari è veramente complessa» ha sottolineato Calabrò rispondendo alle domande dei cronisti che gli chiedevano un commento sulla stima del valore del Sic resa nota dal ministero delle Comunicazioni e pari a 23,9 miliardi. «La stima è la stessa che anticipa in una intervista in dicembre, perché si basa sulle stesse fonti: gli studi degli uffici dell'Agcom e quelli della Fondazione Bordoni. Ma si tratta di stime: a noi compete la rilevazione, e stiamo lavorando. Nel Sic ci sono nicchie di difficile esplorabilità: penso alla promozione nei punti vendita, come supermercati o cinema. Sfido anche un investigatore a rilevarla». L'auspicio di Calabrò è che la rilevazione del Sistema integrato di comunicazioni possa essere completa al 100%.

Ma il presidente dell'Authority delle Comunicazioni non s'è limitato a parlare di Sic. S'è esercitato anche sul Dtt per dire che spingere nel 2008 le trasmissioni analogiche per passare al digitale terrestre, così come previsto oggi dalle norme, «se si vuole fare, si può fare». Calabrò ha sottolineato che il passaggio al digitale terrestre «non è facile, ma non va visto come una chimera, che ci sono i presupposti e che tecnicamente si può fare» e che dunque il 2008 è «una data realistica per lo switch off tra le due tecnologie». Beato il presidente che ha queste certezze (ci piacerebbe sapere da quali dati o valutazioni traggono origine), visto che nemmeno la Ue s'è data un limite tanto ravvicinato. E poi, per dirla tutta, in Rai si susseguono ai piani alti che il passaggio definitivo al Dtt non potrà avvenire se non entro il 2014. Come la mettiamo? ☺

Voci di uscita del vice. Crisi a Diva e Donna?



IL NUOVO DIRETTORE DI Vanity Fair Luca Dini cerca un vice, ha consultazioni in corso e dice di non trascurare nemmeno l'ipotesi interna. Ma nelle redazioni impazza il nome di Angelo Ascoli, fedele vicedirettore di Silvana Giacobini (nella foto) prima in Mondadori nella redazione di Chi e poi alla Cairo Editore. Gli interessati smentiscono, anche se è lecito pensare che un contatto tra i due ci sia stato, visto che si frequentano sin da quando lavoravano come capiredattori in Res, nella redazione di Oggi diretto da Paolo Occhipinti. Complici anche le indiscrezioni comparse sul sito Dagospia circa il nervosismo tra Giacobini e il suo nuovo editore a causa dei risultati poco soddisfacenti di Diva e Donna, in Cairo Editore ritengono «si tratti di voci messe in giro ad arte». Non abbiamo motivi per essere neppure - replica il responsabile dei periodici Ernesto Mauri - i primi sei numeri di Diva e Donna, presto certificati da Ads, hanno un venduto medio di 280mila copie con break even fissato tra le 250 e le 300mila. Soddisfazione dunque e non crisi, anche se la pubblicità non avrebbe mai raggiunto quegli inserzionisti di target alto cui Cairo ambiva e il fenomeno Di più di Sandro Mayer avrebbe perso a gennaio 10mila copie. «Ma se questo è dovuto alla stagionalità o a Diva e Donna è da vedere» insiste Mauri. Sull'altro fronte invece, il già ricco «Chi» ha imboccato con la direzione di Umberto Brindani un nuovo filone d'oro: l'anno si è chiuso con una media di 540mila copie, vale a dire 15mila in più, con un incremento del 3%.

A. BER.

Tra cause e assalti al suk chi s'ingrassa è il partito Rai

IL GRILLO SPARLANTE

TASCORRO, DOPO QUALCHE TEMPO, una giornata al Mazzini, nei piani nobili, dove incontro qualche amica di vecchia data e vecchie/nuove ciorle, amiche che fanno raccolto oltre che FONTI dentro il Cavallo morente.

L'altro giorno intorno e fuori dal Consiglio di Amministrazione era come stare al suk di Assuan (dove ogni tanto va via la luce e ci scappa una palpatina, tanto per gradire, sempre maschie e femmine) con una delle mie amiche che conchiavava su improbabili scenari del dopo APRILE, se dovesse vincere la sinistra, ma allora la cosa, che è ancora sub judice come diceva un tale che aveva tutte le qualità del cane tranne la fedeltà, significa solo che almeno una delle tre C che secondo ZIO IDEAL accompagna-no da sempre Berlusconi è venuta meno e allora ciccia al culo e trallallero.

La Rai di oggi, vista come l'ho vista dal settimo piano, è un Cavallo morente, anzi morto dal punto di vista aziendale; direbbe Massimo D'Alema "DICIAMO DAL PUNTO DI VISTA DI UN'AZIENDA NORMALE DI UN PAESE EUROPEO, OCCIDENTALE". Io mi limiterei solo a chiosargli che sicuramente come AZIENDA stava messa meglio, ma molto meglio, quando faceva il direttore generale Flavio Cattaneo. Dal punto di vista politico è invece messa, se non meglio, "DICIAMO COSÌ-COSÌ" perché comunque - e lo si è ben visto nella vicenda SANT'ORO - il successore di Flavio Degli Ascolti, Alfredo Meocci, la campagna elettorale pro Cav. Premier la deve fare sennò sono mazzette e sul serio, non come dice NOSTRO FRATELLO IN COLLEGIO Lorenzo Cesa, segretario ombra dell'Udc.

Detto che il pirotecnico Carlo Freccero, dopo quattro anni di "armadio" ha deciso di fare causa all'azienda che non lo utilizza per nulla nonostante lo paghi come dirigente di livello alto (era diret-

tore di Rai Due) e che Mediaset fa causa per i diritti del calcio, chi sta certamente meglio di tutti è il PARTITO RAI e i suoi componenti il comitato centrale, la direzione e la segreteria, compresa la corrente di sinistra, che in ogni partito guai se manca sennò che partito è, ovvero l'USIGRAI, che al di là delle chiacchiere, la cosa è documentabile anzi è per tabulas come dicono gli avvocati, ha fatto con il Previti's boy che governa il PERSONALE, ovvero Jack Comanducci, esattamente i cazzi suoi come li aveva fatti quando comandava la sinistra. Deve essere per questo che Comanducci è molto amato a Palazzo Chigi e dintorni, perché permette al Cav. Premier di poter continuare ad aumentare la quota di giornalisti, secondo me che sono Grillo ma non Grullo, siamo adesso al 93% e non più all'85 grazie ad alcune nomine fatte al Tg2.

Tutti UNITI&COMPATTI dentro il Partito Rai che grazie a LEI il lordo annuo è cresciuto per tutti salvo che per quei quattro sfigati del centrodestra, soprattutto di destra come ben potrebbe testimoniare il (prossimo) SENATORE A VITA FRANCO SERVELLO che la Rai la conosce assai bene, dai tempi in cui concordò con i socialisti e la destra della democrazia cristiana di avere un membro nel collegio sindacale in cambio del voto a favore delle tv del Berlusca, come dicevano allora il colto e l'inclita, rimasti invece a pane e acqua, o di come stavano prima.

Non perché, come dice il Vitto, a proposito buon compleanno anche se in ritardo, alla fin fine ci sarà pure un motivo che solo due AZIENDE in Italia non sono state RIVOLTAE COME UN CALZINO. Non credo fosse solo perché erano le più PUZZOLENTI ma perché la Rai e l'Alitalia sono state, e restano, una di quelle mangiatoie che neanche Lukascenko, il presidente della Bielorrussia

SEGUE A PAG. 7

Toscani è sempre Toscani: viviamo in una telecrazia

VIVIAMO IN UNA telecrazia dove tutto ormai è mediato e deciso dalla tv. Ne è estremamente convinto Oliviero Toscani, interpellato sul presenzialismo dei politici di questo periodo in tv, a lato della premiazione del "Liberation Award for innovation" della società Rim, che ha assegnato al guru della pubblicità il premio degli italiani più creativi per la sezione arte e cultura in una serata romana dedicata esclusivamente al fotografo. «Anche i comici, la violenza, le guerre fanno audience» ha spiegato Toscani - è semplice la cosa, non a caso abbiamo un tale Presidente del Consiglio eletto democraticamente con il quale non dobbiamo arrabbiarci, ma bisogna prendercela col fatto che ormai le decisioni vengono fatte in rapporto alla tv, la maggioranza viene stabilita dalla tv, quindi non è una democrazia, in realtà è una telecrazia. Siamo un popolo di teledioti e Berlusconi è il Re con le televisioni. Io ci rido, ma è un fatto molto grave. E poi - ha concluso l'argomento - i politici vanno in tv a fare che? Non hanno programmi, non ci dicono niente».

Il fotografo, che sostiene di non guardare la televisione e di averla reclusa in un gabbietto nell'orto della sua casa in Toscana, dove alleva una cinquantina di cavalli, ha continuato a criticare il mezzo televisivo: «Viviamo come un paese sviluppato ma con una mentalità da terzo mondo, perché siamo affascinati dalla tv come un paese del terzo mondo. Non giudichiamo più le cose, le persone, i progetti - ha ribadito con enfasi Toscani - giudichiamo solo il risultato televisivo. Non abbiamo più capacità decisionale, personale, creativa, è tutto condizionato da quello che si guarda in tv, si vede in tv, che succede in tv, di cui si parla in tv, che si pensa in tv. L'alternativa? Il fotografo è categorico: «Non bisogna guardarla la tv, bisogna immaginare di più, invece di assorbire immagini dalla

tv, che è quasi una pornografia culturale e che io definisco il cesso degli occhi, solo l'Europa ci può salvare da tutto questo, almeno lo spero». Toscani, che già progetta l'ennesima creazione-provocazione in Belgio, dove sta prendendo contatti per dare vita ad un giornale-murales, cioè «un quotidiano da attaccare ai muri, ai cantieri e in qualsiasi posto dove si possa comunicare con la gente», interpellato due giorni fa sugli stessi argomenti consigliò a Berlusconi di andarci a Sanremo. E all'opposizione? «Non consiglio niente, sono piatti, non hanno fantasia, non dicono neanche le bugie» ha ironizzato l'artista - sono più contento di avere il centro destra che governa che non è nelle mie corde e lo posso criticare, piuttosto che vedermi rappresentato da qualcuno che dovrebbe essere nelle mie corde e non ha idee».

Durante la serata, a cui hanno preso parte anche Antonio Lubrano, Luciano De Crescenzo e il presidente del Ravello Festival Domenico De Masi, che si è rivelato a sorpresa un conduttore ironico della festa, il fotografo ha ricevuto il premio dal critico d'arte Achille Bonito Oliva, che ha riconosciuto a Toscani di «aver alterato le regole del gioco usando la dialettica ed una capacità linguistica che resterà nel tempo». Esordendo con una battuta nel suo stile «Con delle teste così in Italia non potevate che premiare me», l'artista ha parlato anche del suo lavoro: «La creatività è un atto di vera sovversione, non bisogna avere paura di perdere nessun cliente. Per avere la libertà di essere creativi bisogna prima arricchire la committenza, quando questa si è arricchita un artista diventa libero di fare ciò che vuole», ha affermato Toscani, che subito dopo ha fatto l'esempio della Benetton dove ha lavorato dal 1982 al 2000: «Non ho mai sentito parlare in Benetton di diritti civili, a loro andava bene così perché guadagnavano».