

copertina
I PROVINCIALI

1 CUNEO

2 VOGHERA

3 RIMINI

4 **JESI**

5

6

7

UN'OFFICINA IN OGNI BORGHO: QUI LE FORMICHE NEL LORO PICCOLO RESISTONO

FANNO NOTIZIA DI RADO, SONO MENO
POPOLOSE DI CERTI QUARTIERI ROMANI
E PERSINO IL NOME INDICA MARGINALITÀ.

EPPURE, ANCHE IN TEMPO DI CRISI,
NELLE MARCHE È TUTTO UN RIBOLLIRE
D'AFFARI. PECCATO PER IL PANORAMA...

dal nostro inviato **MICHELE SMARGIASSI** • foto di **ANDREA SAMARITANI**

ELISA BARCHESI.
GIORNALISTA DI TV CENTRO
MARCHE, INTERVISTA
I PASSANTI, A JESI.
PER UN SERVIZIO
SULLE FESTE





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

copertina
I PROVINCIALI

ESI (Ancona). A Pioraco bisogna mandarci una telecamera almeno una volta all'anno, e Osvaldo Boni ce la manda, non se lo scorda mai. «Anche se non succede niente. Il pretesto si trova. Vedono la troupe che gira in piazza, poi si rivedono al tg, sono felici e li hai con te per tutto il resto dell'anno». Pioraco non arriva a millecinquecento anime, strette in una gola, fra il Potenza e lo Scarsito, sulle colline di Macerata, ma è un paese nobile: fabbrica carta da sette secoli, le bolle papali e le poesie di Leopardi riposano sulle sue filigrane. È un pezzo della storia imprenditoriale d'Italia, ma chi lo sa? «Noi lo sappiamo. Siamo nati per questo. Per ricordarcelo».

Il sole accende la grande scatola color melone alla periferia di Jesi da cui spuntano le antenne di Tv Centro Marche. Vanta d'essere «la prima tv privata via etere d'Italia»: in realtà partì, nel '74, qualche settimana dopo la famosa TeleBiella, trasmetteva da uno scantinato sotto le vecchie mura, messa su da due imprenditori con un capitale di 600 mila lire e due telecamere artigianali fatte con scatole di legno: una delle quali prese fuoco durante la trasmissione inaugurale, il giorno del patrono, San Settimio. Oggi è un'azienda «che fa utili e paga le tasse», una delle 132 mila medie, piccole e piccolissime aziende delle Marche, regione di formichine laboriose, un'impresa ogni dieci abitanti. «La regione di cui non parla nessuno, e allora ce la parliamo da soli» insiste Boni, ex carabiniere, ex consulente aziendale che da 33 anni, un record anche questo, dirige la tv più ascoltata in regione, che spesso fa più ascolti, alle sette e mezzo di sera, del tg regionale della Rai. «Quando arrivai c'erano venticinque

DUE ANNI NERI,
TANTI POSTI PERSI.
POI, NEL 2010,
UN TIMIDO SEGNO +
DAVANTI AL PIL

emittenti in regione, ora siamo rimaste in sei e chissà come andrà a finire».

Lampeggia il grande monitor al plasma nell'ufficietto modesto, compare il logo col picchio, grida di evviva: è giorno di *switch-off*, il passaggio al digitale terrestre, tutto poteva accadere. Piovono infatti telefonate di anziane ascoltatrici terrorizzate, il direttore risponde di persona, «Sì, signora, tasto menù, scelga "ricerca canali", trovato? Bene, ora schiacci ok, fatto? Bravissima!», mette la mano sulla cornetta: «Io gli voglio bene, a queste persone...». Tutto in realtà può ancora accadere. Boni è in lite col ministero, le poche frequenze «coordinate», cioè esclusive e sicure, assegnate alle Marche se le sono papate tutte i network nazionali, le emittenti locali devono andare in prestito dai canali che i dirimpettai croati non riescono ancora a occupare («ma quando ne avranno bisogno, ci spengono»).

Emarginata anche in questo, la regione che ha la marginalità nel nome («marca» è il territorio di frontiera di un impero), che ha meno abitanti di un quartiere di Roma, e che sui tg nazionali ci va solo quando scompare misteriosamente un neonato. «Io esporto in 48 Paesi, ho 12 società all'estero ma quando devo spiegare dov'è la mia azienda mi tocca dire "cento chilometri a sud di Rimini"» ammette Gennaro

Pieralisi, imprenditore ramo meccanica: tre quarti dell'olio d'oliva mondiale viene spremuto dalle sue macchine. Assieme a Francesco Merloni, ramo termosanitari, è l'editore, insomma il proprietario di Tv Centro Marche, fin dagli esordi: «Volevo dare una voce ai nostri imprenditori che non l'avevano. Sentiamo i colpi della crisi, resistiamo, ma nessuno fuori di qui lo sa. Allora ci diciamo grazie da soli».

Ore 13.45, primo tg della giornata. Tatiana Cursi legge con dizione professionale dal gobbo, bel viso, poco trucco, inquadrato stretto, sfondo azzurro in lieve movimento. «Quando andavo a Miami a comprare telenovelas» racconta Boni, «guardavo i tg americani e copiavo. Niente scrivanie, niente fogli, viso a pieno schermo: a casa devono sentire che sei a tavola con loro». E funziona. «Ci fermano per strada, ci danno del tu» racconta Tatiana, «ma non perché siamo dive, perché ci vogliono suggerire dove andare, cosa raccontare». Quattro troupe in giro ogni giorno, quattro o cinque servizi a testa, perché Boni vuole gli standup sul posto, come la Cnn: «Ora basta cartoni animati» sancisce il direttore, «poco sport, e anche meno serial, tanto di queste cose la gente ne trova fin troppe su tutti quei canali digitali nuovi. Tengo solo il programma di musica da ballo a mezzogiorno, come sottofondo per le massaie che fanno il ragù. Per il resto, voglio fare una tv regionale *all news*».

Vuole assumere altri giornalisti, non lo ferma nessuno, ha mandato in onda anche Santoro, proprio lui che fu uno dei fondatori di Forza Italia nelle Marche: ma l'audience è l'audience. Già adesso la tv produce da sé il 45 per cento del palinsesto, sono rotocalchi, *Terra di Marca*, *Marche Doc*, parlano di feste di paese, di sagre, e di imprese, imprese, imprese. Certo, tra visite ai negozi e interviste ai gestori, a volte il confine fra informazione e promozione, tra giornalismo e pubblicità si fa un po' labile, diciamolo pure, Boni ha avuto in passato qualche grattacapo con l'Ordine dei giornalisti per questo, «ma cos'è una tv regionale se non collabo- ➤➤»

478.319
ABITANTI

IN PROVINCIA
DI ANCONA.
NEL 2010 I NATI
SONO STATI 4428
E I MORTI 5030
(-484)

1.195
MATRIMONI

NEL 2009 (PARI A 3,2
PER MILLE ABITANTI).
I DIVORZI SONO
STATI 415
E LE SEPARAZIONI
658

33
MORTI

PER INCIDENTI
STRADALI NEL 2010
NELLA PROVINCIA
DI ANCONA, I FERTI
SONO STATI, NELLO
STESSO ANNO, 3038

20.945
STRANIERI

UFFICIALMENTE
RESIDENTI NELLA
PROVINCIA NEL 2010

TUTTI I DATI HANNO
COME FONTE L'ISTAT



GLI OPERAI PRESIDIANO GIORNO E NOTTE LO STABILIMENTO FINCANTIERI DI ANCONA PER SCONGIURARNE LA CHIUSURA. SOPRA, UNA DELLE TANTE CENE CON LA GRIGLIA, AL PORTO



ANDREA PIERALISI,
TITOLARE DELL'AZIENDA
VITIVINICOLA
MONTE SCHIAVO
A MAIOLATI SPONTINI
(ANCONA)

copertina
I PROVINCIALI

ra con il territorio, con l'Università, con le istituzioni e anche con le imprese, sicuro...». Nell'era di internet, è ancora attraverso le antenne che i poteri si parlano: «A San Leo il nostro segnale non arrivava, ma il sindaco ci chiedeva sempre interviste. Diceva: "A me interessa che mi vedano ad Ancona, alla Regione"». Le onde hertziane come collante di una società. «Siamo un volano dell'economia» dice Marta Vescovi, giovane decana dei sette giornalisti della redazione. Ricorda quel suo servizio su una fattoria di giovani coltivatori con molte idee originali: «Dopo una settimana Banca Marche aprì una linea di credito per agricoltori innovativi, non sarà stato merito mio, però è vero che facciamo girare le cose...».

Certo, una tv è anche una bella scatola pubblicitaria. Ci sono aziende marchigiane, come la centenaria Giampaoli di Ancona, che ha scelto di vendere i suoi panettoni soprattutto sul mercato locale, per le quali uno spot nazionale su RaiDue o su Canale 5 sarebbe una spesa superflua. Poi però sali al quinto piano di un bel palazzo nel centro di Ancona e vai a parlare con **Alceo Moretti**, novantenne patriarca delle tv locali, che in trentacinque anni davanti alle telecamere («Più di Biscardi...») ha invitato nel salotto dei suoi *Incontri* (ora proprio questo salotto di casa, trasformato in studio ogni martedì sera) e intervistato la bellezza di 1172 personaggi, in gran parte imprenditori, «mi dicono: Alceo, se non mi intervisti non sono nessuno». E con lui capisci che la pubblicità non è il punto, che vendere qualche panettone non è la vera posta in gioco, non è il vero motivo per cui alle «formiche laboriose» una televisione amica serve come l'aria da respirare. «Il prodotto d'eccellenza delle Marche è il marchigiano» sentenza sornione dietro la sua scrivania di noce, «e adesso le spiego cos'è veramente una tv locale per l'economia». Bisogna dargli ascolto: le leggende (e la sua autobiografia) narrano che fu lui, nel '76, a vendere la sua creatura Tele Milano di Segrate, una delle primissime tv via cavo, a un

TV CENTRO MARCHE



TRA TANTE «AZIENDINE» UN'EMITTENTE RECORD

TV CENTRO MARCHE È STATA UNA DELLE PRIME EMITTENTI PRIVATE AD APRIRE I BATTENTI. PARTITA CON DUE TELECAMERE ARTIGIANALI, CON SEDE A JESI, OGGI È UNA DELLE 132 MILA MEDIE, PICCOLE E PICCOLISSIME AZIENDE MARCHIGIANE. SECONDO L'AUDITEL, È LA PIÙ SEGUITA DELLA REGIONE. NELLA FOTO, IL DIRETTORE **OSVALDO BONI**

giovane imprenditore edile di nome Silvio Berlusconi. «Una tv locale è come il Bar Luigi. Ci passi una sera, racconti che gli affari ti stanno andando bene, mostri a tutti la tua bella macchina nuova. E lì c'è sempre uno che lo ascolta e poi dice: "Be", se ce l'ha fatta lui, posso farcela anch'io», e parte. I marchigiani sono orgogliosi, competitivi, coraggiosi. Dagli un esempio da emulare, e creano ricchezza».

Il paesaggio marchigiano porta l'impronta di questa emulazione diffusa. «Guardi là», Lorenzo Leone, giovane tecnico, operatore, factotum della tv indica fuori dal parabrezza del pulmino della troupe mentre giriamo fra dolci colline, «ogni borgo medievale ha un'officina ai suoi piedi, ogni centro storico ha una zona industriale, forse abbiamo

ALCEO MORETTI, PATRIARCA DELLE TV LOCALI: «IL MOTORE DELL'ECONOMIA? NOI STESSI...»

un po' guastato il panorama, ma abbiamo tenuto la gente a lavorare vicino a casa». A dir la verità, anche i clienti del Bar Luigi avvertono i colpi della crisi. Due anni neri, poi un 2010 con un timido segno più davanti al Pil regionale, ma dodicimila posti di lavoro persi nell'industria, recuperati un po' dai servizi e dall'edilizia, così si almeno legge nell'ultimo rapporto di Confindustria Marche.

Le formiche sentono il freddo dell'inverno dei mercati. «Proprio per questo abbiamo bisogno di mezzi di informazione locali, per rafforzare i legami e reagire insieme» sostiene il giovane responsabile del settore terziario dell'associazione industriali, **Sergio Moretti** (che è poi il figlio di Alceo: è davvero piccola, questa regione).

Abbia pazienza, dottor Moretti, ma ci sono strumenti più moderni della vecchia tv per scambiarsi informazioni: c'è internet. Scuote il capo: «Non ha capito. Con internet mando email ai colleghi, pubblico documenti e statistiche per gli associati, ma non creo un effetto positivo di comunità. Con un'intervista o un servizio su un'emittente locale, invece, io, imprenditore, parlo al sindaco, ai giovani in cerca di lavoro, al banchiere, al commerciante, alla famiglia del mio dipendente, creo il mio profilo pubblico, confermo la mia immagine sociale, dico a tutti: ecco, ci sono ancora, sono sempre qui fra voi, mi vedete, non mi sono trasferito in Cina a fare impianti». Ammicca: «Poi magari prendo il file dell'intervista e lo carico su YouTube per i miei partner stranieri». Tra global e local, chissà, forse la strada vincente passa tra un tg, una mazurka e un servizio sui mercatini di Natale.

MICHELE SMARGIASSI

JESI (ANCONA):
TEATRO PERGOLESI.
LE PROVE DELLA
ORCHESTRA GIOVANILE
FONDAZIONE PERGOLESI
SPONTINI, DIRETTA
DA MIRCO BARANI.
PRIMA DI UN CONCERTO



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.