

Cronistoria di un video che vuole infangare il ricercatore italiano



Pochi giorni prima del 29 aprile, quando era attesa l'udienza preliminare (poi rimandata al 25 maggio) per i quattro agenti dei servizi egiziani imputati nella tortura e omicidio di Giulio Regeni, un misterioso video è iniziato a circolare su YouTube. Privo inizialmente di una firma, una casa di produzione, una identità chiara, il video si presentava come un documentario giornalistico, una sorta di "inchiesta" sul ricercatore italiano brutalmente ucciso in Egitto. Il video, intitolato "The story of Regeni", malgrado l'aspetto che denotava una discreta capacità di produzione (segue il classico format documentaristico che alterna interviste a ricostruzioni sul campo) e malgrado la presenza di intervistati italiani piuttosto altisonanti (in particolare, l'ex consigliere militare del governo D'Alema, il generale Dino Tricarico, più due ex ministri, Maurizio Gasparri ed Elisabetta Trenta, oltre al giornalista Fulvio Grimaldi) si rivela quasi subito per quello che è: un'operazione di propaganda e depistaggio con l'obiettivo di screditare la figura di Regeni, e mandare un messaggio intimidatorio

all'Italia.

Come scrive Giuliano Foschini su [Repubblica](#), questo filmato racconta “una storia falsa, smentita dagli atti di cinque anni di indagini della magistratura italiana: allontana ogni responsabilità sui militari egiziani e lancia ombre sull'attività del ricercatore italiano al Cairo, ombre ampiamente già categoricamente smentite dall'inchiesta italiana, con Regeni che viene raccontato come sostanzialmente un fiancheggiatore dei Fratelli Musulmani; accusa la procura di Roma; lancia un messaggio chiaro a tutto il Paese: il processo a carico dei cinque agenti della National security, che sta per cominciare in queste ore a Roma, potrebbe compromettere definitivamente i rapporti commerciali tra i due Paesi. In sostanza, il documentario è uno spot al governo di Al Sisi. Uno strumento, l'ennesimo, di depistaggio e di contronarrazione per cercare di depistare e alterare il flusso delle indagini”.

Ma prima di procedere ricordiamo **a che punto siamo con l'indagine italiana**. Il 29 aprile ci sarebbe dovuta essere l'udienza preliminare a carico del generale Sabir Tariq, dei colonnelli Usham Helmi e Athar Kamel Mohamed Ibrahim e di Magdi Ibrahim Abdelal Sharif. “I quattro, appartenenti ai servizi segreti egiziani, sono accusati del sequestro, delle sevizie e dell'omicidio del ricercatore italiano, il cui corpo è stato ritrovato il 3 febbraio del 2016 ai bordi della Alexandria Desert Road, al Cairo”, [scrive](#) Andrea Ossino su Repubblica. Ma a causa di un legittimo impedimento di un avvocato, che sarebbe entrato in contatto con una persona positiva al Covid, l'udienza è stata rinviata.

Tutta la storia sulla produzione e diffusione del video apre molti interrogativi

Il video è stato messo online su YouTube il 26 aprile, su un

canale aperto il 22, senza attribuzioni di sorta. E poi su una pagina Facebook, [The Story of Regeni](#), da cui sono partite varie inserzioni rivolte a un pubblico italiano (e qui c'è un [utente](#) italiano che segnala di averne ricevuta una). Una delle inserzioni iniziava così: "Il primo documentario che ricostruisce i movimenti strani di Giulio Regeni al Cairo". Il canale e la pagina in questione oggi non esistono più, sono state cancellate. Nel mentre su Twitter, tra il 27 e 30 aprile, vari account egiziani [promuovevano](#) il "documentario" come una interessante e rivelatrice inchiesta sulla vicenda.

Per quanto misteriosa la mano dietro al documentario, **restava il fatto che qualcuno era tranquillamente riuscito a intervistare i suddetti politici**. Wired Italia si è messa in contatto telefonico con la persona che ha realizzato le interviste agli italiani coinvolti, che ha chiesto di mantenere l'anonimato dicendo: "Mi hanno mandato le domande e io le ho fatte. Ho fatto il lavoro e rimandato il materiale". "Non è stato però lui a prendere contatto con gli intervistati italiani – [scrive](#) Davide Ludovisi su Wired – bensì un certo Mahmoud Abd Amid, che si è presentato come "rappresentante di Al-Arabiya in Italia". Eppure non c'è alcun riscontro di una sua collaborazione con l'emittente saudita. Abd Amid ha contattato l'ex ministra Elisabetta Trenta, per esempio – anch'ella comparsa nel video – usando un indirizzo Gmail ora non più attivo".

Versione confermata anche a Repubblica, cui la Trenta dichiara: "Sono stata vittima di un raggio, mi ha contattato un giornalista che si è presentato come di Al Arabiya in Italia ed è venuto, con due operatori, in un'università. Si sono presentati con una mail". "Egregia professoressa – si legge – la nostra troupe è a Roma per svolgere un film documentario sui rapporti diplomatici ed economici fra Italia ed Egitto. Dopo aver effettuato molte interviste a riguardo credo che la Sua sarebbe fondamentale nella finalizzazione del progetto". "Chiesi espressamente – dice la Trenta oggi a

Repubblica – che non si parlasse di Regeni. Me lo assicurarono. Ed effettivamente nulla mi fu chiesto. Poi ieri mi hanno mandato questo documentario... Questa schifezza vergognosa”.

All'ex generale Tricarico invece gli operatori si sarebbero presentati come un giornalista egiziano di Al Jazeera, riferiva Wired. Che già il 30 aprile indirizzava invece i sospetti verso una meno nota, ma ben connotata tv egiziana: “Prima di diventare telefonicamente irraggiungibile, il giovane intervistatore ci ha detto di collaborare come freelance con Al Jazeera, Al Arabiya e Ten. Non ci ha voluto dire chi gli ha commissionato la produzione, ma è stato molto fermo su un punto: Al Jazeera e Al Arabiya non c'entrano nulla. Su Ten invece ha glissato”.

Sospetti che sono stati confermati intorno al 30 aprile quando, mentre venivano chiusi i primi canali e pagine aperti per diffondere il video, **la tv egiziana TeN TV iniziava a [pubblicizzarlo](#), questa volta con tanto di logo**, su tutti i suoi canali social, postando anche decine di spezzoni e commenti sulla sua pagina Facebook. (Mentre la messa in onda sul canale era prevista per la sera del 30 – [TPI](#)).

TeN TV, [scriveva](#) tempo fa il manifesto, è un canale privato vicino ai servizi di intelligence del regime, già protagonista di plateali offensive mediatiche contro difensori dei diritti umani. Un canale pro-militari e pro-governo, secondo il saggio *Media, Revolution and Politics in Egypt*. Controllata dai servizi segreti, secondo l'analista politico Maged Mandour su [Open Democracy](#).

Ora, alcune note e domande.

Il video è apparso non solo in concomitanza con l'udienza in Italia ma anche con l'uscita, qualche giorno prima, di un altro documentario sull'uccisione di Regeni, di tutt'altro tenore (dove compaiono testimoni che [accusano](#) i militari

egiziani), fatto da ArabyTv (Fadaat media), trasmesso il 22 aprile, e intitolato "Giulio Regeni, The buried facts". Tanto che su Twitter sembra esserci [traccia](#) di questa contrapposizione.

Chiarita l'attribuzione a TeN TV (ma non le modalità della sua prima diffusione in sordina), resta da capire come abbiano fatto gli organizzatori a farsi passare per altro, raggiungendo persone di così alto profilo che, stando alle loro stesse dichiarazioni, almeno in alcuni casi, ritenevano di parlare con interlocutori del tutto diversi da quelli effettivi e per un documentario di altra natura.

Perchè a Piazza Affari solo meno della metà delle quotate supera l'esame sostenibilità



Il primo Esg report sulla compliance della Materiality Map di

SASB (Sustainability Accounting Standards Board) del mercato di Borsa Italiana; positivo il test sul capitale umano molto meno quello sulla Leadership & Governance

Circular economy: arriva il primo collant nato dal riciclo delle bottiglie di plastica



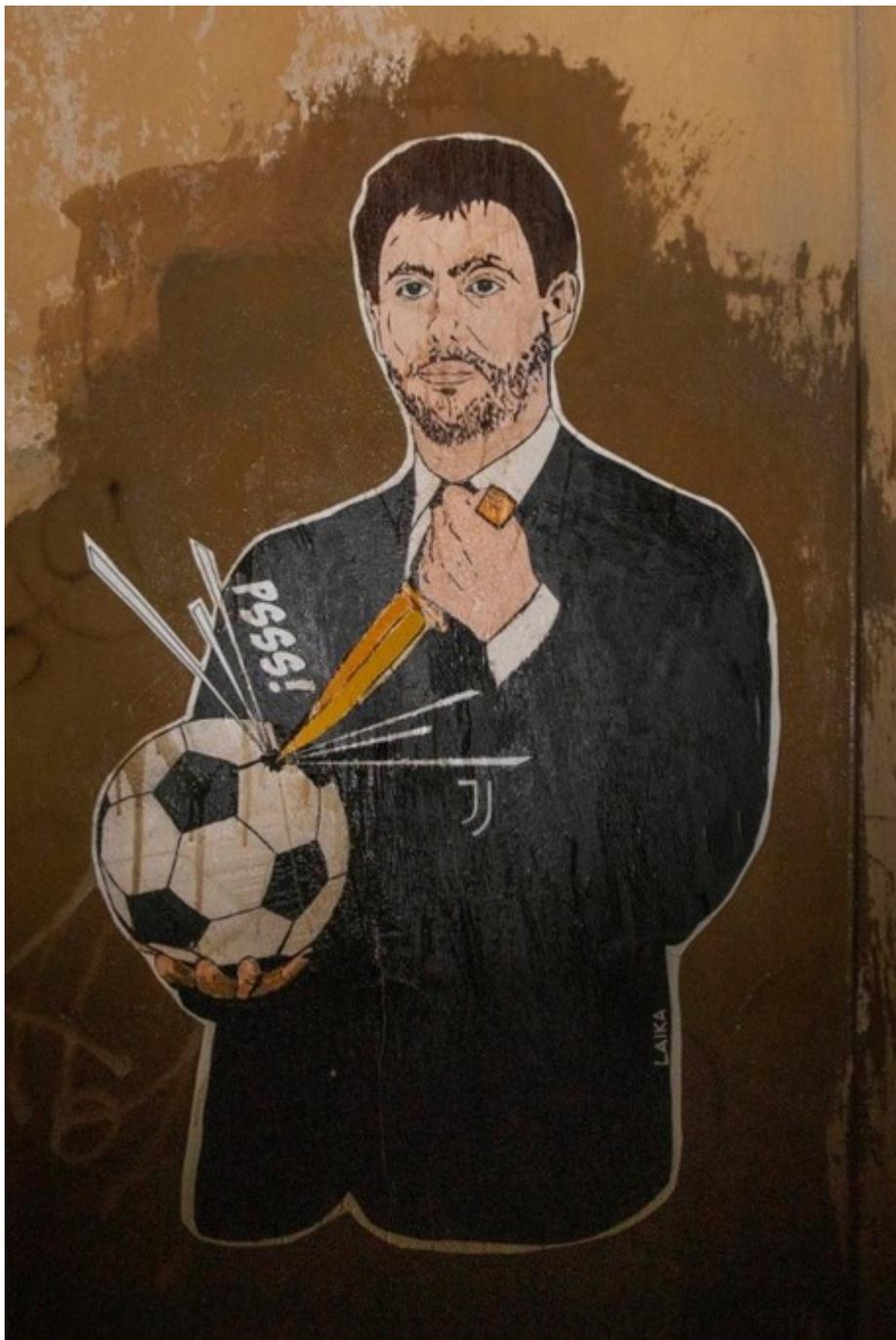
Dalla collaborazione tra RadiciGroup e Csp International nasce il primo collant made in Italy prodotto attraverso il riuso

del Pet. “Oroblù save the oceans” è realizzato con Repeating, il nuovo filato di poliestere ottenuto mediante un processo circolare che consente anche di abbattere le emissioni di CO2 e ridurre i consumi di acqua ed energia

Deliveroo crolla al debutto in Borsa, fondi e investitori stanno con i rider

I mercati non si fidano: il trattamento dei fattorini non è allineato alle strategie di investimento responsabile

“CRISIS” SUPERLEGA, I CLUB TRAVOLTI DALLE POLEMICHE: SULL’INADEGUATEZZA DI ANDREA AGNELLI, E ALTRE STORIE



Superlega: un caso da manuale di pessimo crisis management, con le inevitabili ricadute sulla reputazione dei protagonisti

Ieri sera, dietro la sede della FIGC a Roma, in via Giulio Caccini, è stato [realizzato un murales](#) che raffigura Andrea Agnelli, con un coltello che buca un pallone: il Presidente della Juventus è ritenuto responsabile – assieme a Florentino Perez del Real Madrid – del lancio del criticatissimo progetto “Superlega”, assunto in questi giorni agli onori delle cronache nazionali e internazionali. Il murales in questione è stato realizzato dalla street artist Laika MCMLIV, che ha

chiamato l'opera "La morte del calcio", aggiungendo peraltro:

"Il tentativo di creare una competizione a invito riservata ai club più ricchi è la morte dei sogni dei tifosi di tutto il mondo. Lo sport dovrebbe insegnare che con la fantasia, il talento e l'allenamento tutti possono provare a vincere. La Superlega, in nome di un business sempre più monopolizzato, sconfessa definitivamente questo sogno. L'idea che sia stato pensato fa paura perché tutto ciò non riguarda solo il calcio".

Crisis Superlega: una breve cronistoria

Riepilogando quanto accaduto, per i pochi che non avessero seguito la polemica, si tratta del progetto di avvio di una competizione a cadenza annuale per una decina di Club calcistici alternativa alla Champions League, che avrebbe riunito alcune tra le migliori squadre europee in una sorta di campionato di super élite, organizzato autonomamente dai Club promotori. L'UEFA, in risposta, ha minacciato una causa milionaria contro tutti i club che avessero aderito al progetto, nonché esclusione degli stessi dalle competizioni ufficiali (Champions ed Europa League) come anche dei loro giocatori dalle Nazionali e da tutte le competizioni UEFA e FIFA, generando una rapida escalation a colpi di comunicati stampa che ha portato il tema *Super Lega* ad essere negli ultimi 3 giorni *trend-topic* oltre che su mass-media tradizionali anche e soprattutto su tutte le più importanti piattaforme digitali.

Un progetto, quella della *Super League*, durato il tempo di un respiro: a mezzanotte di domenica scorsa venne diffuso [il comunicato che ne annunciava la costituzione](#), stanotte (il martedì successivo) alle 2 i promotori hanno [ufficializzato la sospensione del piano](#) a tempo indeterminato, di fatto prendendo atto del naufragio dello stesso.

Naufragio – un’ennesima volta – attribuibile in larga parte dall’ignoranza, da parte dei protagonisti della contesa, dei più elementari principi di reputation management e di crisis communication, ampiamente documentati in letteratura; a dimostrazione, una volta di più, che il “dimensionamento” dell’organizzazione (in questo caso alcuni dei più noti e prestigiosi Club calcistici del mondo) non va necessariamente d’accordo con l’efficacia e l’efficienza nella gestione di scenari critici, in grado di pregiudicare tangibilmente il valore per gli azionisti – confermato anche dal crollo in borsa delle azioni Juventus, arrivate a toccare il -13% in un’unica giornata – e in generale per tutti gli altri stakeholder.

Cattiva comunicazione e tono di voce arrogante: la tempesta perfetta

Criticità, quelle sopra richiamate, emerse peraltro fin dal primo momento, con una comunicazione dal *tone of voice* tendenzialmente arrogante: Agnelli ha provato fino all’ultimo a difendere la Super Lega, dichiarando in un’intervista pubblicata ieri mattina su Repubblica e Corriere dello Sport “*Andiamo avanti, c’è un patto di sangue tra noi*”, per poi ammettere poche ore dopo – con evidente carenza di coerenza – che non vi erano più le condizioni per proseguire nel progetto.

In realtà, la mancanza di compattezza granitica dei pool di Club coinvolti è emersa con estrema chiarezza non solo con il disimpegno rumorosissimo delle squadre inglesi, ma – non meno rilevante – anche con [la mancata adesione di Amazon](#) all’ipotesi Super League, con il gigante dell’intrattenimento dell’home-video che ha dichiarato di comprendere e condividere le preoccupazioni dei tifosi sul progetto Super Lega:

Crediamo che il dramma e la bellezza del calcio europeo arrivino dall’abilità di ogni club di raggiungere i successi

tramite le performances sul campo

hanno commentato sollecitamente dal quartier generale di Seattle, dando quindi una prima inequivoca indicazione sotto il profilo della potenziale mancata monetizzazione dei diritti TV che le squadre coinvolte avrebbero voluto incassare.

La domanda che affolla le cronache è principalmente una: ha avuto senso per i Club promotori del progetto Super Lega dichiarare guerra in modo sprezzante ai tifosi, da un lato, e alle istituzioni calcistiche dall'altro?

Superlega: crisis management, questo sconosciuto

Un'evidente trascuratezza dei delicati meccanismi sottesi alla costruzione e gestione della reputazione, in quest'epoca *liquida* quanto mai da intendersi in chiave multi-stakeholder, nonché, come abbiamo già evidenziato, delle più elementari regole afferenti al mondo del crisis management, che vede nella simulazione preventiva degli scenari di crisi secondo il modello del *whorst-case-scenario* (immaginare a tavolino, in tempo di pace, il peggior scenario possibile, e attrezzarsi per gestirlo al meglio dal punto di vista della comunicazione) un proprio irrinunciabile pilastro, specie in un mondo dove il digitale, facendola da padrone, determina le caratteristiche *Glocal* (globali e locali assieme, ovvero tutto ciò che accade qui, accade ovunque...) di ogni crisi reputazionale.

La comunicazione dei leader dei Club promotori del progetto è apparsa invece inopportuna nei toni e nei tempi (era dall'epoca della [confusa gestione dell'emergenza pandemica da parte del Governo Conte](#) che non assistevamo a comunicati stampa diramati in piena notte, indici di pressapochismo e, appunto, di carenza di efficace programmazione) nonché caratterizzata da un apparente quanto evidente *fuga in avanti* nelle prime fasi del lancio, a fronte di una solo apparente

compattezza d'intenti, sgretolata in poche ore dinnanzi alla presa di posizione – quella sì pressoché granitica – da parte della quasi totalità delle tifoserie nel mondo, sia di piccoli come di grandi Club.

La reputazione di **Andrea Agnelli** e di altri protagonisti dello sfortunato progetto pare non venir adeguatamente tutelata da loro stessi neppure in extremis, a posteriori, né – ad oggi – essi sembrano aver pronto un sollecito *recovery plan*: per contro, dopo [la netta presa di distanza](#) da parte dell'Arsenal, è intervenuto magistralmente il proprietario del Liverpool, l'americano **John W. Henry**, che ha pubblicato un vero e proprio [video di scuse](#) rinunciando a far parte della Super Lega, e rivolgendosi ai tifosi con una dichiarazione senza mezzi termini:

“Nelle ultime 48 ore abbiamo causato un disagio, ma va detto che il progetto presentato non sarebbe mai durato senza il supporto dei tifosi. In queste 48 ore siete stati molto chiari sul fatto che non avrebbe funzionato. E voglio scusarmi con i giocatori e tutti coloro che lavorano così duramente al LFC per rendere orgogliosi i nostri tifosi (...). Mi dispiace, e solo io sono responsabile della negatività inutile portata avanti negli ultimi due giorni. È qualcosa che non dimenticherò, e mostra il potere che i fan hanno oggi e che giustamente continueranno ad avere (...). È importante che la famiglia calcistica del Liverpool rimanga intatta, vitale e impegnata in ciò che abbiamo visto da voi a livello globale, con gesti locali di gentilezza e sostegno. Posso promettervi che farò tutto il possibile per promuoverlo”.

Una dichiarazione – quella del patron dei Reds – perfettamente in linea con le *best practics* del crisis management, che prevedono nella presentazione delle scuse incondizionate agli stakeholder il primo e irrinunciabile passo di un'efficace gestione di crisi.

In casa Juve, invece, ancora una volta arroganza e vanità, peccati peraltro assai gravi: "***Vanitas vanitatum et omnia vanitas***", come ci ricorda il bellissimo libro dell'Ecclesiaste, che – fossimo a scuola – la Maestra condannerebbe Andrea Agnelli a rileggere ad alta voce almeno 50 volte; meglio in ginocchio sui ceci, dietro la lavagna.