

La sfida Auditel è diventata la «guerra dei detersivi»
Naufraghi in un fustino

E la polvere si trasformò in oro... Non è solo la trovata pubblicitaria della Henkel, ma l'immagine che offre in questo periodo la «guerra dei fustini» che si è scatenata in tv. Gli sponsor escono allo scoperto, convocano la stampa, fanno contratti miliardari ai conduttori. Sono scesi in campo in prima persona. Sono diventati i veri manager dei maggiori varietà tv. Per salvare il salvabile...

SILVIA GARAMBOIS

ROMA Il «signor Dash» fa finta di niente quando Celentano predica in diretta, di fronte a dieci milioni e mezzo di persone, che il detersivo «uccide». A scandalizzarsi è invece il signor Duxan - tranquillo del fatto che il suo Bau do non si sognerebbe mai di emulare il «molleggiato» della denigratore dello sponsor - perché così si offende il buon nome di tutti i saponi in commercio. Ma cade dalle nuvole se gli si chiede conferma dei malumori (si è parlato di contratti da rivendere) perché Festival non va come nelle previsioni. Insomma, sei milioni e mezzo di spettatori non sono quelli desiderati.

gli uffici in cui si decidono le grandi campagne promozionali quelli che con piani quinquennali programmano il futuro di un prodotto. Hanno deciso di prendere in mano la situazione. Salvare il salvabile. Anche a costo di svelare i segreti industriali. Quando si arriva al nocciolo del problema, infatti, c'è sempre un top secret che toglie loro sicurezza.

Quanto pagate Celentano? Quanti fustini fa vendere Festival? «Purtroppo non ve lo posso dire - risponde qualche tempo fa il direttore delle relazioni esterne della Procter & Gamble, Sergio Gazzera - si tratta di notizie riservate». «Non possiamo dare cifre precise - ribatteva ieri Paolo Gironi, presidente della Essevi, l'agenzia a cui si è affidata la Henkel per le sue campagne - per non favorire la concorrenza». Nell'era della tv fatta di numeri (chili di auditel metri di share, proiezioni e percentuali) lo sponsor - cioè l'unico che maneggia cifre tangibili, chili di detersivo e milioni di lire - può solo sfogarsi a chiacchiere.

Quest'anno per la prima volta lo sponsor è diventato protagonista in tv non è più soltanto l'apparizione di «di disturbo» nel mezzo del varietà né soltanto l'elargitore di premi a chi risponde a qualche domanda scema sul bianco più bianco. Adesso parla della «sua» trasmissione del «suo» conduttore, manager della cosa televisiva, seduto in prima fila durante le riprese (magan tremante). Col fustino si è avuto in questa stagione televisiva lo strano caso di vedere raddoppiata la concorrenza tra Rai e Fininvest non solo Celentano contro Baudo, ma Dash contro Duxan. E anche le conferenze stampa si raddoppiano, quelle nelle sedi televisive e quelle ospitate dagli sponsor. La Procter & Gamble ha già annunciato un nuovo appuntamento con la stampa (è la multinazionale che ha da tempo scoperto i «mirchi» della tv, tanto da farsi un programma su misura, la soap opera «Sentieri»), la Henkel, invece, si è presentata ieri col cast al completo di Festival Duxan, Brigitte Nielsen, Lorella Cuc-

carini Zuzzurro e Gaspare Per ribattere alle voci di una rottura di contratto con la Pubblistica? «Non ci pensiamo neanche» hanno risposto «anzi la sponsorizzazione va benissimo. Il trend delle cartoline è in aumento rispetto all'anno scorso, con Premiassima» 240 per cento in più» spiega il signor Gironi. Alla fine della terza puntata erano arrivate 450 mila cartoline. Le vendite dei fustini sono quadruplicate. L'impegno finanziario? «Undici miliardi, tra premi tasse e collaborazione al programma». Baudo non viene pagato dalla Henkel Celentano ha un contratto (si dice di tre miliardi) con la Procter ma di Fantastico non si conosce, invece, l'impegno dello sponsor. «Non è detto che l'audience bassa significhi una vendita scarsa è tutto un problema di target del tipo di pubblico davanti alla tv» aggiunge sorridendo il signor Duxan. E conclude: «Lo sponsor non può chiedere a priori una garanzia». E questo, evidentemente, vale su tutte le reti.



Pippo Baudo (con la Nielsen) durante le prove di Festival

Rai, dalla Filis proposte non solo proteste

ANTONIO ZOLLO

ROMA «Ho paura che di questo passo la Rai, prima o poi, faccia il botto». Alessandro Cardulli, segretario generale aggiunto della Filis-Cgil non nasconde il timore che il servizio pubblico possa rimetterci le penne nel grande rivolgimento che investe il sistema della comunicazione nel nostro paese, né si nasconde le difficoltà che il sindacato deve rimuovere al proprio interno, se vuole essere all'altezza della situazione. A pochi mesi da una durissima vertenza contrattuale, la Filis-Cgil tiene la sua conferenza d'organizzazione nazionale. 120 delegati diranno la loro su «quale sindacato», quale Rai, egeranno il loro nuovo gruppo dirigente. Abbiamo chiesto a Cardulli di dirci che cosa il sindacato si aspetta da questo appuntamento. «Abbiamo letto interviste a centinaia, ascoltato non so quanti dibattiti. Ci pare giunto il tempo di convocare la conferenza nazionale di produzione della Rai, di avere dall'azienda un progetto globale di rilancio e ristrutturazione. Noi qualche riflessione l'abbiamo messa a punto».

Ce ne anticipa qualcosa? Abbiamo ragionato su quello che ci sta accadendo attorno. Che senso ha continuare a invocare astrattamente la centralità del servizio pubblico quando, forse, è già persa? C'è un assalto in piena regola ai vari segmenti del sistema comunicativo da parte di tre-quattro grandi gruppi finanziari ed economici. Si fanno la guerra? Certo Fiat contro Berlusconi, De Benedetti contro gli altri... ma è una guerra di fatto. E una gigantesca ri-partizione di tv, giornali, pubblicità, industria cartaria. Cosi, addio pluralismo, libertà dell'espressione artistica.

Questo è abbastanza chiaro. Ma la Rai che cosa dovrebbe fare? Smetterla, appunto, di invocare la centralità e guadagnare sul campo. Deve proporsi come grande punto di riferimento per la produzione di informazione, spettacolo, cultura.

Il sindacato ha vissuto momenti difficili, anche durante il rinnovo contrattuale... Pensiamo a un sindacato che ritrovi ancor più il collegamento con i suoi iscritti i delegati sono stati eletti spesso a scrutinio segreto, la partecipazione è stata soddisfacente. Immaginiamo anche un sindacato che riprenda il gusto della denuncia, della proposta e della lotta, che abbatta le barriere di un vivacchiere burocratico.

La conferenza si apre stamane con la relazione di Guglielmo Epilani, domani le conclusioni di Cardulli. È prevista la presenza di Enrico Manca e di altri dirigenti Rai.

Una dura lettera ai dirigenti di Raiuno
Agnes contro Celentano
«Mai più monologhi a sorpresa»

ROMA Biagio Agnes, direttore generale della Rai, ha preso di nuovo carta e penna. Ha scritto una lettera a Giuseppe Rosini, direttore di Raiuno, una lettera che - stando alle indiscrezioni - è un documento ultimatum nei confronti di Adriano Celentano e dei suoi monologhi a sorpresa. Da quel che si sa, il tono e il contenuto della lettera scritta da Agnes evocano quelli che il direttore generale usò al tempo dei contestatissimi exploit di Pippo Baudo (la polemica in diretta col presidente Enrico Manca), di Erica Bonaccorti (annuncio in diretta di essere in attesa di un figlio), di Raffaella Carrà (sempre in diretta se la prese con una rivista che era andata a pescare nei suoi rapporti con l'anziana madre ammalata). Avrebbe scritto Agnes a Rosini la lettera di cui giustamente gode l'artista è una cosa, le scritte arbitrarie sono un'altra, monologhi come quello che Celentano ha fatto sabato scorso a proposito del referendum non sono ammissibili, se Celentano vuole proseguire secondo questo copione ha il dovere di avvertire i responsabili della rete e della trasmissione, a loro volta, questi hanno il dovere di esercitare le loro prerogative nei

caso in cui ritengano che il monologo proposto non sia opportuno. Come si ricorderà, la polemica è stata innescata da una sorta di predica che sabato sera Celentano ha fatto sulla imminente consultazione referendaria. La sortita è apparsa ancor più inopportuna dal momento che alle prestigiose personalità che hanno costituito il «comitato per il no» nel referendum sulla responsabilità dei giudici non è stato concesso un benché minimo spazio radiotelevisivo, sia pure in ossequio alle norme che regolano la materia. Il fatto che Celentano abbia rivendicato il diritto di trasgredire - come ha fatto sabato - anche ai suggerimenti dei responsabili della trasmissione, rischia di riaprire un caso che sembrava chiuso proprio una settimana fa. Celentano aveva invitato - infatti - un secca telex ad Agnes e a Rosini, diffidando la Rai dal far assistere a una insaputa - i giornalisti alle prove dello spettacolo, del quale rivendicava la piena e discrezionale responsabilità. Una lunga riunione pose fine alla questione non ci furono più grane per i giornalisti e fu chiarito che la responsabilità della trasmissione era dei dirigenti Rai.



Adriano Celentano

CANALE 5 ore 22.20
E dopo il film un vero Rambo racconta le missioni in Vietnam

«La differenza tra me e Rambo è che io non sono pagato milioni di dollari per farlo su un set di Hollywood, ma lo faccio sul serio, in Laos, in Cambogia, nel Vietnam». Chi parla è Bo Griz, americano, veterano della «sporca guerra», impegnato dal '79 in poi in molte operazioni disperate per tentare di recuperare i prigionieri di guerra in Vietnam. Griz un Rambo autentico, scompensi psicologici e odio per i politici compresi, si confessa stasera nel dossier di Gabriella Simoni Nat per combattere (Canale 5, ore 22.20, dopo il film Rambo con Sylvester Stallone) dedicato al difficile ritorno a casa dei reduci e al problema dei militari Usa dispersi nel sud-est asiatico. Lo scoldato di sfortuna - così si definisce - rivela di essere stato invitato ad interessarsi dei prigionieri americani da un generale del servizio di sicurezza mentre, tornato dal Vietnam, si teneva in esercizio con azioni di guerriglia in Sudafrica (sarebbe interessante sapere per conto di chi?) Ecco il bilancio delle missioni di Griz: «Ci sono voluti sette anni, ma ho fornito le prove, film, testimoni oculari, tutto. Tranne una persona viva».

Table with TV program listings for Raiuno, Radue, Raitre, TMC, Odeon, Rete 1, Rete 2, Rete 3, and Radio. Includes times and program titles.