



La storica emittente modenese TRC sbarca a Bologna con una redazione dedicata, un rapporto privilegiato con le cooperative e un palinsesto 'regionale'. Parla il direttore Ettore Tazzioli

Un accento inconfondibile

di Enzo Chiarullo

Fiocco azzurro a Bologna per l'arrivo della nuova redazione di TRC, che per l'occasione ha fatto un approfondito restyling dell'immagine di rete (scegliendo il colore azzurro, appunto), rinnovando il logo, a cui è stato aggiunto un accento, quello emiliano, inconfondibile, che nelle diverse sfumature caratterizza la conduzione e il bacino d'utenza di questa nota e apprezzata emittente televisiva radicatissima a Modena.

Abbiamo incontrato Ettore Tazzioli, che di TRC è il direttore da circa 3 anni (dopo una lunga esperienza nella carta stampata, avendo lavorato per 'Il Resto del Carlino' occupandosi per il

nazionale di interni, esteri ed economia), e con lui abbiamo approfondito il nuovo corso dell'emittente, anche alla luce dell'avvio dei lavori nella nuova sede bolognese, all'indomani del debutto sul territorio in occasione dell'inaugurazione del Mercato di Mezzo, uno spazio del centro storico riqualificato e dedicato alla promozione dell'enogastronomia locale: in questo caso TRC era emittente ufficiale dell'evento. Ecco cosa ci ha raccontato Tazzioli...

Qual è dunque il 'senso' del vostro approdo a Bologna dalla vicina Modena?

In realtà intendiamo promuovere un palinsesto regionale, diversificato a livello locale solo per quanto riguarda i Tg. La decisione di coprire il territorio regionale è di due anni fa. Tradizionalmente leader sul territorio modenese da 35 anni, TRC era pronta con il digitale terrestre ad uscire dai suoi confini tradizionali per allargare il suo bacino d'utenza ad una dimensione regionale.

È un'operazione strategica per la raccolta pubblicitaria, visto che in questo modo vi rivolgerete a un territorio e a un pubblico più ampi?

Sì, ai nuovi investitori TRC offre un palinsesto fatto di informazione autoprodotta, il che significa costruire le redazioni con giornalisti veri, in grado di offrire una sintesi ragionata di ciò che avviene nel territorio regionale. È questa la cosa che ho voluto e istituzionalizzato: nell'era della polverizzazione dell'ascolto il nostro asset, a garanzia di futuro, è essere 'la Tv dell'informazione'. Se è vero ciò che dicono gli addetti ai lavori, ovvero che il futuro sta nella tematizzazione, la nostra tematizzazione è l'informazione legata al territorio.



Un bel salto di qualità. La nuova sede bolognese di TRC, che si affianca a quella di Modena, segnando l'espansione dell'emittente emiliana.

Non è che pensiamo di aver inventato l'acqua calda, ma ciò che proviamo a fare è qualcosa di molto serio e di qualitativamente alto: abbiamo una struttura di 35 persone (comprese tutte le sedi), negli ultimi tre mesi ho assunto con contratto a tempo indeterminato 10 giornalisti e l'organico non è ancora a regime. Intendiamo coprire in modo serio e capillare un territorio ampio che comprende tutto l'alveo della via Emilia, evitando il più possibile l'errore di fare riferimento solo alla località in cui si ha sede.

Per fare questo abbiamo realizzato format originali e autoprodotti sui temi dell'economia, dello spettacolo, della cultura, del cibo... Sono tutte cose che "viaggiano" lungo la via Emilia e basta intercettarle una volta per creare contenuti interessanti per tutto il territorio. Quello che invece non viaggia lungo la via Emilia - avendo "dazi" locali - sono le news, quelle te le devi andare a cercare e confezionare di località in località.

Ci sono esperienze importanti a cui facciamo riferimento, per esempio il taglio locale offerto dal quotidiano 'Il Resto del Carlino', con le sue pagine dedicate ai territori provinciali, ma esiste anche l'esperienza di È Tv, con il suo approccio regionale. Non ci possiamo certamente considerare originali e neppure intendo annunciare che apriremo una redazione in ogni città (poiché sarebbe uno sforzo insostenibile), tuttavia sappiamo bene che non esistono news di interesse meramente regionale (salvo cibo, economia e cultura, a cui dedichiamo i nostri programmi specifici) e ho quindi bisogno di essere più presente sul capoluogo.

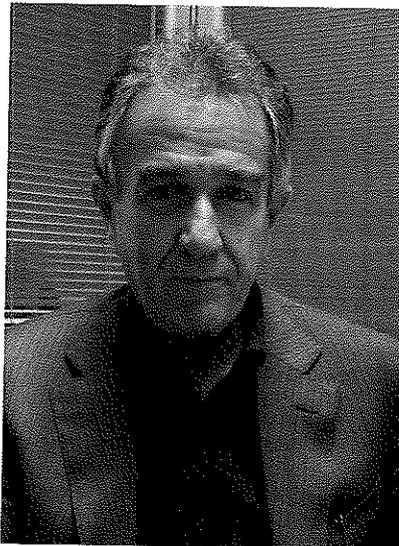
Bologna sarà presto Città Metropolitana e ha bisogno di noi per farsi accettare come capoluogo anche negli altri territori regionali: ritengo che una Tv locale sia lo strumento più efficace per parlare con le comunità extracittadine.

Cosa intendete fare per farvi notare dai telespettatori del Bolognese?

Già ora, senza avere fatto particolari exploit on-air, siamo percepiti come punto di riferimento televisivo regionale, ce lo confermano i numeri dei dati Auditel che ci premiano come primi in regione e partiamo quindi da una buona base. La conferma della qualità della nostra scelta editoriale viene dal fatto che è stato sufficiente lanciare il segnale fuori dal territorio per avere subito credito da parte dei telespettatori e questo dipende certamente dai contenuti: chiunque si sintonizzi su TRC (siamo al canale 15 dell'LCN) trova un format curato da un giornalista, con taglio informativo, non trova teleshows (fino a prova contraria siamo i primi tra le Tv locali di dimensione paragonabile alla nostra ad avere eliminato al 100% le teleshows, privilegiando altri modelli di marketing e la tabellare), bensì solo format autoprodotti su temi generali che possono essere interessanti sia per il telespettatore di Reggio Emilia sia per quello di Imola (riscontra molto successo per esempio "Su la Zampa", il nostro programma dedicato agli animali domestici).

Puntiamo, come dicevo, sull'informazione offrendo all'investitore pubblicitario la possibilità di abbinare il suo

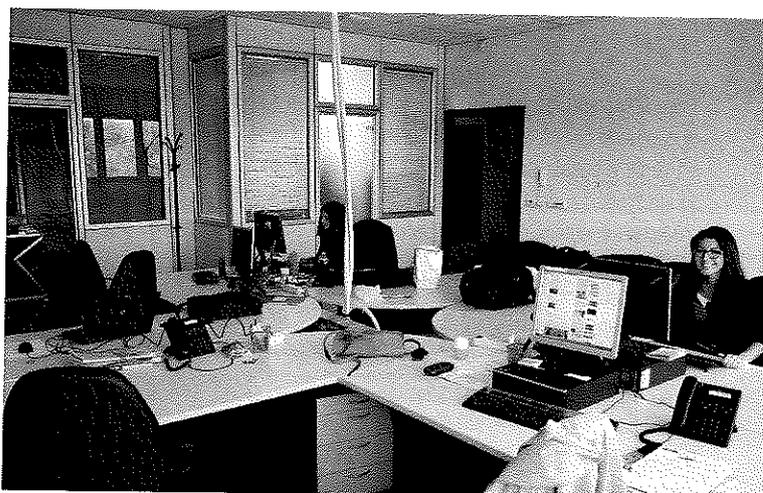
Ora c'è l'accento. Enrico Tazzioli, direttore dell'emittente emiliana TRC, che ha adesso cambiato anche 'look', abbandonando il logo con il classico 'canarino giallo'.



marchio ad un palinsesto ben congegnato e giornalmisticamente accurato e, per l'approccio alle realtà aziendali, abbiamo trovato un canale diverso che consente al nostro commerciale di mettere a valore la vasta area di fornitori della Grande Distribuzione Organizzata dei supermercati Coop. Il nostro editore (e proprietario al 100%) è infatti Coop Estense, editore che considero d'eccezione, vista la scarsissima invadenza, che ha appoggiato la realizzazione di format orientati al mondo "consumer", come "Buone Cose", un programma settimanale che mette in comunicazione chi produce con chi consuma, oppure "Custodi della natura", affidato a Federico Fazzuoli (ex 'Linea Verde' Rai), che ovunque vada viene riconosciuto e apprezzato, anche se nel suo caso l'accento è diverso.

Quindi che Tv hai deciso di fare adesso che siete usciti dai confini modenesi?

Stiamo molto attenti a separare l'informazione dalla pubblicità, al punto che siamo usciti immuni dal recente scandalo scoppiato in zona degli spazi Tv comprati o mascherati, ma in virtù del rapporto con Coop possiamo avere nel nostro portafoglio-clienti (per la tabellare) anche grandi gruppi, che di solito snobbano le locali, oppure otteniamo



Una novità nell'emittenza della regione. La redazione bolognese di TRC al lavoro. La Tv della Coop Estense con sede centrale a Modena avrà ora una dimensione regionale, con un palinsesto che possa interessare l'intera regione ma con news articolate a livello provinciale, per adesso a Modena e Bologna. In queste pagine, altre immagini inerenti i nuovi studi felsinei di TRC.



l'incarico di Tv ufficiale per la copertura di roadshow di marchi importanti.

La decisione di aprire una redazione a Bologna nasce dalla convinzione che l'attuale copertura televisiva della città non sia ancora del tutto adeguata alla realtà cittadina (fatta eccezione per lo sport). Ritengo ci siano spazi per una proposta alternativa come la nostra e siamo partiti con cautela, come un piccolo diesel, ma sono certo che gradualmente la gente che entrerà in contatto con noi avrà modo di apprezzarci e di fidelizzarsi.

Sono finiti i tempi in cui la gente conosceva il palinsesto di ogni Tv e ti veniva a cercare, oggi chi incappa facendo zapping sul nostro canale trova sempre cose interessanti e fatte bene, e con il tempo saprà apprezzare la nostra linea e le nostre produzioni.

Non abbiamo ancora fatto annunci eclatanti e, nonostante la grande aspettativa in città, siamo partiti un po' sottovoce, con una piccola redazione di 8 giornalisti, 3 tecnici in sede + collaborazioni esterne in base alle esigenze, in una sede non

certo faraonica ma con tutti i confort. A questo proposito intendiamo approfondire anche qui a Bologna la scelta già fatta a Modena di non avere studi fisici bensì virtual set da adattare alle diverse esigenze. Questa opportunità offerta dalla tecnologia ha consentito nel corso del 2013 una sorta di benefica esplosione del nostro palinsesto: oltre i Tg e i Tg Sport abbiamo oggi 27 format a rotazione settimanale (con qualcosa di quotidiano), tutti autoprodotti, di cui il 90% fatto con virtual set, sia in caso di ospiti in studio sia quando c'è solo un conduttore.

Quando io sono arrivato alla direzione dell'emittente ho trovato una Tv che giocava le sue carte dal primo pomeriggio, mancava la diretta al mattino (scelta costosa ma scarsamente redditizia). Ho deciso di introdurla, perché la ritengo una sorta di marchio di qualità per chi come noi punta molto sull'approccio giornalistico e questa scelta sta raccogliendo frutti. Infatti, 'Freschi di stampa', il nostro format di rassegna stampa fatto con il lavagnone touch screen, ci ha consentito di raggiungere i 17mila contatti nella fascia oraria 7 - 9 in tre mesi, creando una base di ascolto per il programma in diretta "Detto tra noi", che realizziamo a Modena in uno studio tradizionale, in onda fino alle 12.30, con ospiti in studio e la conduzione di un giornalista su temi "generalisti".

L'emissione del segnale avviene da Modena, anche per le produzioni bolognesi, che utilizzano un ponte (ridondato su fibra ottica); questo perché siamo una sola Tv: una Tv regionale con un accento inconfondibile (come dice il nostro claim), siamo emiliani e intendiamo ribadirlo. Dopo tanti anni di "uccellino", abbiamo recentemente cambiato logo e immagine d'antenna (affidando il lavoro allo studio Suelo di Francesco Ricci) e il cambiamento è stato subito apprezzato dal pubblico.

Offriamo un palinsesto unico per tutta la regione, cambiano solo le news ovvero i Tg, uno centrato su Modena e uno su Bologna (alle 14 e alle 19.30, con qualche forma di replica). L'Emilia centrale vede quello di Modena, mentre l'area bolognese e parte della Romagna vedono quello di Bologna. La sede di Bologna non fa solo il Tg ma anche alcuni format, come 'Applausi' (il settimanale dedicato a spettacoli e cultura) e 'Via Emilia Net' (economia, abbinato anche all'apposito

Una piccola scheda tecnica

Ecco il materiale usato per la realizzazione della regia e dello studio della nuova sede di TRC a Bologna (via Nanni Costa 12).

La regia è basata sul Tricaster 8000 della NewTek, per gestire i virtual set. Inoltre, mixer audio Soundcraft Si Expression (5 microfoni bodypack AKG DPT 700 con capsule microfoniche Sennheiser MKE40 e un "gelato" sempre AKG; questi entrano nel mixer in AES/EBU grazie a 3 ricevitori AKG DSR 700). Matrice BlackMagic 40x40 con vari convertitori da analogico a digitale (SDI embedded) e viceversa.

Grafica ClassX. Luci: centralina Coemar Director 768 (che controlla 20 Par Led e 11 Riga Led) per l'illuminazione omogenea del set e del fondale.

In studio, 6 telecamere JVC GY-HM750, di cui una con ottica grandangolare. Per l'uscita del segnale TBC ForA FA-9500 per il passaggio da HD a SD, rimanendo però in 16:9. TRC dispone poi di un altro TBC (sempre FA-9500) usato per la ricezione di segnali dalla sede di Modena o da altre fonti.

Per l'editing, 3 postazioni in cui sono installate 3 licenze di Vegas 12 e una suite di Adobe, con l'ultima versione di Premiere, Photoshop e After Effects.

TRC SBARCA A BOLOGNA

portale Web). Proprio in questi giorni abbiamo curato l'inaugurazione del Mercato di Mezzo: eravamo l'emittente ufficiale per conto di Coop Adriatica (principale sponsor del Mercato di Mezzo).

Quindi c'è una sorta di accordo tra le due Coop oppure anche Coop Adriatica intende entrare nella compagine societaria di TRC?

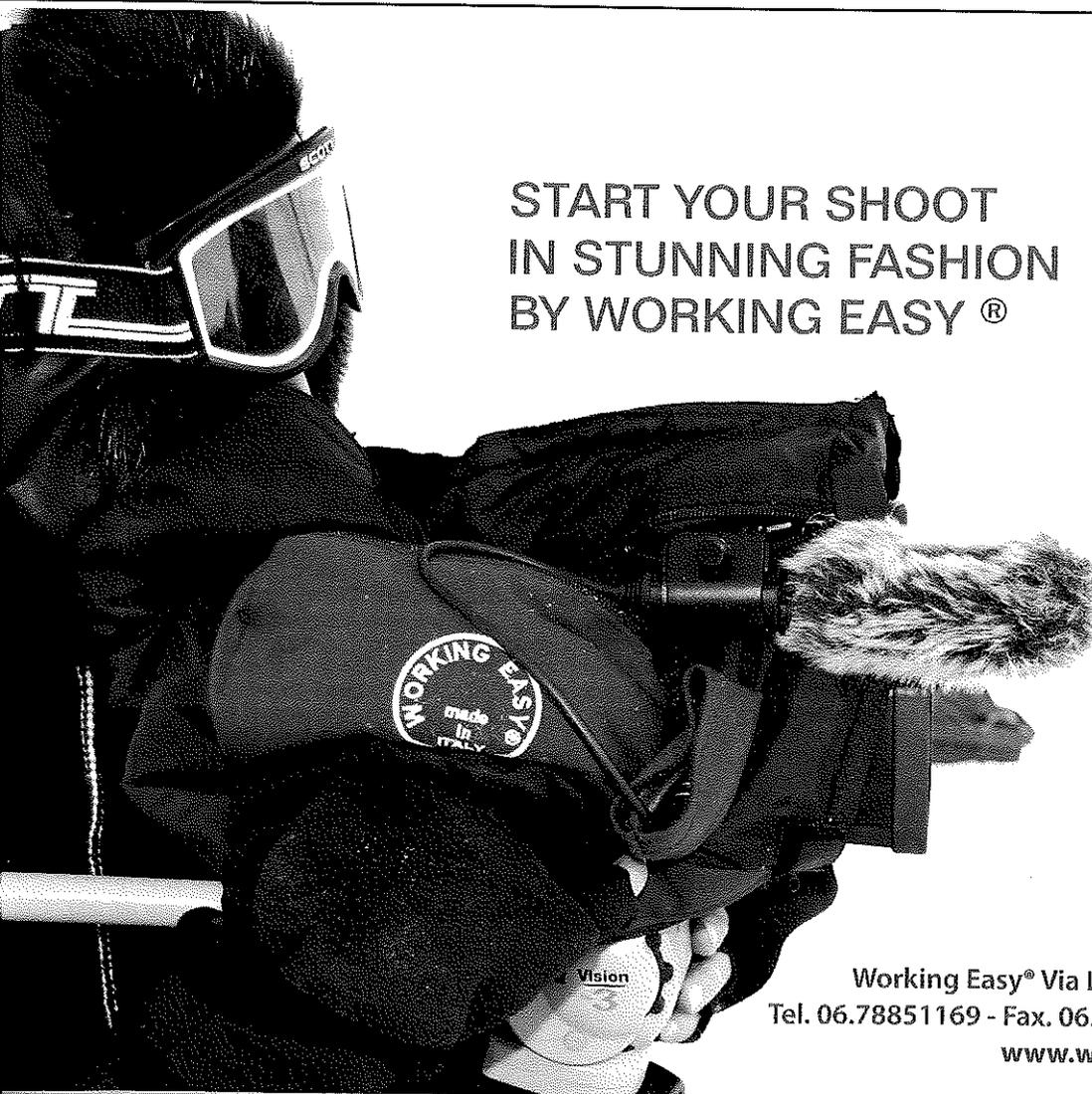
Non è all'ordine del giorno che si allarghi la compagine societaria di TRC ma vedremo nel tempo se ci saranno nuovi interessi. Coop Estense è l'editore di TRC e ne è proprietaria al 100%; aprendo una redazione su Bologna - area di pertinenza di Coop Adriatica - abbiamo avviato una partnership non di tipo societario ma di collaborazione con la Coop locale, così come con altri soggetti.

Per le stesse ragioni siamo coinvolti in FICO (Fabbrica Italiana Contadina), un progetto come minimo di caratura nazionale che nasce e parte da Bologna e con noi ha già un'emittente di riferimento. In questa fase siamo partiti un po' in sordina: questo periodo fino a settembre ci servirà per 'prendere le misure'. Con l'inizio della stagione invece saremo pronti per farci conoscere e stiamo lavorando all'organizzazione di un grande evento di fine estate in centro a Bologna. A differenza di altre emittenti locali non

abbiamo una stazione radiofonica collegata (Radio TRC in realtà c'era ma è stata chiusa qualche tempo fa; N.d.R.) ma abbiamo avviato, nella più rigorosa autonomia reciproca, un proficuo rapporto di collaborazione con Radio Bruno, a cui ci sentiamo vicini per l'approccio regionale e per la serietà professionale. Tra le novità, vorrei ricordare anche il recente debutto di "Mirella nel paese del bel canto", un format dedicato alla lirica prodotto nella scuola internazionale di canto che Mirella Freni ha a Modena.

Abbiamo anche 2 siti web per integrare l'emissione televisiva: si tratta di trc.tv, sito di notizie e di video (piattaforma video con streaming tv di ciò che va in onda in quel momento e vod) e di viaemilia.net (portale tematico dedicato ad economia e finanza, molto visitato dalla community degli addetti ai lavori) legato al programma cui accennavo prima. Questa è anche una delle due trasmissioni che conduco personalmente (insieme a 'Nautilus'). Dal 28 febbraio 2011 sono nati anche i canali Trc 2 Sport (visibile sul canale 185) e Trc 3 Cultura (297), mentre VMT, VideoModenaTelestar, è da molti anni la rete gemella di Trc, visibile sul canale 96. Su VMT trovano spazio, accanto a una selezione delle produzioni di TRC, anche trasmissioni dedicate alla musica e alla pallavolo femminile. Tra le novità anche VMT 2, che si trova sul canale 215 e VMT 3 S&C, sport e cultura, sul canale 618. ■

START YOUR SHOOT
IN STUNNING FASHION
BY WORKING EASY®



Working Easy® Via Lidia, 37/39 - 00179 Roma
Tel. 06.78851169 - Fax. 06.78140699 - info@workingeasy.it
www.workingeasy.it