



NOTIZIE **ERREPI** NOTICIAS  
 الجبیر  
 NOUVELLES  
 NEWS  
 ИСБЕКТІМЕ

Radio Popolare  
**n°59**



Errepi Dicembre 2019 n°59  
 Poste Italiane Spa  
 D.L. 353/2003  
 (conv.in L. 27/02/2004 n°46)  
 art.1, comma 1, DCB Milano

*l'impresa*  
**ECCEZIONALE**



**PAG 3**  
 GRAZIE  
 PIERO

**PAG 4**  
 PIERO SCARAMUCCI:  
 COME NACQUE RP

**PAG 17**  
 BILANCIO  
 2018/2019





# VUOI SOSTENERE RADIO POPOLARE? ECCO COME PUOI FARE

## \_\_\_ CON UN ABBONAMENTO

Oltre **16 mila** ascoltatrici e ascoltatori sono abbonati a Radio Popolare. **90 euro** all'anno per sostenere la nostra indipendenza. Ci si può abbonare compilando il modulo Sepa (il vecchio Rid) su [radiopopolare.it](http://radiopopolare.it), oppure, sempre sul nostro sito, attivando un versamento ricorrente con Carta di Credito o PayPal. L'Ufficio Abbonamenti è a disposizione per darti assistenza e chiarimenti allo **0239241404** o via mail ad [abbonamenti@radiopopolare.it](mailto:abbonamenti@radiopopolare.it).

## \_\_\_ CON UNA DONAZIONE DI DENARO

Migliaia di persone contribuiscono ogni anno alla vita di Radio Popolare. Con una donazione di minimo **20 euro** otterrai la **tessera di Radio Popolare**: la conferma che anche tu fai parte di una comunità consapevole che sostiene l'informazione indipendente e la comunicazione libera. La tessera, che ha validità annuale, ti verrà spedita a casa: quando effettui il versamento ricordati di indicarci il tuo indirizzo, il tuo numero di telefono e la tua e-mail. La donazione può avvenire con Carta di Credito o con PayPal dal sito [radiopopolare.it](http://radiopopolare.it). In alternativa puoi eseguire un bonifico intestato a **Errepi Spa UBI Banca IBAN IT 72 C 03111 01665 000 0000 18094** o, dall'estero, **IT 72 C 03111 01665 000 0000 18094 BIC BLOPIT22**, oppure venire a trovarci in Radio e ai banchetti presenti alle nostre iniziative.

## \_\_\_ CON I BIGLIETTI DELL'OPERAZIONE PRIMAVERA

La sottoscrizione di Radio Popolare. Il singolo biglietto costa 2,5 euro, ma in palio ci sono premi per un valore complessivo di oltre 100 mila euro. Estrazione il 21 aprile 2020. I biglietti sono acquistabili su [radiopopolare.it](http://radiopopolare.it), con **Carta di Credito**. Oppure puoi comprarli nella sede di Radio Popolare (via Ollearo 5, Milano), o durante le nostre iniziative. Per acquistare i biglietti allegati a Errepi News, trovi stampate sul retro dei biglietti stessi tutte le istruzioni necessarie.

## \_\_\_ CON DONAZIONI DI VALORE E LASCITO TESTAMENTARIO

Esiste anche la possibilità di citarci nei propri lasciti testamentari. Puoi nominarci eredi di un oggetto, del tuo patrimonio (o di una parte di esso) semplicemente **citando Radio Popolare e il suo Codice fiscale (10020780150) nel tuo testamento**.

## \_\_\_ AZZERANDO LA BOLLETTA DI RADIO POPOLARE

Se diventi **Socio Consumatore di ènostra** e ti dichiari ascoltatore di Radio Popolare, la Radio riceverà uno sconto sulla sua bolletta energetica. Quando raggiungeremo **5 mila adesioni**, Radio Popolare non pagherà la bolletta elettrica per i prossimi 10 anni. Tutte le informazioni su [ènostra.it](http://ènostra.it).

## \_\_\_ FACENDO PUBBLICITÀ SU RADIO POPOLARE

Con i suoi **150 mila ascoltatori quotidiani** e i 400 mila contatti settimanali, siamo un ottimo veicolo per la tua pubblicità. E se il tuo messaggio deve valicare i confini della Lombardia, abbiamo **Popolare Network**. Per qualsiasi informazione scrivi a [pubblicita@radiopopolare.it](mailto:pubblicita@radiopopolare.it) o contattaci allo **0239241401**.





# GRAZIE PIERO



di Massimo Bacchetta

ERREPI - Semestrale  
di Radio Popolare  
Edito da ERREPI Spa  
via Ollearo, 5 - 20155 Milano

Direttore Responsabile  
Danilo De Biasio

Direzione, redazione  
e amministrazione  
via Ollearo, 5 - 20155 Milano  
errep@radiopopolare.it  
tel. 02 39 2411  
www.radiopopolare.it

Progetto grafico  
Altavia Italia

Fotolito e Stampa  
GRAFICA GM  
Via degli Artigiani  
Spino d'Adda (MI)

Dicembre 2019  
N° 59

Reg. Trib. Milano n.714  
del 19/10/91  
Sped. abb. post. comma 26  
art. 2 legge 549/95  
Milano - Euro 0,25

In copertina  
Piero Scaramucci il 9 giugno  
2019 alla festa di Radio  
Popolare, durante il dibattito  
"Piazza Fontana 50 anni dopo  
e una morte che brucia ancora.  
La verità negata su Pino Pinelli"  
(foto di Matteo Bergamini)

Hanno collaborato  
a questo numero  
Massimo Bacchetta,  
Marcello Lorrai, Arianna  
Masera, Cristina Selva  
Si ringraziano i fotografi  
che hanno gentilmente  
concesso i loro scatti

## Radio Popolare esiste perché c'è stato Piero Scaramucci.

Piero l'ha ideata, insieme ad altri l'ha fondata, per molti anni l'ha diretta. Ma non è soltanto questo, è più di così. Lui ne è stato l'anima, le ha dato un'anima, l'ha fatta crescere nel tempo. Nei suoi aspetti migliori, Radio Popolare è quella che è proprio perché c'è stato Piero Scaramucci. Piero l'ha aiutata a trasformarsi da intenzione a progetto. Non a tutti succede di avere un'idea e riuscire a farla crescere, come non a tutti i giornalisti succede di poter dire, su alcuni fatti davvero importanti, "avevo visto giusto". A lui è successo, su Radio Popolare come su Piazza Fontana e già questo varrebbe. L'informazione democratica, oltre a tutti noi, gli deve molto. Piero Scaramucci è stato un giornalista, un intellettuale, attento, appassionato, con il dono della parola semplice e chiara. Migliaia di ascoltatrici e ascoltatori che hanno continuato sempre a chiamarlo "Direttore" lo sanno. Per più generazioni di redattrici e redattori è stato un maestro, senza atteggiarsi a maestro. Ha insegnato che è possibile dare forma allo sguardo che si ha sulle cose, farlo con curiosità, senza accomodarsi sulle letture degli altri, senza paura di prendere posizione ma non accontentandosi di questo. Ha insegnato a provarci, a farlo sempre. Ha insegnato che tra la mitologia del giornalismo neutrale e la militanza stretta esiste uno spazio: informare davvero ricercando i fatti, raccontarli in modo aperto e bene, se possibile, considerare sempre la vita delle persone che c'è dietro. I principi su cui Radio Popolare è nata, oltre 40 anni fa, in fondo sono semplici: fare informazione attraverso un progetto collettivo, con indipendenza, dando voce a chi non ce l'ha. Più difficile è dare ai principi e alle idee le gambe per camminare. Piero è riuscito a farlo, ha dato radici solide a questo progetto, è rimasto nel tempo un promemoria attento dei valori che l'hanno ispirato. Per noi, in alcuni passaggi, era quasi un'ovvietà chiederci cosa pensasse, indipendentemente dal suo ruolo del momento. E poi ascoltarlo o magari

discuterci, perché un'esperienza come Radio Popolare prevede anche la discussione e a questa esperienza Piero ha partecipato sempre. Essere l'anima principale di un progetto collettivo, che per sua natura prevede più anime, essere "il primo" di un progetto che non prevede primi, è un'operazione rara. Piero è stato questo per noi. L'ultima volta che Piero Scaramucci ha parlato a Radio Popolare è stato lo scorso 25 aprile. Un misto di stupidità e pericolosità che certe idee sanno produrre gli aveva impedito di parlare in piazza, a Pavia, alle celebrazioni della Liberazione. A noi è sembrato ovvio offrirgli il microfono per leggere in onda il suo discorso. Lui lo ha fatto, per la prima volta con la voce forse un po' emozionata. A ben guardare è sembrata la dimostrazione, questa volta sulla sua pelle, di quanto resti valida e necessaria l'idea, semplice, di dare voce alle persone a cui viene ingiustamente tolta. Perché i tempi cambiano, i modi anche, ma certe voglie di imporre il silenzio non cambiano, e l'importanza di romperlo neppure.

**Radio Popolare non lo dimentica.**

## IN QUESTO NUMERO

4 **COME NACQUE RADIO POPOLARE**  
di Piero Scaramucci

10 **Per una radio popolare. La dichiarazione di intenti del 1975**  
di Piero Scaramucci

17 **Bilancio ERREPI Spa 2018-2019**



# COME NACQUE RADIO POPOLARE



*di Piero Scaramucci*



Questo testo è stato scritto da Piero Scaramucci per "Primo Maggio. Saggi e documenti per una storia di classe", e pubblicato sul n. 26 della rivista, inverno 1986/87; il titolo è quello con cui è apparso su "Primo Maggio".

Qui sopra: dettaglio di una foto scattata da Michele Tabozzi nella sede di Radio Popolare di via Stradella, tra il 1992 e il 1994.

A metà degli anni Settanta diversi fattori contemporanei indicavano l'inizio di una trasformazione dell'informazione radiofonica. Sul piano politico il declino dell'egemonia assoluta della DC annunciava una RAI più variegata; si varava la Riforma (legge 103, 14 aprile '75), altri soggetti politici ed economici partivano alla conquista dell'etere; si aprivano spazi anche per la sinistra rivoluzionaria le cui organizzazioni in quel periodo sentivano i limiti della loro capacità di attrazione e cercavano strumenti di comunicazione di massa più efficaci (si arrivò ad avere in Italia contemporaneamente ben cinque giornali quotidiani della nuova sinistra, sia pure per un breve periodo).

L'orecchio dell'ascoltatore era vergine, qualsiasi messaggio difforme, nel tono o nel contenuto, dal perbenismo consolidato del linguaggio RAI, stupiva, attirava, si faceva ascoltare. Il cuore di chi aveva sofferto delle censure o delle angustie delle assemblee era gonfio di cose da dire. Eppure l'esplosione dell'emittenza della sinistra non fu pari alle attese, la maggior parte delle iniziative o morirono o rimasero in ambiti ristretti. Si va dalle esperienze di Radio Milano Centrale, vicina al PCI, che innovava nella freschezza del linguaggio (soprattutto musicale) ma che nell'informazione non saprà andar oltre una buona rielaborazione delle fonti ufficiali; a Canale 96, area Avanguardia Operaia di Milano, primo importante esempio di radio militante che finirà per divenire organo di partito e con ciò segnerà la sua fine; a Radio Centofiori di Firenze, anch'essa vittima delle dimensioni di gruppo; fino a Radio Alice di Bologna, alternativa e trasversale, che resterà un esempio citatissimo ma di marginale incidenza sul pubblico. C'è anche Radio Popolare, che compare a

metà del '76 e naturalmente fa i conti con tutti i limiti e problemi delle altre: ristrettezze economiche, minoritarismo, schematicismo, impreparazione e diffidenza verso tutto quel che non è politico, e così via. Ma ha due caratteristiche strutturali che le permetteranno di influenzare l'informazione ben oltre i propri ambiti politici e geografici e di durare al di là delle stagioni politiche e delle fortune delle componenti che la sorreggono: la prima è il principio, proclamato e stabilito, che essa intende rivolgersi a un vasto strato sociale di classe, un pubblico «popolare» appunto, alimentandosi del portato complessivo della sinistra, senza però dipendere da alcuna delle sue componenti; la seconda è che la struttura proprietaria (o di gestione) è composta, nell'intento che nessuna delle etichette possa prevalere e imporsi sulle altre.

La nascita vera e propria della Radio non è limpida. All'interno di Radio Milano Centrale si determina uno scontro tra «destra» e «sinistra» che ha come obiettivo una frattura e un cambio di proprietà. L'operazione riesce, la proprietà passa di mano, una parte dei redattori se ne va, chi subito chi dopo qualche mese. L'intento era quello, probabilmente, di rimediare una frequenza già nota, un po' di pubblico, qualche redattore con un po' di esperienza e qualche impianto. La Radio trasloca da via Mameli in Corso Buenos Aires (4 stanze) e di fatto riparte da zero, lanciando nell'estate del '76 il nuovo nome: Radio Popolare.

A monte dell'operazione c'è un progetto stilato tra fine '75 e inizio '76 sul quale si è cercata una larga convergenza. Il progetto, al quale torneremo anche più avanti, è imperniato sull'idea di fare una Radio che non serva a sostenere una linea politica, ma che cerchi di mettersi oggettivamente dal punto di vista degli interessi di classe





del proletariato e comunque di un pubblico popolare. Pubblico che deve poter essere informato di quel che dicono le varie voci della sinistra e che deve poter a sua volta interloquire in modo determinante. Il progetto fa la via crucis delle segreterie milanesi dei partiti e gruppi della sinistra e dei sindacati. La prima a coglierne le potenzialità è la FIM-CISL di Giorgio Tiboni che vi vede, insieme a una certa intraprendenza, anche quegli elementi di pluralismo sui quali conta per allargare il consenso alle proprie posizioni, in qualche modo terzaforziste tra PCI e DC. Totalmente sordo, invece, il PCI: Petruccioli prende tra due dita il dattiloscritto, lo posa sull'angolo della scrivania e dice che ci saprà dire, ma dubito che l'abbia letto, visto che non si è più fatto trovare e del resto in quel periodo su «Rinascita» compariva la tesi che le Radio private spianavano la strada alla destra, intendendosi con ciò che la bat-

taglia andava condotta solo nel Servizio Pubblico e che qualsiasi emittente privata, anche alternativa, costituiva un precedente che avrebbe aiutato il capitale privato a far concorrenza alla RAI (per di più riformata). Per i socialisti aderì al progetto di Radio Popolare la sinistra di Achilli. Aderirono pure UILM e Tessili e Poligrafici della CISL. Dissero di no le ACLI. Mentre ci fu una adesione di sorprendente portata dei gruppi della sinistra: Lotta Continua, MLS e anche Avanguardia Operaia, benché già impegnata in Canale 96.

La struttura che assume la Radio è una sorta di lottizzazione perfetta su base di massa: una cooperativa di alcune centinaia di soci, ad allargare (perché l'idea è che tutti gli ascoltatori si associno), e a cui le forze promotrici fanno iscrivere i propri aderenti in modo da conservarne il controllo; una redazione composta da compagni di varia provenienza ciascuno dei quali, teorica-

mente, garantiva la propria parte politica. Nella pratica la cooperativa era troppo grossa per incidere, i rappresentanti in consiglio di amministrazione, un po' per scelta e un po' perché era difficile non farlo, contenevano complessivamente certe spinte di singoli, e il ruolo della redazione diventava determinante.

I patriottismi di gruppo giocarono marginalmente nella dialettica della redazione. Si manifestarono invece le matrici politiche più profonde di una parte dei redattori, e il modo di concepire l'azione politica con o contro i modi che si erano appresi nel decennio precedente. Su questo terreno, più avanti, si svilupperanno le contraddizioni. Ma all'inizio ci si occupava d'altro.

Uno dei primi marchietti di RP dice: «Una Radio da usare». Traduceva una soluzione al concettoso dilemma dell'uso possibile dell'informazione. A chi do questa notizia? Perché se ne faccia che cosa? Il criterio



Piero Scaramucci e Danilo De Biasio il 19 luglio 2001 nella redazione temporanea di Popolare Network a Genova, nei locali del circolo Arcipicchia, base per raccontare il G8 e le manifestazioni di protesta. (foto di Matteo Bergamini)





arcaico delle notizie di utilità immediata sembrava avesse in sé una bontà perduta di fronte ai crescenti messaggi dei media che inducevano comportamenti ma non davano notizie utili a una scelta consapevole dell'agire. L'apprendere una notizia quando è possibile trarne consapevolmente conseguenze di comportamento è cosa diversa dall'apprenderla senza poterci far niente. Ci sono momenti in cui larghi strati sociali sono in grado di assumere iniziative, di agire: è allora che le informazioni, quasi tutte le informazioni, hanno un senso. Ma in qualsiasi periodo vi sono informazioni che possono servire a capire e scegliere. È a questo tipo di informazione che aspira RP, secondo un criterio di informare/per sapere/per decidere/per agire. Con piglio un po' velleitario si cerca di emanciparsi dall'informazione ufficiale, si cerca di capire che cosa serve/interessa a un pubblico di classe, qual è il suo angolo visuale oggettivo verso il mondo, si cerca di dare informazioni ma non consigli e tantomeno soluzioni bell'e fatte («che non sia la Radio a chiudere le contraddizioni»), e poi far intervenire in prima persona la gente (saranno soprattutto i militanti a premere per farsi sentire, ma alla lunga i portavoce finiranno nell'angolo perché alla Radio interessavano coloro che di fatto erano nelle fabbriche, nelle scuole, nelle case occupate, ma anche semplicemente nelle case, isolati gli uni dagli altri, impossibilitati a trasmettersi notizie fra di loro, a far patrimonio gli uni dell'esperienza degli altri...).

## “non sia la radio a chiudere le contraddizioni”

I redattori fissi, con paga di qualche centinaio di biglietti da mille, sono una dozzina. Si aggiungono precari e soprattutto volontari, dalle 6 del mattino a mezzanotte e mezza, più le notturne che allora erano uno spazio di trasgressioni che faceva scalpore. All'inizio notiziari ogni ora, rapidamente ridotti ma sempre numerosi, poi il famoso Microfono Aperto: telefonate, rubriche e musica, come si riusciva. Una settantina di persone, quasi tutti neofiti che si sono conquistati a duro prezzo la dimensione dello scrivere e del raccontare in modo originale rispetto a tutti i

modelli correnti, attingendo ai quotidiani e alla RAI (l'ANSA era troppo cara) senza tuttavia dipenderne, creandosi proprie fonti, superando l'ormai vecchio concetto di controinformazione a favore di una vera e propria informazione destinata ad un pubblico largo fatto anche di gente che alla politica non si era mai avvicinata se non qualche volta per votare.

Una battaglia campale la si fa contro i comunicati, soprattutto quelli sindacali. Il comunicato è una mediazione (si dice già nel progetto della Radio), una mediazione che nasconde la realtà, noi dobbiamo raccontare quello che succede veramente, con carne e sangue, visto che sono cose in cui la gente ci mette la pelle e non eleganti duelli di fioretto; anzi, che lo raccontino direttamente, a modo loro, quelli che si trovano immersi in quei fatti, meglio se colti nel vivo delle passioni, prima che loro stessi abbiano modo di introdurre mediazioni magari già introiettate.

Nascono i corrispondenti di fabbrica, alcuni sono quadri sindacali ma molti altri no, soprattutto certi che compaiono occasionalmente. Qualcosa di un nuovo linguaggio si comincia a sentire. Si sente poi la varietà delle posizioni politiche e sindacali, ed è una delle conquiste più ardue, che cancella di fatto l'emarginazione politica restituendo dignità di cittadinanza a tutte le componenti della sinistra (al Cdf dell'Alfa Romeo per qualche mese i compagni del PCI sistematicamente mettevano giù il telefono; poi visto che finivano per parlare

quelli della CISL e che in fabbrica gli operai seguivano RP per sapere i fatti che li riguardavano, interrompero l'ostracismo e più avanti ci fu addirittura la gara a chi parlava). Anche nelle scuole RP si fa dei corrispondenti, più facilmente che nelle fabbriche, benché il sindacale resti a lungo il cavallo di battaglia. Sugli studenti si costruisce il programma giovani nelle prime ore del pomeriggio, che sarà uno dei settori più partecipati della Radio. C'erano poi i compagni delle Radio libere (così si diceva allora) di altre città che facevano corrispondenze (mentre alcune Radio dell'hinterland riprendevano pari pari i notiziari di RP, embrione di una possibile rete che ebbe solo qualche sprazzo ma non fu mai fatta). Telefonavano amici, compagni, giornalisti, intellettuali, occasionali volontari, spontaneamente o stanati. Diventava corrispondente di fatto qualsiasi ascoltatore avesse qualcosa da segnalare: un incendio o un ingorgo di traffico, uno sciopero o uno scontro con la polizia, una protesta, un'idea, un proclama o un concerto. Grazie alla buona volontà, al patriottismo di radio, allo stretto legame con il movimento sindacale e politico si riusciva ad essere miracolosamente dappertutto. Nacque l'abitudine per molti giornalisti di Milano di tener sempre accesa la radio sulla frequenza di RP perché c'era la possibilità di sapere le cose prima e meglio che da altre fonti, specie dopo la famosa serata del 7 dicembre '76, gli scontri in mezza Milano seguiti alla contestazione della prima della Scala, che la Radio seguì con decine di dirette dai mille focolai di scontri, barricate, incendi, blitz che venivano descritti



Il 4 giugno 2000 Piero Scaramucci entra nella nuova sede, ancora in allestimento, di via Ollearo, dove due giorni dopo si sarebbe trasferita Radio Popolare. (foto di Matteo Bergamini)



in radiocronaca sistematicamente prima che arrivasse sul luogo la polizia. Dall'interno della Scala raccontava cronache e maligni pettegolezzi Camilla Cederna, in incognito.

Si ebbero le telefonate di Edoarda Masi da Shangai dopo la morte di Mao, ed era la prima voce in assoluto che arrivasse in Occidente dalla Cina. Si ebbero le corrispondenze telefoniche dall'EUR. Si ebbe una telefonata dalla clinica Mangiagalli di Milano che raccontava la morte di Elena Cavinato e bastò quella a provocare una mobilitazione di donne che andò a presidiare l'ospedale. E si ebbe la clamorosa notte di Dario Fo: scacciato dalla RAI per le proteste del Vaticano, fu appoggiato da RP che mobilitò gli ascoltatori perché telegrafassero a Roma e ce lo facessero sapere; calcolammo 30.000 telegrammi. Poi quando Fo fu riammesso assistette negli studi di RP al ritorno sul video del suo programma, presenti i giornalisti di tutti i giornali e poi rispose alle telefonate. Si collegarono decine di Radio, arrivarono telefonate da mezza Italia di gente che non sapeva neppure chi fossimo, ma avendolo sentito in onda da chissà quale emittente s'era annotata il numero e chiamava.

Ma questi erano traguardi, a volte avventure, quasi il premio per aver rotto barriere che dividevano chi aveva fatto militanza da un più largo e composito contatto sociale. Queste punte si costruivano su un lavoro quotidiano, che mi sembra assai ben descritto in questi stralci di un articolo fir-

mato da «Alcuni compagni di RP» su «Lotta Continua» nel marzo del '77:

«I notiziari prima li scriviamo, poi li leggiamo ai microfoni, cercando la massima chiarezza e sintesi... L'improvvisazione va benissimo da parte di chi ha appena vissuto o sta vivendo direttamente un avvenimento... ma è pesante, confusa e sbrodolata da parte di chi ricostruisce un fatto lontano... La Radio è espressione di un'area eterogenea e vuole investire un'area ancora più massiccia ed eterogenea... Ma soprattutto non può e non deve avere una linea politica in senso stretto... Cerchiamo di evitare gli aggettivi, i commenti, le condanne 'anonime e redazionali', ci limitiamo a scegliere i fatti da riportare nella loro contraddittorietà (è già una grossa responsabilità scegliere i fatti) e le posizioni e i commenti li lasciamo interamente ai protagonisti che intervistiamo o aprendo un dibattito telefonico tra gli ascoltatori...».

C'era un problema di rigore e insieme di rigidità al centro della ricerca quotidiana, che rendeva tra l'altro difficile l'approccio con il mondo della musica, nel quale RP si mosse sempre con difficoltà, una scarsa propensione alla risata e all'ironia (nonostante le folgoranti trovate di Gino e Michele in 'Passati col Rosso' e di Nuccio Ambrosino nel personaggio di Gildo), addirittura ritengo a parlare di sport. Assorbiva molte energie il dilemma di come far funzionare i collettivi che c'erano, o che si cercava di fare, alle spalle di ogni rubrica (medicina, libri, erboristeria, musica...) con



Piero Scaramucci durante una manifestazione a Milano, in questi ultimi anni. (autore sconosciuto)

una metodologia di sapore sessantottesco che implicava discussioni interminabili alla ricerca di formule corrette e non autoritarie. Bando agli esperti, guai a dare risposte preconfezionate, l'obiettivo è maieutico: emerga il problema, si evidenzino le contraddizioni, si ponga l'ascoltatore di fronte alla necessità di operare delle scelte. Forse con l'inespressa convinzione che co-

## Rinnovato il CdA della Coop. Radio Popolare

Nell'Assemblea del 28 ottobre 2019 la Cooperativa di Radio Popolare, che controlla il 40% circa delle azioni di Errepi Spa, ha rinnovato il proprio Consiglio di Amministrazione. Il nuovo CdA è risultato formato da Alessandro Diegoli, Marcello Lorrari, Roberto Maggioni, Ira Rubini, Diana Santini. Nella sua prima riunione, il 6 novembre, il CdA ha nominato presidente Marcello Lorrari.





munque le scelte, una volta chiari i termini, non sarebbero che state di segno antagonista, e di un preciso e totale antagonismo. Il Microfono Aperto si pose il problema di contenere le telefonate dei soliti maniaci, tuttologi e predicatori, cercando di proporre discussioni sulle quali avere pareri genuini, c'era festa quando telefonava gente palesemente non politicizzata. Si cercò di governare il flusso per non cadere nel rito o nel folclore, ma nel complesso si fu molto severi con se stessi e molto aperti a quel che veniva dalla gente. I problemi nacque-  
ro quando irruperro dal telefono gli echi dell'ala armata. Si cercò una posizione in qualche modo asettica, distaccata, cercando di evitare anche impliciti complacimenti, ma dando conto di fatti e posizioni, lasciando a ciascun interlocutore, persona

**“C'era festa quando telefonava gente palesemente non politicizzata”**

o organizzazione, il peso del proprio giudizio. Ma non fu così semplice e in verità fu uno dei problemi che evidenziò le difficoltà di attuare coerentemente la linea della Radio, in bilico tra populismo e democrazia, tra agnosticismo e oggettività rivoluzionaria, scelta di massa e paralisi. Proprio su questi temi si innescò una delle polemiche interne alla Radio che in qualche modo segnò nell'autunno del '77 la conclusione di una prima fase e la premessa del primo cambio di direzione. La battaglia interna aveva un solido presupposto, che era palesemente il successo della Radio. C'era ormai una piccola letteratura sulla sua inattesa capacità di mobilitare, essere credibile, persino amata. Si citava l'operaio che all'assemblea del Lirico aveva esordito dicendo: «lo sono dell'area di

Radio Popolare»; c'era stata la prima festa di Capodanno al Palalido con 10.000 persone paganti; c'era stata la Festa delle donne, sempre al Palalido, con 4.000 donne; s'era fatta anche una gita popolare noleggiando un treno... Secondo alcuni era ora di fare un salto di qualità, anzi il salto di qualità, uscendo da quella equidistanza che diventava immobilismo, assumere posizioni, precisare una propria identità, aiutando la gente con strumenti (indicazioni?) ed elementi di conoscenza. Secondo altri questa tesi era un tentativo di schierarsi contro la sinistra storica, «è assurdo elaborare messaggi offensivi», la Radio ha avuto successo proprio perché si è presentata come unitaria. Sto citando da appunti (per la verità controversi, ma non c'è altra documentazione) ripresi da Paolo Hutter in *Piccole antenne crescono*, Savelli, 1978.

«Partiti di sinistra, sindacati e gruppi della nuova sinistra sono in forte crisi

Riunione della redazione di Radio Popolare a Genova nei giorni del G8, luglio 2001. (foto di Matteo Bergamini)





Piero Scaramucci con Claudia Pinelli, Silvia Pinelli e Lorenza Ghidini il 9 giugno 2019 alla festa di Radio Popolare durante il dibattito "Piazza Fontana 50 anni dopo e una morte che brucia ancora. La verità negata su Pino Pinelli"  
(foto di Matteo Bergamini)

sia come soggetti di iniziativa politica che come strumenti di organizzazione», diceva il documento di un redattore che guidò il tentativo di trasformare la Radio. «C'è una pesante involuzione autoritaria del sistema... In questa situazione una Radio che vuol essere 'chiaramente schierata contro l'avversario di classe' (come dice la relazione del direttore), non può che essere schierata contro l'opposizione di sinistra, anche se essa è minoritaria... Dobbiamo rispondere in modo più consapevole e soddisfacente sia alla richiesta 'attiva' di usare la Radio come strumento di confronto e organizzazione, sia alla richiesta 'passiva' che la Radio prenda iniziative su terreno sui quali nessuno le prende».

Tutto ciò era detto con grande serietà senza il sospetto che, benché nascesse da una sfiducia nella storia allora recentissima dei gruppi della nuova sinistra, ne mutuava quel che oggi si definirebbe il decisionismo, senza nulla innovare, anzi

quasi sostituendosi al loro declino e riproducendone analisi, linguaggio e pratiche, a partire dal metodo: conquistare la Radio per mettersi alla testa di un potenziale movimento, una tipica operazione di potere, di quelle che presumono sia sufficiente conquistare uno strumento funzionante per farlo funzionare a proprio piacimento. Né ci si rendeva conto che quello strumento, benché esitante e impacciato, funzionava proprio perché aveva imboccata la strada atipica (e scivolosa) di un pluralismo di classe, del franco confronto dentro la classe, della ricomposizione della classe attorno alla propria identità, anziché alle proprie etichette. Anzi, l'esperimento era solo agli inizi e avrebbe potuto moltiplicare il proprio potenziale in modo impensabile, proprio come fino a pochi mesi prima erano impensabili il consenso e l'aggregazione che la Radio si era conquistati. Quel taglio, tuttavia, aveva una sua sugge-

stione e piacque a una parte della redazione, non maggioritaria ma attiva e qualificata, ed essa ebbe modo per qualche tempo di sperimentarlo. Ma questa è già la storia del periodo successivo.

Quel primo periodo si chiudeva con il delinarsi dentro la Radio di due modi diversi di vedere le cose: una vocazione a guidare le masse, a dar loro indicazioni, orientamenti, chiavi di interpretazione; la scelta di dare dignità e forza agli strumenti che fra le masse nascono e operano, fornendo strumenti per decidere. Queste due anime in Radio Popolare sono rimaste a lungo e credo vi sopravvivano tuttora. Se avesse preso il sopravvento definitivo questa seconda c'era forse il rischio che la Radio si accontentasse di fare da specchio alla realtà; se avesse prevalso l'altra forse si sarebbe estinta come le altre Radio di partito o di linea. Il che, peraltro, può sempre succedere.



## Radio Agorà

**La trasmissione che vi guida nei meandri dell'Unione per raccontarvi quanto siamo già europei.**

In onda su Radio Popolare, ogni lunedì dalle 13 alle 13,30.



# PER UNA RADIO POPOLARE

## LA DICHIARAZIONE DI INTENTI DEL 1975



*di Piero Scaramucci*



Il Documento programmatico per una radio popolare fu steso da Piero Scaramucci, allora giornalista alla Rai e militante di Lotta Continua, nel primo autunno del '75 e fu successivamente accolto, con lievi integrazioni, da alcuni sindacalisti milanesi della FIM che intendevano creare a Milano una nuova stazione radio.

### Considerazioni preliminari

La RAI, nel complesso, fornisce uno strumento che è veicolo dell'ideologia e del punto di vista della classe al potere. In questo gioca come elemento permanente di conformismo, anche quando apre degli spazi di contraddizione. Gli argomenti delicati, gli scandali, le informazioni sulla condizione e le lotte proletarie, sono ben sistemati in rubriche apposite, in qualche modo virgolettati, così da sottolineare la particolarità, o addirittura l'eccezionalità del caso. I punti di vista che si richiamano ai problemi dei proletari – quando sono citati – sono posti come uno dei possibili punti di vista, quasi sempre contrapposti a un altro di segno opposto.

Non è possibile rompere questo assedio omogeneo con alcune fratture: maggiore spazio ai temi sindacali, servizi anticonformisti, evidenza alle posizioni di sinistra ecc. Perché il quadro generale delle trasmissioni, di assenso al potere, tollera che si allarghi l'area delle notizie scomode come parti di una dialettica che deve sempre ricomporsi nell'unità del quadro istituzionale; e – ancora – perché all'origine il mezzo è viziato dalla sua unidirezionalità; il messaggio va in un'unica direzione, dall'operatore all'utente, e questi è soggetto passivo anche quando viene intervistato e parla in prima persona, perché il suo intervento è un contributo che si inserisce, ben calibrato, nel contesto che si diceva, perde i suoi caratteri di squarcio di verità (o ne viene mondato), e diventa una illustrazione, un arricchimento del messaggio che l'operatore confeziona. È possibile capovolgere drasticamente le cose?

L'ipotesi – evidentemente – non è quella di avere una radio più democratica, nella quale siano rappresentate più voci, più esigenze. Ciò corrisponderebbe al limite a un miglioramento dell'attuale mezzo,

senza la possibilità di alterarne le caratteristiche strutturali. Del resto questo spazio sarà coperto – probabilmente con abilità e mezzi – da emittenti radio private.

Almeno alcune di esse, a quanto si può prevedere, sfonderanno su due terreni: quello della spregiudicatezza (abbattimento dei paludamenti del linguaggio parlato e musicale, meno conformismo nei contenuti); quello dell'apertura politica (a similitudine dell'«Espresso» o del «Corriere della Sera», patrocinio del capitale a un nuovo modello di sviluppo). Le emittenti private di questo tipo potranno avere anche aperture contestatrici (con riferimento a settori PSI o radicali) sul terreno dei diritti civili o simili. Ma sostanzialmente saranno esterne, o marginali, rispetto ai problemi del proletariato.

Altre radio private stanno nascendo a opera di militanti di sinistra: faranno stretto riferimento a un settore politico (o ad alcuni settori politici) nel quale è organizzata l'avanguardia della classe operaia. Sono veicoli utili (e lo saranno senz'altro le radio di quartiere o di fabbrica, o di gruppo politico che accennano a formarsi) come elementi di rottura o come strumenti di organizzazione della lotta in determinate situazioni; ma non potrebbero andare al di là degli ambiti ristretti già praticati dai giornali politici, sostenendo posizioni e parlando un linguaggio che attualmente sono patrimonio solo di determinati settori del proletariato. Una radio così orientata non può fare da ponte – se non occasionalmente – tra le avanguardie e le masse proletarie, e finisce per affrontare i problemi del proletariato solo al livello già più maturo e decantato di scorie, al quale li incontrano appunto le avanguardie. Pensare che in questo ambito il proletariato possa riconoscersi quotidianamente presuppone un livello di coscienza gene-





ralizzato che non c'è. Bisogna quindi fare uno sforzo di immaginazione e analisi per inventare una radio che non faccia riferimento a un astratto concetto di pluralismo o democrazia; che non faccia neppure riferimento a una avanguardia politica e neanche si ispiri a un ipotetico modello di vita immanente nel proletariato: ma che si riferisca in modo diretto ed esclusivo al proletariato, identificato innanzitutto nei suoi bisogni materiali, nelle sue contraddizioni di classe, e quindi nelle sue lotte, nelle aspirazioni che queste lotte evidenziano, nelle sue carenze di sapere, negli avversari con i quali deve confrontarsi. Formare una radio di questo tipo comporta tra l'altro: ideare la programmazione, dal notiziario alla musica, cercando di assumere come unico punto di riferimento i reali concreti bisogni della classe; rompere lo schema della unidirezionalità, cercando di far gestire ampi spazi di trasmissione dal proletariato (dai suoi strumenti organizzati, ma anche individualmente); non smussare, ma far emergere le contraddizioni che sono nella realtà e con le quali i proletari si scontrano di fatto; seguire come avvenimenti prioritari, e non settoriali, i fatti che concernono la vita dei proletari; praticare un amplissimo ventaglio di argomenti (non solo quelli direttamente politici).

Nel complesso questa radio deve apparire come uno Strumento di settore nel senso che è espressione di una classe sociale; ma per quanto concerne questa classe sociale, la radio non deve assolutamente costituire uno strumento parziale (solo sindacale o per addetti alla politica), e quindi non deve avere atteggiamenti falsamente puritani nei confronti di temi che interessano i proletari e che vengono generalmente contrapposti a una visione politica degli interessi di classe (sport, caccia, turismo, divertimenti ecc.); né deve affrontare la cultura con gli strumenti abituali delle avanguardie culturali, che riducono il discorso a un dibattito fra esperti.

Tutta l'impostazione comporta in qualche modo una sorta di rivoluzione culturale rispetto ai modi tradizionali di comunicare. Al punto in cui si è, ben poco – nel progetto – può essere dato per scontato, si possono solo formulare ipotesi di lavoro, schemi da verificare e modificare nella

pratica. È certo che se si riuscisse ad avviare una radio nella quale larghe masse proletarie si riconoscono si otterrebbe uno strumento di comunicazione interno alla classe, capace di valorizzare il patrimonio politico e culturale che le lotte di questi anni stanno esprimendo e che spesso rimane confinato anche per impossibilità di comunicare. Pur senza illusioni in qualsivoglia funzione mitica della comunicazione, va riconosciuta la potenzialità di uno strumento il cui scopo non è quello di far da altoparlante a lotte esemplari, ma quello di fungere da luogo in cui settori di proletariato esercitano la propria capacità di informare, riflettere, elaborare, discutere, comunicare pubblicamente, contrapponendosi di fatto, quotidianamente, al punto di vista della classe di potere.

### **Caratteristiche delle trasmissioni: dirette, telefonate, spazi autogestiti; tempi di trasmissione, esempi di programmi**

Le trasmissioni dovrebbero cominciare entro le 7 del mattino. Secondo le rilevazioni RAI alle 6.30 si raggiunge la massima percentuale di ascolto operaio (31%) e contadino (14%), mentre è già elevato l'ascolto delle casalinghe (27%).

A quell'ora circa il 70% dell'ascolto appartiene alla categoria senza titolo di studio o con titolo elementare.

Tuttavia, il numero complessivo di ascoltatori è ancora basso. Durante la mattinata

è altissimo l'ascolto delle casalinghe, mentre resta buono quello degli operai.

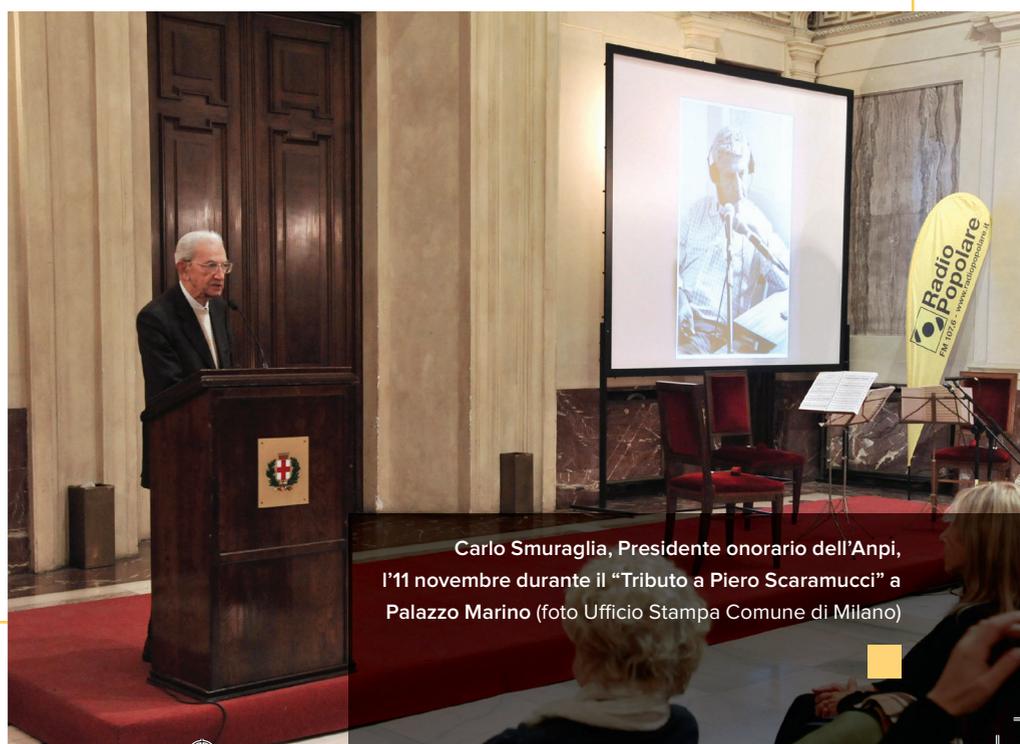
I giovani (esistono i dati fino ai 18 anni) prevalgono nel pomeriggio (punta tra le 16 e le 18.30).

I massimi di ascolto sono all'incirca tra le 12 e le 13.30-14.

La trasmissione avrà il carattere di una unica colonna sonora, non compartimentata in una successione di rubriche ma comprendente una successione di rubriche: cioè le varie rubriche dovranno fluire come momenti di un discorso unico, abbastanza legato con la possibilità di essere interrotte in ogni momento per dare notizie dell'ultima ora, per sviluppare un imprevisto collegamento con un ascoltatore o con un gruppo di ascoltatori ecc. Quindi dall'apertura alla chiusura delle trasmissioni vi sarà una costante presenza nello studio della equipe redazionale che svolgerà in pratica un dialogo continuo con gli ascoltatori. L'aspetto più importante delle trasmissioni sarà quello informativo, ma non dovrà fagocitare il resto dei programmi.

Nei notiziari, o anche fuori dai notiziari, saranno largamente usate tre tecniche di rapporto con gli ascoltatori che è bene spiegare subito: i collegamenti diretti, le telefonate, gli spazi autogestiti.

I collegamenti diretti si effettuano con radio mobile in postazione esterna (si prevede la necessità di almeno due mezzi mobili attrezzati per trasmettere in diretta: auto o moto). I collegamenti sono uno strumento fondamentale per il contributo di massa



Carlo Smuraglia, Presidente onorario dell'Anpi, l'11 novembre durante il "Tributo a Piero Scaramucci" a Palazzo Marino (foto Ufficio Stampa Comune di Milano)



alla formazione delle notizie.

Le situazioni di lotta, in particolare, vanno portate alla radio con dialoghi diretti con i protagonisti. Su lotte importanti (per esempio nel settembre '75: Alfa, Innocenti, Pirelli, Fargas, fabbriche occupate, mobilitazione per l'autoriduzione ecc.) si può dedicare a singoli temi non il solito collage rituale di interviste, ma colloqui di massa anche di 10-20-30 minuti. Bisogna saper entrare con il microfono dentro un picchetto, dentro una manifestazione, e aprire la discussione dal vivo, accettando le inevitabili contraddizioni o ripetizioni. Naturalmente chi conduce il dialogo deve aver presenti i termini fondamentali della questione e saper riprendere il discorso quando svaga o saper bloccare gli interventi oratori. Ma la sostanza del collegamento deve essere una sorta di esposizione articolata della vicenda, negazione della sintetica notizia preconfezionata e necessariamente sterilizzata. Aniché emergere i dettagli corporativi,

emergeranno alla discussione gli addentellati continui tra quella specifica esperienza e la complessiva condizione operaia, ripetuta in forme diverse caso per caso, con riferimento anche ai problemi personali, andando quindi clamorosamente al di là

del formalismo delle piattaforme di lotta, facendo conoscere i retroscena che non sono pettegolezzo ma elemento concreto di identificazione – alla portata di tutti – dei connotati di una vicenda. La logica dei collegamenti diretti non è quella di farsi raccontare dalla gente, ma di raccontare insieme alla gente, nei modi di raccontare che non sono propri del mediatore di notizie, ma sono appunto propri dei meccanismi espositivi della gente (si rammenti – come si è detto prima – che si parla a un pubblico proletario e si è già escluso a priori l'interesse per il pubblico che proletario non è). È questo uno dei migliori punti di verifica di tutta l'impostazione: se cioè passando direttamente per i bisogni immediati della classe, facendo di questi bisogni il punto centrale del messaggio, si fa non un appello di principio al ricomporsi

della classe attorno ai propri interessi, ma un'esposizione articolata, non pedante, diretta, pochissimo mediata, in cui di volta in volta i proletari riconoscono elementi concreti che li riguardano da vicino.

Questi collegamenti non saranno circoscritti alle principali situazioni tradizionali di lotta, ma dovranno essere metodo. Con la gente al mercato, sui prezzi; con la gente in treno sui trasporti; con la gente in fila alla posta e con i postelegrafonici sul servizio postale; con i vecchi per le pensioni; con la gente all'Idroscalo sulle vacanze, sui soldi; con gli studenti davanti alle scuole; con la gente davanti ai cinema; con le madri a una scuola materna; con i soldati in libera uscita; con i tranvieri ai capolinea; con i giovani alle feste, ai concerti, alle partite; con gli ammalati; con la gente nei quartieri sui trasporti, lo smog, il verde, l'edilizia, i rumori ecc.

Diverso è il carattere dei collegamenti telefonici. Sono di due tipi: uno – tradizionale – dell'inviato in un posto che racconta per telefono quello che vede (si dovrà cercare comunque, sempre, di raccontare le cose in modo elementare e diretto, rinunciando alla struttura della corrispondenza giornalistica classica); il secondo con il pubblico.

Il rapporto telefonico con il pubblico deve essere possibile in tutto l'arco della trasmissione. L'utente può intervenire per dare una notizia, per porre un problema, per rispondere a una domanda fatta dallo studio, per promuovere una iniziativa; la telefonata può essere occasione di una nuova trasmissione, praticamente improvvisata, può aprire un caso.

Nella radio tradizionale attraverso il telefono si stabilisce un contatto tra l'operatore e l'utente (la classica soluzione data da Chiamate Roma 3131 è quella di un momento quasi intimo tra operatore e utente. Interviene l'esperto per dare uno sbocco alle tensioni che sarebbe pericoloso lasciare inevase. L'utente può arrivare a fare un appello agli altri utenti, purché nei termini – attesi – del più convenzionale solidarismo). Qui, invece, l'uso del telefono deve poter consentire l'accesso al microfono da

parte dell'utente. L'operatore, naturalmente, non scompare, ma deve funzionare più come struttura di servizio che come mediatore.

L'operatore, per esempio, può fare da tramite tra l'utente e un pubblico amministratore, al quale il primo vuol fare delle domande. Il colloquio telefonico deve avvenire in diretta, in modo molto informale, se serve anche polemico, senza complessi, dando per scontato il diritto dell'utente, senza cercare una mediazione quando la contraddizione appare marcata.

Altro strumento permanente sono gli spazi autogestiti. La radio offre spazi di trasmissione (e assistenza tecnica) a strutture politiche, sindacali, di base, di quartiere, di fabbrica, di scuola perché se li autogestiscano in piena libertà, in rapporto ai propri bisogni.

Si avranno così trasmissioni interamente realizzate da strutture che di solito sono emarginate dai mezzi di informazione. Si pensi, per esempio, ai piccoli comuni che spesso non sono neppure citati, per anni, dalle cronache e che qui avranno la possibilità di agire in prima persona. Gli spazi autogestiti si svilupperanno in ragione di precise necessità di comunicazione e generalizzazione, contribuendo a rompere l'isolamento: serviranno a divulgare il lavoro di un organismo nell'ambito stesso in cui si muove, e a far conoscere i problemi di un ambito in altri ambiti, e ancora a sviluppare la pratica dell'uso popolare della radio. Spazi autogestiti, dirette, telefonate, sono tre strumenti cardine del capovolgimento della tradizionale unidirezionalità del messaggio radiofonico, sono modi per innescare un processo di appropriazione degli strumenti informativi da parte dei proletari. E non solo in modo generico, perché la maggior parte degli interventi saranno qualificati sia da contenuti concreti che li hanno determinati, sia dal connotato di classe di chi se ne fa portavoce (soprattutto strutture organizzate, ma anche singoli proletari). Questa presenza organica del proletariato in un canale informativo, sostanzialmente autogestito ma non in modo spontaneistico, costituisce un passo possibile e necessario per la generalizzazione dei contenuti di classe che si vanno esprimendo, e che spesso restano

**“Le lotte vanno portate alla radio con dialoghi diretti con i protagonisti”**





chiusi in isole circoscritte fino a soffocare nel proprio isolamento, e – alla resa dei conti – non sempre producono livelli superiori di stabilizzazione, ma anzi lasciano magari lo spazio a sintesi compiute da terzi, in nome e per conto della classe, fino al riassorbimento totale dei connotati originari.

Come si diceva è difficile qui descrivere in dettaglio una scaletta di possibile trasmissione. Ci si deve limitare alle considerazioni di fondo già dette, e a qualche sommaria indicazione che segue.

I notiziari sono brevi, consistono di notizie d'attualità, ma privilegiano le informazioni che riguardano le scadenze più immediate che interessano da vicino gli ascoltatori. Possono comprendere (o essere integrati) collegamenti diretti. Sono a ore fisse, ma notizie utili o interessanti devono essere date anche aprendo parentesi nel corso degli altri programmi secondo la logica della colonna sonora unica.

Il dialogo con gli ascoltatori prevede tutta la serie degli argomenti che sono normale patrimonio giornalistico, oltre i notiziari, e informativo in genere, anche se il carattere sarà, tema per tema, radicalmente diverso.

Musica: rompendo lo schema musica classica-musica leggera, recupero della dimensione di linguaggio espressivo musicale, ampio riferimento alla produzione contemporanea, anche politica; disc-jockey; autori che presentano la propria produzione spiegando come fanno musica, come nasce il singolo pezzo, ricevendo telefonate in diretta; anche qui spazi autogestiti; spazi alla produzione – registrata su nastro – dei giovani che formano gruppi musicali fuori dai circuiti ecc. Satira: dimensione che deve essere ampiamente presente, ma non qualunque. Spettacolo: recensioni comprensibili degli spettacoli che i proletari hanno la possibilità di vedere; discussione aperta con gli ascoltatori e confronto, al microfono, con la gente dello spettacolo, che cosa sono, per chi sono le produzioni di avanguardia; recupero dei testi dialettali (non solo lombardi) ecc.

Salute: l'esempio dell'epidemia di salmonellosi: cos'è successo davvero, che ne dicono i proletari meridionali, come si po-

teva evitare; e ancora: ci sono anche qui le infezioni intestinali, chi ha da segnalare casi, esperienze; sono malattie dei poveri, perché. Recupero delle esperienze di medicina alternativa, medicina di fabbrica condotte da militanti, quale medicina serve ai proletari, quanti modi ci sono di fare medicina; i cibi; le adulterazioni; i bambini e gli spazi di gioco; l'igiene mentale; i manicomi; dialoghi con i malati di mente ecc. Economia: innanzitutto costante spiegazione degli avvenimenti economici, ribaltando, in modo molto chiaro e semplice, le teorie della propaganda borghese (basti pensare che cosa si poteva dire sull'austerità, o si può dire sulla disoccupazione, o sulla crisi del vino). Inchieste. Un corso di economia riferito a temi di attualità ecc. Sport: risultati delle gare di interesse nazionale; risultati e servizi sulle miriadi di competizioni locali (citate solo da stampa specializzata) e sugli sport minori.

A questi cenni, a carattere esemplificativo, si aggiungano tutta una serie di temi e iniziative possibili: dalla consulenza legale (le indicazioni utili ai proletari, date dagli avvocati e magistrati democratici), alla guida dei prezzi, dall'agricoltura ai servizi sulle scuole, dalla letteratura a una scuola popolare (come lezioni di lingue con ascoltatori che vengono al microfono), fino ai servizi dall'estero su realtà sconosciute ai proletari, e servizi costanti di con-

troinformazione.

### Costituzione della cooperativa

Formata da 700 soci assicurati dalle forze promotrici in misura di 80 per ogni struttura sindacale e di 50 per ciascuna forza politica e sociale.

L'adesione di altre radio democratiche, forze politiche, sindacali e culturali, può essere decisa dal CDA con voto qualificato e sottoposto all'assemblea dei redattori; il CDA fisserà le quote societarie per le singole forze e l'eventuale modifica del CDA stesso da sottoporre all'assemblea dei soci. Definizione del Consiglio di amministrazione e degli organi (in carica per tre anni) all'atto della costituzione. Partecipazione delle forze sindacali e politiche, più rappresentanti della redazione. Definizione per statuto di alcuni principi e meccanismi tra cui: autonomia della redazione, nell'ambito dei principi fissati dallo statuto e dal documento politico di costituzione di Radio Popolare; esclusione di qualsiasi veto o censura da parte del Consiglio di amministrazione il quale deve dare indicazioni in termini di attuazione dei principi dello statuto e del documento politico; l'acquisizione di nuovi redattori è proposta dagli organi redazionali (assemblea dei redattori fissi) al consiglio di amministrazione che ne decide l'acquisizione con maggioranza qualificata; anche l'eventuale allontanamento di redattori deve essere



Piero Scaramucci con Renato Mannheimer, Marco Formigoni e Philippe Daverio durante un dibattito in piazza, dietro il Duomo, nel luglio 1993 (foto di Agostino Mariotti)



proposto dagli organi redazionali ed essere deciso dal consiglio con maggioranza qualificata.

L'adesione alla cooperativa è aperta a tutti, con la normale ratifica del consiglio di amministrazione. L'obiettivo è di avere almeno 7000 soci entro il 31 dicembre 1977 con l'impegno delle forze promotrici di elevare proporzionalmente la loro quota. Costituzione della nuova redazione. Inizialmente circa 10 redattori fissi (a tempo pieno) più un numero vasto di collaboratori. La redazione è formata, sulla base delle capacità professionali e dell'adesione alla linea, da elementi provenienti da Radio Milano centrale, organizzazioni sindacali e altri. Si tiene *anche* conto delle indicazioni delle componenti politiche e sindacali. La redazione è unitaria e si esclude quindi ogni proporzionalismo di tipo lottizzante; analoghi criteri per le collaborazioni.

Il problema della linea politica e dell'autonomia della redazione pongono come necessità fondamentale che la redazione sia totalmente priva di ogni rapporto organico ed organizzato con qualsiasi forza politica. Il lavoro del collettivo redazionale è al servizio della massa dei proletari e non di ridotte avanguardie; questa è l'impostazione (sopra ampiamente motivata) della radio, questa è la maggiore garanzia del rifiuto a priori di ogni tipo di «rapporto

privilegiato». Tutto ciò riguarda il collettivo redazionale e la natura della radio; nessuno può qualunquemente costringere ogni redattore a spogliarsi del proprio punto di vista e dei propri riferimenti politici, è possibile però chiedere a ciascuno di svolgere il proprio compito rispettando la natura e gli scopi che stanno alla base di questa iniziativa. Per rendere più espliciti questi principi e meno controverse le interpretazioni sarà forse necessario arrivare a una definizione scritta sulla base della quale chiedere l'impegno di tutti.

### I collettivi

I collettivi sono una struttura attraverso la quale si realizza concretamente e in modo permanente il rapporto della radio con il movimento. I collettivi decidono, nell'ambito delle scelte politiche di fondo, la linea della radio nei settori di competenza e si assumono, in stretta collaborazione con il comitato di redazione, la responsabilità della realizzazione dei programmi. L'assemblea dei collettivi è l'organo generale di gestione politica e a essa è demandata la risoluzione dei problemi che possono sorgere nel corso dell'attività (fatta salva la suprema responsabilità dell'assemblea generale della cooperativa). Essa si convoca di regola una volta al mese per stabilire un piano di lavoro e per valutare il consuntivo del mese precedente. I collettivi sono composti di collaboratori interni alla radio e di collaboratori esterni inseriti, da posizioni qualificate, in realtà importanti del movimento di massa.

### Rete dei corrispondenti

Si costituisce a Milano e nella zona di ricezione attingendo a:  
 accordi particolari con redazioni già esistenti politiche e non;  
 stazioni radio esistenti o in via di costituzione con le quali di svilupperà la collaborazione;  
 articolazioni delle strutture organizzative delle forze sindacali e politiche;  
 consigli di fabbrica; comitati di quartiere; organismi di massa; organismi studenteschi, ecc.

### Aspetti economici

Il bilancio è costituito da due capitoli:

- a) spese iniziali, coperte dall'apporto in contanti c/o mezzi dei partecipanti;
- b) spese di gestione, coperte da: pubblicità, sottoscrizione annuale di massa condotta soprattutto per il tramite degli organismi sindacali, politici e di massa indicati tra i corrispondenti (gettito di questa voce per il primo anno: 50 milioni). Sono prevedibili, ma non devono essere previsti come determinanti, altri possibili contributi.

La pubblicità è reperita da procacciatori con esperienza professionale retribuiti (fisso e/o percentuale).

I compensi del personale amministrativo, tecnico e redazionale sono fissati dopo un'analisi del bilancio e sono di tre ordini: compenso con pagamento dei contributi; compensi senza contributi; rimborsi per i collaboratori.

Inizio delle trasmissioni come Radio Popolare entro un mese. Vasta campagna di lancio: manifesti, scritte murali, campagna di stampa, spettacoli di sostegno, serie di incontri con le strutture di base le quali a loro volta assumono iniziative di propaganda locale e predispongono la sottoscrizione di massa. Trasmettitore, antenna, ponti radio sono in posizione elevata a Milano. Redazione e bassa frequenza sono collegati con il trasmettitore in ponte radio. Il segnale viene fornito dalle stazioni ripetitrici della Regione in ponte radio. Le frequenze disponibili sono utilizzate nel modo seguente: una per il trasmettitore principale da Milano; le altre secondo la necessità, come stazioni decentrate con programma parzialmente autonomo e funzioni di ripetitore parziale, oppure come stazioni ripetitrici dell'intero programma centrale.

La collocazione delle trasmettenti ripetitrici è scelta anche in base alla propagazione del segnale in partenza da Milano.

Esiste la possibilità di collegare alla stazione di Milano, da subito, alcune stazioni già esistenti o in allestimento. Agli abbonati volontari viene spedita una pubblicazione periodica con indicazioni sui programmi delle radio, trascrizioni di programmi interessanti e utili trasmessi e interventi su temi trattati dalla radio. Gli spazi pubblicitari del periodico sono offerti in vendita insieme agli spazi radiofonici. ■

Piero Scaramucci il 16 giugno 2018 alla festa di Radio Popolare durante l'incontro su "La fotografia e il '68": la foto proiettata è di Francesco Radino, scattata nel '75 ai funerali di Giannino Zibecchi (foto di Matteo Bergamini)



# LA TRANSIZIONE, LE COMUNITÀ ENERGETICHE E IL NUOVO LINGUAGGIO DELL'ENERGIA

di *Sara Capuzzo*  
Presidente di ènostra coop



Rinnovabile. Democratica. Etica. Sostenibile. Condivisa. Autoconsumata. Fino a qualche decennio fa l'accostamento di questi attributi al termine energia sarebbe stato percepito come insolito, forse quasi incomprensibile. L'energia illuminava la casa, alimentava gli elettrodomestici, azionava i macchinari industriali, e poco importava la sua origine o la strada che aveva percorso per arrivare fino a noi. Oggi, per fortuna, le cose sono radicalmente cambiate e anche i media generalisti scrivono correntemente di "transizione energetica" - il progressivo abbandono delle fonti fossili a favore delle fonti rinnovabili e dell'uso efficiente delle risorse - parlano di "autoconsumo collettivo", "comunità energetiche", "democrazia energetica" o "cittadini energetici". È il ruolo dei cittadini quello che sta subendo la più rapida evoluzione, acquisendo sempre maggiore centralità nel mercato energetico. Un traguardo importante è stato raggiunto con la pubblicazione della nuova direttiva sulle energie rinnovabili (2018/2001/UE) con la quale, oltre a stabilire per i Paesi Membri l'obiettivo del 32% per l'energia da fonte rinnovabile al 2030, è stato riconosciuto il diritto dei cittadini ad autoprodurre, autoconsumare e stoccare l'energia rinnovabile. Non solo. La stessa Direttiva ha introdotto il nuovo concetto di "comunità energetica" quale "aggregazione di cittadini, Comuni, piccole medie imprese sul territorio, in qualsiasi forma (onlus, associazione, cooperativa, società) purché non animata dal profitto come prima finalità". Una delle più grandi novità sta proprio qui. Passare da un modello in cui vige la regola per cui i costi, gli impatti sulla salute, le conseguenze sull'ambiente e sul clima

vengono socializzati a beneficio di pochi (pochissimi) privilegiati, ad una nuova dimensione fondata su relazioni di fiducia, condivisione di competenze e benefici, produzione e consumo in situ, creazione di posti di lavoro, costruzione di reti solidali. Proprio con questo spirito, ormai 5 anni fa abbiamo dato vita a ènostra, cooperativa energetica, partner ormai storica di Radio Popolare, che giorno dopo giorno lavora per aggregare sempre più soci (a oggi oltre 5.700), accorciando la filiera tra produzione e consumo (anche installando impianti fotovoltaici sul tetto della casa o dell'impresa dei propri soci), erogando solo energia rinnovabile (e via via più sostenibile ed etica), coinvolgendo i soci nella realizzazione di nuovi impianti di produzione collettivi, sviluppando percorsi formativi per contrastare la povertà energetica, partecipando a campagne per la tutela del clima. Oggi ènostra sta esplorando il mondo delle comunità energetiche. In attesa che l'Italia recepisca la Direttiva (entro il termine di giugno 2021), le possibilità concrete si limitano ad attività di lobbying e sensibilizzazione - in rete con gli stakeholder coinvolti - per far sì che si definisca un quadro giuridico tale da garantire la più ampia gamma di opportunità per i cittadini, e di sviluppo di casi sperimentali, per analizzare profili e dati di produzione e consumo, identificare l'assetto migliore perché le comunità energetiche possano replicarsi agilmente assicurando ai cittadini convenienza e il ruolo centrale previsto dal modello energetico diffuso. ■

# CLIMA. MOBILITAZIONE GLOBALE. NULLA RIMANGA INTENTATO



“La conversione ecologica potrà affermarsi soltanto se apparirà socialmente desiderabile” ci ammoniva 25 anni fa Alex Langer. Il 2019 è stato un anno di mobilitazione globale per l'emergenza climatica, tornata al centro della discussione pubblica persino negli Stati Uniti d'America, mentre in Europa abbiamo assistito a buoni risultati a dei partiti verdi. «Nell'ottobre 2018 lo “Special Report on Global Warming of 1.5 °C del Gruppo intergovernativo sul cambiamento climatico IPCC mostrava come entro cinquant'anni da oggi - afferma Gianluca Ruggieri, vice Presidente di ènostra - tutte le eventuali residue emissioni provocate da attività umane dovessero essere contemporaneamente rimosse dall'atmosfera (ad esempio attraverso campagne di imboschimento)». I ragazzi che manifestano nel mondo, e non solo loro, di venerdì hanno spesso davanti agli occhi scenari apocalittici. Fare catastrofismo, però, non è utile e non serve. «Per limitare l'aumento di temperatura al di sotto degli 1,5°C - con-

tinua Gianluca Ruggieri -, l'azione dovrebbe addirittura essere più rapida.

Attorno al 2020 le emissioni non dovrebbero più aumentare. Poi ogni decennio successivo si dovrebbero dimezzare in modo da virtualmente azzerarsi attorno al 2050». Nel dibattito pubblico da una parte si promuove il cambiamento dei comportamenti individuali, dall'altra si sollecita invece l'azione di pressione su governi e grandi imprese. E non c'è nulla che debba rimanere intentato. «Serve indirizzare la ricerca e la formazione verso le necessità della transizione - conclude il vice Presidente di ènostra -, serve fermare da subito i finanziamenti alla realizzazione di infrastrutture per lo sfruttamento delle risorse fossili, serve un cambio deciso nelle politiche globali in tutti i campi e a tutti i livelli decisionali: dai consigli comunali e municipali alle grandi assemblee globali. E serve farlo all'insegna della giustizia climatica, come non smettono di ricordarci i movimenti globali» ■

## ÈNOSTRA SIGNIFICA...



Acquistare elettricità sostenibile, etica, 100% rinnovabile



Poter investire in impianti rinnovabili collettivi



Avere energia e servizi a un prezzo equo e trasparente



Accedere ai servizi riservati ai soci per produrre e risparmiare energia



Partecipare alla vita della cooperativa



Aprire un dialogo diretto con il servizio soci e clienti



Favorire la transizione energetica dal basso come impresa di comunità



Contribuire alla crescita di comunità locali ad alto impatto sociale

## Con ènostra hai lo sconto del 5% sul prezzo energia per 12 mesi e aiuti la radio ad azzerare la bolletta!



- 1 Vai su [www.enostra.it/sottoscrivi](http://www.enostra.it/sottoscrivi)
- 2 Scegli l'offerta tra le opzioni disponibili
- 3 Clicca su 'Attiva l'offerta' e accedi al modulo online
- 4 Sottoscrivi adesione e contratto inserendo i dati richiesti
- 5 Firma e rispedisci moduli che riceverai via mail

**ènostra**  
L'ENERGIA BUONA

[www.enostra.it](http://www.enostra.it)

**Ricorda:** nello step 2/4 seleziona l'opzione Abbonato/Ascoltatore Radiopop

# BILANCIO 2018-2019



## ERREPI S.P.A.

Via Ollearo, 5 | 20155 Milano  
Capitale Sociale | Euro 200.100

## RELAZIONE SULLA GESTIONE DEL BILANCIO CHIUSO AL 31 MARZO 2019

### \_SIGNORI AZIONISTI

L'esercizio al 31 marzo 2019 di Errepi S.p.A chiude con 73.143 euro di utile di bilancio ante imposte. E' il terzo esercizio consecutivo che si chiude con un segno positivo. La criticità della situazione finanziaria è stata mitigata da un grande incremento degli abbonamenti e da un contributo pubblico particolarmente importante. Il Consiglio di Amministrazione affronta il suo triennio con una maggiore serenità grazie al lavoro di risanamento svolto negli anni precedenti che consente oggi il miglior utilizzo delle risorse. Riassumiamo in tabella i dati salienti dell'esercizio:

ESERCIZIO	2015	2016	2017	2018	2019
Utile/Perdita d'esercizio	(174.266)	(71.341)	177.104	57.953	73.143
Plusvalenze varie	(-)	(-)	200.000	(-)	(-)
Cessione di crediti inesigibili e minusvalenze	(107.888)	(52.374)	(32.65)	(37.775)	(12.096)
<b>Ammortamenti</b>	(49.565)	(68.075)	(112.703)	(144.062)	(195.715)
<b>Canoni leasing</b>	(15.795)	(14.120)	(6.704)	(9.756)	(3.356)
<b>Accantonamento svalutazione crediti</b>	(11.393)	(11.327)	(1.503)	(1.266)	(1.200)
<b>Per un totale di:</b>	<b>(76.573)</b>	<b>(93.522)</b>	<b>(120.910)</b>	<b>(155.084)</b>	<b>(-)</b>

### \_CONDIZIONI OPERATIVE E SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ

Il contributo volontario, pari al 9% sul salario lordo, devoluto dai dipendenti (se ne sono astenuti solo 4) alla Società, proseguito per tutto il 2018 fino al 31.03.2019 ha permesso di mantenere inalterato il corpo dei lavoratori e dei collaboratori. La pubblicità è sostanzialmente stabile con un leggero segno positivo dato dalla raccolta nazionale che rispetto all'esercizio precedente aumenta leggermente. La raccolta locale continua a soffrire. L'operazione Traliccio di Valcava si è definitivamente conclusa e con relativo atto notarile si sono definite le diverse quote parte di proprietà delle radio e delle tv che trasmettono da Traliccio ormai stabilmente. Si sono affrontati gli interventi necessari per l'immobile di proprietà, come già annunciato nel precedente esercizio. Al momento i lavori eseguiti sono:

- \_ rifacimento completo dei bagni della redazione, del reparto tecnico, dell'auditorium e parziale sistemazione dei bagni del reparto amministrativo
- \_ completa sostituzione dei mixer e del materiale tecnico di varia natura necessario per lo studio 2. A seguire la stessa operazione si effettuerà per gli studi 1 e 3
- \_ rinnovo App e Sito
- \_ sostituzione aria condizionata in auditorium, posa delle tele oscuranti e completo rinnovo della tappezzeria
- \_ sostituzione cancello di ingresso nel cortile delle Sede con relativo adeguamento alle normative di sicurezza
- \_ sostituzione delle telecamere di controllo agli accessi alla Sede
- \_ trasmettitore di Valcava nuovo. Grande investimento che si ripagherà

con la diminuzione dei consumi. Su Valcava inoltre si segnala il risparmio sul canone di affitto alla Società di gestione El Tower.

Dal mese di aprile 2018 è in corso una collaborazione con il gruppo Altavia. La collaborazione procede su due binari:

- \_ uno legato strettamente alla grafica per comunicazione cartacea e on line ed ai materiali relativi alla festa di giugno.
- \_ l'altro con una attività di team building. A questo proposito sono stati istituiti '5 cantieri' (sede, onda, comunicazione, governance e business model) ai quali dipendenti e collaboratori hanno partecipato con grande disponibilità; il lavoro sta dando ottimi risultati sulla visione di Radio Popolare nel futuro prossimo e di scambio e confronto reciproco.

L'obiettivo è quello di riportare le persone ad essere propositive nei confronti di questa Impresa che appartiene a gran parte di loro.

Confidiamo nel proseguimento di questo percorso con Altavia di arrivare alla realizzazione di obiettivi proposti dai lavoratori stessi.

Tra le iniziative sviluppate nel corso dell'anno ricordiamo:

- \_ La Festa del Ringraziamento il 25 febbraio 2019 presso l'Auditorium Mahler. Serata offerta agli ascoltatori ricca di ospiti tra attori e musicisti.
- \_ Tra le Mediapartner ricordiamo Il salone del Libro di Torino, Fa' la Cosa Giusta presso la Fiera di Milano sul mercato eco sostenibile, Bookpride, Festival dei Diritti Umani presso la Triennale, Memorial Marco Formigoni, Lezioni Antimafia con la Scuola Antonino Caponetto.
- \_ Visite guidate nelle mostre più prestigiose.

\_ Scambi di visibilità con Corriere della Sera, Internazionale e il Manifesto.

Infine per ciò che attiene alla campagna Impresa Eccezionale si è di nuovo superato il tetto del maggior numero di abbonamenti mai avuti da Radio Popolare.

## **\_ FATTI DI RILIEVO ACCADUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO**

Come appena ricordato, stiamo procedendo con il rinnovo degli studi 1 e 3. I '5 cantieri' stanno procedendo e con Altavia abbiamo definito una due giorni di team building il 14 e 15 settembre 2019. Si è svolta la terza edizione della festa 'All You Need is Pop' presso il parco dell'ex O.P. Paolo Pini il 7, 8 e 9 giugno 2019.

Nei primi mesi dell'esercizio 2019/20 sono state stanziate dallo Stato nuove provvidenze per l'editoria e l'emittenza locale relative al 2017. Nel rispetto dei tempi tecnici se ne prevede l'erogazione entro la fine del corrente esercizio 2019/20.

Stiamo inoltre lavorando al rinnovo della infrastruttura informatica:

- \_ sistemi per la connettività locale e internet in sicurezza
- \_ nuovi server e sistemi di storage avanzati
- \_ sistemi software per la messa in onda
- \_ sistemi per la gestione centralizzata e sicura dei posti di lavoro

## **\_ ANDAMENTO DELLA PUBBLICITÀ E DEGLI ABBONAMENTI**

### **\_ PUBBLICITÀ**

Gli introiti pubblicitari di Errepi S.p.A. sono passati da euro 695.774 a euro 706.627 con un aumento di 10.853 euro in valore assoluto

Rileviamo alcuni segnali positivi dalla raccolta pubblicitaria nazionale mentre la locale continua ad essere in perdita

La voce comprende pubblicità nazionale, locale, network, operazione primavera e varie.

Nella tabella vengono riepilogati i dati dell'andamento pubblicitario:

Pubblicità	esercizi 2015	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Importo incassato	782.972	722.916	744.199	695.774	706.627

### **\_ ABBONAMENTI**

Le entrate derivanti dagli abbonamenti passano da euro 1.611.438 a euro 1.654.439 con un aumento di 43.000 euro.

Sul totale delle entrate annue l'ingresso determinato dagli abbonamenti, costantemente in crescita negli ultimi esercizi, ora rappresenta il 49%. Nell'esercizio trascorso gli abbonamenti, che ricordiamo sono atti di liberalità degli ascoltatori verso Errepi S.p.A., con l'inizio della campagna Impresa Eccezionale erano arrivati al massimo storico di 15.862 (Sepa attivi). Al 31 marzo 2019 dopo un anno sono arrivati ad essere 16.713 (Sepa attivi) nuovo massimo storico con un aumento di 851 abbonamenti. Diamo ora conto dell'evoluzione nel tempo della voce relativa agli "Abbonamenti".

Nelle tabelle vengono riepilogati i dati più significativi degli abbonamenti:

Abbonamenti	esercizi 2015	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Importo incassato	1.488.569	1.548.426	1.575.953	1.611.438	1.654.438
% rispetto al totale dei ricavi	57.50	58.00	48.00	58.00	49.00

Abbonamenti	esercizi 2015	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Numero degli abbonamenti SEPA/EX RIDIDATO puntuale di fine marzo)	14.634	14.916	15.019	15.862	16.713

La % degli abbonamenti rispetto al totale dei ricavi è quest'anno inferiore all'anno scorso, nonostante l'incremento avuto con la campagna Impresa Eccezionale, a causa del maggior contributo pubblico legato all'editoria locale che ha notevolmente alzato la voce dei ricavi.

## **\_ RICAVI PER INIZIATIVE ED ALTRI RICAVI**

Accanto alle entrate relative alla "Pubblicità" e agli "Abbonamenti" evidenziamo i "Ricavi da iniziative" e gli "Altri ricavi e proventi":

Nella tabella vengono riepilogati i dati più significativi:

Esercizi	esercizi 2015	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Ricavi da iniziative	111.622	141.468	653.630	216.649	347.556
Altri ricavi e proventi	201.785	181.428	98.496	246.309	682.421
<b>Totale</b>	<b>313.407</b>	<b>322.896</b>	<b>752.226</b>	<b>462.958</b>	<b>1.029.977</b>

Tra le voci presenti in "ricavi da iniziative" sono presenti:

\_ I proventi del Calendario 2019 per euro 18.273, della maglietta 'Impresa Eccezionale' per euro 9.800, delle tazze 'impresa Eccezionale' per 6.800 del libro legato alla trasmissione 37E2 per 2.150 euro, della festa All you need is pop e del concerto di settembre per 47.687 euro, della fine del progetto europeo No Hate Speech 17.744 euro e della vendita dei biglietti della sottoscrizione a premi per 50.306 euro.

\_ Le due iniziative "Garabombo" e "Popogusto": Garabombo per euro 9.279 si è migliorata rispetto allo scorso esercizio, Popogusto per euro 10.738 in netta flessione essendosi ridotte le presenze dei sabati nei chioschi dell'Umanitaria.

\_ Gadget in generale per alcune migliaia di euro

Tra le voci inserite in "altri ricavi e proventi" sono presenti:

\_ Le misure di sostegno previste dallo Stato per le emittenti radiofoniche locali. In base al Regolamento DPR 146/2017 in attuazione delle disposizioni contenute nelle Legge di Stabilità del 2016 - approvati i decreti attuativi nell'agosto 2017 - Radio Popolare è risultata prima in graduatoria per il 2016 con un contributo di 610.169 euro di cui 110.000 contabilizzati nell'esercizio precedente. Questo importante contributo aumenta in maniera considerevole la cifra totale dei ricavi rispetto agli esercizi precedenti

\_ Gli affitti degli spazi al primo piano dell'immobile di via Ollearo e dell'auditorium ammontano a 54.325

\_ I "Viaggi di Radio Popolare" in collaborazione con l'agenzia Viaggi e Miraggi hanno realizzato euro 28.150

\_ Donazioni

## **\_ CLIMA SOCIALE POLITICO E SINDACALE**

La situazione normativa dei lavoratori di Errepi S.p.A è definita dal contratto stipulato dal Coordinamento Aeranti Corallo con i sindacati di categoria che regola il lavoro nelle emittenti radiotelevisive locali. Il rinnovo del contratto nazionale ha previsto dal maggio 2018 la seconda tranche dell'aumento concordato pari a 50 euro lordi che ha portato la retribuzione di ingresso a Radio Popolare ad euro 1.585,13 lordi.

Ad integrazione è al momento in corso di scrittura un contratto integrativo di secondo livello da sottoscrivere con cdr e parti sociali che armonizzi i lavoratori giornalisti e non giornalisti.

L'erogazione nel dicembre 2018 del contributo pubblico all'editoria locale relativo al 2016 ha permesso di sospendere l'autoriduzione sui salari che i lavoratori avevano sottoscritto dal gennaio 2018 fino al dicembre 2019. Dall'1 aprile 2019 i salari sono tornati al 100%.

Per il novembre 2019 è prevista da parte di Errepi S.p.A la restituzione ai lavoratori della autoriduzione sui salari applicata nel 2018.

Al 31 marzo 2019 risultano assunti 40 dipendenti di cui 5 a tempo determinato. L'organico medio dell'anno è di 37 dipendenti.

## ANALISI DEL BILANCIO

### SITUAZIONE PATRIMONIALE

La movimentazione dei principali aggregati patrimoniali è stata la seguente:

Attivo	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Immobilizzazioni	3.811.683	3.993.827	3.992.463	4.174.669
Attivo Circolante	517.284	520.786	347.482	508.330
Ratei e riscontri	384.027	241.363	353.647	29.189
<b>Totale dell'attivo</b>	<b>4.712.994</b>	<b>4.728.976</b>	<b>4.693.592</b>	<b>4.712.188</b>

Passivo	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Patrimonio netto	1.555.228	1.732.333	1.764.023	1.811.983
Debiti e TFR	3.157.766	2.968.251	2.913.783	2.874.486
Ratei e riscontri		28.392	15.786	25.719
<b>Totale del passivo e patrimonio</b>	<b>4.712.994</b>	<b>4.728.976</b>	<b>4.693.592</b>	<b>4.712.188</b>

Vi è da evidenziare che il patrimonio netto è di 1.811.983 euro, i debiti comprendono il mutuo dell'immobile di via Ollearo e il mutuo per costruzione del traliccio in Valcava. L'attivo circolante è di 508.330 euro.

### SITUAZIONE ECONOMICA - RICAVI

Il totale dei ricavi è passato da euro 2.770.170 a euro 3.395.951 con un aumento in valore assoluto di euro 625.781 legata al contributo pubblico per l'editoria locale del 2016 erogato nel dicembre 2018 e al prosieguo della campagna abbonamenti 'Impresa Eccezionale'

I ricavi sono rappresentati nella tabella sottostante.

Ricavi	esercizi 2016	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Abbonamenti	1.548.426	1.575.953	1.611.438	1.654.439
Pubblicità radiodiffusa	798.269	744.199	695.774	706.627
Ricavi da iniziative	141.468	653.630	216.649	347.557
Proventi diversi	181.428	98.496	246.309	682.421
Plusvalenza permuta frequenza	0	200.000	0	0
<b>Totale dei ricavi</b>	<b>2.669.591</b>	<b>3.293.091</b>	<b>2.770.170</b>	<b>3.395.951</b>

Si evidenzia un aumento di 43.000 euro della voce abbonamenti.

## COSTI

Il totale dei costi è passato da euro 2.738.481 a euro 3.347.990 con un aumento rispetto allo scorso esercizio pari a 609.509 da imputarsi ad una complessiva lievitazione dei costi per servizi.

Il costo del lavoro è salito di circa 117.000 euro per effetto del passaggio dal contratto di solidarietà (riduzione del 20% dei salari dei lavoratori) all'autoriduzione scelta dai lavoratori (riduzione del 9% dei salari) e per l'inserimento a costo della restituzione dell'autoriduzione del 2018 dei lavoratori in favore di Errepi S.p.A.

L'articolazione dei costi può essere così rappresentata:

Costi	esercizi 2017	esercizi 2018	esercizi 2019
Costo del lavoro			
Lavoro dipendente	1.127.00	1.171.276	1.324.206
Collaborazioni	302.426	270.485	234.737
<b>Totale</b>	<b>1.429.426</b>	<b>1.441.761</b>	<b>1.558.943</b>
Spese generali-Oneri di gestione	910.958	939.109	1.009.736
Ammortamenti e Accantonamenti	81.436	113.420	165.073
Ammortamenti immateriali	31.267	30.642	30.642
Interessi passivi/oneri finanziari	141.042	139.824	138.089
Spese iniziativa Festa (40 anni)	456.594	36.596	409.885
Canoni di concessione	7.874	7.789	7.840
Variazione riman. magazzino	(-7.950)	1.810	1.400
Svalutaz. crediti attivo circolante	1.503	1.266	1.200
Irap e imposte sul reddito	32.345	26.264	25.182
<b>Totale dei costi</b>	<b>3.084.495</b>	<b>2.738.481</b>	<b>3.347.990</b>

Vi è stato un aumento di 51.600 euro per ammortamenti materiali (Valcava e immobile della Sede).

Il costo del lavoro, si attesta attorno al 47% del totale dei costi.

### SITUAZIONE FINANZIARIA

Il debito è rappresentato:

- \_ per 839.974 euro dal mutuo sull'immobile di via Ollearo
- \_ per 286.258 dal mutuo per il progetto Valcava
- \_ per 437.061 euro da debiti verso fornitori
- \_ per 389.966 euro dall' esposizione debitoria netta verso le banche entro i 12 mesi. L'attivo circolante che nel precedente esercizio era pari a euro 347.482 ammonta, alla data di redazione del Bilancio, ad euro 508.330.

### DESTINAZIONE DEL RISULTATO D'ESERCIZIO

Si propone all'assemblea di destinare l'utile netto dell'esercizio di euro 47.961 così come segue: a riserva straordinaria.

**Amministratrice Delegata del Consiglio di Amministrazione**

**Catja Giarlanzi**

300.000 ore in trasmissione,  
150.000 ascoltatori ogni giorno

---

**L'IMPEGNO PER LA LIBERTÀ  
DI ESPRESSIONE NEL CUORE  
DI 17.000 ABBONATI.**

---



 **Radio  
Popolare**

*l'impresa*  
**ECCEZIONALE**

**DA 43 ANNI UN  
PROGETTO INSIEME.**

**90 EURO ALL'ANNO,  
PARTECIPA ANCHE TU.**

Abbonati su **radiopopolare.it**