

Primo Piano - *Rai, nasce il canale "Italiana" ed è subito scontro politico. La sinistra attacca: "Propaganda sovranista". Rossi difende la strategia industriale*

Roma - 06 lug 2026 (Prima Notizia 24) **L'AD Giampaolo Rossi presenta il nuovo canale: "Siamo i primi in Europa nel racconto del territorio". Ma Sandro Ruotolo (PD) accusa Viale Mazzini di voler alimentare il consenso del governo. Il progetto prevede lo spostamento di Rai Scuola su RaiPlay per liberare la frequenza 57 e spingere la raccolta pubblicitaria.**

La presentazione dei nuovi palinsesti Rai ad Ancona ha ufficializzato la nascita di "Italiana", il nuovo canale tematico della tv di Stato dedicato interamente al racconto del territorio. Un annuncio che ha immediatamente innescato un acceso scontro politico. All'indomani della presentazione, l'opposizione è insorta con decisione: il primo a scagliarsi contro il progetto è Sandro Ruotolo, responsabile Informazione della segreteria nazionale del Partito Democratico. "L'unica cosa che mancava era il canale sovranista", ha dichiarato Ruotolo, secondo il quale la nascita di Italiana rappresenta "lo scempio che questa destra ha compiuto ai danni del servizio pubblico". L'esponente dem ha infatti accusato i vertici dell'azienda di voler trasformare la televisione di Stato in uno strumento di propaganda, parlando di un canale "apertamente sovranista" e concepito come diretta espressione della maggioranza di governo per rafforzarne il consenso. Il servizio pubblico, ha ribadito Ruotolo, "non nasce per fare da megafono a chi governa, ma per garantire pluralismo, indipendenza e informazione al servizio di tutti i cittadini". La difesa dell'AD Rossi: "Valorizziamo la ricchezza del Paese" Di tutt'altro avviso l'amministratore delegato della Rai, Giampaolo Rossi, che durante l'illustrazione del progetto dalle finalità ha sottolineato le ragioni editoriali e strategiche, mirate a costruire una proposta moderna e riconoscibile. "Siamo i primi in Europa nel racconto del territorio, ci tengo a ricordarlo perché è un valore importante", ha spiegato Rossi durante la presentazione. "Questo nuovo canale esalterà la straordinaria ricchezza del nostro Paese con una proposta distintiva e fortemente riconoscibile". In realtà, di un'emittente capace di riunire organicamente l'offerta territoriale della Rai si parlava da tempo a Viale Mazzini, ben prima del trasferimento di parte degli uffici direzionali nella sede di via Alessandro Severo. L'obiettivo è mettere ordine in un segmento che da un lato rappresenta un fiore all'occhiello della tv pubblica — costantemente premiato dagli ascolti —, ma che dall'altro soffre di un'eccessiva frammentazione. Molti dei programmi attuali sono infatti nati sulla scia del successo quarantacinquennale di Linea Verde, colonna portante del palinsesto domenicale di Rai Uno in onda fin dal 1981. La strategia industriale: il nodo degli ascolti e il caso Rai Scuola Più che a logiche ideologiche, la nascita di Italiana sembra rispondere a una precisa e urgente necessità di strategia industriale. Per la prima volta, in termini di gruppo, la Rai è stata superata negli ascolti da Mediaset. Il competitor privato può infatti contare su un maggior numero di canali tematici dul digitale terrestre, mentre la televisione di Stato deve farsi

carico di canali istituzionali legati agli obblighi del servizio pubblico, strutturalmente poco idonei a generare alti indici di ascolto e, di conseguenza, raccolta pubblicitaria. L'esempio più lampante è rappresentato da Rai Scuola. Il canale ha sempre registrato ascolti estremamente bassi, penalizzato da un'offerta di tipo lineare (la classica programmazione a orari fissi) che non intercetta le abitudini dei giovani, i quali preferiscono da tempo la fruizione di contenuti on-demand e multipiattaforma. Da qui la decisione strategica: riorganizzare l'offerta complessiva trasferendo il canale Rai Scuola direttamente sulla piattaforma streaming RaiPlay. Questa mossa consentirà di liberare il tasto 57 del telecomando del digitale terrestre, destinandolo interamente al nuovo canale territoriale Italiana. Una svolta accolta positivamente da Rai Pubblicità, che potrà così beneficiare di nuovi e più appetibili spazi commerciali da offrire agli inserzionisti. Il palinsesto di Rai Italiana punterà in una prima fase, a partire dal primo ottobre, sulla valorizzazione dell'enorme e prezioso archivio aziendale. Successivamente, dal 2027, la rete punterà su nuove produzioni originali, diventando un laboratorio di sperimentazione per nuovi format. L'obiettivo finale è la crossmedialità, integrando e affiancando ai volti storici della programmazione tradizionale il coinvolgimento di noti digitali, per aprire il racconto delle bellezze e delle tradizioni italiane anche a un pubblico più giovane.

di Nico Marino Lunedì 06 Luglio 2026