

**COMMISSIONE PARLAMENTARE
PER L'INDIRIZZO GENERALE E LA VIGILANZA
DEI SERVIZI RADIOTELEVISIVI**

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

111.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 15 MARZO 2017

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **ROBERTO FICO**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Ciampolillo Lello (M5S)	14, 23
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	2	D'Ambrosio Lettieri Luigi (CoR)	4
AUDIZIONI NELL'AMBITO DELLO SCHEMA DI DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI CONCER- NENTE L'AFFIDAMENTO IN CONCES- SIONE DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIO- FONICO, TELEVISIVO E MULTIMEDIALE, CON L'ANNESSO SCHEMA DI CONVEN- ZIONE (ATTO N. 399)		Gasparri Maurizio (FI-PdL XVII)	2
		Giacomelli Antonello, <i>Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico</i>	5, 10, 18, 23, 24
		Fornaro Federico (Art.1-MDP)	10
		Lainati Giorgio (SC-ALA CLP-Maie)	17
		Liuzzi Mirella (M5S)	13
		Lupi Maurizio (AP-NCD-CpE)	15
		Margiotta Salvatore (PD)	12
Audizione del Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico, Antonello Giacomelli:		Peluffo Vinicio Giuseppe Guido (PD)	4, 16
Fico Roberto, <i>Presidente</i> ...	2, 3, 4, 5, 18, 23, 24	Pisicchio Pino (Misto)	14
Airola Alberto (M5S)	10	Rossi Maurizio (Misto-LC)	3, 4, 11, 23

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
ROBERTO FICO

La seduta comincia alle 14.20.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'art. 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione del Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico, Antonello Giacomelli.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), l'audizione del Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico, Antonello Giacomelli, che ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

È inoltre presente la dottoressa Raffaella Cascioli che ringrazio per la sua presenza.

Do la parola al Sottosegretario Giacomelli, con riserva per me e per i colleghi di rivolgergli, al termine del suo intervento, eventuali domande e richieste di chiarimento.

Il senatore Gasparri chiede di intervenire sull'ordine dei lavori.

MAURIZIO GASPARRI. Al di là del fatto che per ragioni oggettive cominciamo anche oggi in ritardo e dovremo finire prima perché abbiamo seduta al Senato alle 15.30 sulla mozione di sfiducia nota, oggi ho mandato una lettera a tutti i membri dell'Ufficio di presidenza e a tutti i membri della Commissione di vigilanza e colgo l'occasione anche della presenza del rappresentante del Governo per fare presente che, se in termini burocratici i trenta giorni prescritti in teoria ci sono, noi rischiamo di affrontare un tema importante e delicato, che nessuno ha intenzione di affrontare – almeno non io – con modalità molto compresse. La convenzione va rinnovata entro il 30 aprile, però è ovvio che il Governo avrà bisogno di 15-20 giorni per la definitiva delibera del Consiglio dei ministri e per la registrazione presso la Corte dei conti. Andando quindi a ritroso, in realtà, dovendoci dare almeno un paio di settimane di discussione, escluse le audizioni, si arriva al 20-21 marzo, quindi avremmo 5-6 giorni per una pletora di audizioni, anche importanti, riguardanti la Rai, Agcm, Agcom, sindacati, USIGRAI, Ordine dei giornalisti, tutte cose plausibili. Pertanto, il problema – lo dico anche al rappresentante del Governo, oltre che a noi stessi, che non abbiamo un potere decisionale al riguardo – è che rischiamo di fare tutto in maniera un po' compressa. Certo, si possono fare le sedute anche domenica, sabato, lunedì, ma sappiamo anche qual è l'attività parlamentare, voti di fiducia e via dicendo. Anche stasera, ad esempio, non sappiamo al Senato a che ora si finisce, quindi se si chiama l'Agcom alle 20 non è neanche elegante, poi si finisce alle 21.30. Sono le cose normali, che sappiamo, non sono motivo di scandalo. La richiesta qual era? Valutare le modalità per poter avere un

lasso di tempo non enorme, di trenta, di sessanta giorni. In più, questa cosa è stata prorogata più volte, è pronta perché il testo c'è, lo dobbiamo discutere, ci sono dei relatori. Alla fine — lo dico anche al Governo — che interesse c'è a fare una roba compressa, fatta male, che poi determinerà ovviamente delle polemiche? Abbiamo i nostri limiti di tempo degli interventi, quindi insomma una convenzione di dieci anni si risolverà in un intervento di ciascuno di dieci minuti. Se si vuole questo... Cambieranno chissà quanti Governi e Parlamenti nell'arco dei prossimi dieci anni. Mi rendo conto che servirebbe una norma di legge, ma tecnicamente, se c'è la volontà, si trova anche perché sarebbe un provvedimento fatto a favore del Parlamento da parte del Governo, e non il contrario. Quindi, inviterei noi stessi, tutti, a riflettere. Non so di che tempi i relatori abbiano bisogno e che proposte ci debbano fare, quindi quello che dico non è un fatto dilatorio o ostruzionistico, ma è un fatto ragionevole, che ci consentirebbe... Se invece di farlo il 30 aprile lo si fa il 30 maggio non muore nessuno. La Rai sta lì, la legislatura comunque fino al 30 maggio, più o meno, mi pare di capire che andrà avanti, oltre non lo so. Il mio è un appello a tutti noi per fare un lavoro fatto meglio e non una cosa a tappe forzate, che creerà anche un clima diverso da quello che dobbiamo costruire. Del resto, a noi è stata data con i soli 30 giorni di tempo, però era stata annunciata da prima. Capisco, il Consiglio dei ministri per due settimane l'ha rinviata, poi bisogna guardarla e via dicendo. Ripeto, non mi scandalizzo di nulla, però sarebbe spiacevole che ne dobbiamo fare le spese facendo una roba « 'nzippata » (scusatemi il termine poco parlamentare), perché dobbiamo sentire tutti. Cinque minuti, arrivederci e grazie: a che serve? Invece, con un lasso di tempo ragionevole si fa un lavoro migliore e non si sabota nulla di nulla.

MAURIZIO ROSSI. A me corre il dovere, dopo aver studiato a fondo la convenzione e averla vista anche con esperti del settore, di dire alla Commissione, prima di iniziare l'audizione, che non si può condividere l'impostazione di questo atto, in

quanto non può essere concesso qualsiasi servizio pubblico...

PRESIDENTE. Senatore Rossi, l'intervento è sull'ordine dei lavori, altrimenti entriamo nel merito della concessione ed è un altro discorso.

MAURIZIO ROSSI. È sull'ordine dei lavori.

PRESIDENTE. Il senatore Gasparri è intervenuto sull'ordine dei lavori chiedendo al Governo di non comprimere la discussione parlamentare e anche in Vigilanza e di spostare magari la proroga per il rinnovo della concessione di un mese. Lei sta entrando nel merito. Per me può andare avanti, però le dico di non uscire troppo...

MAURIZIO ROSSI. Sono d'accordo sul fatto di chiedere un'ulteriore proroga, sebbene le proroghe sia molto dubbio che siano legittime. Comunque, se sono state illegittime quelle passate, si può ancora farne una. Ma non può essere concesso qualsiasi servizio pubblico senza che siano individuati contestualmente, nell'atto della concessione, i diritti e gli obblighi del concessionario.

In questo schema di convenzione i diritti e gli obblighi del concessionario vengono rinviati a un atto successivo al rilascio della concessione, e addirittura, su alcuni punti fondamentali per gli importi miliardari da spendere, come ad esempio il numero di canali che oggettivamente servono per lo svolgimento del servizio pubblico, la decisione è rinviata a valutazioni eventuali e discrezionali del solo concessionario, tramite un piano editoriale. Sorge quindi il dubbio...

PRESIDENTE. Questo lo considero non un intervento sull'ordine dei lavori, ma un intervento che lei può fare tranquillamente dopo, quando dopo l'intervento del sottosegretario. La sua è una sorta di pregiudiziale.

MAURIZIO ROSSI. Chiedo di anteporre questo approfondimento sulla convenzione, sul fatto che mancano completamente e contestualmente i diritti e gli obblighi del concessionario. Badate, ci sono delle problematiche che riguardano la Corte dei conti e l'illegittimità, sia a livello civilistico italiano sia a livello di Corte europea, come ho studiato, dell'intera impostazione di questo documento. Come si fa a iniziare se non parliamo prima della legittimità dell'atto che stiamo andando ad analizzare, se l'atto non è legittimo di per se stesso, perché manca di determinati punti?

PRESIDENTE. L'atto è arrivato in Commissione ed è stato licenziato dal Governo: possiamo anche criticarne o meno la legittimità, però in un intervento che non sia totalmente sull'ordine dei lavori, dunque in audizione potrà sottoporre questa illegittimità, secondo lei, al sottosegretario che è qui anche per rispondere a questo. Il senso del suo intervento l'ho capito perfettamente, però andiamo avanti, altrimenti non possiamo continuare.

LUIGI D'AMBROSIO LETTIERI. Presidente, l'auspicio è che i relatori di maggioranza e di minoranza – dico di minoranza, non di opposizione – possano lavorare alacremente per consentirci di esprimere un parere responsabile, consapevole, libero, autonomo e pienamente informato.

Aggiungo il mio pensiero alle parole del collega Gasparri e condivido l'affidamento alla Presidenza di valutare le modalità migliori per farci lavorare bene, altrimenti diventa uno stanco rituale nel quale i tempi stretti strozzano non un dibattito che deve essere strumentalizzato o dilatorio, ma un dibattito che apra una riflessione e ci consenta di fare un buon lavoro.

Resto ancora più preoccupato, presidente, rispetto al *timing* che ci siamo dati, dopo aver ascoltato le parole del collega Rossi, relatore delle forze di minoranza. Penso che sia il caso, dopo aver ascoltato nell'odierna audizione il Sottosegretario Giacomelli, di proporre nell'ordine dei lavori un momento preventivo di approfondimento, nel quale i relatori, possibilmente,

se riescono a trovare una sintesi insieme, ci fanno una valutazione complessiva sui punti salienti, anche perché possiamo ottimizzare nei tempi l'elaborazione di domande e di quesiti nei riguardi dei numerosi soggetti auditi. In tal senso, considerate le valutazioni fatte dal collega Rossi, che addirittura paventa profili di illegittimità, ed è una cosa abbastanza preoccupante, è bene che queste informazioni si sappiano prima. Dopo l'audizione del Sottosegretario Giacomelli, come seconda richiesta a lei, presidente, chiederei che si interrompano per un'ora le audizioni e si destini uno spazio per gli approfondimenti ai quali ha fatto cenno il collega Rossi.

PRESIDENTE. Ricordo che dopo abbiamo, se riusciamo a farlo, l'Ufficio di presidenza e gli aspetti relativi al calendario li stiamo trattando insieme in quella sede, per far sì che questi 30 giorni siano utilizzati al meglio per un lavoro di sostanza da parte di tutti i commissari. Lo sforzo è massimo.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Ho letto la lettera del presidente Gasparri, che ci è stata inviata. Capisco e comprendo anche le preoccupazioni. Peraltro, sapevamo che il tempo per l'espressione del parere era di un mese. Se anche fosse arrivato due settimane fa o questa settimana, in ogni caso il tempo previsto era quello di un mese. Tra l'altro, nell'Ufficio di presidenza la discussione che abbiamo fatto era di utilizzare al meglio il mese a nostra disposizione, raccogliendo l'indicazione sulle audizioni, piuttosto che avviare una procedura di richiesta al Governo di uno slittamento ulteriore dei termini della concessione. Su tale richiesta non mi trovo d'accordo.

Rispetto alle sollecitazioni che sono state fatte adesso, poiché alla fine dell'audizione abbiamo l'Ufficio di Presidenza, possiamo anche rimettere mano allo schema delle audizioni, con le questioni preliminari che sono state sollevate adesso dal collega o altro. Utilizzerei il tempo che abbiamo per sentire il sottosegretario, non solo perché questo è l'oggetto dell'audizione, ma perché

credo che sia l'audizione che a noi consenta anche di mettere a fuoco non solo i tratti essenziali della convenzione, perché l'abbiamo letta avendola ricevuta, ma dal punto di vista del percorso, delle priorità politiche. Credo che l'audizione con il sottosegretario sia centrale e fondamentale.

PRESIDENTE. Do la parola al Sottosegretario Giacomelli.

ANTONELLO GIACOMELLI, Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico. Se posso, senza voler andare fuori tema, anch'io ho ricevuto una copia della lettera dei capigruppo Gasparri e Brunetta sul tema. Ferma restando la piena valutazione di tutti i Gruppi e naturalmente la determinazione libera del Parlamento in ordine a questo, mi preme solo richiamare che non si tratta di strane burocrazie o di volontà di contingentare il tempo, ma il parere in 30 giorni è fissato da due norme, una del 1997, la legge istitutiva di Agcom, che prevede che la Commissione parlamentare di vigilanza sulla concessione renda il proprio parere entro 30 giorni, e la modifica al Tusmar contenuta nella legge sull'editoria, che riporta la stessa dizione. Lo dico perché — ovviamente ogni gruppo fa della propria iniziativa comunicazione esterna — che all'esterno passi che il Governo invia all'ultimo momento e poi pressa per il parere... Ci sono i 30 giorni fissati dalla legge. Detto questo, è nella piena disponibilità — ovviamente non c'è bisogno che lo dica io — dei gruppi parlamentari e del Parlamento, come ha fissato questi termini, di modificarli secondo le opinioni politiche.

L'oggetto dell'incontro e il tema di cui abbiamo spesso parlato, evocandolo negli anni alle nostre spalle, è la concessione a Rai del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale approvata dal Consiglio dei ministri qualche giorno fa e il relativo schema di convenzione. Immagino che tutti i colleghi conoscano il testo, per cui mi limiterò a segnalare i punti salienti, essenziali e innovativi rispetto alla convenzione precedente che, lo ricordo, è di 22 anni fa. Dico subito, adempiendo a un obbligo procedurale e sostanziale, di tipo

politico, che prego la Commissione di tener conto di un mero errore materiale avvenuto nella collazione dei testi e nelle trasmissioni, per cui all'articolo 3, comma 1, punto g) del testo è saltata — ripeto, per mero errore materiale di cui prego di tener conto per il parere — l'espressione « la lingua friulana ». Peraltro, come voi sapete, le minoranze linguistiche sono identificate sulla base degli accordi esistenti con la Presidenza del Consiglio e di precise normative. Ripeto, si è trattato di un mero errore materiale.

La concessione parte con l'articolo 1, una definizione che forse merita di essere letta e che identifica la missione del servizio pubblico. Credo che questo dia il senso del confronto e del dibattito di questi anni alle nostre spalle. « La concessione ha per oggetto il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale da intendersi come servizio di interesse generale, consistente nell'attività di produzione e diffusione su tutte le piattaforme distributive di contenuti audiovisivi e multimediali diretti, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, a garantire un'informazione completa e imparziale, nonché a favorire l'istruzione, la crescita civile, il progresso e la coesione sociale, promuovere la lingua italiana, la cultura e la creatività, salvaguardare l'identità nazionale e assicurare prestazioni di utilità sociale ». Questo è il senso del servizio pubblico che viene affidato a Rai. La concessione ha una durata decennale. È previsto, immediatamente dopo l'approvazione definitiva della convenzione, il contratto di servizio che avrà durata quinquennale e che verrà quindi nuovamente affrontato a metà della durata della concessione. Questo atto giunge alla fine di un percorso — se ripercorriamo le audizioni e i nostri confronti lo vediamo plasticamente — che è iniziato più o meno due anni fa, quando nel marzo del 2015 l'allora Governo Renzi fissò la strategia di riforma di Rai e del servizio pubblico in tre punti: la riforma della *governance*, approvando la legge di riforma su cui abbiamo lavorato e che era stata approvata dal Parlamento; il canone in bolletta; la nuova concessione e quindi la nuova ridefinizione della *mission*

di servizio pubblico. Oggi siamo all'atto conclusivo del percorso, che riassume anche molte delle riflessioni avvenute in sede parlamentare e in sede di Commissione di vigilanza, nelle iniziative promosse in questi anni, che hanno focalizzato la discussione su come si dovesse in qualche modo tener conto della necessità di aggiornare il servizio pubblico.

Già allora per la verità, nel marzo 2015, il Governo approvò il documento per una nuova Rai dove c'erano le linee guida che avrebbero dovuto servire come linea per gli amministratori per la trasformazione di Rai e dove già si parlava della necessità di un nuovo piano editoriale, della riforma dell'informazione, di programmi e prodotti in lingua inglese, del supporto all'industria nazionale dell'audiovisivo, dell'innovazione tecnologica. Dunque, nessuno si meravigliò se oggi, ripercorrendo il testo della concessione, troviamo puntualmente quei richiami. Certamente, è necessario che quel tipo di valori, concetti, principi, indicazioni passi, a livello di documento politico, a un testo come quello di oggi che li trasforma in precisi e vincolanti obblighi per la società concessionaria. Il nostro auspicio è naturalmente che il passaggio di oggi acceleri la realizzazione di questa trasformazione del servizio pubblico, di questo rilancio del servizio pubblico, per usare l'espressione che ha usato il Presidente del Consiglio Gentiloni. Rilancio del servizio pubblico che ha trovato traccia nei lavori preparatori – lo ripeto, dal marzo 2015 – del Governo, dei diversi gruppi parlamentari, anche se ciascuno li ha connotati giustamente con una propria specifica caratteristica, ma ha trovato traccia anche nella consultazione pubblica *on line* che ha preceduto la nuova concessione. La consultazione pubblica è stata fatta in Italia per la prima volta, ha coinvolto gran parte delle realtà della comunità civile nazionale, ad essa ha partecipato un numero importante di cittadini, superiore a quello che ha partecipato all'analoga esperienza, spesso richiamata, della BBC inglese, e ha dato quelle indicazioni che, come prevede la legge, sono state tradotte ora in questo testo.

Oltre all'articolo 1, che identifica e dà sostanza anche al ruolo multimediale di Rai, attribuendo l'obbligo di un'attività che si svolga su tutte le piattaforme, successivamente è l'articolo 3 a disciplinare e a identificare i compiti e gli obblighi di Rai. In questi due articoli, l'articolo 1 e l'articolo 3, si concentra gran parte della definizione di servizio pubblico, delle indicazioni su come il servizio pubblico dovrà connotarsi e che poi il contratto di servizio regolerà in termini di dettaglio. Il servizio pubblico è affidato in esclusiva a Rai, è affidato complessivamente, per tutti e tre i settori. La convenzione prevede l'obbligo che la società concessionaria predisponga un piano editoriale coerente con la missione e gli obblighi del servizio pubblico qui elencati, che sia la società concessionaria a prevedere la rimodulazione del numero di canali non generalisti e che abbia come obiettivo efficientamento di costi, piena utilizzazione e valorizzazione delle risorse interne. Abbiamo parlato spesso, qui, insieme, della necessità di ridefinire il perimetro del servizio pubblico. Ora, la scelta che la convenzione fa è esattamente quella di attribuire alle istituzioni, allo Stato il compito di fissare l'obiettivo, ma di affidare prima di tutto alla società concessionaria il compito di predisporre un piano editoriale che abbia una sua coerenza rispetto a questo obiettivo.

Lo dico con maggiore franchezza: avrei qualche timore nell'immaginare i confronti della politica, a cominciare dal Governo, ma per coinvolgere i colleghi parlamentari nelle discussioni su quante reti, quanti canali, il tipo di *mission* specifico dell'uno o dell'altro. Ho sempre pensato che ci siano compiti precisi che ciascuno deve svolgere. Il nostro compito è fissare l'obiettivo, ma poi tocca a chi ha la responsabilità – l'ha avuta dal Parlamento – di amministrare l'azienda e di dare corpo alle indicazioni di servizio pubblico, nel concreto predisporre uno strumento, che è uno strumento editoriale, industriale, che deve avere questa valenza. Ne abbiamo parlato spesso, ora la convenzione lo mette nell'articolo 1, tra i punti importanti: un piano editoriale e la rimodulazione del numero di canali non

generalisti. Dà anche una motivazione che deve ispirare — lo ritroveremo in tutto il testo — l'azione di Rai. L'efficientamento dei costi e la piena utilizzazione delle risorse interne di Rai devono essere, per il testo approvato, punti di riferimento dell'azione di chi amministra l'azienda. È la società che è garante della qualità dell'informazione, secondo i principi che vengono riconosciuti come centrali dal nostro ordinamento: completezza, obiettività, indipendenza, imparzialità, pluralismo.

Anche l'informazione deve organizzarsi su tutte le piattaforme distributive e il testo sollecita un piano di riorganizzazione — una riforma dell'informazione si direbbe in termini politici — che ridefinisca il numero delle testate giornalistiche. Sapete bene, perché vi siete già confrontati con un piano analogo fatto dai precedenti amministratori di Rai, che di questo tema si parla da molto tempo. Il testo invita a trarre le conclusioni di un lungo lavoro di approfondimento e ad addivenire a una razionalizzazione del numero delle testate giornalistiche e a una riorganizzazione. Anche qui vi è lo stesso richiamo presente rispetto al piano editoriale, ossia un uso più efficiente delle risorse che deve essere garantito dalla società concessionaria.

All'articolo 3, dove in maniera più estesa si affrontano gli obblighi del concessionario, c'è un punto importante, e anche su questo ci siamo spesso confrontati. La ricezione gratuita del segnale dev'essere garantita al 100 per cento della popolazione. In base alle tecnologie possibili, certamente, ma deve essere ricezione gratuita per il cittadino, per l'utente, e deve essere assicurata al 100 per cento della popolazione. Ricorderete benissimo, dunque non ho bisogno di dilungarmi, quali siano state le discussioni su questo punto.

Occorre che l'azione della concessionaria garantisca un adeguato sostegno allo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo. Questo stesso concetto rimanda, nel contratto di servizio, a una più precisa definizione di durata e ambito dei diritti di sfruttamento. Questo concetto è più ampio rispetto a quello delle quote di produzione. Fa riferimento — ed è un compito precipuo

— al sostegno all'industria nazionale dell'audiovisivo. In altri termini, il comparto dell'audiovisivo è identificato come un bene della comunità nazionale ed è attribuito come compito a Rai quello di sostenere questo comparto nel suo complesso. Noi ci troviamo — l'avete fatto attraverso gli approfondimenti che avete via via deciso e ciascuno di noi lo fa per la conoscenza delle cose — di fronte al rischio che anche in questo settore la mancata industrializzazione, una finanziarizzazione non adeguata, una fragilità (uso un termine un po' forte) della dimensione industriale del comparto produttivo esponga al rischio che questo settore, che è un punto vitale dell'identità nazionale, finisca nelle mani di investitori stranieri. Ormai abbiamo imparato che la globalizzazione di per sé non solo non è un male, ma spesso è la possibilità di unire gli sforzi nell'affermazione sul mercato. Tuttavia, a mio giudizio, rimane un punto di particolare interesse su quelli che sono i tratti salienti dell'identità di una comunità nazionale, e se c'è un punto, quello culturale, quello della capacità di trasmettere con l'espressività la cultura italiana e la capacità di racconto in film, fiction, documentari, animazione e format televisivi, va in modo particolare aiutato ad affermarsi. Quindi, il compito che viene affidato alla concessionaria è l'adeguato sostegno allo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo, così come il sostegno alla creatività, all'innovazione e alla sperimentazione dei format televisivi. L'Italia ha un primato non invidiabile, non è — lo dico con un eufemismo — ai primi posti delle classifiche per la produzione di format. Spesso importiamo e utilizziamo format prodotti in altri Paesi e valorizzati sul mercato internazionale da altri. È incomprensibile che non riusciamo a trovare — ed è aspetto che non riguarda naturalmente solo Rai, ma riguarda il Paese nel suo complesso, però su cui chiediamo a Rai, per il ruolo che ha, di fare uno sforzo particolare — il modo di valorizzare la creatività, il talento, l'innovazione presenti nel nostro Paese per occupare un ruolo di prestigio anche in questo settore.

La cultura e la valorizzazione delle opere teatrali, a cui viene chiesto di dedicare un numero adeguato di ore, è un punto che spesso è ritornato nelle nostre riflessioni e che anche la consultazione pubblica ha messo in tutta evidenza, con la specifica che anche nelle fasce orarie di maggiore ascolto occorre prevedere appuntamenti che valorizzino la cultura italiana e le produzioni culturali italiane. La valorizzazione della lingua e della cultura dell'impresa italiana all'estero, l'affermazione cioè del punto di vista, dell'interesse, della forza della tradizione culturale nel nostro Paese, anche nella dimensione internazionale, quindi la produzione, la distribuzione e la trasmissione di contenuti relativi a questo. Le minoranze linguistiche di cui ho detto e non solo la conservazione, com'era nelle precedenti concessioni, degli archivi storici, ma la conservazione e la promozione degli archivi storici, nel convincimento che vi sia un patrimonio straordinario dentro la storia della Rai e non solo di Rai — penso anche all'Istituto Luce e alle altre realtà importanti del nostro Paese — e che questo patrimonio vada non solo adeguatamente conservato, ma ne vada promossa la conoscenza e vada valorizzato su tutti gli scenari.

L'assenza di messaggi pubblicitari — ma ne parleremo a proposito delle risorse — nei canali tematici per bambini, devo dire con franchezza, recepisce una scelta fatta prima di tutto dagli amministratori attuali di Rai, che per primi hanno, indipendentemente da questa indicazione, attuato già questa scelta.

La valorizzazione dei centri di produzione decentrati, nell'idea che le realtà che esistono al di fuori di Roma possano avere un senso e un significato importante anche per il territorio, per l'attività industriale di Rai, ma anche per la capacità di sviluppare l'indotto nel territorio.

In sostanza, la convenzione chiede a Rai di essere un punto di riferimento, in termini di dimensione industriale e culturale, anche rispetto al comparto. Chiede a Rai di misurare l'utilità della propria azione non soltanto nella propria azione diretta, ma anche nella capacità di essere riferimento e

valorizzazione dell'industria dell'audiovisivo e della cultura che sta intorno a questo mondo.

Naturalmente una necessità ritornata altre volte è quella di produrre e distribuire programmi e contenuti in lingua inglese. Appositamente la concessione non affronta il tema dell'apposito canale oppure no. Sarebbe stato contraddittorio, avendo affidato alla società concessionaria il compito di ridefinire il numero di reti e canali, stabilire però che comunque uno su un tema doveva esistere. È evidente, è un compito della concessionaria dare un senso editoriale compiuto a questo tipo di intervento. Tuttavia, la necessità che affermiamo nel mercato internazionale, la capacità produttiva italiana è un mandato che viene dato in forma chiara alla società concessionaria.

Sulle risorse vi sono alcuni punti specifici. Il primo — l'ho ricordato — riguarda l'esclusione della pubblicità dai canali tematici per bambini. Il secondo stabilisce che l'attività di raccolta e diffusione di pubblicità debba ispirarsi da parte di Rai ai principi di leale concorrenza, trasparenza e non discriminazione. L'*Authority* è chiamata a verificare con attenzione la corrispondenza dell'azione della società a questi principi. Sostanzialmente, se dovessimo fare una traduzione giornalistica — mi scuso per l'uso improprio della mia professione in questo ruolo — significa «*no dumping*», significa che la pubblicità è una risorsa accessoria per Rai, che ha come risorsa principale il canone, ma è l'ossigeno per tutte le aziende private del settore: che siano aziende nazionali, emittenti locali o carta stampata, tutte le altre vivono di pubblicità. È evidente che la concessionaria del servizio pubblico, che vive con un'entrata principale che è quella del canone, è chiamata — questo è il principio stabilito — a non usare quella risorsa che per il suo bilancio è semplicemente accessoria in modo da danneggiare l'industria italiana dell'informazione, dell'audiovisivo, dell'*entertainment*. Significa questo il concetto di leale concorrenza. Per fare un esempio di scuola del tutto teorico — immagino che non abbia alcuna attinenza con la realtà —

se Rai praticasse sui propri listini pubblicitari un fortissimo sconto, probabilmente il suo bilancio non ne risentirebbe in modo significativo, ma questo creerebbe un danno a tutte le altre realtà che sarebbero chiamate a diminuire i propri introiti. Quindi, questo principio significa che Rai deve ispirare — immagino, come senz'altro farà — la propria attività sulla pubblicità al principio di leale concorrenza. Tocca all'Agcom verificare e garantire il rispetto di questo principio.

Il secondo aspetto riguarda la voce principale. I costi del servizio pubblico sono coperti dall'introito del canone. Ora, per determinare i costi del servizio pubblico che il canone deve coprire, si prevede che Agcom e Ministero dello sviluppo economico, ciascuno per le proprie competenze che la legge stabilisce, verifichino ogni anno il raggiungimento degli obiettivi di efficientamento, razionalizzazione, attenzione nell'uso delle risorse, attuazione del piano editoriale, rispetto delle norme in materia di affollamento nonché di distribuzione della pubblicità fra i diversi canali e rispetto dei principi della contabilità separata, in modo che i costi del canone, cioè quello che gli italiani pagano, siano determinati in modo effettivo e che si dia conto anche — immagino che questo possa annualmente avvenire — del progressivo raggiungimento degli obiettivi di efficientamento, razionalizzazione, uso corretto di tutte le risorse e valorizzazione delle risorse anche professionali e umane interne, prima di ricorrere all'esterno.

Infine, su questo, il percorso di contabilità separata è particolarmente rafforzato nel suo controllo. Sapete benissimo che qui c'è il tema, su cui vi sono varie scuole di pensiero, della relazione fra l'attività propria del servizio pubblico e l'attività puramente commerciale e di mercato. Non so se esiste una modalità in assoluto che si possa definire propria del servizio pubblico. Il servizio pubblico ha trovato in ogni Paese un suo specifico modo di invernarsi, in relazione al contesto, alla storia, alla cultura, a come è nato. Da noi questa è sempre stata la caratteristica: la contabilità separata è il modo per garantire una imputa-

zione di ricavi e costi del servizio pubblico distinta da quella dell'attività commerciale. Anche a seguito dei richiami e delle sollecitazioni delle diverse autorità che sono intervenute nella fase di preparazione del testo di concessione, la convenzione prevede che ogni anno vi sia il controllo, nel rispetto di questi principi di diversa imputazione, da parte di una società di revisione che è nominata da Rai ma scelta da Agcom, in modo che sia assicurato il puntuale rispetto dei principi di contabilità separata e della correttezza anche ai fini del rispetto della disciplina sugli aiuti di Stato.

Qual è il senso di questa convenzione? Per noi il senso è quello di dare indicazioni precise nella forma propria e nella sede più giusta, quella del rinnovo della concessione, per la trasformazione di Rai. Una innovazione del servizio pubblico, una riforma che è attesa da tempo e che in questi due anni non sempre è apparsa capace di prender corpo in forma organica e compiuta. Le istituzioni hanno fatto passi significativi nella direzione del cambiamento: la legge sulla *governance*, il canone in bolletta, la consultazione pubblica. A me sono sembrati tutti atti tesi a preparare le condizioni perché chi amministra e chi ha dal Parlamento il mandato di amministrare Rai avesse tutta la possibilità di guidare quella trasformazione di Rai e del servizio pubblico che è attesa e invocata dalla pubblica opinione, prima ancora che dalle parti politiche e dai soggetti della comunità civile. Se non è accaduto fino ad ora per molti motivi e non si tratta di fare qui questa analisi, confidiamo che in questa convenzione ci sia chiaro il mandato a Rai per una trasformazione compiuta, organica, fondata su una visione industriale ed editoriale coerente e complessiva. Questo avviene — lo dico perché ho visto alcune letture di questi giorni — non in relazione a una fase transitoria, al giudizio su una scelta o su un'altra, avviene con una visione decennale, dunque con una visione di Rai che va oltre la fase attuale e avviene nella consapevolezza che il servizio pubblico e il ruolo di Rai sono centrali nello sviluppo di questo Paese, come lo sono stati. Quindi, la convenzione, a mio avviso, crea tutte le

condizioni – questa è l’opinione con cui il Governo l’ha licenziata e la manda al parere della Commissione di vigilanza – perché siano chiare le linee di indirizzo e gli obblighi su cui la società concessionaria deve muoversi.

ALBERTO AIROLA. Sarò rapidissimo, anche per dare spazio ai miei colleghi e perché non sono l’unico del mio gruppo a parlare. La ringrazio, Sottosegretario Giacomelli. Lei ha citato puntualmente le norme su cui si basa il rinnovo di questa concessione. Direi che, purtroppo, non è che siamo stati così svizzeri nel rispetto di queste norme, soprattutto per quanto riguarda il contratto di servizio e le proroghe. Il contratto di servizio è quello del 2012, ma andiamo oltre. Le modulazioni, i canali, il piano editoriale, stiamo aspettando. Io da commissario di questa Commissione di vigilanza e indirizzo sul servizio pubblico la voglio mettere al corrente di alcune problematiche che abbiamo riscontrato. Circa al piano editoriale, ancora non ne abbiamo uno votato dal consiglio di amministrazione della Rai, anche se ci è stato presentato un piano per Rai24.

Valorizzazione delle risorse interne. Lei deve sapere che più volte abbiamo fatto delle rimostranze alla Rai e ci è stato risposto, a volte in maniera se non superficiale, al limite dell’insulto, che sono state usate spessissimo consulenze esterne. Abbiamo ancora undici consulenti esterni che sono stati contestati dall’ANAC. Abbiamo avuto Giancarlo Leone che ha fatto da consulente, dopo essere andato in pensione, su Sanremo; ci hanno detto che non c’era nessun altro capace di fare il suo lavoro. Abbiamo precari che ancora aspettano di essere pagati perché è stato cambiato il *software*; mi hanno garantito che saranno pagati, ma ormai è da troppo tempo che va avanti questa cosa. Abbiamo addirittura direttori della fotografia o tecnici esterni che vengono affiancati ai tecnici interni, come se qualcuno affiancasse a lei un altro sottosegretario poiché non è in grado di fare il suo lavoro.

Su un uso più efficiente delle risorse sono d’accordo. Ricordiamoci però che gli agenti esterni ci portano queste *star* e nel

contratto di servizio, che non è mai stato attuato, trasversalmente ci eravamo accordati in maniera da fermare questa pratica degli agenti dello spettacolo. Tra l’altro, personalmente sono favorevolissimo al tetto agli artisti.

Sulla ricezione al 100 per cento siamo d’accordo. Sostenere l’industria audiovisiva nazionale non significa essere l’unico finanziatore dell’industria nazionale audiovisiva. In questo mi sembra che la Rai a volte esageri un po’ e soprattutto vedo pochi documentari, e forse anche lei se guarda la Rai se ne accorgerà.

Sono d’accordissimo sui centri di produzione, però i centri di produzione devono essere rivalutati in quanto strumenti per fare televisione e non solo fiction. Possono essere esperimenti interessanti, ma le fiction vanno e vengono e la TV resta, quindi l’impiego resta.

Le teche. Sono d’accordissimo, ho sentito lavoratori impiegati alla digitalizzazione, che è il vero patrimonio nazionale della Rai, che lavorano in condizioni probabilmente migliorabili. Siccome quello è veramente un patrimonio fondamentale della storia della nostra nazione, unico, perché nessun altro ce l’ha, è molto importante lavorare sulla digitalizzazione.

Siamo d’accordissimo, come ho detto, sulla valorizzazione appunto dei centri di produzione. Su Agcom ho seri dubbi che riesca attualmente, con la sua strutturazione, a fare bene il suo lavoro. Ho chiesto le dimissioni di Cardani e dei vertici, per varie ragioni. C’è una mia interrogazione che ho appena depositato e c’è un mio intervento in Aula. Spero che ne prendiate atto.

FEDERICO FORNARO. Intervengo sull’ordine dei lavori. Sottosegretario Giacomelli, solo un chiarimento perché non ci siano equivoci. Interpreto le cose che lei ha detto all’inizio: sull’articolo 3, comma g), all’ultima riga, « in lingua slovena e friulana per la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia »? È corretto?

ANTONELLO GIACOMELLI, *Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico*. Le

chiedo scusa, lei mi aveva chiesto di leggere la formulazione esatta, che è la seguente: « la produzione e distribuzione di trasmissioni radiofoniche e televisive, nonché di contenuti audiovisivi in lingua tedesca e ladina per la Provincia autonoma di Bolzano, in lingua ladina per la Provincia autonoma di Trento, in lingua sarda per la Regione autonoma Sardegna, in lingua francese per la Regione autonoma Valle d'Aosta, in lingua friulana e in lingua slovena per la Regione autonoma Friuli Venezia Giulia ».

MAURIZIO ROSSI. Come dicevo, signor sottosegretario, non posso condividere l'impostazione di questo atto, perché qualsiasi concessione di servizio pubblico non può essere rilasciata se non vengono individuati contestualmente, nell'atto di concessione, i diritti e gli obblighi del concessionario. In questo schema di convenzione, i diritti e gli obblighi del concessionario vengono rinviati a un atto successivo al rilascio della concessione. La decisione è rinviata a valutazioni eventuali e discrezionali del solo concessionario, tramite ad esempio un piano editoriale e un contratto di servizio. Lo schema di convenzione licenziato potrebbe essere affetto di nullità civilistica, perché privo di un vero e proprio oggetto. Potrebbe essere illegittimo a livello amministrativo perché contrario al principio di ragionevolezza, di proporzionalità e di buon andamento, efficienza ed efficacia della pubblica amministrazione, di cui al combinato disposto degli articoli 3 e 97 della nostra Costituzione, perché privo non della motivazione ma addirittura dell'individuazione degli strumenti necessari a realizzare i fini di interesse pubblico.

Sarebbe difforme dal diritto dell'Unione europea per palese contrasto con l'articolo 41 della Carta di Nizza, che come lei ben sa è parte integrante e fondamentale del diritto dell'Unione europea, perché tale convenzione potrebbe essere la più grande violazione del diritto dei cittadini europei a una buona amministrazione e soprattutto potrebbe integrare un danno erariale, con responsabilità contabili dinnanzi alla Corte dei conti, di tutti coloro che saranno artefici di tale convenzione perché la spesa di

danaro pubblico, in virtù dei principi e delle regole della contabilità di Stato, non sarebbe giustificabile senza la contestuale individuazione seria, motivata e dettagliata dei diritti e degli obblighi del concedente e del concessionario. Quindi, lo Stato deve conoscere prima del rilascio della concessione quali compiti richiede l'affidatario e, se esiste, deve essere chiarito da un chiaro dettato normativo che permetta di spendere miliardi di euro per la concessione di un servizio pubblico, relativamente al quale i diritti e gli obblighi del concedente e del concessionario saranno stabiliti *ex post*. Lei sa bene che stiamo parlando di un contratto di servizio a cui viene derogata praticamente la concessione e quanto in essa contenuto, concessione che è scaduta nel 2012, e siamo nel 2017. Non è inoltre chiaramente legittima a livello di diritto comunitario, come affermato nelle premesse e nello schema di convenzione in modo apodittico e del tutto immotivato, l'unicità della Rai come unico soggetto in grado di fornire il servizio pubblico televisivo radiofonico e multimediale, perché non esiste alcuna motivazione in nessun atto, cosa che l'Europa invece dice chiaramente, che spieghi perché la Rai sarebbe l'unico soggetto in grado di assolvere al servizio pubblico. L'unicità è infatti legittima in taluni casi, ma deve essere chiaramente espresso per quale ragione quel soggetto è l'unico in grado di fornire quel servizio.

Se è vero (ed è tutto da dimostrare) che la Rai possa essere sottratta alla giurisdizione contabile — attenzione — né il Governo, né il suo Ministero ne sono sottratti, e, se questi 20 miliardi circa fossero spesi senza giustificazione e illegittimamente, perché — ribadisco — non sono indicati gli specifici obblighi e contenuti del servizio che deve svolgere il concessionario, rischiereste di arrecare un danno erariale giudicabile dalla Corte dei conti, rispondendone voi personalmente. Questo mi corre obbligo per correttezza di dirlo, ma lo dico anche ai colleghi della Commissione: dare un parere favorevole a questa convenzione, così com'è impostata, carente di punti essenziali, potrebbe significare, pur non essendo

il nostro un parere vincolante, aver avallato una procedura del tutto illegittima.

A livello di Commissione europea poi l'unicità del soggetto concessionario deve essere motivata in modo sostanziale, non è sufficiente che venga affermato. Perché solo la Rai società per azioni può svolgere un simile servizio pubblico? Ribadisco che non è detto da nessuna parte. Propongo quindi una riflessione di tutti sulla possibilità che qualunque fornitore di contenuti in un simile contesto normativo e di controllo realizzi adeguatamente tale servizio. Mi corre l'obbligo a tal punto di esporre il mio timore che una concessione di questo tipo e con questa procedura possa esporre l'Italia ad un'infrazione comunitaria.

Vi è poi (di questo parleremo successivamente) il problema del vantaggio competitivo, derivante dall'aiuto di Stato del canone, che viene utilizzato per acquistare programmi all'interno dei quali viene inserita della pubblicità. Dov'è la sanzione in caso non venga approvato un contratto di servizio? Non è prevista. Forse i colleghi non lo sanno, ma come vengono definiti i programmi che vanno nella contabilità separata? È conforme all'interesse pubblico e alle disposizioni di contabilità pubblica che sia l'Ufficio *marketing* del concessionario, insieme a quello della programmazione, che definiscano quali siano i programmi da imputare alla sezione di bilancio separato attribuito al servizio pubblico? Non è solamente un discorso di controllo *a posteriori*, ma quando vediamo i programmi definiti sono andati a cercare di capire come venivano inseriti, e vengono decisi internamente alla Rai, purché siano produzioni europee, ma anche un gruppo di telefilm tedeschi fa parte del costo del servizio pubblico. Non si ritiene che dovrebbe svolgere tale compito un soggetto terzo, indipendente, e che dovrebbe essere specificamente previsto un controllo preventivo da parte di un soggetto terzo indipendente e non in maniera successiva? Come è stato detto, infatti, sono eventuali controlli che verranno fatti se sono corrette le metodologie dell'inserimento nella contabilità separata, ma non gli specifici pro-

grammi, che invece vengono inseriti nel modo che accennavo prima.

Le chiedo, signor sottosegretario, quale articolo di legge dichiara l'unicità del servizio pubblico della Rai e permetterà un impegno di denaro pubblico senza individuare in modo serio e motivato i diritti e gli obblighi del concessionario.

SALVATORE MARGIOTTA. Anch'io sarò rapidissimo. Credo di poter dire anche in relazione all'esposizione del sottosegretario che si tratti di un buon testo, certamente migliorabile in alcuni punti (ci proveremo), ma è un testo che mi pare faccia fare quel salto di qualità, al quale lo stesso sottosegretario faceva riferimento, sull'essere stesso della Rai. Senza polemica dico che il comma 1 dell'articolo 3, che di fatto declina quel che deve fare l'azienda, implicitamente evidenzia una serie di carenze, perché molto di quanto è scritto in quel comma 1 dell'articolo 3 a mio parere oggi non viene fatto. Va benissimo quindi l'idea di stimolare l'azienda a farlo, ma sia ben chiaro che, raffrontando quel che accade con quel che è scritto in quell'articolo, il mio è un giudizio di insufficienza. Anche nell'articolo 1 credo che il Governo abbia fatto un ottimo lavoro: la definizione di servizio pubblico così particolareggiata e precisa è assolutamente utile.

Qualche dubbio e chiudo. Sempre all'articolo 1, comma 4 si fa riferimento alla rimodulazione del numero di canali non generalisti, quindi di fatto il Governo ha deciso che invece i tre canali generalisti per i prossimi dieci anni devono rimanere così come sono. È una scelta probabilmente giusta, che però in qualche modo va valutata, quindi mi piacerebbe conoscere il tipo di ragionamento che ha portato a dire che si possono rimodulare i non generalisti, ma non i generalisti.

Avevo il dubbio sul perché non avesse scritto che ci vuole un canale informativo in lingua inglese, ma il sottosegretario l'ha chiarito.

C'è la questione, di cui molto si è dibattuto in questi giorni su alcuni giornali, della pubblicità, cioè se il 4 per cento valga effettivamente canale per canale e non in media, come alcuni giornali hanno dato per

scontato. Io nel leggerla non vedo così netta questa interpretazione, volevo capire dal Governo qual è l'interpretazione autentica.

Sulla contabilità separata, che pure è molto precisata e puntigliosamente dettagliata, ho il dubbio che si possa però ricadere nel famoso ragionamento del bollino, che noi in questa Commissione respingemmo, cioè che una divisione così netta tra quanto il servizio pagato con il canone e quanto sia invece pagato con la pubblicità possa portare quasi a una sconfessione del servizio pubblico in senso lato.

Risorse finanziarie: il canone. Si è molto parlato di extragetuito e so, per averlo più volte sentito precisare, che il sottosegretario giustamente dice che si tratta di una dizione sbagliata, perché non è altro che il recupero di un'evasione. Mi meraviglia che l'azienda già si lamenti rispetto a diminuzioni nei prossimi tempi, senza invece aver spiegato perché, nonostante l'aumento dell'ultimo anno, i conti non siano a posto.

L'ha citato il collega Airola, anche questo ragionamento è tutto dentro il ragionamento della concessione, e, sfidando l'impopolarità, dico che la questione del tetto dei compensi agli artisti è sbagliata, perché non si può contemporaneamente chiedere a un'azienda di vivere anche attraverso la pubblicità e poi di rinunciare ad avere dei *leader* che attirano pubblicità (mi riferisco ad artisti che abbiano ovviamente queste caratteristiche). Credo che anche qui ci sia stata un'insufficienza da parte dell'azienda. Se avesse fissato un'autoregolamentazione giusta, che avesse evidenziato chiaramente che solo per alcuni artisti, per una certa tipologia si può derogare dal tetto, probabilmente tutto avrebbe funzionato in modo più adeguato, ma credo che su questo il Governo debba mettere una pezza, perché va poi affidata al direttore generale nella sua autonomia la possibilità di intavolare trattative e, se sbaglia perché offre troppo, ne risponderà da tutti i punti di vista, dal punto di vista politico e anche rispetto al Consiglio di amministrazione, ma un tetto orizzontale per tutti a me pare che sia poco convincente.

Infine (è polemica di questi giorni, ho letto anche il collega Anzaldi) ottima la

scelta della Gabanelli, ma che, immediatamente dopo aver approvato in Consiglio dei Ministri una convenzione in cui si ipotizza la revisione delle testate giornalistiche, venga nominato un nuovo direttore mi fa ritenere che abbiano pensato che la revisione significa aumentare le testate, perché se hanno voluto essere rispondenti alle volontà del Governo, avranno capito male cosa significhi ridefinizione del numero delle testate. Qui poi si apre la *vexata quaestio* di direttori che sono pagati e non fanno i direttori. Lo dico con simpatia per il giornalista, ma l'altra sera mi è capitato di vedere Semprini che conduce una edizione notturna di *RaiNews*, è stato chiamato per fare un grande programma perché si sosteneva che non ci fosse uno più bravo da utilizzare in Rai e adesso fa una cosa che potevano fare benissimo giovani giornalisti! Lo dico davvero con simpatia, non è lui il colpevole di una delle tante *gaffe* che sono state fatte in questo periodo.

MIRELLA LIUZZI. Avrei tre domande in relazione al compito e a qualcosa che deriva soprattutto dalle facoltà del MISE.

Innanzitutto sull'articolo 7, in cui si parla di capacità trasmissiva e non di frequenze. Vorremmo capire se questa sia una cosa voluta per qualche ragione, per un nuovo piano di frequenze o semplicemente perché si vuol dare questo compito delle frequenze a RaiWay e si vuole lasciare alla Rai invece la capacità trasmissiva, quindi chiederei una delucidazione su questo.

In merito alla pubblicità, invece, di cui si è anche parlato, all'articolo 9, comma 2 si parla di principi di leale concorrenza, trasparenza e non discriminazione, però è anche vero che è notizia di questi ultimi giorni che il costo degli spot Rai sarebbe addirittura superiore a quello di Mediaset, quindi questo porterebbe a un ribasso dei listini Rai?

Veniamo infine al finanziamento, perché, avendo inserito questa modifica della bolletta in canone, sarebbe stato anche corretto inserire una quota fissa ogni anno all'interno della concessione, per poter fare una valutazione aziendale diversa, un piano di obblighi diverso, avendo però sempre una quota fissa, e questa sarebbe stata la

conclusione del percorso citato all'inizio dal sottosegretario.

PINO PISICCHIO. Molto sinteticamente, per consentire ai colleghi di intervenire entro i tempi sobri che ci siamo dati. Ringrazio anch'io il sottosegretario. Devo esprimere una considerazione convergente con l'istanza di una riflessione più articolata posta dal senatore Gasparri, se c'è questa possibilità non sarebbe mal concepita.

Ciò detto, ho riscontrato elementi di importante novità sia nell'impianto della proposta di concessione, sia nella relazione del sottosegretario con le sottolineature che ha fatto. In particolare ho potuto apprezzare questa attenzione agli archivi storici, che ritengo di poter considerare davvero una straordinaria risorsa per il Paese, non solo per l'attingimento della Rai, e anche questa attenzione alle produzioni documentali italiane.

Mi è capitato recentemente di poter verificare di persona un percorso labirintico, a cui alcuni rinomati produttori di documentari italiani sono stati costretti, arrivando in Italia attraverso la National Geographic oppure altre importanti istituzioni straniere, perché il rapporto con la Rai non era possibile. Lo dico con una certa inquietudine, perché questo significa costruire gabbie che certamente non privilegiano il talento italiano, quindi mi fa piacere che si sia espressa questa considerazione.

È evidente che siamo tutti in attesa del piano di riorganizzazione delle *news*, perché sarà il passaggio successivo dopo la concessione, passaggio che però prende in considerazione anche questo aspetto, con l'indicazione di una riorganizzazione, e condivido ciò che veniva sottolineato con riferimento a quanto abbiamo appreso in questi giorni in merito alla riorganizzazione moltiplicativa di testate giornalistiche (il caso Gabanelli), mentre non abbiamo ancora compreso come intenderà muoversi con il piano il vertice della Rai. Anche su questo credo quindi che una riflessione andrebbe fatta: c'è un aspetto che riguarda la concessione e un altro aspetto che invece deve essere riportato ai vertici Rai.

Vorrei fare solo una piccola sottolineatura al sottosegretario rispetto a una posizione che con onestà intellettuale ha espresso. Ha usato l'espressione *no dumping* riguardo all'affollamento pubblicitario, alla presenza della pubblicità. È un'affermazione importante, perché fa riferimento anche a principi costituzionali che tendono a porre chi non è servizio pubblico, chi non è Rai in condizione di svolgere la propria funzione, tuttavia anche nell'ambito dei limiti attuali c'è un problema di affollamento nelle singole reti. Se un'inserzione pubblicitaria viene fatta a ridosso di *Montalbano*, è cosa diversa da collocarla all'interno di Rai YoYo. Mi pare evidente che anche rispetto a questo qualche elemento di chiarezza va dato, proprio per evitare che questo tipo di intervento alla fine si risolva nella liberazione di risorse eccessive per la concorrenza.

LELLO CIAMPOLILLO. Ringrazio il Sottosegretario Giacomelli per la presenza qui oggi in Commissione Vigilanza. Sarò brevissimo. Partirei da un chiarimento sull'articolo 7, dove si parla di capacità trasmissiva: « anche al fine di consentire la diffusione dei contenuti di fornitori in ambito locale e nazionale », quindi volevo una conferma che RaiWay in questo caso diventa operatore di rete anche per i soggetti terzi sia locali sia nazionali, quindi andrà a veicolare anche i contenuti di questi fornitori di contenuti, come qui precisato. Diventa quindi operatore di rete e con che modalità? Così facendo, le frequenze potrebbero in teoria non diminuire, ma addirittura aumentare in base alle richieste che dovessero giungere a Rai da parte di terzi fornitori di contenuti locali e nazionali.

Sulla questione DAB vorrei sapere come si stia organizzando la Rai, cioè se abbia intenzione di estendere il segnale e di coprire con il digitale radiofonico nello standard DAB Plus e quindi quali siano le intenzioni da parte della concessionaria pubblica per capire come si muoverà su questa nuova o meglio vecchia, perché è uno standard molto vecchio, direzione.

RaiWay sta rilevando, a quanto ci risulta, addirittura i capitali di intere aziende

con torri e dipendenti, quindi volevo capire nell'ottica delle note esigenze di contenimento della spesa pubblica se ci può spiegare il senso di questo tipo di operazione e quali siano i costi relativi all'acquisizione di questi soggetti che posseggono anche le torri.

Nell'ottica della razionalizzazione dei canali non generalisti che fine farà quel famoso ordine del giorno approvato dal Senato, che prevede all'interno dei MUX Rai le dirette di Camera e Senato?

MAURIZIO LUPI. Anch'io ringrazio il Sottosegretario Giacomelli e, a fronte di una pura lettura della concessione, il suo intervento ha valorizzato e ha messo anche politicamente le novità che vengono introdotte in questo nuovo contratto. Dal mio punto di vista il tema del pluralismo culturale e politico è elemento e caratteristica fondamentale del servizio pubblico, il tema della valorizzazione interna e delle risorse interne, grande discussione che c'è stata, è altrettanto fondamentale, il tema della trasparenza di come vengono utilizzate le risorse messe a disposizione (la divisione dei bilanci, la contabilità separata) mi sembra che sia un elemento altrettanto importante.

Non aggiungo altre cose, perché siamo ormai alla fine. Faccio tre osservazioni e tre domande dirette e indirette al sottosegretario. La prima: mi piacerebbe capire come — questo farà parte del contratto di servizio — venga valorizzata (mi riferisco anche alla domanda del collega che mi ha preceduto) una delle funzioni più importanti del servizio pubblico, che è quella di raccontare e trasmettere le istituzioni dal punto di vista dei diversi mezzi. Mi ha fatto molto piacere vedere la novità che si parla non più solo di mezzi radiofonici e televisivi, ma anche di un servizio pubblico che si proietta verso il futuro, quindi il tema della rete. Quali novità si intendono apportare (non solo il problema di un canale tematico, su cui si è tanto lavorato), come questo aspetto può essere ulteriormente valorizzato nel racconto della vita delle istituzioni? Ha ancora senso oggi avere una televisione via cavo di Parlamento, Senato e Camera, e poi un servizio pubblico che fa un canale dedicato, Rai Parlamento? Forse

sarebbe utile, anche in termini di ottimizzazione delle risorse, lavorare insieme.

Secondo aspetto invece più delicato, e riprendo un'osservazione a proposito dei tempi: è evidente che lo slittamento di una settimana porta a contrarre i tempi della discussione qui in Commissione, quindi chiedo anche al Governo di valutare, visto che la colpa non è di nessuno, la possibilità di recuperare quella settimana che ci potrebbe permettere di approfondire meglio alcuni temi. In ogni caso credo che a proposito di tempi sia un'assurdità il fatto che, mentre noi acceleriamo finalmente concessione, contratto di servizio, e uno dei contenuti fondamentali della concessione sta esattamente nel piano editoriale e nel piano dell'informazione, la nebbia regni in viale Mazzini e non ci venga presentato, dopo aver discusso decine di volte del piano editoriale, del piano dell'informazione, dell'aggregazione. Invito quindi il Governo a chiedere all'azienda che controlla, perché noi siamo una Commissione di vigilanza, ma il Governo controlla direttamente questa azienda, di accelerare. Facciano anche loro riunioni giorno e notte, facciano quattordici consigli di amministrazione, ma ci presentino questo benedetto piano dell'informazione, anche perché a questo punto è coerente: concessione, contratto di servizio, piano editoriale e piano dell'informazione. Anche perché il paradosso è che, avendo fatto delle osservazioni qua a spizzichi e bocconi, poi leggiamo che si procede a nomine senza un contesto generale, indipendentemente da chi si mette. Una delle osservazioni che avevamo presentato qui era di valutare se fosse il caso di fare RaiWeb, a cui pare sia destinata la nostra Gabanelli. In che contesto si attua questa cosa, ce lo vogliono presentare oppure no?

Ultima domanda: proprio perché riteniamo che il servizio pubblico debba proseguire e che la Rai sia il soggetto di questo servizio pubblico, credo che abbiamo fatto tutti un errore, forse presi dallo spirito e dalla non iniziativa fatta dai vertici Rai, perché la questione dei tetti ai compensi rischia di diventare una dissoluzione del servizio pubblico e del soggetto Rai senza neanche volerlo. Allora era meglio priva-

tizzarla. Nel momento in cui non permettiamo più alla Rai di stare sul mercato, di ragionare sul merito, perché abbiamo sempre contestato che non tutti sono uguali, non che qualcuno che meritava non potesse essere pagato, ma, nel momento in cui scappano tutti, rischiamo di trovare un'azienda, a cui abbiamo affidato per dieci anni un servizio pubblico, che non è più capace di fare ascolti e stare sul mercato! Anche se metteremo alcuni programmi nelle fasce di massimo ascolto ci ritroveremo una Rai che non vale più niente. Il tetto così generalizzato agli artisti forse va ripensato, quindi credo che anche in contemporanea a questo lavoro sia svolta un'iniziativa del Governo per capire come possa essere flessibile, come il merito possa essere premiato, come sia possibile stare sul mercato, quindi chiedo se sui tetti al compenso degli artisti il Governo intenda assumere qualche iniziativa.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO.

Voglio ringraziare il Sottosegretario Giacomelli come hanno fatto i colleghi anche perché il testo l'avevamo letto, quindi credo che, al di là delle valutazioni fatte in parte oggi (e il percorso per il parere serve proprio ad avere valutazioni condivise o di tipo diverso), ci sia comunque il riconoscimento che questo schema di convenzione ha all'interno diverse novità di rilievo e credo che l'intervento del sottosegretario abbia politicamente messo in evidenza questo aspetto, per cui faccio riferimento brevemente ad alcune questioni di merito.

Ho detto prima sull'ordine dei lavori che non credo che la nostra priorità sia quella di chiedere come Commissione il posticipo ulteriore rispetto al termine di scadenza. Appliciamo la legge, i trenta giorni previsti sono sufficienti, con l'accuratezza della discussione che abbiamo già fatto e che continueremo a fare in Ufficio di presidenza, così come non intervengo rispetto al fondamento giuridico, sul quale ho un'opinione diversa rispetto al collega Rossi. Sul merito volevo mettere in evidenza alcune questioni. Ringrazio il sottosegretario perché, facendo riferimento all'articolo 3 rispetto a un problema di composizione del testo, quindi con il suo ri-

chiamo alla lingua friulana ha risolto una questione che era stata posta da diversi colleghi nel corso delle ultime ore, quindi ha già risolto una questione.

C'è un aspetto, che non è stato richiamato dai colleghi: all'articolo 1, comma 7, la lettera a) recita in riferimento all'informazione: «la presentazione veritiera dei fatti e degli avvenimenti, in modo tale da favorire la libera formazione delle opinioni». Può essere considerata una questione ovvia, visto che non siamo più in epoca analogica, ma siamo in epoca non solo digitale, ma *social*, credo che questo tema faccia riferimento a una discussione più complessiva, che riguarda gli operatori dell'informazione e vieppiù deve riguardare il servizio pubblico. Averlo indicato come obiettivo significa dare il respiro giusto a questa discussione in riferimento a cosa è servizio pubblico in epoca di convergenza delle piattaforme, in epoca di digitale.

All'articolo 3, comma 1 viene indicata una serie di obblighi, e ha fatto bene il sottosegretario a mettere in evidenza la lettera d) in riferimento alla formazione e alla promozione culturale. Abbiamo introdotto in norma con un decreto di recente conversione la necessità di promuovere l'educazione finanziaria, previdenziale e assicurativa, considerando che sia fondamentale che i nostri concittadini abbiano su questo elementi che consentano loro di fare una serie di scelte consapevoli. Abbiamo visto anche una lettera dell'Autorità dell'energia, indirizzata alla Rai e per conoscenza anche alla Commissione di vigilanza, in cui in riferimento al percorso sul canone in bolletta ha parlato della possibilità che il servizio pubblico Rai abbia un ruolo in termini di consapevolezza dei consumatori anche in riferimento alle modifiche normative. Questo è un altro alveo in cui il servizio pubblico ha una caratterizzazione più precisa, cioè consentire ai cittadini di avere una serie di strumenti in più, che sono previsti dalla norma o indicati come di rilievo dalla norma, su cui è importante che si attivi una serie di soggetti, quindi forse è il caso che anche il

servizio pubblico si attivi su questo versante.

All'articolo 6 si fa riferimento al contratto di servizio, e credo che non sfugga a nessuno l'importanza del contratto di servizio anche perché, passando la concessione da ventennale a decennale e il contratto di servizio da triennale a quinquennale, il suo ruolo è fondamentale. Peraltro mi sembra di capire anche dalle parole del sottosegretario che il contratto di servizio ha un grande rilievo, perché può essere ancor più della convenzione il punto di equilibrio tra la compiutezza delle risorse, di cui si avrà evidenza in ragione di quello che è stato il recupero dell'evasione del canone, e le richieste che vengono fatte al servizio pubblico. La volta scorsa, nella discussione sul contratto di servizio, avevamo questa evidenza, che devi chiedere al servizio pubblico Rai delle cose in più, ma questo deve però corrispondere anche a una capacità in termini di risorse. Nel momento in cui si ha piena contezza delle risorse, forse si può trovare un equilibrio con maggiore precisione rispetto allo stato attuale, quindi il contratto di servizio ha anche questo rilievo.

All'articolo 9 sulla pubblicità (il sottosegretario ci ha fatto anche i sottotitoli con linguaggio giornalistico) credo che abbia sollevato una questione che più volte è stata evocata. Anche il lavoro dell'Ufficio di presidenza in riferimento alle audizioni da fare è l'occasione per poter realizzare un approfondimento con i soggetti che operano su questo settore anche con un ruolo di vigilanza, che su questo attraverso il percorso auditivo possiamo avere anche una serie di elementi in più.

Sull'articolo 13 sul canone il comma 2, su cui è ritornato il sottosegretario, è un comma di innovazione e di grande equilibrio. Credo che questo sia davvero un tema su cui sarà utile il percorso auditivo e una riflessione ad ampio raggio, perché nel momento in cui si fa riferimento ai costi del servizio pubblico coperti da canone e a un ruolo di verifica rispetto al raggiungimento di obiettivi su base annuale c'è (il contratto di servizio è quinquennale, la verifica è su base annuale), quindi tutto il tema che più

volte sulle risorse avevamo affrontato anche in sede di confronto con l'EBU. Questo è un argomento di grandissimo rilievo e credo che il percorso auditivo e il dibattito in Commissione possano contribuire a fornire ulteriori elementi a questo aspetto di sicura novità che è stato introdotto nello schema di convenzione.

GIORGIO LAINATI. Sarò molto breve presidente per non sfidare la pazienza altrui. Vorrei solo ricollegarmi a quello che ha detto in modo perfetto il collega Peluffo, che ha analizzato gli articoli più importanti di questa convenzione.

Se mi consente, vorrei fare un'osservazione in relazione a quello che ha detto il sottosegretario sulle produzioni italiane, la focalizzazione dell'importanza delle produzioni italiane, e alle osservazioni di alcuni colleghi in merito. Dobbiamo ricordarci che ventidue anni fa, presidente, quando c'era la precedente convenzione, i canali televisivi italiani trasmettevano quasi solo produzioni di carattere americano, perché il Gruppo Fininvest Mediaset ha sempre acquistato solo quelli, quindi vorrei ricordare a tutti noi che nell'ambito di questi ventidue anni c'è stato un grande recupero, in particolare da parte del servizio pubblico, dell'importanza delle produzioni dei serial italiani. Non è un caso se un bellissimo serial, il programma tratto dai libri di Camilleri, proprio in questi giorni ha raggiunto gli stessi spettatori di Sanremo, quindi Montalbano grande successo italiano, venduto nel mondo mi pare che sia già in linea con quanto previsto da questa nuova convenzione, è difficile non dare atto di questo. Piuttosto guardiamoci intorno e notiamo che in particolare le reti private ancora vivono di queste serialità americane o comunque extracomunitarie, e questo andrebbe anche sottolineato, perché non si può solo criticare senza guardare alla realtà dei fatti.

Il sottosegretario ha ricordato anche una scelta importante fatta dal precedente Governo, del quale egli già faceva parte, cioè quello di mettere il canone in bolletta. In molti anni di presenza in questa Commissione insieme ad altri colleghi abbiamo rilevato l'importanza di battere l'evasione

sul canone. Ricorderà — ne abbiamo parlato, presidente — che l'unico che abbia prodotto un documento è stato il consigliere Angelo Maria Petroni, espressione del partito Forza Italia, che a suo tempo suggeriva di fare quello che il Governo Renzi ha fatto l'anno scorso.

PRESIDENTE. Sottosegretario, vorrei un chiarimento su che cosa intende per divieto della pubblicità rispetto ai programmi per bambini. La Commissione aveva già elaborato questa misura nel parere sul contratto di servizio. La Rai fundamentalmente l'ha recepito, ma adesso è sul canale Rai YoYo che non c'è la pubblicità per i bambini, non per tutti i canali tematici. Per esempio, su Rai Gulp c'è ancora la pubblicità per bambini, anche se è un canale che comprende una fascia di utenti anche più grandi. Vorrei sapere se dobbiamo intendere il divieto assoluto di pubblicità nei canali tematici per i bambini anche per coloro che a 10-12 anni guardano Rai Gulp. Essendo un punto su cui abbiamo lavorato molto, secondo me è un passaggio fondamentale.

Inoltre, le dico che, a mio avviso, su questa concessione-convenzione il Governo avrebbe potuto avere maggiore coraggio e anche maggiore chiarezza. Mi sembra che, in linea di massima, le cose che già ci eravamo scritti e già ci si era detti siano rimaste più o meno invariate. Mi ricordo il discorso anche sulla contabilità separata in questa Commissione, con il bollino blu. Lo trovo un provvedimento con poca forza.

Anche la certezza delle risorse che si chiedeva e che, secondo me, ha un'importanza fondamentale per l'indipendenza in sé del servizio pubblico non è elaborata bene fino in fondo. È come se si lasciasse sempre un po' in una zona grigia la certezza delle risorse verso l'azienda di servizio pubblico.

Mi aspettavo, dopo tutti questi rinvii, un'elaborazione maggiore della concessione. Glielo dico sinceramente. Spero, quindi, che, dopo un mese di lavoro della Commissione, anche con l'inserimento del provvedimento che il relatore di maggioranza starà elaborando ed elaborerà insieme all'opposizione, possa essere recepita una parte del lavoro della Commissione

all'interno di questo provvedimento per migliorarlo e far sì che sempre di più la Rai diventi un'azienda pubblica al 100 per cento, nelle intenzioni e nel senso di servizio pubblico di qualità.

ANTONELLO GIACOMELLI, Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico. Riprendendo molte delle questioni sollevate, il collega Rossi sa benissimo qual è il fondamento dell'affidamento in concessione Rai. Abbiamo già fatto questo confronto durante il varo di molti provvedimenti, da ultima la legge sull'editoria, ma prima ancora la legge sulla riforma della *governance* e i diversi confronti in Commissione. Conosce quindi i riferimenti normativi. In termini politici e sostanziali, confermo qui — ma era già accaduto nel testo della legge sulla *governance* — che la valutazione del Governo e della maggioranza è che non vi fossero proprio le condizioni per ipotizzare una soluzione diversa dalla concessione, in altri termini per ipotizzare una gara per l'affidamento del servizio pubblico, né per immaginare uno snaturamento del servizio pubblico superandone l'esclusività. Ritengo il servizio pubblico — ne abbiamo parlato altre volte — una funzione chiamata a ridefinire continuamente sé stessa, ma non frazionabile. Rispetto l'opinione del senatore Rossi, che conosco e che nasce da un'impostazione culturale diversa da quella che ho esposto, ma confermiamo. Del resto, nei testi normativi si esplicitava già l'affidamento a Rai. Non credo che sia stata una sorpresa scoperta nel testo.

Il senatore Margiotta fa riferimento a tre questioni di attualità. Una riguarda il tetto degli stipendi. Mi piacerebbe fare il processo inverso. Si tratta di una norma del Parlamento nata, anche nella sua genesi procedurale, da un'iniziativa del Parlamento ed è difficile chiedere un'opinione al Governo come tale. È evidente che vada prima di tutto definita la portata della norma. Prima di capire se occorra sollecitare il Parlamento a dire la sua, è necessario comprendere quale sia la reale portata giuridica della norma. Non può essere naturalmente il Governo a farlo. Non è il MiSE a essere titolare della funzione di

interpretazione delle leggi. Sono altri organi dello Stato. Per quanto riguarda il MiSE e le analisi che i nostri uffici hanno compiuto, è impropria l'estensione che è stata fatta con la scelta del consiglio di amministrazione di estendere il tetto alle collaborazioni artistiche. Ripeto, però, che non esiste nell'ordinamento alcuna facoltà attribuita né al Governo nel suo insieme, né tantomeno a singoli ministeri o addirittura a settori del ministero di interpretare le norme e la loro effettiva portata. Questo tocca ad altri. Personalmente l'ho già scritto e detto pubblicamente in tutte le sedi: considero impropria l'estensione e, peraltro, sbagliata. È sbagliata perché — lo voglio dire con chiarezza — se pensiamo alla Rai a come l'abbiamo descritta qui e a com'è nella realtà, una società chiamata a svolgere, da un lato, un'attività di servizio pubblico e, dall'altro, un'attività puramente commerciale, e la obblighiamo giustamente a tenere una contabilità rigidamente separata dei due aspetti, abbiamo non dico la possibilità, ma l'obbligo e il dovere di regolare lo svolgimento del servizio pubblico in modo più puntuale e preciso. Trovo assurdo, però, che immaginiamo di regolare con altre normative l'attività che fa riferimento a un'attività che ha regole di mercato. Per questo motivo, per esempio, quando abbiamo parlato di trasparenza, personalmente ho sempre detto al presidente Brunetta, che ha fatto tutta una sua battaglia per sollecitare le cifre dei compensi, che, al di là della curiosità di conoscere, il dato vero che doveva interessarci, come responsabili, è il costo complessivo di un prodotto e il ricavo per l'azienda. In altri termini, è certamente molto probabile che, se la Rai decidesse di far presentare Sanremo a Giacomelli, risparmierebbe molto sul compenso e sulle spese, ma è anche assolutamente probabile che il ricavo pubblicitario e di valorizzazione sarebbe molto diverso. Se facciamo una riflessione che punti ad assicurare il buon andamento aziendale e la correttezza dell'andamento aziendale, quello che deve essere valutato è il computo per risultato. Non hanno alcun significato le singole voci. Si può spendere 10, 100 o 1000 e avere ricavi inferiori e

superiori e determinare un problema o una produzione di ricchezza. Questo, naturalmente, per quello che riguarda la parte di attività che è attività commerciale. Per quanto riguarda l'attività di servizio pubblico, mi pare che il ragionamento debba essere diverso. Al di là di queste opinioni, che rimangono tali, ossia opinioni personali, che peraltro ho espresso in Aula e in Parlamento in altre occasioni, il Senato prima e la Camera poi hanno votato una norma, in un Parlamento sempre percorso da molte tensioni. Quella norma è stata votata con una maggioranza larghissima, con una condivisione *bipartisan* tanto importante che non solo non se ne prescinde — non si prescinde da alcuna norma e da alcuna legge, com'è evidente — ma, a maggior ragione, c'è una forza politica su cui credo che, al limite, l'azienda dovrebbe interrogarsi. È una riflessione che ci porterebbe lontano, ma che va assolutamente rispettata. Ovviamente, occorre capire la portata giuridica esatta della norma. Ci sono le sedi proprie per farlo e credo che in tali sedi ciò debba essere fatto.

Sulla pubblicità per rete c'è stato e c'è un dibattito, perché si tratta di rispetto dei tetti di affollamento, ma anche di distribuzione sui diversi canali. Su questo, per la verità, la norma sui tetti è chiara e precisa. Quella sull'affollamento medio per singolo canale lo era meno. Da molto tempo, però, è intervenuta una delibera dell'*Authority* che ha fornito un'interpretazione esatta. È evidente che, rispetto a qualunque schema vogliamo utilizzare per l'interpretazione di quelle norme, il numero di reti e canali non è indifferente, se il tema è la media dell'affollamento consentito rispetto alla possibilità dei canali. Tutto questo, però, è di competenza, in ordine alla correttezza dei comportamenti, di Agcom e quindi è giusto che sia l'*Authority*, nella sua autonomia, a valutarlo.

Quanto all'extraggettito, condivido il punto posto. Non ho capito benissimo la definizione giuridica di extraggettito e continuerò a cercare di approfondire. Per me si trattava del recupero del gettito normale rispetto a un'evasione esistente. Tuttavia, faccio notare che la disposizione in legge di

bilancio che destina e regola l'utilizzo dell'eventuale extragettilo — allora questa era l'impostazione — vale naturalmente solo per il periodo transitorio del triennio a cui si riferisce. Solo in quella fase il Parlamento utilizza l'espressione « extragettilo » e lo finalizza. Superato il periodo transitorio, è evidente che si tratti del normale gettilo del canone Rai. La questione, che mi pare peraltro anche la collega Liuzzi ponesse, per me ha piena legittimità e trova anche la sua possibilità di essere assolutamente attuale. Non c'è dubbio che nella *ratio* della norma abbiamo pensato che ci fosse il recupero pieno di tutta l'evasione per assicurare un gettilo adeguato a poter consentire a Parlamento e Governo di riflettere su un rapporto equilibrato fra canone e pubblicità. Perché questo avvenga, però, è evidente che il gettilo recuperato dell'evasione debba andare al suo fine proprio, che è quello di andare al bilancio Rai: questa è la mia opinione. Nel confronto anche del Governo con il MEF la valutazione emersa, la sottolineatura che trasmetto ai colleghi parlamentari, è che l'extragettilo sia riferito solo alla fase di prima applicazione, ossia al triennio che stiamo attraversando, al termine della quale parliamo di gettilo normale. Dunque, la Commissione, il Parlamento e il Governo potranno tranquillamente e con tutti gli strumenti ragionare sulle questioni che venivano poste, per esempio determinazione di una quota minima, di una quota certa, di una quantificazione di relazione fra i costi complessivi, tra raccolta, in qualunque forma il Parlamento decida, e naturalmente di riscrittura di un rapporto equilibrato e corretto, in termini di pubblicità, che consenta di avere — penso all'emittenza locale, che vive un periodo di straordinaria difficoltà — un ridisegno del sistema. È un aspetto che, in questi termini, condivido.

Sulla questione della pubblicità — lo dico ancora alla collega Liuzzi — non so, sinceramente, quale sia oggi il costo dei diversi listini Rai e Mediaset. So che sono state manifestate da parte delle associazioni di settore della carta stampata, delle emittenti locali e di altri molte riserve in ordine all'atteggiamento sul mercato di Rai.

Non ho la competenza e non tocca al Governo intervenire, come ho detto qui. *L'Authority* è competente. Non ho gli elementi per risponderle, né — lo ripeto — questa concessione, che guarda a dieci anni, può essere immaginata o letta come una risposta alle questioni del giorno. Qui si fissa semplicemente un principio, cui deve ispirare l'azione il concessionario del servizio pubblico, il quale sa che ha una risorsa principale destinata negli anni una volta a questo extragettilo. Nel 2018 esso finisce di essere definito tale. Se la vede straordinariamente aumentata, è chiaro che una risorsa accessoria può essere trattata o gestita in termini di concorrenza al mercato con maggior libertà. Bisogna tener presente che l'interesse delle istituzioni e dunque di chi ha un servizio finalizzato alle istituzioni è quello che complessivamente il comparto industriale non soffra per comportamenti che non sono corretti: si tratta solo dell'affermazione di un principio.

La stessa logica vale sulla polemica di giornata. Lo dico all'amico senatore Margiotta. Ho letto anch'io. Chiunque immagini di leggere questo testo, che il Governo ha licenziato, come una questione relativa a rapporti con gli attuali vertici, a simpatie e incoraggiamenti o preavvisi di burrasche e tempeste, a mio avviso, ne fa una lettura riduttiva. Questa, nella nostra ambizione, è davvero una riscrittura adeguata della missione di servizio pubblico ai tempi di oggi. Quello che non è possibile negare, e che non ho alcuna intenzione di negare, è che molti di questi contenuti erano nelle linee-guida del 2015. Il fatto che siamo costretti oggi a ripeterli in forma di obblighi vincolanti nel 2017 dà conto del fatto che in questi anni non si sono realizzati. Del resto, questa Commissione ha fatto un'esperienza diretta. Il Piano dell'informazione credo sia ancora un testo che è di là da venire, così come il Piano editoriale e gli altri. La nostra preoccupazione — non occorre cercare chissà quali dietrologie — è di sollecitare una svolta, un rilancio, un'accelerazione nella trasformazione di Rai, nel rilancio del servizio pubblico, nella riscrittura dell'impianto industriale editoriale,

nella *mission* che vediamo ostentare. Questa è un'intenzione chiarissima.

Sia il senatore Margiotta sia il presidente hanno ripreso il tema del bollino blu. La contabilità separata, lo dico al senatore Margiotta, non è il bollino blu. La contabilità separata esiste già dal vecchio impianto. È una norma, viene già applicata. Il bollino blu è una proposta recentissima fatta dal mio predecessore, che poi non ha avuto seguito. Capisco il rafforzamento della contabilità separata: la società di revisione nominata da Agcom può farlo. Tuttavia, ci troviamo di fronte a un tema sollecitato da tutte le *Authority*, non dalle parti politiche, che chiedono di assicurare — traduco con tutto il rigore necessario — una rigida modalità di separazione. Qualcuno auspica il modello inglese, che arriva addirittura alle separazioni societarie. Altri, nel corso degli anni dietro di noi, ma l'ho sentito riecheggiare anche ora nel dibattito, contemplanò la possibilità di una parte di privatizzazione. In ogni caso, c'è una sollecitazione a che sia rigidamente separato nella percezione il servizio pubblico dall'attività commerciale. Credo, sinceramente, che altre strade, compresa quella inglese — l'ho detto in Parlamento, quando mi è stato chiesto e lo ripeto in Commissione — siano impraticabili e dannose al sistema Paese. Nel momento in cui vediamo crescere la presenza di soggetti stranieri nel mondo della comunicazione, della produzione culturale, dell'audiovisivo, delle società che producono *format*, credo che sia interesse del sistema Paese non disperdere la forza e la centralità di Rai e del servizio pubblico. Pertanto, non c'è alcuna intenzione di indebolire questo ruolo, anzi, come ho cercato di dimostrare, al limite è il contrario. C'è l'invito a svolgere più pienamente questo ruolo. Nello stesso tempo però non possiamo non raccogliere i suggerimenti, i richiami e le indicazioni delle *Authority*, che questo ruolo svolgono. La contabilità separata così garantita da una società di revisione nominata dall'*Authority* è, a nostro avviso, il modo di assicurare che rispettiamo tutta la normativa sugli aiuti di Stato e non interveniamo con aiuti che non abbiano un fondamento normativo.

Sono costretto a ripetere al mio amico Pisicchio, ma anche — mi è sembrato — al presidente Lupi che non tocca certamente a me e al Governo il giudizio (ho sentito anche i riferimenti) sull'ultima scelta della dottoressa Gabanelli e altre scelte. Non si tratta, per quello che riguarda le prerogative del Governo, della possibilità o dell'onere di esprimere giudizi in ordine ai singoli atti che riguardano l'attività di organizzazione informativa ed editoriale di Rai. Ne abbiamo discusso tante volte e credo che su questo siamo tutti d'accordo. La preoccupazione del Governo, che mi pare condivisa in questo caso dalla Commissione, è che la riforma del sistema dell'informazione in forma organica sia portata all'attenzione delle istituzioni e diventi realtà. Dopodiché, sulle singole scelte ciascuno esercita le sue prerogative. Al limite, tocca alla Commissione di vigilanza esprimere, nei modi dovuti, pareri e opinioni. Quello che trovo preoccupante è che non si riesca a superare il caso per caso nelle scelte e che non si riesca a mettere la Commissione di vigilanza, il Parlamento, il Governo e l'opinione pubblica di fronte a un progetto organico di rivisitazione dell'informazione, di ridefinizione del numero di testate giornalistiche, di un piano che valorizzi nel mondo multimediale di oggi la possibilità di lavorare su tutte le piattaforme e anche con i nuovi linguaggi che si vanno via via affermando, in modo che sia possibile esprimere un giudizio organico, senza applicare bollini sulle diverse personalità che legittimamente vengono chiamate di volta in volta. Considero, però, che vi sia la necessità che il piano editoriale — il Governo con questo atto lo ripete — e il piano di riorganizzazione dell'informazione siano a breve una realtà su cui sia possibile confrontarsi.

Per quanto riguarda un tema posto sia da Ciampolillo, sia da Liuzzi, la capacità trasmissiva è un'espressione analoga a frequenze. Ha questo vantaggio, dal nostro punto di vista: stiamo intraprendendo, come è noto — dico solo il titolo, non intendo tediare nessuno — il percorso per la liberazione della banda 700 e la *roadmap* per la ridefinizione dello spettro. È evidente

che in questo percorso, che chiama in causa anche accordi con i Paesi confinanti, potranno intervenire modifiche rispetto all'organizzazione dello spettro, compresa la parte della banda attualmente occupata — credo — anche da Rai. Si tratta di garantire la stessa capacità trasmissiva, che serve anche in presenza delle modifiche necessarie. È vero che c'è il problema, che Ciampolillo poneva, di un rapporto anche al servizio degli operatori locali, delle emittenti locali. A mio avviso, però, c'è una spinta rispetto a una facoltà che esisteva già. Sarebbe interessante approfondire il motivo per cui negli anni addietro non sia stata seguita. Per me rientra pienamente nella funzione di servizio pubblico. Del resto, mi pare che venga svolta attraverso una società distinta da Rai. Questa società vive di contratti di gestione. Se riesce ad affermarsi sul mercato e a svolgere contemporaneamente un servizio, mi pare che faccia un'operazione unica. Naturalmente nel piano dell'emittenza che abbiamo elaborato seguiamo pienamente — ne abbiamo parlato nella Commissione del Senato altre volte — la separazione, che il digitale impone, tra fornitore di contenuti e operatori di rete. Sull'operatore di rete è necessario che arriviamo a garantire, attraverso i percorsi necessari — per ora siamo, nell'emittenza locale, all'operatore regionale, ma auspico che si vada anche oltre — il pieno rispetto dei PDV del piano delle frequenze, perché negli anni passati abbiamo avuto difficoltà e interferenze, anche con i Paesi confinanti, per una gestione dello spettro che non sempre ha dato piena assicurazione. Poiché questo è per le emittenti locali un costo reale importante, dal punto di vista dell'interesse nazionale una tutela che stiamo nello schema d'accordo internazionale di corretta gestione, certamente spero che anche con le emittenti locali, in forma singola o associata, vi sia una capacità di Rai Way di porsi in modo tale da assicurare una piena espansione delle proprie capacità sul mercato, ma, nello stesso tempo, di rendere un servizio al Paese.

Mi pare di aver già risposto al presidente Lupi. Sul canale per le istituzioni sono d'accordo. Ho favorito l'incontro —

possiamo farlo nuovamente — tra gli Uffici di presidenza di Camera e Senato e i vertici di Rai. C'è un rapporto diretto del Parlamento, che non ha bisogno, ovviamente, del timbro del Governo. Naturalmente, se mi si chiede personalmente la mia opinione, penso che il canale che manda in diretta tutta l'attività di Parlamento, Commissioni e Aula senza alcuna mediazione giornalistica dal punto di vista delle istituzioni sia un errore. Ritengo che occorra, come per ogni attività complessa, che vi sia l'attività giornalistica che spiega e illustra la reale attività, non dico il merito delle posizioni dei Gruppi — quella è la parte più facile — ma il senso dell'attività e la modalità di funzionamento. Tutti sappiamo perché in qualche momento le Aule hanno meno presenze e l'attività si svolge altrove. Tutti sappiamo come si svolge l'attività del Parlamento. Tutti sappiamo che non è asettico un intervento su un tema in cui ci si rivolge semplicemente con il richiamo ai numeri dei commi di cui si è discusso magari in Commissione. Tutto questo, portato semplicemente sul video di fronte ai cittadini senza alcuna possibilità di comprendere, a mio avviso, è un errore. Poiché anche su questo — lo dico solo per lealtà di rapporto — chi decide è il Parlamento e il Parlamento ha deciso e ha scelto, per quanto mi riguarda, ho favorito l'incontro di Rai con gli Uffici di presidenza perché questo atto diventi una realtà.

Ha ragione Peluffo, ma — il collega Anzaldi l'aveva prima auspicato e poi l'aveva colto — questo ragionamento sulle *fake news* o comunque sulle caratteristiche e le possibili distorsioni delle informazioni in rete, uno dei temi su cui il confronto c'è e non solo in questo Paese, è presente dentro questo schema, non perché immaginiamo di affidare non dico a Rai, ma nemmeno ad altri, il ruolo di ministero della verità — questa idea non ci sfiora, non esiste — ma perché per un pieno affermarsi delle potenzialità anche della rete di essere un punto importante nella realtà editoriale, informativa e comunicativa, sia i soggetti stessi, i cosiddetti *over the top*, sia le Istituzioni internazionali, sia le comunità politiche e le Istituzioni dei diversi Paesi si

interrogano su come sia possibile superare ed evitare distorsioni che tutti registriamo. È vero che su questo punto certamente il servizio pubblico è chiamato non a risolvere, ma a svolgere un ruolo attivo per contribuire a intervenire su questo fenomeno, a testimonianza che c'è un recupero pieno di un servizio pubblico su tutte le piattaforme multimediali.

Ha ragione Lainati, il primo fu il consigliere Petroni, ma, per completezza di informazione, da giornalista, va detto che il Governo a cui faceva riferimento il consigliere Petroni, che era il Governo di centrodestra, non raccolse quel suggerimento e quell'idea. Riconosco che l'idea fu del consigliere Petroni, ma va aggiunto che i Governi precedenti non hanno mai ritenuto di attuarla.

Chiedo scusa, ma non posso non fare due riflessioni sulla sollecitazione del presidente. Sul punto specifico, anche qui non c'è un giudizio su ogni canale rispetto alla pubblicità nei canali tematici per bambini. Proprio perché diciamo che la società concessionaria può ridefinire nel piano editoriale il numero e la *mission* dei diversi canali, risulterebbe improprio dire oggi quali sono i canali. I canali tematici rivolti ai bambini devono essere privi di pubblicità. Peraltro, devo dare atto che questa indicazione, su cui correttamente il presidente ha ricordato lavorava questa Commissione, il direttore generale Campo Dall'Orto l'ha assunta e comunicata prima che facessimo questa norma. Recepiamo quasi una pista di lavoro su cui l'azienda era già avviata. Dopodiché, l'azienda deciderà quali siano i canali da riempire di contenuti per i bambini. Su quei canali non va la pubblicità.

LELLO CIAMPOLILLO. Avevo chiesto il dato sul DAB.

ANTONELLO GIACOMELLI, *Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico*. Sì, sono disponibilissimo, ma, o parliamo della convenzione... Per me va bene parlare di tutto. Sul DAB ho detto...

PRESIDENTE. Senatore Ciampolillo, abbiamo due minuti e poi dobbiamo chiudere.

ANTONELLO GIACOMELLI, *Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico*. Due minuti devo rivolgerli, allora, alla questione del presidente. Sulla certezza delle risorse penso che la convenzione faccia un passo avanti notevole, sia assicurando il rapporto corretto tra costi e canone e stabilendo il controllo, sia dicendo una parola chiara sulla pubblicità.

Quando si parla di certezza delle risorse, però, per me si parla anche di certezza di un percorso di razionalizzazione dei costi da parte di Rai. Questo non può essere un elemento che vale solo per i documenti, ma non trova mai realizzazione. Occorre un controllo sui processi di razionalizzazione dei costi. Accolgo però il suggerimento a un confronto — abbiamo diverse settimane per lavorarci — sul poco coraggio del testo e sull'idea che si potesse spingere oltre. Abbiamo approvato quello che si chiama, in termini di processo, uno schema di massima. Se il confronto con la Commissione individua con chiarezza equilibri più avanzati, si sarebbe detto una volta, nel Vecchio Testamento politico, su cui si può attestare nel testo definitivo, non c'è alcuna chiusura. Mi piacerebbe capire, oltre alla definizione, quali sono concretamente i punti su cui lavorare.

MAURIZIO ROSSI. Sarò velocissimo. Volevo solo dire al sottosegretario che i punti che avevo toccato non li avevo mai toccati prima perché non li conoscevo e perché non potevo sapere come sarebbe uscita fuori la convenzione. Sostengo che l'unicità del fatto che venga data a un soggetto debba essere esplicitata e questo non è mai stato fatto. L'altro punto è che gli obblighi del concessionario della convenzione — non potevamo saperlo prima — devono essere definiti contestualmente al rilascio della concessione, mentre qui ciò è rimandato a dopo. Quello che ha detto lei prima, sottosegretario, corrisponde: non abbiamo un piano editoriale, non abbiamo un piano *news*. Ci auguriamo di averlo.

PRESIDENTE. La interrompo, perché, a questo punto, c'era il chiarimento sul DAB. Abbiamo trenta secondi.

ANTONELLO GIACOMELLI, *Sottosegretario di Stato per lo sviluppo economico*. Come ho detto nell'Assemblea delle emittenti locali, sulla questione del digitale nella radiofonia il DAB+ per noi è un punto d'arrivo su cui si può lavorare rispetto al DAB. Abbiamo preso l'impegno di convocare non solo Rai, ma anche i consorzi esistenti sul DAB+. Da parte nostra siamo disponibili, nell'ambito della *road map* della 700, a individuare una porzione di spettro che vada esclusivamente al DAB+, in modo da garantire non soltanto le emittenti radiofoniche nazionali, ma anche le emittenti radiofoniche locali complessivamente intese. Sul tema del Canale 13, da chiedere alla Difesa, che più volte viene sollecitato, lo dico una volta per tutte, sono disponibile a un chiarimento. Credo che il Ministro Pinotti non abbia difficoltà ad approfondire. A quanto mi risulta, però, c'è un utilizzo internazionale da parte di NATO che rende difficilmente percorribile quella strada. Il problema è la scarsità delle frequenze: dovremmo tornare alla satura-

zione dello spettro operata quando abbiamo fatto il passaggio al digitale. Ne abbiamo parlato altre volte. Ora occorre individuare nella *roadmap* della 700 la porzione di spettro in cui possiamo assicurare – diciamo entro il 2020 – il DAB+. Peraltro, come lei sa, il passaggio al digitale qui non prevede lo *switch off*. Inevitabilmente nella radiofonia analogico e digitale sono chiamati a convivere per lungo tempo.

PRESIDENTE. Ringrazio il sottosegretario Giacomelli e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 16.25.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

DOTT. RENZO DICKMANN

*Licenziato per la stampa
il 29 marzo 2017*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



XVII LEGISLATURA

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

Resoconto stenografico

Seduta n. 112 di Giovedì 16 marzo 2017

Bozza non corretta

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori:

[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [3](#)

AUDIZIONE NELL'AMBITO DELLO SCHEMA DI DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI CONCERNENTE L'AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOFONICO, TELEVISIVO E MULTIMEDIALE, CON L'ANNESSO SCHEMA DI CONVENZIONE (ATTO N. 399)

Audizione del presidente e dei componenti dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni.

[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [3](#) ,[Airola Alberto](#) ... [4](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [4](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [4](#) ,[Posteraro Francesco](#) , *componente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [16](#) ,[Morcellini Mario](#) , *componente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [17](#) ,[Rossi Maurizio](#) ... [19](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [23](#) ,[Rossi Maurizio](#) ... [23](#) ,[Nesci Dalila \(M5S\)](#) ... [25](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [25](#) ,[Nesci Dalila \(M5S\)](#) ... [25](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [26](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [26](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [26](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [27](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [27](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [28](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [28](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [29](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [29](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [30](#) ,[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [30](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [32](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [32](#) ,[Morcellini Mario](#) , *componente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [32](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [35](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [36](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [36](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [36](#) ,[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [37](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [37](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [37](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [37](#) ,[Cardani Angelo Marcello](#) , *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni* ... [37](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [38](#)

Testo del resoconto stenografico

Pag. 3

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE ROBERTO FICO

La seduta comincia alle 18.50.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'art. 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione del presidente e dei componenti dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), del presidente Angelo Marcello Cardani e dei componenti dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni Antonio Nicita, Antonio Martusciello, Francesco Posteraro e Mario Morcellini, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Sono, inoltre, presenti il direttore contenuti audiovisivi, Benedetta Liberatore, il consigliere del presidente, Piera Messana, il segretario generale, Riccardo Capecci, e il capo ufficio stampa, David Nebiolo, che ringrazio per la presenza.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola al professor Cardani, con riserva per me e per i colleghi di rivolgere a lui, al termine del suo intervento, e agli

Pag. 4

altri componenti dell'Autorità domande e richieste di chiarimento.

Il senatore Airola ha chiesto di intervenire sull'ordine dei lavori.

ALBERTO AIROLA. Faccio una dichiarazione iniziale sull'ordine dei lavori in merito all'audizione di Agcom.

Pochi giorni fa, in Assemblea del Senato, ho chiesto le dimissioni del presidente Cardani in seguito all'assunzione del portavoce David Nebiolo, un procedimento che abbiamo giudicato non trasparente, soprattutto gravissimo da parte dell'*Authority*, che dovrebbe invece controllare la trasparenza e la correttezza delle comunicazioni. Ho sia denunciato in Aula sia presentato un atto di sindacato ispettivo. Non ritengo i miei interlocutori istituzionalmente credibili, visto che in un Paese normale secondo me non dovrebbero sedere a occupare quei posti, non riuscendo a gestire in maniera trasparente neanche l'Agcom.

Abbandono quindi la seduta.

PRESIDENTE. Una sorpresa. Prego, presidente.

ANGELO MARCELLO CARDANI, *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni.* Vorrei iniziare, innanzitutto, scusando l'assenza di due colleghi, che mi hanno esplicitamente chiesto di presentare le loro scuse a lei e alla Commissione. Per motivi di ritardo, non hanno potuto mantenere l'impegno, al quale tenevano molto. Contemporaneamente, vorrei introdurre la presenza del nostro nuovo membro del consiglio, il professor Morcellini, che ha preso il posto, purtroppo, del collega Preto, che è scomparso, come loro sapranno. Quanto alla relazione, ho distribuito il testo, e quindi credo che loro possano seguire. Vorrei anche consegnare la copia di un allegato, che rappresenta

Pag. 5

un interessante lavoro di ricerca: una dotazione di dati e informazioni che immaginiamo possa essere utile. Naturalmente, manderemo una copia elettronica per riproduzione. Essendo piuttosto voluminoso, non abbiamo potuto portarlo in un numero di copie sufficienti.

Passerei al contenuto della relazione, nella quale comincio appunto ringraziando per l'invito. Per noi, è sempre importante confrontare il nostro pensiero con tutti coloro che ci vogliono ascoltare. I membri della

Commissione, presenti o assenti, sono nostri interlocutori privilegiati. Ringrazio, quindi, dell'invito a nome mio e a nome di tutti i colleghi. Inizierei sottolineando come la consultazione dell'Autorità per noi sia molto importante, in quanto permette di esprimere la nostra posizione su un tema importante e al quale dedichiamo un'attività, di nuovo, importante. La convenzione che sarà annessa al decreto di affidamento del servizio ha un carattere generale e, soprattutto, prospettico. Durerà dieci anni. Contiene principi, criteri e condizioni che costituiscono il quadro di riferimento della concessione e su cui si incardina il contratto di servizio quinquennale.

Nel rispetto delle prerogative attribuite dalla legge al Governo, segnatamente al Ministero dello sviluppo economico e al Ministero dell'economia e delle finanze, l'Autorità è soggetto investito di una specifica funzione di vigilanza nei confronti della concessionaria pubblica ai sensi dell'articolo 48 del testo unico, dovendo verificare che il servizio pubblico venga prestato ai sensi della normativa nazionale ed europea in materia di servizio pubblico radiofonico e televisivo del contratto di servizio e della relativa regolamentazione attuativa. Inoltre, vale la pena ricordare che la citata legge n. 249 del 1997, all'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 10, prevede che l'Autorità proponga al Ministero delle comunicazioni, ora divenuto MISE, lo schema

Pag. 6

della convenzione annessa alla concessione, verificando poi l'attuazione degli obblighi ivi previsti, mentre la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi esprime parere obbligatorio entro 30 giorni sia sullo schema di convenzione sia sul contratto di servizio. Tale potere di proposta sembra essere mantenuto inalterato anche a seguito dell'entrata in vigore dell'articolo 9 della legge n. 198 del 2016, che ha novato l'articolo 49 del testo unico inserendo il comma 1-*quinquies*. Una lettura coordinata delle due norme porta a ritenere che la nuova disposizione abbia soltanto ridisegnato l'iter che conduce all'approvazione della convenzione annessa alla concessione per il servizio pubblico radiotelevisivo, non andando invero a intaccare il parere di proposta dell'Autorità. È proprio nell'esercizio di tale potere di proposta che l'Autorità ha inviato al ministero, lo scorso 23 febbraio, un documento con il quale ha formulato osservazioni e proposte in vista della predisposizione del testo definitivo della convenzione annessa al decreto di concessione. Riteniamo che le premesse del testo della convenzione, in un'ottica di puntuale ricostruzione della cornice legislativa di riferimento e di corretta attribuzione degli ambiti di rispettiva competenza istituzionale, debbano recare espressa menzione sia dei poteri di proposta di quest'Autorità, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 10, della legge 249 del 1997, sia del documento da essa prodotto nell'esercizio delle attribuzioni conferite dal legislatore.

Esaminato lo schema di convenzione approvato lo scorso venerdì 10 marzo dal Consiglio dei ministri su proposta del competente ministero, l'Autorità intende svolgere le seguenti considerazioni, richiamando l'attenzione su alcuni aspetti principali.

Pag. 7

Appare prioritario che la convenzione definisca il mandato della concessionaria pubblica individuandone la missione e, di conseguenza, il perimetro del servizio pubblico, avente finalità di interesse generale e obiettivi pubblici chiaramente definiti, come rappresentatività, coesione sociale, democrazia, pluralismo, qualità dei prodotti editoriali e culturali, innovazione tecnologica e dei servizi di comunicazione e informazione. La Rai deve svolgere un ruolo fondamentale di traino per l'intero sistema audiovisivo operando secondo cinque linee direttrici: la tutela dei diritti fondamentali e dei diritti civili; la qualità distintiva dell'offerta e un marcato orientamento all'innovazione linguistica ed espressiva e a funzioni educativo-formative come prerogativa di tutta la programmazione lineare e non lineare; il sostegno diretto e consistente allo sviluppo della produzione audiovisiva; la valorizzazione del patrimonio audiovisivo pubblico; l'orientamento all'innovazione tecnica nel settore radiotelevisivo. La convenzione annessa all'atto di concessione deve garantire l'indipendenza del servizio pubblico nello svolgimento dei suoi compiti e nell'adempimento della sua missione di servizio pubblico. In questo passaggio storico, momento di revisione di un atto di concessione ultraventennale, in un contesto competitivo e di mercato radicalmente mutato, la definizione della missione di servizio pubblico deve considerare la valorizzazione dell'offerta della concessionaria pubblica affermandone prioritariamente il carattere distintivo e di servizio universale rispetto al panorama esistente. In quest'ottica, esprimo il mio apprezzamento per i ripetuti riferimenti ai principi di completezza, obiettività, imparzialità e indipendenza dell'informazione e, più in generale, di tutta l'offerta del servizio pubblico, nonché per il richiamo al rispetto dei principi di pari opportunità e di tutela della persona contenuti nell'articolo 1 dello schema di convenzione.

Pag. 8

Al riguardo, sarebbe tuttavia auspicabile inserire già nella definizione della missione il vincolo a riservare specifica attenzione verso particolari categorie di utenti, ad esempio minori, minoranze etnico-linguistiche o religiose, disabili sensoriali, in luogo del generico riferimento al rispetto della dignità della persona, peraltro già contenuto nel testo unico. Al tempo stesso, andrebbe richiamato il concetto di universalità non solo in senso passivo, come per esempio raggiungere tutta la popolazione italiana, ma anche attivo, contenuti che rappresentino i diversi interessi e punti di vista della popolazione e dell'immagine dell'Italia all'estero e servizi che consentano la partecipazione e il dialogo con gli utenti.

Per quel che concerne la parte dello schema di convenzione dedicata al tema delle infrastrutture e degli impianti, merita sicuro apprezzamento il puntuale dettato dell'articolo 4, come anche la previsione recata dall'articolo 3, comma 1, lettera a), della ricezione gratuita del segnale da parte del 100 per cento della popolazione, universalità della diffusione. A quest'ultimo riguardo, si osserva tuttavia che, al netto della necessità di garantire la ricezione gratuita di tutta la programmazione radiofonica e televisiva attraverso la rete digitale terrestre e l'efficiente uso dello spettro radioelettrico e in un'ottica di neutralità tecnologica, va garantita altresì la ricezione universale e gratuita attraverso altre piattaforme, IP e satellite, anche prevedendo un generico obbligo di ritrasmissione del servizio pubblico su tutte le piattaforme.

La concessione dovrebbe, infine, avere quale obiettivo quello della valorizzazione dei propri contenuti attraverso la distribuzione e commercializzazione indifferenziata e/o differita dei propri prodotti e contenuti anche sul mercato internazionale.

In relazione alla gestione e sviluppo delle reti, appare auspicabile che la convenzione contenga previsioni riferite

Pag. 9

all'uso efficace ed efficiente dello spettro radioelettrico, prevedendo in particolare, al fine di assicurare la diffusione del servizio pubblico radiotelevisivo sul territorio nazionale e regionale, l'assegnazione alla concessionaria e l'obbligo di un uso efficiente di risorse spettrali adeguate nell'ambito della revisione del piano nazionale delle frequenze in seguito alla liberazione della banda di 700 megahertz, fatta salva la possibilità, laddove più efficiente, di acquisire capacità trasmissiva da soggetti terzi e senza ledere gli interessi della società di servizio pubblico.

Quanto agli obblighi, si accoglie con favore l'attenzione riservata dallo schema di convenzione al sostegno dell'industria nazionale dell'audiovisivo, consentendo così alla concessionaria pubblica di assumere un ruolo centrale e di essere punto di riferimento per l'industria creativa audiovisiva e digitale, dando impulso alla produzione e alla distribuzione di prodotti nazionali ed europei.

Sarebbe invece opportuna, rappresentando a questo fine la convenzione la sede più adeguata, una più chiara individuazione degli obblighi in tema di pluralismo politico istituzionale e pluralismo sociale allo scopo di differenziare, anche sotto tale specifico profilo, la missione di servizio pubblico della concessionaria.

Sarebbe altresì auspicabile una più forte indicazione in direzione della valorizzazione del mezzo radiofonico, dell'accessibilità delle teche e dello sviluppo e uso degli archivi, dell'impegno a favore dell'informazione di servizio di pubblica utilità e di emergenza.

Per quel che concerne il tema della pubblicità, si fa osservare che i principi di leale concorrenza, trasparenza e non discriminazione, cui fa riferimento l'articolo 9, comma 2, hanno carattere generico e non consentono di rispondere all'obiettivo,

Pag. 10

tra l'altro previsto dalle norme europee in materia di aiuti di Stato al servizio pubblico radiotelevisivo, di vigilare sull'assenza di sussidi incrociati tra attività finanziate dal canone e attività commerciali e, in generale, di verificare possibili azioni restrittive della concorrenza sui mercati in concorrenza. A tal fine, si ravvisa l'esigenza di dettagliare opportunamente le previsioni contenute negli articoli 11 e 14, stabilendo che all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in qualità di soggetto investito delle funzioni di controllo, vengano fornite tutte le informazioni e gli elementi necessari ad accertare la corretta imputazione di costi e ricavi alle attività di servizio pubblico rispetto a quelle commerciali. Pertanto, non rileva il richiamo generico ai principi generali di lealtà e non discriminazione, quanto piuttosto la determinazione di obblighi di trasparenza, quali i conti interni corrispondenti alle diverse attività, ovvero le attività di servizio pubblico e le attività non di servizio pubblico dovrebbero essere separati, devono essere separati. I costi e le entrate devono essere correttamente imputati o attribuiti in base a principi contabili applicati con coerenza e obiettivamente giustificati. I principi contabili secondo i quali vengono tenuti i conti separati devono essere chiaramente definiti.

Sempre in tema di pubblicità, il mero rinvio operato dalla medesima disposizione agli articoli 37 e 38 del testo unico risulta di non agevole lettura, ove letto in relazione alla previsione recata dal comma 2 dell'articolo 13, che, seppur con riferimento al tema del finanziamento, si sofferma sul rispetto delle norme

in materia di affollamenti pubblicitari con un inciso sulla distribuzione tra i canali trasmissivi dei messaggi pubblicitari.

Più in generale, si condivide la previsione esplicita del divieto di inserimento di pubblicità nei canali tematici per bambini, ma si osserva altresì che la presenza di inserzioni pubblicitarie in

Pag. 11

tutti i canali e servizi, generalisti e specializzati, televisivi e internet, e in tutte le fasce orarie, ha determinato un progressivo e marcato orientamento dell'offerta dell'operatore di servizio pubblico italiano alle dinamiche commerciali. Le eventuali nuove entrate derivanti dalla raccolta del canone dovrebbero, perciò, indurre una riduzione della dipendenza del servizio pubblico dal mercato pubblicitario, con ciò diminuendo i rischi di assecondare istanze del pubblico non rispondenti al valore e alla missione pubblica del servizio in concessione. Più in generale, pur condividendo la previsione esplicita del divieto di inserimento di pubblicità nei canali tematici per bambini, sembrerebbe coerente prevedere che gli spazi pubblicitari siano rigorosamente contingentati e trasparenti rispetto alla natura del servizio offerto, eventualmente anche prevedendo limiti più vincolanti. In particolare, si potrebbe ipotizzare di eliminare la pubblicità tabellare sui canali tematici prioritariamente o esclusivamente finanziati dal canone, o comunque prevedere specifiche regole o divieti di inserimento e raccolta della pubblicità maggiormente stringenti limitatamente a tipologie di programmi e contenuti di servizio pubblico, come le *news* o programmi educativi. La previsione di tali vincoli è condizionata, innanzitutto, dalla trasparenza e certezza del valore del canone e dal gettito prodotto rispetto al perimetro del servizio pubblico universale.

La trattazione di questo specifico aspetto conduce a quello che si configura come uno dei temi prioritari toccati dallo schema di convenzione, ovvero il finanziamento del servizio pubblico, un tema centrale e nevralgico non solo per la vita e l'esistenza del servizio pubblico stesso, ma anche per gli equilibri e gli assetti del mercato nel quale il servizio pubblico opera e sui quali la questione del finanziamento della concessionaria riveste un ruolo centrale. Il nuovo regime di riscossione del

Pag. 12

canone, di cui alla legge 208 del 2015, comma 153 e seguenti, il cosiddetto «canone in bolletta», introduce un sistema di finanziamento potenzialmente in grado di accrescere le risorse a disposizione della concessionaria, ancorché la contestuale riduzione del suo importo unitario da 113,50 a 90 euro e la previsione di utilizzarne una quota per altre finalità potrebbero avere un effetto in controtendenza rispetto all'obiettivo perseguito dalla novella legislativa. Fermo restando pertanto la necessità di un'attenta valutazione e ponderazione degli esiti del processo di riforma in atto, le risorse economiche di cui la concessionaria beneficia devono essere utilizzate per avvicinare i cittadini al servizio pubblico, rafforzare il carattere distintivo della sua programmazione, garantire una maggiore qualità del prodotto e un più elevato tasso di innovazione del servizio offerto. Le possibili entrate addizionali derivanti dalla raccolta del canone potrebbero disincentivare la raccolta di risorse dal mercato pubblicitario, con ciò avvicinando le esigenze del pubblico contribuente con il valore e la missione pubblica del servizio in concessione. Le risorse pubbliche dovranno, ovviamente, essere proporzionate agli obiettivi di servizio assegnati e, al tempo stesso, stabili e prevedibili su un arco temporale ragionevolmente lungo.

A tal proposito, la previsione di un finanziamento su base quinquennale sul modello della recente proposta di nuova concessione per la BBC sembra assecondare in maniera efficace la duplice esigenza, da un lato, di assicurare flessibilità della finanza e fiscalità pubblica; dall'altro, di assicurare la possibilità per l'azienda di programmare al meglio le proprie attività. Una previsione dell'ammontare del canone su base quinquennale sarebbe, peraltro, allineata con la durata dei prossimi contratti di servizio. Rispetto a quest'impostazione, si richiamano due elementi critici contenuti nell'articolo 13 dello schema

Pag. 13

di convenzione: da un lato, l'incertezza derivante dal riferimento a una quota dell'ammontare complessivo derivante dai canoni di legge a copertura del servizio pubblico affidato; dall'altro, la previsione di una determinazione annuale dell'ammontare del canone. La previsione di un finanziamento attraverso risorse pubbliche, quindi il canone, rende necessario che le attività di servizio pubblico siano nettamente distinguibili e identificabili come tali, onde assicurare il massimo grado di trasparenza circa l'uso e la destinazione delle risorse pubbliche.

In tal senso, il perimetro del servizio pubblico va riconsiderato e dettagliato, anche allo scopo di rendere efficace il modello di separazione e corretta e trasparente la gestione delle risorse derivanti dal canone.

Il concorso del finanziamento da mercato può in una certa misura essere giustificato e coerente con la natura pubblica dell'attività svolta. In particolare, ciò si giustifica in un'ottica di contenimento del costo del servizio per la collettività. Tuttavia, in coerenza con i principi delineati, occorre che tali risorse, per la loro

entità e per il modo in cui vengono generate, non assumano consistenza tale da alterare la funzione stessa dell'emittente e, in definitiva, la sua natura.

L'articolo 14 dello schema di convenzione è dedicato alla contabilità separata, tema strettamente intrecciato a quelli del perimetro del servizio pubblico e delle fonti di ricavo della concessionaria. L'articolo 14 si limita invero a un mero richiamo alle norme esistenti, cui Agcom ha dato piena applicazione fino al 2005, dapprima con la delibera 102 del 2005, che ha dettato le linee guida per la separazione contabile, poi con la delibera 186 del 2005, che ha approvato lo schema di contabilità separata allo scopo predisposto dalla concessionaria. L'articolo 2 della delibera 102 ha previsto, in particolare, che l'attività aziendale sia articolata in tre distinti aggregati

Pag. 14

contabili: l'aggregato di servizio pubblico, relativo alle voci di costo e di ricavo delle attività di produzione e di programmazione riconducibili al servizio pubblico; l'aggregato commerciale, relativo alle voci di costo e di ricavo delle attività di produzione, programmazione e vendita riconducibili all'attività commerciale; l'aggregato di servizi tecnici, relativo alle voci di costo e ricavo delle attività strumentali di trasmissione e di supporto per le funzioni di produzione, programmazione, conservazione e messa in onda dei programmi.

La verifica della contabilità separata della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo è stata un'attività che Agcom ha inteso svolgere con puntualità e rigore. Siamo stati noi, ad esempio, a stabilire che il rispetto di obblighi di trasparenza e di interesse generale richiedessero che le relazioni della società di revisione fossero rese pubbliche mediante pubblicazione sul sito della Rai e che le stesse fossero altresì trasmesse alla Corte dei conti. Tuttavia, nonostante gli sforzi profusi, si può senz'altro affermare, sulla base dell'esperienza maturata in questi anni, che il modello di separazione contabile all'epoca concepito non ha pienamente corrisposto a principi di efficacia ed economicità dell'azione amministrativa, per di più in presenza di scarsi poteri reali di indirizzo, correzione e sanzione in capo a quest'Autorità. Ciò anche in ragione di due precise circostanze. In primo luogo, l'attuale formulazione delle norme ha lasciato di fatto ampia discrezionalità alla concessionaria nella determinazione del perimetro degli aggregati, in particolare dell'aggregato A, servizio pubblico, e B, commerciale. In secondo luogo, il rapporto di presupposizione postulato dall'articolo 47 del TUSMAR, tra la contabilità separata e l'entità del canone stabilito annualmente dal ministero, non ha mai trovato concreta applicazione. In altri termini, non risulta che il canone sia mai stato adeguato sulla base dei risultati della contabilità

Pag. 15

separata. Alla luce dell'oggettiva inadeguatezza del modello vigente, appare tanto più utile ricordare che la stessa Commissione europea, relativamente all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di emittenza radiotelevisiva – direttiva n. 257 del 2001 e comunicazione del 2009 – per quanto abbia previsto come requisito minimo la separazione contabile, ha tuttavia chiesto agli Stati membri di considerare come forma di pratica migliore la separazione funzionale. Anche in coerenza con tale ultimo mandato, dunque, le criticità evidenziate potrebbero essere superate laddove, previa puntuale definizione della missione di servizio pubblico, la separazione contabile fosse accompagnata dall'introduzione di una separazione funzionale, unitamente alla previsione di più incisivi poteri di vigilanza e sanzione in capo all'Autorità. Ciò consentirebbe di soddisfare più efficacemente le esigenze di trasparenza postulate dall'ordinamento comunitario.

Voglio infine soffermarmi su altri due aspetti dell'articolato.

Per quel che concerne il contenuto del contratto di servizio, l'articolo 6 dello schema di convenzione si limita a richiamare il quadro normativo vigente, senza fornire particolari indicazioni di dettaglio sugli ambiti di intervento del contratto. Nella parte introduttiva della relazione sono rinvenibili spunti e indicazioni che ritengo possano essere utili a una ricostruzione più di dettaglio dei contenuti cui dovrà essere ispirato il prossimo contratto di servizio.

La lettura dell'articolo 12 dello schema suscita forti perplessità nella misura in cui, nel ripartire in maniera generica e confusa le funzioni di vigilanza e controllo sul rispetto degli obblighi gravanti sulla concessionaria tra l'Autorità e il ministero, sembra voler mettere in discussione prerogative che le norme di rango primario attribuiscono esclusivamente all'autorità di settore. La locuzione utilizzata ripetutamente nel testo

Pag. 16

«secondo le rispettive competenze» solleva, dunque, seri dubbi interpretativi e andrebbe attenuata e corretta per essere pienamente rispondente alla sovrastante cornice normativa di riferimento.

Alla medesima obiezione si presta, in tema di finanziamento del servizio pubblico, la disposizione dell'articolo 13, comma 2, del testo della convenzione. La norma, infatti, oltre a non ancorare ad alcun criterio i compiti di vigilanza ivi elencati, si presta ancora una volta a interpretazioni controverse e a

possibili sovrapposizioni tra le due istituzioni, cui l'ordinamento attribuisce funzioni e ruolo profondamente diversi.

Vale qui ricordare, in considerazione dell'attuale formulazione degli articoli 12 e 13 dello schema di convenzione, che l'articolo 48, comma 1, del TUSMAR incontrovertibilmente affida a quest'Autorità il compito di verificare che il servizio pubblico generale radiotelevisivo venga effettivamente prestato ai sensi delle vigenti disposizioni di legge e del contratto di servizio. *Ad abundantiam* valga anche richiamare il caso recentissimo dal Regno Unito, dove, nel processo che ha portato al rinnovo della concessione alla BBC, sono state confermate e ampliate le competenze e le funzioni di indirizzo, vigilanza e controllo sul servizio pubblico radiotelevisivo all'autorità indipendente di settore, l'OFCOM.

Questi sono gli aspetti principali che ho ritenuto portare all'attenzione della Commissione. Lascio a eventuali domande o al dibattito nonché all'intervento dei miei colleghi la discussione su elementi specifici e approfonditi.

FRANCESCO POSTERARO, *componente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Vorrei sottoporre all'attenzione della Commissione l'esigenza di precisare il ruolo che l'Autorità dovrà svolgere nella fase procedurale che porterà all'approvazione del contratto di servizio.

Pag. 17

La legge di riforma, nel novellare l'articolo 45, comma 4, del testo unico, ha previsto che le linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico vengano fissate con deliberazione adottata d'intesa dall'Autorità e dal Ministero dello Sviluppo economico prima di ciascun rinnovo quinquennale. Al di là della formula, credo sia fuor di dubbio che l'intenzione del legislatore fosse che l'Autorità deve intervenire insieme col ministero a definire queste linee guida.

Se invece andiamo a leggere lo schema di convenzione, all'articolo 6, dedicato al contratto di servizio, nel comma 4 si ripete questa formula, ma nel comma 1 si dice che «il Ministero dello sviluppo economico, previa delibera del Consiglio dei ministri, stipula con la società concessionaria un contratto nazionale di servizio», e qui non si parla del ruolo dell'Autorità. Non vorremmo che si dovesse intendere che l'Autorità debba intervenire solo nel prossimo rinnovo, tra cinque anni. Se la Commissione lo ritiene, potrebbe nel suo parere valutare di precisare questo punto affinché venga modificato lo schema, o comunque venga interpretato in questo senso.

MARIO MORCELLINI, *componente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Ringrazio per essere ancora una volta qui. Mi dispiace che non ci sia il nostro collega, perché in un'audizione ricordo di aver ricevuto domande molto pertinenti. Speriamo di fare qualcosa per risolvere i problemi di trasparenza, che certamente a noi sembrano risolti già con la nostra presenza qui.

Ho chiesto di intervenire solo perché mi pare che siamo di fronte a un piccolo ma significativo processo di cambiamento nella redazione di tipi di testi come questi, che hanno una loro di torcia, e – non nascondo – un'autoreferenzialità. Sono poche le note. La prima è di piena adesione, intanto, al quadro anche problematico che il presidente Cardani ha voluto premettere a

Pag. 18

questa discussione. Mi interessa segnalare due o tre aspetti. Il primo è l'innovazione di sistema portata da una riduzione della concessione da 20 a 10 anni. Rispetto al passato, è un vantaggio inestimabile. Quelle durate consentivano sempre proroghe *sine die* che non consentivano all'indirizzo politico di intervenire con dovizia e puntualità sui cambiamenti della comunicazione, che corrono molto più veloci della dimensione di venti anni. Già noi pensiamo che dieci siano una dimensione quasi inimmaginabile. Come saranno le tecnologie tra dieci anni inciderà certamente sull'interpretazione del concetto di servizio pubblico.

L'aver poi scandito in due periodi di cinque anni ci sembra ancora più realistico, perché consente di fare un carotaggio, un monitoraggio e un'analisi di impatto, che è stata fatta troppo poco in questi anni, di come la Rai assevera, rispetta in profondità e modernamente i suoi compiti di servizio, senza dimenticare che la dimensione decennale significa che non c'è nessuna possibilità che ci sia una sola *governance* politica che detta l'indirizzo e fa la manutenzione. È probabile, infatti, che in dieci anni cambiamenti di sistema siano più statisticamente apprezzabili.

Ci sono molte parole nuove nello schema di concessione decennale. Non dico che sia un testo completamente nuovo – non siamo di fronte a rivoluzioni o a neologismi – ma mi sembra che la spinta all'innovazione, a una più chiara definizione di che cosa si debba intendere per perimetro di servizio pubblico, ci renda più sereni a osservare, ovviamente con rinnovata attenzione, come la Rai osserverà queste novità e le farà diventare, speriamo, palinsesti, programmi, innovazione e chiara definizione della separazione funzionale tra parte di programmazione legata al canone e parte alla pubblicità. Già questa –

credetemi – rispetto al dibattito che gli studiosi da anni facevano, è un salto in avanti impressionante. Non vediamo

Pag. 19

l'ora di vederne i risultati. Aggiungo che c'è un problema per tutti, certamente non politico, ma culturale e di sistema Paese, che è l'incredibile danno dato al Paese e al servizio pubblico dalla fuga dei giovani dalla televisione, su cui non mi pare che ci sia una sufficiente attenzione da parte del servizio pubblico. C'è qualcosa di più nel resto dell'offerta.

Noi pensiamo che, quando rinnoviamo il contratto di servizio pubblico con parole che, ovviamente, hanno un po' di significati che vengono dal passato, quindi autoreferenzialità, e anche un bel po' di innovazione, la prima cosa da dire è che non ci sono i giovani, che i giovani sono scappati, sono fuggiti, e non è successo in tutti i Paesi moderni, in tutti i Paesi europei a uguale sviluppo delle tecnologie, o almeno non è successo nella stessa misura. Significa che questo è un giudizio implicitamente non entusiasmante per la capacità di *broadcasting* del servizio pubblico del passato. E non si può chiamare fino in fondo servizio pubblico un sistema in cui i giovani sono scappati, anche se sappiamo che queste formule sono giornalistiche, ma dato il tempo che abbiamo sarebbe un guaio per voi se cominciassi a dimostrare con dati e *slide* quest'elemento. Noi, comunque, non ci rassegniamo al fatto che la televisione sia tenuta in piedi dall'invecchiamento della popolazione. Anche questo è un elemento che mettiamo a carico di questo schema di concessione decennale, sostenendone gli aspetti di innovazione, ovviamente pronti a correggere, con la comune leale collaborazione con la Commissione e adempiendo ai nostri compiti, eventuali errori e omissioni che in questa vicenda ci fossero sfuggiti, per riparare rapidamente a eventuali negligenze. A me sembra, però, che siamo di fronte a un discreto processo di cambiamento.

MAURIZIO ROSSI. Ringrazio il presidente Cardani e l'Autorità. Mi complimento per la relazione. Comprendo che certi

Pag. 20

concetti debbano essere espressi in modo «morbido». Cerco di mettere dentro un po' di altri dati. Vi ho fatto avere le domande che volevo porre. Vi chiedo scusa se ve le ho fatte avere un po' tardi, ma stiamo a rincorrerci tutti continuamente con i tempi.

Innanzitutto, partiamo da un presupposto: ricordiamoci che questa convenzione vale circa 20 miliardi di euro, una finanziaria. Devono ricordarlo i cittadini, dobbiamo ricordarlo noi. Tutti noi, che lavoriamo su questa convenzione, dobbiamo ricordare che stiamo per autorizzare lo Stato a firmare un contratto di circa 20 miliardi, 18 o 19, secondo quello che sarà il gettito del canone, a fronte dei quali devono essere dati dei servizi, che secondo me non sono definiti.

Visto che anche voi parlate di rinnovo, mi permetto di osservare che ci sono fortissimi dubbi, innanzitutto, sulla legittimità della proroga di un servizio pubblico. Voglio ricordare che è l'unico caso nella storia europea in cui si sia prorogata una concessione di servizio pubblico radiotelevisivo. Non è mai successo nella storia dell'Europa. Aggiungo che secondo me non si deve parlare di rinnovo, ma di nuova concessione. Avete scritto «rinnovo» e tutte le volte che vedo questo termine mi permetto di osservarlo.

Ci sono alcuni punti su cui vorrei avere un vostro parere. Ho preparato domande precise, richiedendovi cortesemente, se non riuscirete a rispondere a tutte, visto che mi sento in carico, come il mio collega Peluffo, nella veste di relatore, se potete nei prossimi giorni farmi avere su ognuna di queste domande una precisa risposta. Vorrei essere preciso nel portarla nella relazione che dovremo presentare.

La convenzione in esame prevede l'unicità del servizio pubblico affidato alla Rai Spa, ma non sono chiarite in nessuna legge le motivazioni per cui Rai sarebbe l'unico soggetto in grado di assolvere a tale compito. Le chiedo, quindi, cortesemente

Pag. 21

di spiegare a questa Commissione per quale ragione, secondo lei, la Rai è considerata l'unico fornitore di contenuti idoneo a gestire il servizio pubblico radiotelevisivo. In nessun passaggio di legge, tantomeno nella convenzione, viene spiegato quali siano le motivazioni che rendono Rai l'unico soggetto in grado di svolgere il servizio pubblico e, a livello di norme europee – questo è assolutamente conclamato – è chiaramente esplicitato che l'unicità deve essere ampiamente motivata. Non è vietato dare a un soggetto la concessione del servizio pubblico senza passare da gara, ma nella legge deve essere spiegato perché viene considerato che quel soggetto è l'unico in grado di fornire il servizio pubblico.

Premesso che il canone che i cittadini pagano rappresenta un aiuto di Stato, legittimato dal fatto che serve allo svolgimento del servizio pubblico, le chiedo se ritiene conforme ai principi e alle regole dell'Unione europea in materia, che anche voi citate, che la valutazione della natura o meno di servizio

pubblico e delle trasmissioni offerte dalla Rai venga decisa da parte di uffici e organismi interni alla stessa Rai e non da un soggetto esterno e indipendente. A oggi, l'inserimento nella sezione di bilancio apposita viene concordato tra l'ufficio *marketing* e la programmazione di Rai: film, telefilm, intrattenimento, di tutto e di più. Voi controllate i singoli contenuti o solo la correttezza della separazione contabile? Avete guardato l'elenco dei programmi inseriti nel servizio pubblico in questi anni? Secondo voi, qualsiasi tipologia di programmi è considerabile servizio pubblico? Non ritenete sarebbe stato necessario, dopo la confusione di questi vent'anni – guardiamo indietro per guardare che cosa è stato fatto male per farlo bene nei prossimi dieci anni – chiarire in modo inequivocabile nella convenzione le tipologie di programmi considerabili di servizio pubblico, e pertanto pagati con il denaro dei cittadini?

Pag. 22

Lo schema di convenzione pervenuto a questa Commissione di vigilanza è privo dell'individuazione dei diritti e degli obblighi del concedente e del concessionario. Esso è rinviato a un futuro contratto di servizio nella stragrande maggioranza dei casi, tanto che ieri il Sottosegretario Giacomelli, di fatto dandomi ragione, proprio qui in audizione ha dichiarato quanto segue: «Ora è necessario che i concetti passino dal livello di documento politico – i concetti, cioè la convenzione – a un testo che li trasformi in precisi obblighi per la concessionaria», dichiarando che non ci sono scritti gli obblighi. Questo sarebbe il contratto di servizio. Pertanto, lo stesso sottosegretario ci ha detto che la convenzione di cui stiamo dibattendo non contempla alcun obbligo per il concessionario. Alla luce di quanto detto, lei ritiene giuridicamente legittimo e lecito affidare la concessione di servizio pubblico senza contestualmente individuare diritti e obblighi del concedente e del concessionario? Se sì, perché? Può spiegarmi le ragioni per le quali ritiene corretto affidare una concessione rimandando a tempi non definiti gli obblighi derivanti dalla concessione stessa, che consente a Rai di percepire 20 miliardi? Ricordo che il contratto di servizio viene demandato a un teorico sei mesi dopo la concessione, poi 45 giorni, ma se poi viene fatto tra quattro anni? Oggi, abbiamo in carico quello del 2012, quindi di fatto non c'è nessun obbligo e nessuna sanzione se non viene fatto il contratto di servizio.

Ribadito il fondamento della derogabilità del divieto degli aiuti di Stato, lei ritiene che gli spazi pubblicitari venduti dal concessionario, che già introita circa 2 miliardi l'anno, all'interno delle trasmissioni di servizio pubblico siano conformi al diritto dell'Unione europea in materia di concorrenza?

Condivido quanto avete scritto addirittura sulla separazione, che praticamente è una divisione societaria. State dicendo, cioè, che sarebbe opportuno la Rai facesse due società distinte: una

Pag. 23

di servizio pubblico e una commerciale, se non ho interpretato male.

In relazione alla pubblicità, mi pare che sia di vostra competenza controllare l'affollamento, che dovrebbe essere al 4 per cento, ma la Rai lo utilizza in un modo molto aperto. Questo 4 per cento è cumulativo. Addirittura, la loro interpretazione – secondo me, invece, a legge vigente non è assolutamente già oggi così – da una parte prende i tre canali generalisti (Rai Uno, Rai Due, Rai Tre) e prende il 4 per cento; dall'altra, tutti i canali tematici, gli altri undici. Risulta che, attualmente, l'affollamento pubblicitario di Rai sia un caso unico in Europa. In tutto il resto d'Europa, gli affollamenti sono canale per canale. Non si può far la somma e poi la divisione. I primi tre canali di Rai devono stare, invece, entro il 4 per cento, ma Rai si è presa la discrezionalità di fare la divisione. Ne deriva che, ad esempio, Rai Uno è sempre sul 6-7 per cento; Rai Tre è spesso sotto il 3 e il 2; per Rai Due diventa il 3. La media dei quattro, quindi, fa 12, e diviso tre fa 4, ma è una discrezionalità non legittima a livello europeo e, secondo me, anche rispetto... ho quasi finito, presidente, ma siamo stati qua fino alle 19.00, ho preparato il documento, una paginetta.

PRESIDENTE. Abbiamo iniziato alle 19.

MAURIZIO ROSSI. Nei canali tematici diventa facile, ad esempio, non mettere nulla o quasi per caricare quelli di maggiore *audience*. È veramente il gioco delle tre tavolette quello che viene fatto, unico in Europa, dove invece il limite è calcolato sui singoli canali. La nuova convenzione per i prossimi dieci anni non mi pare proprio che chiarisca che cosa fare in merito. Le pongo, pertanto, le seguenti domande. Come è stata calcolata sino ad oggi la percentuale di affollamento al 4 per cento? È corretta l'analisi che vi ho illustrato? La pubblicità nel

Pag. 24

canale dei bambini, alla quale Rai ha rinunciato parlandone anche molto, viene recuperata come percentuale di affollamento negli altri canali tematici? Se un canale come Rai Scuola non inseriva la

pubblicità, Rai ha recuperato quel 4 per sugli altri canali tematici? Se sino ad oggi si è operato in tal senso, come ritenete sia giusto operare con la prossima convenzione? Ritenete corretto che all'atto della concessione questi obblighi non siano contestualmente inseriti e chiariti in modo inequivocabile? Ritenete, pertanto, sia corretto un affollamento cumulativo, come nel resto d'Europa, al 4 per cento per singolo canale? Al fine di evitare il vantaggio competitivo derivante dall'aiuto di Stato, che può creare una distorsione del mercato, non ritenete che l'inserimento della pubblicità, tanto più se limitato al 4 per cento per canale, dovrebbe essere unicamente nei programmi commerciali e mai in programmi comprati, prodotti e sostenuti dai soldi del canone?

Quanto agli introiti derivanti da convenzioni con enti pubblici, ultimo tema, è di vostra competenza controllare tutte le convenzioni stipulate dal concessionario pubblico con enti locali, regionali, ministeri e associazioni? Ritenete corretto che la società concessionaria, che già introita circa 2 miliardi, introiti ulteriori soldi dei cittadini richiedendo contribuzioni a enti pubblici per le più svariate motivazioni, per esempio decidere se produrre un programma o un Capodanno in una città o in una regione, chiedendo magari 5 milioni di euro a quella regione per andare lì piuttosto che altrove, con i soldi che già introita dal denaro pubblico e mettendo magari il programma di Capodanno anche come programma di servizio pubblico, e quindi pagato con i soldi del canone? Ritenete che anche questi aspetti debbano essere chiaramente esposti nella convenzione, e non *a posteriori*, e che tali punti debbano essere

Pag. 25

inseriti in modo chiaro e trasparente, appunto contestualmente al rilascio della concessione?

DALILA NESCI. Vi ringrazio della vostra presenza qui. Ascolterò molto volentieri le risposte che riceverà il collega Rossi, che ha fatto domande pertinenti e interessanti. Vorrei semplicemente dire che condivido la valutazione...

PRESIDENTE. Scusi, quanto alle risposte, se invierete le risposte a Rossi, le invierete alla segreteria della Commissione, che le girerà a tutti i commissari.

DALILA NESCI. Dicevo che condivido la valutazione sulla poca efficacia che ha avuto a oggi la contabilità separata. Forse questi elementi, che anche lei suggerisce, alla convenzione potrebbero in futuro magari dare altri tipi di riscontro e di risultati.

Mi pare anche di aver capito che siete d'accordo sul fatto che all'interno della convenzione dovrebbe essere inserita la norma sul blocco delle risorse quinquennali del canone, sempre se ho compreso bene, norma che tutti auspicavamo, che però non è stata ancora introdotta nel testo.

Ho poi una domanda sul controllo del rispetto del pluralismo politico. È un tema che dopo il referendum non è stato più toccato con la stessa veemenza di quei tempi, ma non dimentichiamo che questo problema sussiste ancora. Ce lo ricordano ogni giorno i telegiornali della Rai, che ci dimostrano proprio come questo problema sia serissimo, al di là del minutaggio. Mi chiedo a che punto sia il vostro lavoro sull'analisi qualitativa dell'informazione, proprio in ragione delle funzioni che la legge vi affida affinché il servizio pubblico televisivo generale sia effettivamente aderente ai principi dell'imparzialità, della lealtà e della correttezza.

Pag. 26

LELLO CIAMPOLILLO. Grazie a voi per essere qui. Comincerei brevemente, al volo, con la dichiarazione di prima del dottor Morcellini, il quale diceva che i giovani hanno abbandonato la televisione. Questo, però, è un caso un po' italiano, se ho capito bene. È giusto? Diceva questo. È soprattutto italiano. Vorrei ricordare, caro dottor Morcellini, che siamo al settantasettesimo posto per libertà d'informazione. I giovani questo l'hanno capito. La Rai non può far finta di non sapere questa cosa o dire che non c'entra nulla. I giovani l'hanno capito. Voi li sottovalutate un po' troppo. I giovani italiani hanno capito che il *bluff* è grande e che la Rai ne fa parte e vi abbandonano, non vi seguono. Quindi, i giovani, non vedono la Rai, come la televisione. Ho precisato la Rai, ma l'Agcom dovrebbe un po' capire e vedere perché siamo settantasettesimi nel mondo per libertà di informazione e in Europa veniamo considerati in semilibertà di stampa. Non lo dico io, lo dice la classifica internazionale.

Presidente Cardani, ieri avevamo qui con noi il sottosegretario, dottor Giacomelli. Gli avevo fatto una domanda, ma non ha risposto – l'hanno fermato anche dei giornalisti giù – in merito a una questione Rai, quella di Rai Way, che in questi giorni sta facendo acquisizioni di torri. A suon di milioni di euro le sta comprando dai privati. Addirittura sta acquisendo intere Srl, sta acquisendo i capitali di intere Srl e, quindi, sta rilevando le torri e, a quanto sembra, anche i dipendenti all'interno.

PRESIDENTE. Si riferisce alle torri di Telenorba?

[LELLO CIAMPOLILLO](#). Anche, sì. C'è una serie di acquisizioni. Volevo sapere se ha qualcosa da dire su questo argomento.

Inoltre, lei ha parlato di capacità trasmissiva e nella sua relazione ha detto «fatta salva la possibilità di acquisire capacità

Pag. 27

trasmissiva da soggetti terzi». Ebbene, noto che l'articolo 7, dove si parla di capacità trasmissiva, dice che la Rai, in realtà, può, di fatto, se ho capito bene, diventare operatore di rete. Secondo l'articolo 7, «al fine di consentire la diffusione di contenuti dei fornitori in ambito locale e nazionale», la Rai può praticamente diventare operatore di rete. Sui suoi tralicci e, quindi, sulle sue infrastrutture e su suoi impianti di diffusione dovrebbe addirittura fare servizio per conto di terzi. Secondo l'articolo 7, la capacità trasmissiva che verrà assegnata in futuro può essere anche, se ho capito bene, aumentata: già oggi la Rai ha 5-6 MUX di media su una regione. Se deve fare servizio anche per conto terzi... Lei dice, invece, il contrario. Dice che, in realtà, dovrebbe essere addirittura la Rai ad acquisire capacità trasmissiva da parte di terzi. La Rai, in realtà, le frequenze le ha gratis dallo Stato. Secondo quello che lei ha detto, la Rai dovrebbe andare a comprare una capacità di banda da terzi, con un esborso ulteriore, quando invece dovrebbe avere le frequenze gratuitamente.

Ha parlato poi di valorizzazione del mezzo radiofonico. Nella sua relazione ha detto che «sarebbe altresì auspicabile una più forte indicazione in direzione della valorizzazione del mezzo radiofonico». Su questo, in linea di principio, siamo d'accordo, ma c'è un problema: il futuro del mezzo radiofonico – lei lo sa meglio di me; ne abbiamo parlato anche ieri con il dottor Giacomelli – si chiama DAB. Mi faccia finire.

[PRESIDENTE](#). Professor Cardani, usi il microfono, in ogni caso, per parlare. Il senatore Ciampolillo, da quello che ho ascoltato, si riferiva all'audizione di ieri del Sottosegretario Giacomelli.

[LELLO CIAMPOLILLO](#). Abbiamo parlato di DAB. Il futuro...

Pag. 28

[ANGELO MARCELLO CARDANI](#), *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Mi scuso per essere intervenuto in maniera impropria, ma sono stupito dal tono del senatore Ciampolillo, che sembra ascrivere all'Agcom amicizie, contatti e corresponsabilità con mille fenomeni.

[LELLO CIAMPOLILLO](#). No, assolutamente. Stiamo parlando di Agcom, l'Autorità garante delle comunicazioni.

Finisco l'ultimo punto. Lei ha parlato di valorizzazione del mezzo radiofonico. Il futuro del mezzo radiofonico si chiama, come lei ben sa, DAB, ossia digitale terrestre radiofonico. Questo è il futuro. Se ne parla e si fanno convegni sul futuro della radiofonia digitale, che servirebbe soprattutto a Rai, perché, come lei ben sa, oggi abbiamo una Rai Parlamento che non può funzionare perché non può acquisire altri impianti e c'è una direttiva dell'Agcom che si chiama 664/09. Sono andato a verificare questa direttiva. Praticamente, che cosa è accaduto? Oggi nelle regioni dove non sono state assegnate le frequenze il digitale radiofonico è fermo dal 2009, dalla delibera Agcom 664/09/CONS. Con questa delibera avete bloccato la sperimentazione sul digitale. Nel 2009 chi aveva chiesto sperimentazione sul digitale radiofonico e, quindi, sul DAB ha mantenuto... Avete bloccato qualsiasi altro tipo di sperimentazione e l'avete lasciata soltanto a chi l'aveva già chiesta nel 2009. Che fine fanno la libertà di pensiero, la libertà d'informazione, la libertà di impresa? Con questa delibera avete bloccato i MUX. Oggi un soggetto nuovo – o meglio, anche gli esistenti, sia nazionali, sia locali – che voglia richiedere una sperimentazione sul digitale radiofonico, che è il futuro della radio – è una delibera vostra, presidente – praticamente non può farlo. Che vuol dire? Oggi avete dato soltanto ad alcuni soggetti, cioè quelli nazionali, i soliti noti, la possibilità di esistere sul DAB. Oggi la sperimentazione non si può fare. Sono andato a vedere uno dei

Pag. 29

MUX che avete autorizzato. Sono andato a controllare il contenuto di questi MUX. Oggi non se ne possono attivare di nuovi. All'interno di questi MUX ci sono Rtl 102.5, che è il gruppo di Rtl, un altro canale che si chiama Rtl 102.5 Best, che è sempre Rtl, Rtl 102.5 Groove, che è sempre Rtl, Rtl 102.5 Italian style, che è sempre Rtl, Rtl 102.5 Lounge, che è sempre Rtl, Rtl 102.5 Rock, che è sempre Rtl, Rtl 102.5 Guardia costiera, un altro canale che è sempre Rtl, Rtl Viaradio digital, che è sempre Rtl. Poi ci sono una radio straniera e altre due radio nazionali. Presidente, oggi c'è questa delibera, la 664/09/CONS. Questa è una vergogna. Nel 2009 avete bloccato di fatto il futuro del sistema radiofonico italiano, Rai compresa. Quindi, presidente, le chiedo di cancellare... Voi avete la possibilità di cancellare in autotutela questa delibera. Se non verrà cancellata, le preannuncio che questa storia finirà in procura.

PRESIDENTE. Mi scusi, presidente Cardani, c'è l'intervento del collega Ciampolillo. Ci sarà poi tutto il tempo che vuole per rispondere a ogni cosa se non è d'accordo, se non va bene. Funziona così, in modo che tutto rimanga agli atti e sia trasparente.

ANGELO MARCELLO CARDANI, *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni.* Posso lasciare agli atti che mi sembra di essere – io personalmente, temo, e non l'Autorità e fra l'altro forse è una situazione migliore quella in cui io mi debbo difendere e non l'Autorità, che non ha nulla da rimproverarsi – diventato l'obiettivo di un particolare gruppo politico. Non posso dimenticare che è appena uscito un signore che mi ha dato in Senato, un luogo che pensavo fosse frequentato da personaggi del calibro di Cicerone, una definizione di «essere spregevole» e che ha continuato con una serie di errori e di imprecisioni che, in un periodo di *fake news*, contro le quali tutti ci battiamo...

Pag. 30

PRESIDENTE. Nel merito potrà rispondere tranquillamente anche dopo, senza alcun problema. Continuiamo. Collega Peluffo, prego.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Questa è la seconda audizione che svolgiamo, peraltro con un'indicazione anche nella convocazione molto precisa. Si tratta di audizioni in riferimento al parere che siamo tenuti a esprimere sullo schema di convenzione che ci è stato trasmesso dal Governo. Questa è la seconda audizione che inizia con interventi sull'ordine dei lavori che producono un dibattito su altro. Questa sera abbiamo avuto il collega Airola, il quale ha fatto riferimento a sue dichiarazioni avverse al Presidente Cardani, che nulla c'entrano con l'audizione di questa sera. Peraltro, non sono intervenuto prima sull'ordine dei lavori. Mi permetta adesso di dire, presidente, che, per quanto ci riguarda, confermiamo tutta la stima nei confronti del collegio e del presidente dell'Autorità e nel lavoro che essa svolge nella sua indipendenza.

Ieri abbiamo avuto una discussione sull'ordine dei lavori su una proposta del presidente Gasparri, il quale chiedeva che questa Commissione discutesse di prorogare ulteriormente l'attuale concessione. Non è competenza di questa Commissione. Peraltro, Gasparri è vicepresidente del Senato e sa che, se ritiene di condurre questa battaglia, lo può fare legittimamente nell'Aula del Senato, proponendo una norma primaria che proroghi ulteriormente. Ho visto che è stato il senatore Rossi a fare riferimento alle proroghe, dicendo che, secondo lui, era sbagliato anche il fatto che si siano fatte precedentemente. Forse sono questioni *interna corporis* alle opposizioni e alle minoranze. Si tratta di una discussione ulteriore. Io, invece, faccio riferimento, nel mio intervento, al merito. Mi scuso con il presidente Cardani se non farò una requisitoria. Non ho da sottoporle un interrogatorio con una sfilza di domande. Peraltro,

Pag. 31

gliene sono già state sottoposte molte. Risponderà adesso o per iscritto. Avremo l'opportunità di guardare le risposte.

Volevo riprendere tre questioni che sono nella comunicazione del presidente Cardani. Credo che anche la documentazione cui si è fatto riferimento verta intorno a queste e ad altre questioni, ragion per cui sarà interessante approfondirle. Riprendo tre questioni che, in realtà, sono state sollevate parzialmente anche nell'audizione di ieri. Credo che sia di interesse di questa Commissione iniziare a metterle a fuoco.

Una riguarda l'indipendenza del servizio pubblico, legata alla certezza delle risorse, tema che questa Commissione ha affrontato più volte anche su sollecitazione di organi europei come l'EBU. In riferimento a questo mi sembra che questa sera siano stati sollevati alcuni elementi di criticità che riguardano l'articolo 13, comma 2, tra cui una questione sollevata adesso anche dalla collega Nesci in riferimento alla indicazione del canone diverso dall'annuale. Nel comma 2 c'è un riferimento a una verifica fatta su base annuale, di concerto tra Autorità e ministeri, in merito al raggiungimento degli obiettivi indicati dal contratto di servizio. Nella relazione c'è invece un auspicio, un riferimento a un arco temporale diverso per quanto riguarda il canone, ossia su base quinquennale.

C'è poi una seconda questione sollevata con grande precisione. Credo che sarà necessariamente oggetto di ulteriore riflessione. Si tratta del riferimento agli articoli 12 e 13 sulle competenze dell'Autorità. Credo che sia una questione da mettere a fuoco, perché è una delle risultanze di questa prima parte dell'audizione.

Poi c'è una questione sull'articolo 14 sulla contabilità separata. È stato introdotto dalla relazione l'elemento della separazione funzionale, che è di grande significato e di grande respiro dal punto di vista dell'assetto complessivo dell'azienda.

Pag. 32

Questo forse mi ricorda di più una discussione che abbiamo fatto su una legge, quella della riforma della *governance*, che è diventata tale e ha avuto elementi di dibattito intorno a questo aspetto. Non sono sicuro che possa rientrare nel parere, ma credo che, giustamente, sia stata richiamata in termini di come la contabilità separata possa essere condotta fino in fondo nella sua portata complessiva.

Presidente, ritengo che l'audizione di questa sera abbia sollevato questioni di grande rilievo. La documentazione allegata sarà uno strumento di grande utilità non solo per il lavoro dei relatori, ma anche per il complesso delle audizioni, per il respiro cui ha fatto riferimento il presidente.

PRESIDENTE. Se non ci sono altri interventi, passiamo alle risposte, così possono essere anche chiarite alcune cose.

Do la parola ai nostri ospiti per la replica.

ANGELO MARCELLO CARDANI, *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Grazie, presidente. La premessa è che le questioni sollevate sono moltissime, molto ampie e alcune molto dettagliate. Quindi, non sono convinto di poter fornire una risposta esauriente in questo momento. Risponderemo sicuramente e cercheremo di farlo nel tempo più limitato possibile per mettere a disposizione della Commissione la nostra opinione e permettere alla Commissione di utilizzarla nelle sue decisioni.

Sui primi punti che il senatore Rossi ci aveva preannunciato, ancorché un filo tardi, abbiamo qualche elemento. Se non le dispiace, il professor Morcellini potrà fornire una risposta, sempre promettendo, però, una trattazione più completa per iscritto a brevissima scadenza.

MARIO MORCELLINI, *componente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Sulla prima questione, legata all'unicità

Pag. 33

della Rai, o meglio a quella che si chiama la clausola di esclusiva, devo ricordare che la scelta è di esclusiva competenza del Governo e, quindi, esula dai compiti dell'Autorità.

Ciò detto, il tema è sicuramente interessante anche per i risvolti di analisi internazionale, ma, posto alla vigilia del rinnovo della concessione, il ragionamento è un po' fuori tempo. Questo tema andrebbe trattato in un'audizione in cui si possa parlare distesamente di queste questioni, non con l'urgenza di un adempimento. Ripeto, comunque, che l'interfaccia è il Governo. Ci sono stati ripetuti interventi su queste questioni anche in passato, da parte di Catricalà e di Cairo. Recentemente il Ministro Calenda ha pronunciato una frase molto interessante su un ragionamento che va fatto sulla possibilità di riarticolare. Posso dire che nessuno in questo testo, che intanto è decennale e non significa un matrimonio eterno – è la durata media dei matrimoni – può dire di sentirsi affidatario esclusivo e per sempre, come invece succedeva in passato, di un compito così delicato. Altra cosa, se posso andare verso l'interesse della sua domanda, è affidare pezzi di servizio pubblico a diversi soggetti. Questa soluzione, però, presupporrebbe ben altri approfondimenti in termini di analisi di compatibilità e soprattutto di analisi di impatto e di efficacia. Andrebbe, al limite, preparato adesso un meccanismo che consenta di studiare quali parti possano essere separate per il futuro.

Le risposte sono tutte più brevi delle domande. Non a caso, infatti, il presidente ha promesso integrazioni scritte.

La seconda risposta è ancora più rapida e riguarda la domanda su come verifichiamo la correttezza della separazione contabile, una domanda più che pertinente, come le altre. Sul punto – l'ha già anticipato il presidente nella sua relazione – verifichiamo esclusivamente la correttezza della separazione contabile. Come abbiamo chiarito in quel testo, lo strumento si

Pag. 34

è dimostrato del tutto inefficace e assolutamente da superare, anche in ragione dell'ampia discrezionalità di cui dispone, o meglio disponeva, perché la situazione potrebbe cambiare, la Rai nella definizione dei tre aggregati.

La terza questione è quella della concessione del servizio pubblico senza individuare diritti e obblighi. L'attuale testo della convenzione reca disposizioni dedicate agli obblighi del concessionario. In particolare, l'articolo 3 a noi sembra abbastanza stringente. In ogni caso, riteniamo che non ci sia alcuna controindicazione rispetto al fatto che si provveda, anche a partire da questa sede, che noi, ovviamente, valutiamo come un elemento di ulteriore avvicinamento agli obiettivi di una chiarezza più intellettuale e più avanzata, a una definizione più puntuale dei diritti e degli obblighi su cui poi saremo chiamati a vigilare. È chiaro che per noi è meglio siano più definiti gli obblighi: in passato non è stato altrettanto garantito, perché la sfumatura degli obblighi rende anche indecidibile, come si usa dire in accademia, l'analisi dei risultati. Invece, in questo modo, si stringe la possibilità dell'analisi di impatto.

La quarta domanda è quella sull'affollamento pubblicitario, una domanda più impegnativa. Anche su

questo nella relazione del presidente Cardani c'erano già molti elementi, ma non è inutile ripetere qualche parola. Non esistono obiezioni di principio rispetto alla possibilità di un finanziamento misto. Anche la Commissione europea si è espressa in questa direzione. L'attenzione della Commissione ha riguardato piuttosto il livello di finanziamento da parte dello Stato per assicurarsi che sia proporzionato alla missione di servizio pubblico. Quanto ai limiti di affollamento pubblicitario, che era il *core business* della sua domanda, confermiamo che fino a oggi abbiamo calcolato il limite del 4 per cento settimanale cumulativamente sulle tre reti generaliste. Per i canali tematici, come lei sa, c'è

Pag. 35

una diversa tradizione – non so come altro chiamarla – cioè si procede canale per canale, come succede anche per le emittenti private. Si tratta di un criterio interpretativo molto consolidato nel tempo – non è detto che questo significhi che sia sacrosanto – stante la genericità della norma primaria, che consentiva anche questa interpretazione restrittiva. In ogni caso, non è possibile considerare tale scenario come un caso unico in Europa, in ragione della diversità delle norme nazionali in materia di pubblicità e anche in materia di servizi pubblici. Ci sono un po' di divergenze rispetto alla domanda. Precisiamo, infine, che il legislatore sarà chiamato a breve – questo punto, quindi, forse si risolve rapidamente – a rivedere la disciplina di settore a seguito della riforma della direttiva europea sui servizi *media* audiovisivi che stringentemente ci collocano in questa direzione.

L'ultima questione che poneva ha una risposta lapidaria di una sola riga: si tratta di controlli che esulano dalla nostra competenza istituzionale. Questo non significa che non integreremo con ulteriori elementi la risposta.

Grazie di aver mandato le domande prima, perché è molto utile per preparare le risposte analitiche.

[ANGELO MARCELLO CARDANI](#), *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Se posso, intervengo brevemente per sottolineare che risponderemo in maniera più estesa e per iscritto alle domande della signora.

Noi insistiamo molto sul concetto di blocco del canone perché la Rai possa contare su risorse certe pluriennali e avere davanti a sé un periodo di programmazione. L'incertezza sulla quantità delle risorse disponibili di anno in anno rende difficile quell'attività, che consideriamo essere molto ragionevole in un'impresa delle dimensioni della Rai. Sapere che per N anni avrà un reddito o risorse ammontanti a tanto rende inevitabile

Pag. 36

un tentativo di programmazione che la Rai deve non solo poter fare, ma deve anche fare. Riteniamo che questo sia importante.

Per quanto riguarda il senatore Ciampolillo, sul DAB abbiamo una posizione che è sempre stata estremamente favorevole. Il senatore Ciampolillo forse ha dei dubbi, ma, per esempio, per quanto riguarda la delibera che citava, la 664, forse non ha letto la delibera 561, che correggeva alcune imprecisioni ed errori della 664.

[LELLO CIAMPOLILLO](#). Articolo 19, comma 5.

[ANGELO MARCELLO CARDANI](#), *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Articolo 19, comma 5. Questa è un'affermazione apodittica, che lascio a lei. Le risponderò per iscritto, al comma 5 e a tutti gli altri commi. In ogni caso, il problema del DAB è costituito dall'indisponibilità delle frequenze. L'indisponibilità delle frequenze non dipende dall'Autorità. L'Autorità assegna le frequenze disponibili e, quando le frequenze sono esaurite, non può far altro che chiedere al ministero uno sforzo, che adesso faremo in maniera più importante, per esempio per quanto riguarda la famosa banda 700, sulla quale, però, senza l'impegno del ministero, l'Autorità poco può fare. Abbiamo recentemente organizzato due convegni, che hanno avuto – devo dire – abbastanza successo, nei quali abbiamo cercato di coalizzare le forze che hanno interesse a sviluppare le trasmissioni in DAB, in quanto, a parte l'aspetto qualitativo che il DAB può fornire nell'ascolto, esso ha anche il vantaggio di stimolare un'attività sia di creazione di nuovi prodotti, sia di costruzione di nuovi apparecchi riceventi che sono, in ogni caso, considerati un vantaggio per l'industria italiana.

[LELLO CIAMPOLILLO](#). Presidente, se le risorse sono poche, perché avete assegnato praticamente un intero MUX a un

Pag. 37

soggetto? Non è normale questa cosa, presidente. Liberare il DAB. Grazie.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Non è che, se non c'è Airola, allora Ciampolillo...

PRESIDENTE. Grazie, onorevole Peluffo. Andiamo avanti, così ascoltiamo bene le risposte.

ANGELO MARCELLO CARDANI, *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. La prego di credere... Sottoporro una trattazione scritta, che lei potrà giudicare sufficiente o insufficiente, come preferisce, nella quale cercheremo di dimostrare quali sono stati gli interventi dell'Autorità, che ha a cuore lo sviluppo di ...stia attento, perché poi le fa male la testa, onorevole.

PRESIDENTE Stiamo sulle risposte. Ciampolillo, anche lei è già intervenuto. Andiamo avanti con le risposte.

ANGELO MARCELLO CARDANI, *presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni*. Per quanto riguarda le domande dell'onorevole Peluffo, alla prima, grosso modo, ho fornito una risposta un po' impressionistica, ma che cerca di cogliere il senso del nostro obiettivo. Noi riteniamo che una grande azienda come la Rai abbia il dovere di programmare, e di programmare in modo pluriennale, cosa che può fare solo se ha delle risorse certe. Quindi, la nostra richiesta di blocco del canone e prevedibilità di fonti di finanziamento è una richiesta che punta al miglioramento del comportamento di Rai, la quale, dall'altra parte, si nasconde spesso sotto il fatto di avere risorse ballerine, che da un anno all'altro variano.

Per quanto riguarda invece gli articoli 12, 13 e 14, le risponderemo in maniera assolutamente esauriente per iscritto. La domanda richiede una strutturazione della risposta.

Pag. 38

Spero con ciò di aver soddisfatto le curiosità più impellenti. Il nostro desiderio – vorrei sottolinearlo per tutti con uguale sincerità – è quello di fare al meglio un mestiere tecnico e non prestarsi a strumentalizzazioni in chiave politica da parte di nessuno.

PRESIDENTE. Presidente, volevo ricordarle che abbiamo 30 giorni per esprimere il parere, anche di meno ormai. Stiamo svolgendo un'istruttoria su cui poi i relatori dovranno lavorare. Chiedo pertanto di poter farci pervenire le risposte entro il 24 marzo.

Per quanto riguarda tutto il resto dell'interlocuzione e delle risposte che prescindono anche dall'analisi del parere sulla concessione che questa Commissione deve esprimere, siamo comunque curiosi di conoscerlo a 360 gradi.

Ringrazio il presidente, i componenti dell'Agcom e i loro collaboratori e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 20.15.

XVII LEGISLATURA

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

Resoconto stenografico

Seduta n. 113 di Venerdì 17 marzo 2017

Bozza non corretta

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori:[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [3](#)**AUDIZIONI NELL'AMBITO DELLO SCHEMA DI DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI CONCERNENTE L'AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOFONICO, TELEVISIVO E MULTIMEDIALE, CON L'ANNESSO SCHEMA DI CONVENZIONE (ATTO N. 399)****Audizione della presidente, del consiglio di amministrazione e del direttore generale della Rai.**[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [3](#) ,[Maggioni Monica](#) , *presidente del consiglio di amministrazione della Rai* ... [4](#) ,[Campo Dall'Orto Antonio](#) , *direttore generale della Rai* ... [7](#) ,[Diaconale Arturo](#) , *consigliere di amministrazione della Rai* ... [11](#) ,[Siddi Francesco Angelo](#) , *consigliere di amministrazione della Rai* ... [12](#) ,[Borioni Rita](#) , *consigliere di amministrazione della Rai* ... [17](#) ,[Guelfi Guelfo](#) , *consigliere di amministrazione della Rai* ... [19](#) ,[Rossi Maurizio](#) ... [21](#) ,[Margiotta Salvatore](#) ... [25](#) ,[Airola Alberto](#) ... [28](#) ,[Ranucci Raffaele](#) ... [31](#) ,[Ciampolillo Lello](#) ... [34](#) ,[Minzolini Augusto](#) ... [36](#) ,[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [37](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [40](#) ,[Campo Dall'Orto Antonio](#) , *direttore generale della Rai* ... [41](#) ,[Margiotta Salvatore](#) ... [43](#) ,[Campo Dall'Orto Antonio](#) , *direttore generale della Rai* ... [43](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [51](#) ,[Maggioni Monica](#) , *presidente del consiglio di amministrazione della Rai* ... [52](#) ,[Rossi Maurizio](#) ... [54](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [55](#)*(La seduta, sospesa alle 11.20, riprende alle 11.45)* ... [55](#)**Audizione di rappresentanti di USIGRai, ADRai, SLC-CGIL, UILCOM-UIL, UGL-Telecomunicazioni, SNATER e LIBERSIND.CONF.SAL:**[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [55](#) ,[Cestaro Massimo](#) , *segretario generale SLC-CGIL* ... [56](#) ,[Airola Alberto](#) ... [61](#) ,[Lainati Giorgio \(SC-ALA CLP-MAIE\)](#) ... [63](#) ,[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [67](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [70](#) ,[Di Trapani Vittorio](#) , *segretario di UsigRai* ... [70](#) ,[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [73](#) ,[Di Trapani Vittorio](#) , *segretario di UsigRai* ... [73](#) ,

[Cestaro Massimo](#) , segretario generale SLC-CGIL ... [75](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [77](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [78](#)

Testo del resoconto stenografico

Pag. 3

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE ROBERTO FICO

La seduta comincia alle 9.15.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'art. 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione della presidente, del consiglio di amministrazione e del direttore generale della Rai.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), della presidente, del consiglio di amministrazione e del direttore generale della Rai, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Comunico che non sono presenti all'audizione, per pregressi impegni, i consiglieri di amministrazione Marco Fortis, Paolo Messa, Carlo Freccero e Giancarlo Mazzuca.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola dapprima alla presidente, quindi al direttore generale, con riserva per me e per i colleghi di rivolgere alla presidente, al direttore generale e ai componenti del consiglio

Pag. 4

d'amministrazione, al termine dei due predetti interventi, domande e richieste di chiarimento.

MONICA MAGGIONI, presidente del consiglio di amministrazione della Rai. Intervengo sostanzialmente per dire che come azienda abbiamo accolto con grande favore che si sia arrivati alla firma di questa convenzione. Che il testo centrale rimetta ancora una volta Rai al centro del sistema di comunicazione, di produzione culturale del Paese, non può essere visto da Rai che come molto positivo. L'intero schema attorno al quale si articola la convenzione ricostruisce e ridelinea la possibilità per Rai di continuare ad avere non solo il ruolo di centralità che ha avuto fin qui, ma di continuare a contribuire, se possibile ancora meglio, allo sviluppo in generale del Paese.

Lo si capisce fin dall'articolo 1, quando si cita l'importanza di favorire l'istruzione, la crescita civile, il progresso e la coesione sociale; di promuovere la lingua italiana, la cultura e la creatività; di salvaguardare l'identità nazionale; di assicurare prestazioni di utilità sociale. Semplicemente leggendo il primo comma dell'articolo 1, si capisce ancora una volta l'impianto teorico su cui ci si muove, l'obiettivo dato alla Rai e il dovere di Rai.

La mia personale lettura e interpretazione di quello che qui viene riaffermato è che a Rai viene data questa centralità, ma le si dice anche che cosa ci si aspetta dall'azienda e da tutte le sue componenti perché possa essere realmente un punto di sviluppo per il Paese. Andando un po' più nel dettaglio e analizzando alcuni dei passaggi che giudico chiave, non perché ve ne siano di meno importanti, vale la pena di dibattere un istante e ho trovato particolarmente importante, all'interno del comma 1, il passaggio della convenzione in cui si fa esplicito riferimento al rispetto del divieto assoluto di utilizzare metodologie e tecniche capaci di manipolare in maniera non riconoscibile

Pag. 5

allo spettatore il contenuto delle informazioni. Significa essere già in grado di guardare dentro il sistema di informazione e produzione delle notizie in cui ci troviamo immersi: che si sia sentito il bisogno di esplicitarlo in un articolo del testo della convenzione dà a Rai ancora di più un ruolo nel tentativo di costruire un grado di affidabilità nel rapporto tra sé e gli spettatori – che non bisognerebbe ormai più chiamare spettatori, ma fruitori a tutto tondo della produzione di contenuti Rai – mi sembra importante.

Oltretutto, se ruolo può avere il servizio pubblico in questo momento e non solo nell'informazione, ma in tutta la sua capacità di produzione di contenuti, è proprio quello di essere *accountable*, responsabile di quello che fa e, soprattutto, affidabile nella sua possibilità di verifica dei contenuti. Di conseguenza, penso che un passaggio di questo tipo metta, rispetto all'azione di Rai, ancora una volta al centro che dobbiamo essere in grado di dotarci al più presto di strumenti con i quali dare la possibilità a tutti i cittadini, a tutti gli utenti, di capire quando si trovano in presenza di contenuti verificati, con quale tipo di verifica, con quale tipo di affidabilità di sistema. Se ha un senso essere servizio pubblico, è anche perché bisogna essere ancora più responsabili e affidabili nella produzione dei contenuti.

Mi sembra importante passare anche attraverso l'articolo 3, quando si parla dell'adeguato sostegno allo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo. All'interno di quell'articolo, infatti, si intuisce anche che Rai non solo deve produrre, ma deve essere fattore positivo e abilitante per l'intero sistema. Al di là di quello che Rai fa in proprio, ci devono essere anche la visione, la capacità e lo sguardo per cui Rai diventi stimolo positivo anche per il resto del sistema e – mi si lasci dire – del mercato dell'audiovisivo del Paese. Al netto della propria centralità,

Pag. 6

ci deve essere sicuramente la capacità di Rai di essere elemento positivo anche per il resto del mercato.

Un punto che forse merita un istante di riflessione e che potrebbe essere oggetto, credo, di analisi e valutazioni da parte dei lavori che questa Commissione si troverà a fare su questo testo di convenzione, che poi ricordo, non certo a voi ma per completezza di ragionamento, dovrà essere perfezionato all'interno di un contratto di servizio, è quanto disciplinato dall'articolo 13, al comma 2, quando si dice: ai fini della determinazione dei costi rilevanti anche per la determinazione annuale dell'ammontare del canone di abbonamento, si prevede che Agcom e MISE, ciascuno per le sue rispettive competenze, verifichino annualmente la realizzazione degli obiettivi di efficientamento e razionalizzazione indicati nel contratto di servizio, l'attuazione del piano editoriale e via discorrendo. Questo passaggio è molto importante. Io lo giudico molto positivamente dal punto di vista della trasparenza. Parte dell'essere *accountable* è anche che chi lavora dentro il servizio pubblico e utilizza risorse pubbliche nella propria azione deve essere in grado di rendere conto di tutto quello che fa. Non sono preoccupata dall'elemento del controllo, anzi; non sono preoccupata dall'elemento della trasparenza, anzi, purché l'elemento del controllo – lo devo per forza dire, anche in virtù del lavoro che ho fatto tutta la vita – si fermi un passo prima del controllo editoriale in senso stretto e chieda, piuttosto, rispetto del pluralismo, ma lì si fermi. Che l'elemento del controllo vero e proprio, ossia il raggiungimento degli obiettivi (economici e/o obiettivi ISTAT strategici fissati dall'azienda), non sia messo ad esempio un piano su base triennale di risorse certe, ma in collegamento diretto con l'annualità, potrebbe essere un problema, di cui secondo me vale la pena ragionare insieme per capire se questa sia l'unica formulazione possibile o se, invece, dare una garanzia

Pag. 7

pluriennale di risorse, all'interno della quale fare dei controlli puntuali, quelli sì, sulla realizzazione degli obiettivi, non sarebbe un modo per garantire al servizio pubblico un'autonomia rispetto alle scelte dell'Esecutivo, che rischia in questo modo di essere compressa in questa verifica annuale. In pratica, è uno dei punti direi qualificanti. Direte che la tutte le volte che arriva, la Maggioni parla di BBC, ma non lo faccio per un mio vezzo personale. Effettivamente, è un modello di servizio pubblico forse più avanzato col quale possiamo fare i conti. Andando a rileggere i passaggi del Royal Charter sul legame tra verifiche e risorse, si capisce che metterle in relazione così diretta può incidere sull'autonomia e sulla libertà dal potere politico del servizio pubblico. Non è una cosa sulla quale nessuno abbia una ricetta definitiva, ma trovo che all'interno anche dei lavori che verranno fatti da questa Commissione e nello spazio che si delinearà all'interno del contratto di servizio, probabilmente su questo piano un ragionamento in più varrebbe la pena farlo.

Queste, sostanzialmente, sono le mie analisi – lo capite – per titoli e per sommi capi. Ovviamente, su ognuno degli articoli della convenzione varrebbe la pena di soffermarsi, ma credo che abbiate tante di quelle audizioni che, se ognuno degli auditi si permettesse di soffermarsi su questi punti, andreste avanti probabilmente per un anno e mezzo. Tenterò quindi la sintesi, e mi fermo qui, avendo evidenziato alcuni dei passaggi che secondo me valeva la pena mettere in rilievo. Mi sembra opportuno lasciare la parola agli altri.

[ANTONIO CAMPO DALL'ORTO](#), *direttore generale della Rai*. Anch'io cercherò di essere sintetico e di provare a dare un contributo alle audizioni in cui raccogliete i punti di vista sul testo di convenzione, partendo proprio dalla soddisfazione, che ha già condiviso la presidente, per il fatto che viene ribadita

Pag. 8

all'interno della concessione l'idea che la Rai è centrale per il sistema radiotelevisivo italiano, e per questo avrà una concessione esclusiva per dieci anni.

Il percorso, che, come sapete, doveva trovare una sua forma a maggio dell'anno scorso, sono contento che adesso, grazie al lavoro del Governo, sia arrivato a una sua conclusione in questi giorni. Non è soltanto, tra l'altro, il fatto che sia una concessione esclusiva che dà soddisfazione, ma anche che si identifichi in maniera più chiara il fatto che radio-TV e multimedialità diventano gli elementi importanti. Anche nel testo si capisce come l'ambito di servizi che siamo chiamati a dare alle persone, sono espletati nell'ambito di un'idea di azienda, che, come sapete, stiamo trasformando in *media company*, che vada proprio a pensare a se stessa rispetto a tutte le piattaforme possibili. In questo senso, come ho avuto modo di dire varie volte anche in questa sede, questo è un testo chiave proprio per accompagnare la trasformazione in atto. Dà le linee guida su tutti i punti, che, come diceva bene la presidente, oggi non possiamo affrontare uno a uno. Dà però una visione sulle tematiche importanti sulle quali confrontarsi, come quelle qualitative. Non rileggo l'importante articolo 1, che citava la presidente, ma si parla anche di promuovere la lingua e la cultura italiana, di salvaguardare l'identità nazionale.

Quello che per me è importante sottolineare, probabilmente uno dei punti che ci sta più a cuore, come ha appena detto la presidente, è che cosa significhi per un'azienda e per chi la gestisce trasformarla nell'ambito di un quadro di convenzione che cambia. Qual è l'elemento fondamentale per riuscire a unire trasformazione e innovazione? Averne un quadro certo di riferimento. Sono i quadri chiari quelli che consentono di mettere le azioni su un piano pluriennale, e quindi fare trasformazioni e investimenti che si basano sulla possibilità di

Pag. 9

pianificare le attività. A maggior ragione, se posso permettermi una digressione di un minuto, crediamo che questa trasformazione, cominciata un anno e mezzo fa, stia producendo i suoi risultati, a partire da quelli più evidenti, per esempio che dal 1° gennaio la Rai è a più del 40 per cento di ascolto nel *prime time*, grazie anche a molte cose, come la strategia sulla *fiction*, che hanno portato prodotti che non c'erano prima, come Schiavone, o anche il successo che sta avendo Rai Due con *La porta rossa* in questi giorni.

Ci sono anche attività magari meno visibili, ma altrettanto importanti. Citerò adesso la BBC in un altro senso, non in quello della presidente. In questi giorni, c'è stato ad Amsterdam il Promax, gli Oscar europei della creatività: oltre ad aver vinto vari premi, con la nostra direzione creativa, che, come sapete, è stata creata da un anno o poco più, abbiamo vinto il *Marketing Tema of the Year*, davanti a BBC, a MTV e a NBC Universal. È un altro esempio di che cosa significhi trasformare un'azienda. Rai Play non solo ha raggiunto i 30 milioni di *browser* unici nella sua breve storia – ce l'abbiamo da sei mesi o poco più – ma è notizia di ieri, che avrete visto probabilmente nella rassegna di oggi, che è diventato il primo sito televisivo italiano. Anche questo, a sei mesi dalla sua nascita, mi sembra un grande esempio di cosa voglia dire trasformarsi.

Proprio per questo – torno un minuto sul tema delle risorse – proprio per pianificare la continuazione di questo tipo di attività e per rafforzare questo tipo di iniziative, è importante avere una prospettiva pluriennale dal punto di vista delle risorse. Sono d'accordo anch'io con la presidente, ben vengano le verifiche sulla corrispondenza tra gli obiettivi che l'azienda si dà, concordati con l'azionista, e le azioni fatte, sempre tenendo conto che l'obiettivo finale è quello di avere un'azienda culturalmente viva, che possa contribuire in maniera significativa

Pag. 10

alla trasformazione del Paese. Allo stesso tempo, secondo me questi obiettivi devono essere chiari. È più facile avere regole d'ingaggio su obiettivi quantitativi? Sulla digitalizzazione del Paese, per esempio, o sugli aiuti al sistema audiovisivo, quanto più questi obiettivi sono chiari, tanto più è facile verificarne il raggiungimento. Si deve avere, però, questo tipo di verifica su un ordine pluriennale, che consenta appunto di organizzare e pianificare la trasformazione. Tra l'altro, un punto specifico, che sarà uno degli argomenti, sono le risorse pubblicitarie, a cui tengo molto. Nel testo c'è anche l'indicazione su come vada venduta la pubblicità dal punto di vista della sua prezzatura. Su questo sono d'accordo. Tenete conto che, da quando sono arrivato, nel 2015, ho immediatamente chiesto che venisse invertita la rotta della prezzatura. Penso che non solo si possa farlo per il futuro, ma che sarebbe auspicabile che l'aveste fatto anche per il recente passato, per vedere proprio come è cambiato, usando qui (com'è indicato) dei soggetti terzi con delle metriche molto chiare.

Sulla pubblicità – rubo anche qui un minuto – è molto semplice: è sufficiente vedere i ricavi delle società, dividere questi ricavi pubblicitari di tutti gli operatori per i secondi messi in onda, e si ottiene il prezzo. Questo, misurato di stagione in stagione, di anno in anno, dà l'idea effettiva, al di là di listini e sconti. È il dato reale che identifica se effettivamente i prezzi sono aumentati o diminuiti. Questo, secondo me, è molto importante, proprio perché rivendichiamo il lavoro fatto quotidianamente.

Concludo dicendo che, oltre alle risorse, per noi è molto importante avere un insieme di strumenti,

ovvero che ci sia una coerenza tra missione, risorse e modalità di azione. Come sapete, in questo momento stiamo affrontando, anche dal punto di vista aziendale, alcune tematiche delicate, che riguardano il

Pag. 11

modo in cui operiamo sul mercato, nel senso della possibilità di essere effettivamente presenti come siamo stati fino ad oggi, con una strategia senza limitazioni per la nostra azione. Credo che questa coerenza tra missione, risorse e modalità di azione sia fondamentale anche per riuscire a dare forza alle richieste fatte all'interno della convenzione, che poi troveranno forma nel contratto di servizio. In sintesi, proprio perché oggi, come diceva la presidente, siamo in tanti, questo è il ragionamento su quelli che penso e pensiamo possano essere gli elementi di attenzione che rivolgiamo a voi, che avete il compito di analizzare e dare un parere, che troverà forma, confronto, in una fase successiva, anche all'interno di un confronto per il contratto di servizio.

ARTURO DIACONALE, *consigliere di amministrazione della Rai*. Vorrei semplicemente condividere quanto indicato dalla presidente e dal direttore generale e insistere sul punto rappresentato dal secondo comma dell'articolo 13. Credo sia un punto estremamente importante quello che stabilisce, al fine di una corretta individuazione, le verifiche annuali da parte delle autorità ministeriali e del Ministero dello sviluppo economico. La verifica deve riguardare gli obiettivi di efficientamento e razionalizzazione e l'attuazione del piano editoriale. Credo che manchi qualsiasi riferimento, ad esempio, al fatto che queste verifiche dovrebbero essere compiute anche dalla Commissione di vigilanza. Che la verifica del piano editoriale possa passare esclusivamente attraverso il controllo di un'autorità di Governo introduce un elemento di preoccupazione sul rispetto del principio fondamentale che il servizio pubblico deve applicare, che è quello del pluralismo. I Governi possono cambiare e i criteri con cui si possono compiere queste verifiche possono essere di tipo assolutamente soggettivo... usiamo questo termine. Credo che su questo punto bisognerebbe compiere una verifica.

Pag. 12

Infine, nelle discussioni che si fanno molto spesso c'è sempre un riferimento alla BBC, riferimento importante. È un modello a cui tutti i servizi pubblici vogliono aspirare. Vorrei sottolineare che la caratteristica della BBC è non avere pubblicità nel servizio pubblico, tranne che nella rete rivolta all'estero. La convenzione conferma, invece, la natura della Rai, pubblica, ma che al tempo stesso può svolgere attività commerciali. Credo che un indirizzo per dare alla Rai risorse certe attraverso un canone dalla durata fissa almeno triennale per garantire risorse adeguate, che consenta di mettere sul mercato le risorse pubblicitarie, potrebbe dare un riequilibrio complessivo al sistema informativo nazionale. Quei milioni che la Rai può recuperare dal mercato potrebbero essere utilizzati dalle altre emittenti e dalla carta stampata per un riequilibrio complessivo, naturalmente dando alla Rai le risorse di cui ha bisogno, una volta identificate nei 113 euro di canone, che, se tornassero a quella cifra, una volta separata con esattezza la parte pubblica dalla parte commerciale, potrebbe neppure incidere sull'umore dei contribuenti e dei cittadini.

FRANCESCO ANGELO SIDDI, *consigliere di amministrazione della Rai*. Condivido anch'io quanto hanno già detto la presidente e il direttore generale e anche alcune considerazioni del collega Diaconale.

Credo che sia importante rilevare come la convenzione finalmente colmi un vuoto che ha reso complicato programmare l'attività dell'azienda con un occhio di lunga gittata, essendo per lunghi mesi in stato di proroga. Adesso, si apre una fase nuova, che risente del quadro legislativo, base che è stata cambiata alla fine del 2015, in vigore dall'inizio del 2016, e che però porta ancora in sé condizioni condizionanti – chiedo scusa per il gioco di parole – legate all'introduzione a suo tempo delle norme volute dal Governo Monti (il prelievo sul canone del 5

Pag. 13

per cento), poi rafforzate proprio all'epoca del Governo Renzi con l'introduzione del canone in bolletta, che ha cambiato un po' la fisionomia del finanziamento Rai, ma stabilendo una quota e non più il canone riservato alla Rai. Questo è un punto su cui fare una riflessione, oggi, alla luce del fatto che la convenzione durerà dieci anni in condizione di esclusiva per l'esercizio dell'attività radiotelevisiva pubblica. Nel 2018, questa quota dovrebbe cessare di essere considerata tale e si spera possa consentire di riportare interamente il canone in ambito Rai. Su questo punto credo che una riflessione della Commissione di vigilanza del Parlamento sia necessaria in prospettiva.

Essendo molti discorsi, legati al finanziamento strutturale dell'attività del servizio pubblico, orientati

anche a intervenire sul sistema misto di finanziamento, molto parziale, quello della pubblicità, è necessario ricondurre il canone, magari con atti di indirizzo, che possono determinare nuove norme (in sede di legge di stabilità o in altre norme primarie) in grado di dare alla convenzione la necessaria spinta al sostegno, all'innovazione anche programmatica e alla programmazione pluriennale, indispensabili per un'azienda a cui lo Stato chiede, anche attraverso la convenzione, di innovare profondamente. È evidente che tutti i programmi di innovazione oggi hanno risentito e risentono, pur in presenza di attività importantissime, che il direttore ha ricordato, soprattutto la digitalizzazione, di questa condizione ancora incerta.

Peraltro, anche il dibattito degli ultimi mesi intorno all'esclusività o meno del servizio pubblico affidato alla Rai creava elementi di incertezza, anche se non credo basati su una possibilità reale di incidere su questo punto. In un sistema misto oramai da quasi trent'anni, invece, è necessario individuare bene appunto i canoni di intervento e di operatività.

Pag. 14

Credo che alcune previsioni presenti in convenzione siano molto rilevanti: i dieci anni della convenzione – io ne avrei preferiti venti, ma la legge così ha fissato – col contratto di servizio basato, invece, su un arco temporale di cinque anni. Quest'arco temporale di cinque anni richiede uno sforzo legislativo – se non si può colmare immediatamente in sede di convenzione – perché anche la programmazione, e quindi anche il finanziamento a monte, sia poliennale. È indispensabile. Non c'è dubbio che una certezza di risorse di canone può anche consentire l'intervento su quella manovra pubblicitaria di cui tanto si parla. Ho l'impressione che quella convenzione su alcuni aspetti sia molto legata alla contingenza del dibattito politico e anche all'intervento della concorrenza, che a più riprese ha cercato di incidere su questo, sia invocando quota canone, sia invocando mano libera sulla pubblicità, togliendola alla Rai. Personalmente, ho espresso più volte l'avviso che la pubblicità si possa togliere alla Rai se alla Rai si danno, a fronte degli obblighi che si vuole affidarle, addirittura cresciuti, 100-110 euro di canone fisso. Capisco che una volta, però, che si è abbassato il canone, riportarlo a 100-110 sia difficilissimo. Allora, si lasci tutto il canone alla Rai e, probabilmente, si potrà intervenire ulteriormente, stabilendo una barriera più forte ancora sul limite della pubblicità, lasciando al mercato della competizione più spazio da quel punto di vista. Diversamente, c'è bisogno di questo sistema, peraltro molto moderato. Gli affollamenti in Rai sono oggettivamente assai moderati.

Anche la polemica recente in ordine al presunto *dumping*, su cui c'è di fatto un riferimento che trova un richiamo dentro la convenzione, quindi in un atto costitutivo e non nel contratto di servizio, deve servire ad avere una chiara impostazione di gestione. Mi pare, però, che la Rai – lo ha detto il direttore generale poc'anzi – abbia da tempo cessato certe prassi, anche

Pag. 15

se, quando deve stare sul mercato della raccolta, deve fare i conti con gli altri competitori. Negli ultimi tempi, i competitori, che hanno più libertà non avendo vincoli pubblici – è anche lì la differenza tra servizio pubblico e privato – stanno facendo altro che *dumping*. Hanno abbassato drasticamente le tariffe per raccattare il massimo di pubblicità possibile. È legittimo, ma allora bisogna sapere che, avendo la Rai un indirizzo chiaro, essere elemento di equilibrio, la Rai diventa di fatto un *pivot* di sistema, sul quale c'è la garanzia dell'intervento del controllo pubblico. Questo è un punto importantissimo proprio a favore della tesi del servizio pubblico radiotelevisivo.

Un altro punto vorrei sottolineare. La convenzione mette in radice il tema della regionalizzazione, della presa del territorio. Deve essere in tutte le regioni, quindi si fugge un dubbio, un problema. Non è un problema di palazzi presenti nelle regioni, ma di relazioni e di informazione da garantire nelle regioni con qualità e trasparenza.

La Rai sta avviando un processo in cui mette in campo due circuiti di informazione: quella di flusso e quella generalista, direi gerarchica e di approfondimento. Su questo c'è da fare ora un termine di sviluppo ulteriore, anche alla luce delle sollecitazioni che la Commissione invia alla presidente, al direttore, al consiglio di amministrazione, per il piano editoriale. Non c'è dubbio che le innovazioni che arrivano anche dalla convenzione richiedano una riflessione matura per essere adeguati e all'altezza. Chiaramente, il tempo ci congiura contro. La convenzione scatterà a maggio, poi ci sarà il contratto di servizio: nel frattempo, occorre mandare in onda tutti i programmi 24 ore su 24 e continuare a innovare.

Oltre alla regionalizzazione, mi pare importante – questo mi ha anche un po' sorpreso – la presenza nella convenzione, non già nel contratto di servizio, quindi ancora più forte, di un

Pag. 16

elemento appunto molto forte su cui deve riflettere la Rai, tutta la sua dirigenza, dalla dirigenza che ha l'obbligo e il compito primario di gestione, al consiglio, che ha compiti di indirizzo e di controllo: la valorizzazione delle risorse interne. La Rai, anche qui, deve sciogliere un nodo. È importante l'indirizzo che danno gli organi di promozione a tutela degli azionisti e del Parlamento, che è l'azionista reale, il vero proprietario, in nome dei cittadini italiani, del servizio pubblico radiotelevisivo. La Rai deve produrre di più o deve comprare di più? Credo che su questo il dibattito non sia ancora sviluppato adeguatamente. Personalmente, sono dell'avviso che, proprio alla luce delle condizioni date anche dalla convenzione, si debba riguardare molto quello che può e deve fare direttamente. Deve avere col mercato delle produzioni intellettuali, culturali e di intrattenimento un rapporto sempre più trasparente e decisivo, sempre più attento a dettare la sua linea primaria e a non subire quella di un mercato che si è drogato grazie alla presenza di *manager* potentissimi, che non si può far finta che non esistano, ma dai quali, anche alla luce degli obblighi di convenzione, credo che la Rai possa trarre maggiore forza.

Ritengo, altresì, che siano importanti le sottolineature sullo sviluppo tecnologico, con particolare riferimento alla controllata Rai Way. In queste settimane arrivano indirizzi chiari e precisi alla dirigenza Rai, trattandosi di un'azienda che diventa strategica per il Paese, per la sua democrazia. La capacità trasmissiva, concetto introdotto per la prima volta in un atto amministrativo, non ancora in un atto legislativo – finora, parliamo di frequenze – è una condizione fondamentale per stabilire, attraverso le regole di democrazia, gli accessi alla comunicazione, al trasferimento dei segnali, e quindi alla possibilità di più soggetti attraverso regole di garanzia pubblica di essere presenti come una volta le edicole, che dovevano garantire

Pag. 17

a tutti i giornali di essere distribuiti entro una certa percentuale nel territorio.

La convenzione, agli italiani oltre che alla Rai, pone un obbligo nuovo, più volte qui emerso: garantire la copertura del segnale al 100 per cento della popolazione, non più del territorio, ma della popolazione. Mi pare un fatto di grande significato, che però comporta spese. Occorre saperlo. Non è che il fatto che la Rai debba dare la tesserina o il modem, come fa capire la convenzione, non costi: tutto ha un costo. Allora, occorre assicurare alla Rai, a maggior ragione, un flusso di finanziamenti certo e deciso per supportare tutto questo processo. Su questo credo che serva ancora qualche riflessione in più. Se poi servono altre osservazioni sul canone, personalmente ho alcune altre idee.

[RITA BORIONI](#), *consigliere di amministrazione della Rai*. Mi associo a quanto detto dal presidente, dal direttore generale e dai miei colleghi proprio sul doppio problema, cioè della funzione e del ruolo regolatorio del servizio pubblico sul mercato, che come tutti sapete ha una drammatica tendenza alla concentrazione. La Rai, come deve essere da parte delle aziende pubbliche, deve assolvere anche a questo ruolo di regolazione dei mercati. A questo si associa, come diceva il collega Siddi da ultimo, un tema che attiene alla certezza delle risorse. Laddove abbiamo, e avremo sempre di più, una certezza di funzioni da assolvere, questa dovrà essere accompagnata da una certezza ragionevole delle risorse che devono essere usate per assolvere a queste funzioni, peraltro pubbliche.

Sempre Siddi ha affrontato il tema delle risorse interne. È di questi giorni la questione che si è aperta ancora una volta, e sottotraccia continua a esserci, della vicenda del precariato Rai. Sono convinta che non ci sia una volontà vessatoria nei confronti delle partite Iva in sé. Fermo restando che abbiamo

Pag. 18

sicuramente una quantità importante di personale interno Rai, c'è anche la necessità dell'introduzione di alcuni professionisti, ad esempio sul piano autoriale, ma anche di professionalità nuove. In questo momento però è molto difficile riuscire a fare il famoso *turnover* in Rai. Per fare questo, sono necessarie risorse certe, è evidente. Resta fermo, però, che la Rai deve fare uno sforzo importante sulla questione delle sue partite Iva, come dovrebbe fare la pubblica amministrazione in generale e non solo, e su questo credo non ci siano dubbi. Un'azienda che mai come in questo periodo punta così tanto alla qualità e all'innovazione non può dimenticare che il lavoro malpagato difficilmente porta innovazione e qualità. Anche questo tema di un importante *turnover* dentro l'azienda sono convinta sia legato fortemente alla certezza delle risorse.

Non voglio tornare sugli argomenti già affrontati, trovo sempre molto importante, in tema di creatività e innovazione, il passaggio in cui, all'articolo 3, si dice che il contratto nazionale di servizio «potrà definire durata e ambito dei diritti di sfruttamento radiofonico, televisivo e multimediale negoziabili della società concessionaria». Noi conosciamo quello che è stato a lungo un problema delle televisioni in relazione a produzione cinematografica e audiovisiva, una contrattazione in cui la forza dei *media*, delle *media company* o delle televisioni, ha creato in alcuni casi delle problematiche alla produzione. Infine – non vi stupirete – vorrei fare un'osservazione su come è affrontato il tema della cultura alla lettera d) del comma 1 dell'articolo 3, gli obblighi della concessionaria. Trovo che ci sia una certa visione quando si dice: «un numero adeguato di ore di trasmissioni televisive e radiofoniche dedicate all'educazione, all'informazione,

alla formazione, alla promozione culturale, con particolare riguardo alla valorizzazione delle opere teatrali, cinematografiche [...]». Non c'è una parola sul tema

Pag. 19

della crescita culturale dei cittadini. Non c'è una parola su questo. Non credo che il nostro scopo sia esclusivamente essere una vetrina della produzione cultura alta italiana se non inseriamo un elemento di divulgazione, una parte fondamentale per la parte pubblica, appunto, per accompagnare i cittadini alla conoscenza della cultura. Ho detto scherzando al direttore generale, ed era chiaramente ironico: «Se dovessimo assolvere assolutamente a quello che dice la lettera d), dovremmo fare un bel canale in latino con musica barocca, e assolveremmo immediatamente. Certo, sul piano del nostro dovere di accompagnamento delle persone alla conoscenza della cultura, forse cadremmo drammaticamente». Credo che questa lettera d) dovrebbe essere aggiornata rispetto al nostro dovere – lo ribadisco – di portare i cittadini, gli italiani, e non solo, alla conoscenza del variegatissimo alto e basso mondo culturale italiano, e non solo.

GUELFO GUELF*, consigliere di amministrazione della Rai.* A parte dire che sono molto d'accordo con le cose che sono state dette dai miei colleghi, in particolar modo ben puntualizzate dal collega Franco Siddi, come fa spesso e come fa bene, mi preme anche cercare di costruire alcune considerazioni, che partono dal fatto che sappiamo che la concessione che è stata firmata è in ritardo di un anno. Questo ritardo si deve a un motivo di relazione, di puntualizzazione, al fatto che la gerenza attuale, coloro che sono al vertice della Rai, come sapete nasce dalla contrapposizione di due processi legislativi uno in sostituzione dell'altro. La direzione viene dal principio legislativo per cui si individua un amministratore unico, un amministratore delegato, e il consiglio d'amministrazione è ancora la conseguenza della precedente legge Gasparri. Questo ci ha messo di fronte a un tempo in cui le cose dovevano conquistarsi la fiducia della relazione sul campo, nel prodotto, nel modo, nei risultati che la

Pag. 20

Rai, la televisione, riusciva a mettere in campo. Siamo partiti, e la convenzione viene a un anno e mezzo di distanza, da un piano industriale che aveva alcuni elementi centrali, fondamentali, che lo caratterizzavano. Il primo di questi elementi era la *media company*, ma soprattutto riuscire a colmare il *gap* digitale, il ritardo che la Rai accumulava sul terreno della produzione, delle modalità, della cultura digitale.

Ci diceva il direttore, che in un solo anno abbiamo raggiunto quelle posizioni di eccellenza e di primato che fanno sì che nel contratto di servizio, quando si parla all'articolo 1 di contenuti audiovisivi e multimediali, si dica una cosa che capiamo che cos'è, che è in essere, in esercizio, ossia il punto più avanzato della politica industriale della nostra azienda. Dove voglio arrivare? Siamo tutti un po' precari, abbiamo una posizione che ci spinge a pensare oltre, che ci ha fatto lavorare tanto, ha prodotto grandi risultati, ma che stentiamo a fare nostri nel nostro insieme, voi Commissione, voi Parlamento, noi ente. Stentiamo a riconoscerci non come soggetti da sottoporre a verifica annua. Questo mi ha colpito. Mi colpisce anche un po' l'accento dei miei colleghi. Il termine «verifica» non mi convince granché. A me sembra che dovremmo avere una reciprocità e una relazione tale che annualmente sottopone a un confronto l'opera che stiamo svolgendo perché questa possa essere modificata, anzi apprezzata, modificata, aggiornata, com'è normale che sia, come dovrebbe essere normale che fosse. Non è una struttura di controllo, a cui si lega l'apertura e la chiusura del rubinetto dei finanziamenti, e quindi la possibilità di procedere o recedere. È un modo di essere, di funzionare, tra il Parlamento, il Paese e la sua emittente. Noi non siamo l'emittente di un Paese vicino, nemmeno di un Paese amico. Siamo l'emittente dell'Italia. Siamo l'azienda di comunicazione pubblica. Con questo si vuole dire che siamo lo strumento

Pag. 21

prioritario della comunicazione che il sistema Italia propone ai propri cittadini. Quelli della verifica sono temi del confronto, della concertazione, dell'aggiornamento e aggiustamento delle esperienze che stiamo compiendo. Penso che la convenzione, per com'è scritta e per come l'ho letta, stia totalmente in piedi, anche a prescindere dalle singole interpretazioni. C'è la durata, c'è la modalità, c'è l'esclusività, c'è il valore deposto. Mi auguro che, nel prosieguo di queste considerazioni nel nostro confronto, si vadano a mettere in esercizio le note. Le note non sono opinioni. Devono essere opportunità, cose, elementi. Pensare che il finanziamento sia legato al caso non è da azienda, non sta nello spirito di nessuna azienda. Pensare che quest'azienda sia soggetta a limiti che ne impediscono la programmazione o la progettazione non è da azienda. Vuol dire che rinunciamo al fatto che la Rai, la Radiotelevisione italiana, sia l'azienda di comunicazione pubblica, lo strumento audiovisivo di contatto con tutti i cittadini del nostro

Paese. Per i risultati che fa, che ha fatto e che sta facendo in questi ultimi tempi e da molto tempo, con prodotti ben identificati, di cui sappiamo (non solo noi, ma la stragrande maggioranza dei cittadini italiani) il nome e cognome, se questa è la nostra azienda, bisogna che procediamo con una fiducia e una capacità reciproche di produrre interventi migliori di quanto fin qui forse abbiamo fatto.

MAURIZIO ROSSI. Ringrazio consiglieri di amministrazione della Rai, presidente e direttore generale. Ho sentito delle considerazioni importanti. Ci tengo a dirvi che diverse situazioni che non condivido non sono una colpa assolutamente da addebitare a Rai, ma secondo me una colpa del Governo e di come ha impostato la convenzione, come premessa.

Detto questo, come ho fatto ieri, porrò delle domande, che vi ho anche consegnato per iscritto. Rispondete a quelle che

Pag. 22

potete, cortesemente, già verbalmente. È molto importante, però, siccome dobbiamo stendere una relazione con il collega Peluffo, avere risposte scritte domanda per domanda. Come gentilmente Agcom ieri ha detto che ci consegnerà, vi chiedo cortesemente di consegnarle anche voi.

Durante il periodo di proroga, avete svolto atti di straordinaria amministrazione? Se sì, quali? Di quali durate? Con quali impegni economici?

In nessuna legge viene spiegato perché la Rai sarebbe l'unico soggetto in grado di fornire il servizio pubblico, mettendo in dubbio lo stesso affidamento secondo le normative italiane ed europee. Voi ritenete la Rai l'unico soggetto in grado di fornire il servizio pubblico? Per quale ragione? Che differenza c'è tra un programma di Giovanni Minoli, Lilli Gruber e Floris mandato in onda su Rai o su altre emittenti? Se *Porta a Porta* di Vespa passasse da Rai a Sky a LA7, non sarebbe più un programma di servizio pubblico? Per contro, *Ballando con le stelle* o programmi simili – non so se sia inserito tra i programmi di servizio pubblico – è di servizio pubblico perché è sulla Rai?

Nella relazione di Agcom di ieri viene scritto: «le attività di servizio pubblico siano nettamente distinguibili e identificabili come tali», quindi torniamo alla necessità di inserire il bollino blu, come peraltro io sostengo da sempre; «il perimetro del servizio pubblico va riconsiderato e dettagliato – sempre Agcom – anche allo scopo di rendere efficace il modello di separazione e corretta e trasparente la gestione delle risorse derivanti dal canone»; «il modello di separazione contabile [...] non ha pienamente corrisposto ai principi di efficacia ed economicità» ed è privo di un sistema sanzionatorio. Ancora Agcom: «Alla luce della oggettiva inadeguatezza del modello vigente», si ricorda che la Commissione europea «ha tuttavia chiesto agli

Pag. 23

Stati membri “di considerare come forma di pratica migliore la separazione funzionale”». Pertanto, una volta definita puntualmente la missione di servizio pubblico, sarebbe bene andare verso la separazione funzionale per soddisfare più efficacemente le esigenze di trasparenza postulate dall'ordinamento comunitario, tra l'altro prioritario su quello nazionale, come ben sapete. Significa due società per gestire? Una società per gestire il servizio pubblico e una per i canali commerciali? Si risolverebbe il problema, tra l'altro, di dove inserire la pubblicità. Potete commentare le varie posizioni di Agcom? Dividerete in due le società? Questo è l'obiettivo? A oggi, risulta che sia il vostro ufficio *marketing*, insieme alla programmazione, a decidere come imputare i programmi, se nella sezione di servizio pubblico o in quella commerciale. Non si può proseguire così: che sistema proponete chiaro e trasparente, come suggerisce anche Agcom, leggibile e identificabile?

Per quanto riguarda la pubblicità, sino a oggi Rai, tramite la Sipra, ha un affollamento del 4 per cento, ma cumulativo tra i tre canali generalisti, e sposta detta percentuale a suo piacimento, arrivando anche al 7 per cento su Rai Uno e riducendo Rai Tre magari al 2 per cento, perché è la media dei tre canali generalisti che deve fare il 4. *Idem*, ma vi chiedo conferma, pare avvenga sugli altri canali tematici. Siete coscienti che dovete modificare questa linea con la nuova concessione, molto aggressiva e non corrispondente alle leggi vigenti, in contrasto peraltro con tutto il resto dei canali di servizio europei, e rispettare le percentuali di affondamento per ogni singolo canale? È vero quanto dice il direttore generale, che c'è stata un'inversione di tendenza, e gliene va dato atto, ma è del tutto insufficiente. Peraltro, conoscendo il settore pubblicità sin dalla nascita del mondo delle emittenti private, conosco troppo bene tutti i sistemi per creare pacchetti di grande interesse per i

Pag. 24

clienti. Questa separazione netta del 4 per cento per ogni canale toglierebbe qualsiasi tipo di problema. È la stessa Agcom che ieri nella sua relazione ha scritto che «i principi di leale concorrenza, trasparenza – in riferimento all'articolo 9, comma 2 – [...] hanno carattere generico e non consentono di rispondere

all'obiettivo, tra l'altro previsto dalle norme europee in materia di aiuti di Stato al servizio pubblico radiotelevisivo [...] di vigilare sull'assenza di sussidi incrociati tra attività finanziate dal canone e attività commerciali». Accertata la «corretta imputazione di costi e ricavi alle attività di servizio pubblico rispetto a quelli commerciali [...] i principi contabili secondo i quali vengono tenuti i conti separati devono essere chiaramente definiti». Dovete leggere con molta attenzione, quindi, secondo me, la relazione di Agcom, che dice, ancora, che è un «tema centrale e nevralgico non solo per la vita e l'esistenza del servizio pubblico stesso, ma anche per gli equilibri e gli assetti del mercato nel quale il servizio pubblico opera».

Quanto a numero di programmi, canali e Rai Way, a oggi non è definito quanti programmi deve avere la Rai. Lo trovo sbagliato. Deve essere definito contestualmente alla concessione. Ribadisco che non è colpa vostra, ma di come è impostata la convenzione. All'estero, in tutti gli Stati le televisioni pubbliche hanno da tre a un massimo di cinque canali. Pensate di adeguare la Rai al resto d'Europa, creando peraltro un risparmio di oltre 100 milioni di euro all'anno, un miliardo in dieci anni, per quanto concernerebbe il contratto Rai Way? Con meno canali avreste bisogno di meno frequenze, a un minor costo. In tal modo, contribuireste anche a un uso efficace ed efficiente dello specchio radioelettrico e nell'ambito della revisione del piano nazionale delle frequenze in seguito alla liberazione della banda 700.

Pag. 25

Il piano televisivo non è conosciuto. Al momento, il piano *news* – sintetizzo, perché sono stato richiamato dal presidente, ma poi ci sono le domande scritte – manca totalmente. Qualche anno fa, si è parlato di una perdita di Rai Radio di 80 milioni di euro all'anno, che in dieci anni sono 800 milioni di euro. Non conosco la situazione attuale: potete raccontarci quali intenzioni avete?

Quanto ad ammortamenti, costi generali, costi personali e costi dirigenti, come vengono appostati nel bilancio della Rai dette voci? Nella sezione di servizio pubblico totalmente o suddivise tra le due sezioni e con quale criterio di suddivisione?

Siamo alle ultime due domande. Ho dei dati del 2013 sul numero dei dipendenti: potete dirci, a oggi, il numero di dipendenti, giornalisti e dirigenti? Come intendete operare sulle convenzioni con gli enti pubblici locali, regionali e i ministeri? Quanto rendono a Rai? Intendete proseguire con detti accordi, che sono ulteriore denaro pubblico che entra alla Rai?

SALVATORE MARGIOTTA. Ho apprezzato il sostanziale apprezzamento che mi pare ci sia stato da parte dei vertici Rai sul testo della convenzione, che anch'io giudico, al netto di alcune questioni da approfondire, un buon testo. Farò domande molto brevi, in modo da stare nei cinque minuti.

Il primo tema è quello delle risorse. Ho una deformazione professionale e mi piacerebbe – credo che il consiglio di amministrazione della Rai e il direttore ne dispongano – avere qualche dato numerico, e lo dico più semplicemente: quanto «incassava» di contributo pubblico dal canone la Rai prima della riforma? Quanto incassa o ha incassato l'anno scorso, a riforma del canone avvenuta? Quanto – ovviamente, è il calcolo più facile, basta diminuire della percentuale dell'abbassamento del canone previsto – immagina di incassare quando sarà diminuito ulteriormente il canone? Forse, se ragionassimo su

Pag. 26

questi numeri, potremmo capire alcune cose che a oggi a me sono poco chiare, e la chiarezza aiuta sempre, soprattutto in presenza di un atto così importante quale questo contratto.

Quanto all'articolo 1, comma 7, piano per l'informazione, dico veramente senza alcuna polemica che, *ça va sans dire*, si evidenzia ancora una volta un ritardo fortissimo, adesso veramente non più accettabile. Adesso è scritto in convenzione che dovete ridefinire il numero dei canali. Ho visto che l'avete interpretato pensando che bisognasse aumentare di uno, e va molto bene, ma complessivamente bisognerà arrivare a una ridefinizione. La aspettiamo da tempo. Speriamo che prima o poi arrivi.

In merito, mi ha molto colpito la preoccupazione del consigliere Diaconale sul ruolo della vigilanza. Credo che ci sia un ruolo in sé nella Costituzione stessa e nei compiti della Commissione, ma va approfondito. La perplessità del consigliere Diaconale è, a mio parere, meritoria di considerazione.

Altra questione, articolo 13, comma 2: ho apprezzato le parole della presidente e del direttore, persino meno critiche di quanto siano stati alcuni dei nostri interventi. Anche noi abbiamo la preoccupazione che il dovere di controllo, peraltro sacrosanto, sulle risorse utilizzate possa determinare una sorta di freno rispetto alla giusta e legittima autonomia della Rai medesima. Faccio solo notare, poi si può tutto migliorare, che è evidente che questo punto sta assolutamente insieme alla riforma, che abbiamo voluto e approvato, che dà grandi poteri all'amministratore delegato. Una frase di quel tipo cinque anni fa non aveva senso. Oggi, se dai tanti poteri all'amministrazione delegato, con un consiglio di amministrazione più debole rispetto a prima, è altrettanto evidente che chiedi un controllo più efficace. Credo, però, che si possa lavorare, visto che lo

Pag. 27

spirito mi pare condiviso, al di là di come se ne esce nella formulazione esatta.

Ho invece evidenziato anche al Sottosegretario Giacomelli la preoccupazione sulla contabilità separata, articolo 14, che già c'è, che va migliorata, come dice l'articolo 14, ma sempre con attenzione a non ricadere nella proposta Catricalà del bollino, che doveva evidenziare le trasmissioni pagate col canone e quelle pagate con la pubblicità, che proprio noi del PD giudicammo sbagliata. Il rischio che l'articolo 14 aprirà la strada a una soluzione di questo tipo mi pare che ci sia. Anche da questo punto di vista, credo sia necessaria una riflessione ulteriore.

Connessa al tema della pubblicità, che anche Franco Siddi ha trattato molto approfonditamente, è evidente che esiste la questione del tetto al compenso degli artisti. Al di là delle polemiche dei giorni scorsi, delle diverse prese di posizione, poiché vedo ancora che la situazione è molto fluida e capisco che non è tutta nelle vostre mani, anzi forse passa poco dalle vostre mani, vorrei capire se c'è stato un ulteriore approfondimento anche da parte vostra sul singolo tema.

Infine, una domanda riguarda la radio, su cui mi piacerebbe che rispondesse anche Franco Siddi. In questo momento, esiste un indebolimento della radio, o quantomeno un apparente indebolimento, che passa attraverso la riduzione dei *budget*, il timore che si perdano i diritti sportivi radiofonici del calcio e così via. Contemporaneamente, trovo in quella che chiamo aggressione, ma non è il termine giusto, nella competizione del maggior *competitor*, cioè *Mediaset*, un'attenzione molto profonda su questi temi se sono vere le cose che ho letto ieri, e cioè la costituzione di una sorta di polo, che punterebbe sullo sport, almeno per una delle tre emittenti radiofoniche. Su questo, poiché credo che troppe volte dimentichiamo anche noi il tema radio, mi piacerebbe che ci fosse un approfondimento ulteriore.

Pag. 28

[ALBERTO AIROLA](#). Ringrazio tutti voi di essere qua. È un momento molto importante, perché con questo documento e quello che ne seguirà – speriamo il contratto di servizio, che non faccia la fine di quello del 2012, poi cercato di rinnovare da questa Commissione e mai applicato – si va a ridefinire il servizio pubblico in quanto tale.

È sintomatico – do ragione alla presidente Maggioni – che all'articolo 1 venga subito stabilito chiaramente che l'informazione non deve essere manipolata. Il fatto che venga subito scritto nero su bianco è un po' come dire a una clinica, a un ospedale, che non deve uccidere i malati che ricovera. Anche questo dovrebbe far pensare. In realtà, abbiamo assistito – non voglio fare polemiche strumentali ad altro – veramente a una manipolazione dell'informazione oltraggiosa, che ha colpito soprattutto la mia parte politica. Avevamo già colto, ma purtroppo non abbiamo ancora certezze, anche in base a quello che voterà il consiglio di amministrazione, una riforma dell'informazione Rai. Una delle mie prime domande, infatti, posta anche a Giacomelli, ma che porrò anche a voi, è: che cosa resta al di sotto del *Web* a *Rainews24* – plaudo alla scelta della direttrice, se accetterà, se in quel verso si andrà – quindi tutto quello che diventerà comparto informazione *home-Web* su *Internet* e che raccoglierà i contenuti prodotti dalla Rai televisione? Per adesso, ho solo sentito delle malignità: avevate promesso meno testate e ce n'è una in più. In realtà, potrebbe diventare veramente un sistema per dare risalto a vari tagli di notizia e, soprattutto, agli approfondimenti. Si è parlato di cultura, se ne parla costantemente: la Rai deve produrre cultura, cultura, cultura. Giustamente, qualcuno faceva notare: quale cultura? Innanzitutto, credo che il servizio pubblico debba concentrarsi più sulla cultura *tout court* che sull'intrattenimento. Si cita spesso la BBC: non so quanto la BBC

Pag. 29

produca, ma indubbiamente un conto è aiutare la crescita del tessuto produttivo nazionale; altro è produrre autonomamente prodotti che poi vengono anche venduti. Per carità, hanno anche ottimi risultati, ma di *fiction* o film...

Una delle cose che qui non è scritta, che scriverei subito, è di tagliare Rai Cinema e la 01. Rimoduliamo con Rai Fiction un nuovo bacino, un fondo economico per produrre documentari, soprattutto co-produrre, cosa che aiuta molto le *start up*, le società. Devo dirvi che ho trovato in lavorazione un buon prodotto. I tecnici ne hanno parlato bene. Qual è il problema? La società che lo produce è finanziata totalmente da Rai, da soldi pubblici, quindi prende un pezzo di soldi pubblici, dei lavoratori del centro di produzione Rai di Torino, che costa – mi pare sia un terzo del totale della truppa – molto meno, forse addirittura un terzo di costo, e si ritrova quindi molto facilitata, valorizzando sì anche il personale di un centro di produzione, ma non favorendo la continuità della produzione televisiva. Le *fiction* arrivano e vanno, la Rai resta, la TV resta. Si parla – è emerso anche con Giacomelli l'altro ieri – di opera teatrale, di sostenere il teatro, la musica. Abbiamo l'orchestra della Rai a Torino, abbiamo la lirica, facevamo programmi per bambini. Credo che il servizio pubblico debba concentrarsi su quegli aspetti più che su diventare una grossa casa di produzione, che va benissimo se facciamo documentari. Ricordiamo la

consultazione pubblica, quella in cui una serie di punti uscì dalla consultazione... Tutti chiedevano più giornalismo d'inchiesta, di raccontare l'Italia al mondo, giustamente un'attenzione alle minoranze linguistiche, magari definite anche in maniera non così precisa come avviene nella convenzione. Ci sono anche altre minoranze linguistiche, franco-provenzali, per esempio, non soltanto quelle elencate qua.

Pag. 30

Anche relativamente alla narrazione, allo spazio dato alle altre religioni, al 90 per cento c'è uno studio della rappresentazione religiosa cattolica in TV: magari è giusto dare spazio ad altri. Questi sono, secondo me, punti su cui veramente si può ricostruire un servizio pubblico diverso. Ce n'è bisogno, se non ci riempiamo di parole. Le parole di cui spesso ci riempiamo, sia qui sia – penso – in Rai riguardano, per esempio, l'uso più efficiente delle risorse interne. Intanto, è stato lamentato da più parti, anche dalla radio, come si citava poc'anzi, la mancanza di *turnover*.

È evidente che anche voi avete bisogno, per il tipo di sfida che la Rai deve affrontare, di professionalità diverse. Quando faccio un'interrogazione alla Rai e chiedo perché Giancarlo Leone va a fare il consulente a Sanremo, mi viene risposto che ha delle grandi competenze: non ha lasciato niente a Rai? Non ha lasciato nulla? Se n'è andato, ed è stato un grande direttore, ma non ha lasciato nessuno capace di fare il suo lavoro. Quando vengono affiancati a *standing ovation* due direttori della fotografia... Sono casi... Non voglio entrare nel dettaglio. Mi avete anche già risposto, anche se non concordo sulla risposta. È il momento giusto, però, per porsi queste domande: queste non devono più essere parole, ma fatti.

Non possiamo fare un programma con una certa professionalità... Devo tagliare, presidente? Ho finito il tempo. È vero che le partite Iva non vanno vessate, come si diceva giustamente prima. So che adesso state risolvendo. Vi siete anche premurati di assicurarmi. Alle partite Iva è stato chiesto tempo fa, a inizio stagione, lo sconto del 10-15 per cento: vessate o non vessate, questo è, chiedete internamente alla Rai. È chiaro che un lavoratore contento, un sistema... C'è anche la questione di Teche, a proposito di lavoratori contenti, che a Teche stanno lavorando per digitalizzare. Secondo me, quello è un punto su

Pag. 31

cui investire. Non che fossero scontenti di digitalizzare, ma è «il» patrimonio della Rai, è il patrimonio della storia italiana. C'è bisogno di lavorare anche bene su quest'aspetto. Poi avremo, io spero – concludo, presidente – la possibilità di godere di questi filmati, di questo materiale su *Internet*. Ribadisco che è lì che dobbiamo andare.

Concludo chiedendo, premesso che Rainews24 ci sarà, che tipo di razionalizzazione avete intenzione di fare sui canali, sulla quantità dei canali. Lì, secondo me, si può avere un servizio pubblico molto più efficiente, sfruttando al meglio le risorse.

[RAFFAELE RANUCCI](#). Ringrazio la presidente, il direttore generale. Farò tre rapide riflessioni per noi e per il consiglio, che ringrazio della presenza.

In qualsiasi azienda, in qualsiasi piano industriale, certamente viene fatto un piano triennale, come minimo. Questo piano triennale è sottoposto ai consigli di amministrazione, quindi all'approvazione dei bilanci e all'andamento. Dobbiamo fare veramente una riflessione. Io credo che o consideriamo la Rai un'azienda che deve produrre o la consideriamo – diciamocelo chiaramente – un'azienda che deve solo riferire. Se consideriamo un piano industriale a cui poi è legato un piano economico e finanziario, a cui poi è legato un piano editoriale, dopodiché possiamo metterli uno sopra l'altro e fare la scaletta come vogliamo, vuol dire non che ogni anno sottoponiamo la Rai a una verifica degli andamenti, degli ascolti, ma che le risorse sono legate a questo. Questo non è accettabile. Questo vuol dire che abbiamo parlato per anni della politica fuori dalla Rai e stiamo mettendo non la politica nella Rai, ma nel consiglio di amministrazione. Giudico questo un gravissimo danno. È una riflessione che dobbiamo fare.

Pag. 32

Quanto alla pubblicità, sentiamo spesso una serie di critiche. Dobbiamo avere la possibilità di una concorrenza rispetto al programma a cui è legata, tenendo in considerazione che la Rai ha un tetto. Per quale motivo viene spostato da Rai Tre a Rai Due, a Rai Uno, dall'1 al 3, per mantenere comunque... C'è un tetto, e sappiamo perfettamente che cosa fanno, giustamente, nella loro legalità, nella loro possibilità di farlo, gli altri concorrenti. Io offro un pacchetto a un cliente, nel quale metto dei prezzi; poi che cosa metto? Metto una serie di *spot* gratuiti in orari non di *prime time*, in altri orari. La Rai non può farlo. Il pacchetto gratuito non si può fare, perché occuperebbe quella parte di tetto pubblicitario. È normale che poi si giochi sui prezzi. Forse, direttore, bisogna provare a spiegarlo. Io sento che la Rai abbatte i suoi listini del 70, dell'80 per cento. Non abbatte i suoi listini: va sul mercato con un listino e poi si trova – per lo

meno, questi sono i miei ricordi – a confrontarsi con realtà e offerte completamente diverse. Quante piccole aziende, in modo anche meritorio, sono cresciute con le TV commerciali, proprio perché avevano questa grandissima flessibilità. Ricordiamoci che la pubblicità della Rai non ha flessibilità.

Anche il tetto sugli stipendi richiamato dal collega – non ricordo chi – è una follia. Nella riforma Rai avevamo messo che non ci sarebbe stato il tetto. Ricordiamoci e andiamo a vedere che non c'era il tetto per quello che riguardava gli artisti. Era un accordo su un confronto anche con una parte dell'opposizione. Anche qui, avremmo messo fuori la Rai dalla parte di concorrenza. La pubblicità ha già un tetto. Adesso, mettiamo un tetto anche agli artisti. Vogliamo togliere veramente il tetto alla Rai, nel senso che vogliamo far piovere dentro la Rai? Facciamolo. Mi sembra che, a forza di mettere tetti, si facciano soltanto danni.

Pag. 33

Vengo alla tecnologia. Direttore, mi sembra che nell'articolo 2 o 3 si parli della tecnologia, della necessità di applicare le nuove tecnologie. Forse, già le ho posto la questione, ma voglio capire bene se dobbiamo scrivere meglio questo punto o non dobbiamo per forza scrivere quello: che cosa si fa nei prossimi dieci anni della convenzione sulla tecnologia? Le tecnologie evolvono di anno in anno. Abbiamo alle porte il 5G e tutto ciò che è oltre 700: come possiamo preservare e dare la possibilità alla Rai di essere pronta ad affrontare le nuove tecnologie, visto che la convenzione dura dieci anni, e quindi di non fare una convenzione bloccata? Vanno benissimo le porte aperte alla Rai. Sono sempre dell'idea, che poi non è soltanto mia, ma anche sua, di avere un *broadcaster center* presso cui la gente vada. Ho visto che già qualcosa avete fatto con i ragazzi, ma si può fare una cosa molto importante per la Rai, per la città che la ospita, con un nuovo *broadcaster center*, come abbiamo sempre detto, a Londra. Ricordiamoci che questa convenzione nasce anche da una novità assoluta – l'ha ricordato il collega Airola – ossia la consultazione che è stata fatta e per la prima volta. È molto più aperta, forse è molto più verso il pubblico, è molto più verso le persone.

Vorrei aggiungere una cosa, e ho concluso. Come si fa a dare la visione del futuro a un'azienda alla quale, invece, quotidianamente misuriamo soltanto un programma politico. La Rai è composta al 90 per cento di altro e al 10 per cento di programmi politici. Vi prego: risolvete questo problema dei programmi politici. A me non interessano, al mio collega di più, perché fa più questo... Questa è la sua funzione, non ha la televisione. Credo che dobbiamo risolvere il problema della disputa politica all'interno della Rai. La Rai – l'ho detto, lo ripeto – fa programmi, fa *fiction*, fa trasmissioni con cui la BBC se la mangia, e noi stiamo sempre a parlare di BBC. Andate a

Pag. 34

Londra e aprite la BBC, per favore, guardate che cos'è la BBC. Vogliamo ogni tanto difendere un po' di orgoglio italiano? Guardiamo sempre all'estero.

Detto questo, per favore, mettete a posto lo sport. Lo sport è un disastro. Lo sport di Rai è un disastro. Va messo a posto. Va messa a posto la possibilità di accedere, ma siamo sulle risorse, quindi oggi si compra quello che si vedrà tra quattro, tra otto anni, le Olimpiadi, gli Europei. Credo, però, che dobbiamo ancora fare un programma e su questo decidere: la Rai trasmette i Mondiali, trasmette le Olimpiadi, non li trasmette? Costeranno sempre di più, lo sappiamo. Anche qui, torniamo: come faccio a programmare una Rai se ho le risorse di anno in anno?

[LELLO CIAMPOLILLO](#). Mi ricollego brevemente, intanto, alla questione radio. Forse, il futuro dell'informazione e dell'intrattenimento non sarà necessariamente la TV, almeno come la conosciamo oggi, ma sicuramente la radio ci sarà. Ieri, abbiamo avuto l'audizione del presidente Cardani e parlavamo della questione del digitale radiofonico, quindi del DAB plus. Oggi, come si pone la Rai riguardo a questa tematica, quindi al futuro della radiofonia in digitale? Abbiamo scoperto che esiste una delibera dell'Agcom del 2009, 664/09/CONS, che praticamente ha bloccato la sperimentazione. Nelle regioni dove oggi non sono state assegnate dal MISE le frequenze per il digitale radiofonico esiste solo chi nel 2009 ha fatto la sperimentazione. Lo stesso presidente Cardani ha ribadito la scarsità delle frequenze destinate al DAB: peccato che abbiamo visto come uno dei mux che hanno avuto l'autorizzazione nel 2009 sia stato in pratica quasi interamente assegnato a Rtl, che ha inserito un sacco di canali (Rtl, Rtl lounge, Rtl pop, Rtl music, Rtl viaradio digital), nove canali. Le frequenze non ci sono, e noi a chi le abbiamo assegnate? Soltanto a un soggetto o a pochissimi

Pag. 35

soggetti. Oggi, di fatto, soggetti nuovi non possono sperimentare il DAB. Questo sancisce la chiusura definitiva del DAB. Se non c'è un'offerta, un *bouquet*, è ovvio che la popolazione non sarà interessata ad acquistare i ricevitori, quindi neanche le case costruttrici, le case di automobili a inserire il DAB nelle loro

autoradio. Vorrei capire che cosa ha intenzione di fare la Rai riguardo al DAB.

C'è poi una questione. La Rai ha acquisito in Puglia una trentina di torri da società privata, anzi avrebbe proprio acquisito un'intera Srl, sembrerebbe con anche i dipendenti. Io sono proprio sbalordito, e vorrei capire innanzitutto, visto che siete qui voi, il senso di quest'acquisizione sul piano industriale, ma più che altro sulla base dei noti problemi di bilancio della Rai. Come è stata fatta questa valutazione? Sulla base di quali criteri? Quali sono i costi di quest'operazione? Le anticipo che chiederò un accesso agli atti per l'acquisizione del fascicolo.

Quanto alla capacità trasmissiva, secondo l'articolo 7 la concessionaria del servizio pubblico si appresta a diventare operatore di rete. Oggi, la Rai già possiede 5 o 6 mux: secondo l'articolo 7, verrà assegnato dal ministero non più un numero precisato di mux, ma una capacità trasmissiva sufficiente a far diventare anche operatore per conto terzi. Questo è quello che si prevede. Vorremmo capire: diventate anche operatori di rete? Per i soggetti fornitori di contenuti, farete voi da *provider*, da operatore di rete?

L'ultima domanda, che vi pongo sempre, è: che fine hanno fatto i due canali dedicati a Camera e Senato che dovrebbero andare sui mux della Rai, che a oggi non si sono ancora visti? I cittadini aspettano. Semplicemente digitando sul canale 100, magari vedono il Senato, sul canale 200, la Camera dei deputati, senza filtri, perché il Sottosegretario Giacomelli insiste che secondo lui ci vuole il filtro giornalistico. È stato chiesto

Pag. 36

dall'intero Senato, con ordine del giorno approvato all'unanimità, di fare due canali semplici, che ripetano esattamente quello che va già in onda sul satellite.

[AUGUSTO MINZOLINI](#). Sarò estremamente breve. Intervengo, più che altro, per portare una testimonianza su una questione che riguarda i passaggi.

Purtroppo, anche per una questione di ritardi – credo che non ci sia una responsabilità, ma nei fatti è un problema che ci troviamo di fronte – stiamo parlando della concessione senza avere né il piano dell'informazione né quello industriale e avendo un contratto di servizio che risale al 2012. C'è una certa difficoltà ad affrontare questo tema, visto che il contratto si occuperà dei prossimi dieci anni senza questi elementi. Credo che ci dovrebbe essere da parte del consiglio di amministrazione e della Rai una velocizzazione, anche per avere un'idea abbastanza chiara di quello che il Paese riceve in cambio del contratto di concessione.

In secondo luogo, sulla storia del tetto alle *star* ho una posizione un po' diversa. Da una parte, lo capisco, ma dobbiamo pure ragionare sulla *mission* del servizio pubblico, diversa da quella dei privati. Noi non possiamo ragionare partendo, ad esempio, dalla pubblicità senza partire dal presupposto che la Rai in dieci anni avrà 17 miliardi di canone. Dobbiamo anche tener conto che c'è uno spazio che si deve lasciare non solo ad altre televisioni, ma anche ad altri giornali. Tu hai una torta pubblicitaria che è quella che è, che riguarda l'informazione. Per quanto riguarda gli artisti, Baudo a *Domenica In* mi è pure simpatico, ma partiamo dal presupposto che secondo me la *mission* della Rai è quella di creare qualcosa di nuovo, che dovrebbe essere la fucina di personalità diverse. Se non lo fa la Rai, chi lo fa? Capisco una privata che prende Baudo o chi per lui, ma da quest'altra parte, proprio perché sei

Pag. 37

un servizio pubblico e devi avere un ruolo di questo tipo, la tua sfida è anche quella di creare nuove professionalità da mettere dentro. Va benissimo la Gabanelli, che non è mai stata direttore – lo provi lì – ma se ragioniamo solo in termini di ascolti, senza dare quell'esigenza di rischio, importante in un'azienda pubblica, secondo me limitiamo la *mission* della Rai, mentre direi che si potrebbero aumentare le professionalità presenti nell'intero settore. Soprattutto, perché la Rai dovrebbe farlo? Seguire i tempi, cercare di dare un'offerta che risulti aggiornata per il sentimento del Paese, nasce anche dal fatto di trovare immagini, personalità, facce che lo rappresentino. Se torniamo a parlare sempre di un'Italia passata, si condanna la Rai, tanto per essere chiari, a un certo tipo di *audience* e a rivolgersi a determinate comunità d'ascolto, che hanno caratterizzazioni generazionali abbastanza evidenti.

[VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO](#). Vorrei rassicurare i colleghi. Pochi istanti fa, abbiamo sentito il volo ravvicinato di alcuni aerei, e c'è stato un brivido, visto che il presidente ieri aveva twittato: «Siete da radere al suolo». Ho verificato, non sono i bombardieri di Fico, ma le Frecce Tricolori che hanno sorvolato l'Altare della Patria per il 60° anniversario dei Trattati di Roma. Possiamo procedere tranquilli nei nostri lavori. Mi faceva piacere mettere i puntini sulle i. Presidente, in questo caso mettere i puntini sulle i nella convenzione, al posto giusto – può sembrare un'inezia, ma mi ha colpito rileggendo i testi – farà anche giustizia nei confronti dell'azienda Rai. Il Governo, infatti, nella convenzione scrive: «Rai, Radiotelevisione italiana S.p.a.», con i puntini; nel TUSMAR è scritto Rai Spa, senza i puntini. Il Governo restituisce, quindi,

a Rai la funzione di società per azioni, non di Spa, ossia *salus per aquam*. La Rai torna azienda di comunicazione anziché azienda

Pag. 38

termale. Mi sembra giusto, benché non ci sia oggi Gasparri, fare un riferimento anche letterale al TUSMAR.

Vorrei richiamare brevemente soltanto alcune cose che sono state dette nelle comunicazioni introduttive. Credo che siano molto utili per il nostro lavoro e c'entrino con l'audizione di ieri dell'Agcom. Alcuni temi sono tornati. La presidente Maggioni ha fatto riferimento al tema della garanzia delle risorse con un auspicio, che questo possa essere su un respiro pluriennale, con l'idea che già ieri era stata sollevata dall'Agcom. Questo è l'articolo 13, comma 2, ripreso anche da altri colleghi. Credo sia una questione che effettivamente deve essere approfondita.

Il direttore, nell'intervento, tra tutti i riferimenti – ne richiamo solo uno, collegato a una domanda che vorrei sottoporre sulla pubblicità – diceva che si può fare un'operazione abbastanza semplice prendendo i ricavi pubblicitari: divisi per i secondi di ogni *spot*, ne viene fuori il prezzo medio. Mi perdoni, ma non sono in grado di fare da solo questo calcolo. Vorremmo avere questi dati per poterci orientare sulla grandezza. Visto che è stata sollevata una questione, un elemento di dibattito, secondo me è utile avere questi dati.

Il consigliere Diaconale è tornato sul tema dell'articolo 13, comma 2, mettendo in evidenza non solo la questione della garanzia sulle risorse, ma sulla verifica, se debba essere annuale o pluriennale. L'abbiamo già messa a fuoco, ma lui sollevava un'ulteriore questione sul mancato coinvolgimento di questa Commissione. Sinceramente, essendo la vigilanza sull'applicazione del contratto di servizio – qui il riferimento è al contratto di servizio – data al Ministero dello sviluppo economico e all'Agcom, che ne fa le linee guida, mi sembrava abbastanza naturale che i soggetti coinvolti fossero questi due. Vista però la suggestione che è stata data, forse questa è una cosa utile da verificare con gli uffici.

Pag. 39

Il consigliere Siddi, sempre sulla certezza delle risorse – mi sembra che sia questa la cifra, l'elemento fondamentale oggi sollevato dai vertici dell'azienda – richiamava due aspetti: il provvedimento del Governo sul contributo alle partecipate, ivi inclusa Rai, il 5 per cento; la legge di bilancio, il recupero di gettito, non tutto trasmesso a Rai, perché, come sappiamo, una quota minore va al fondo per il pluralismo dell'informazione, mentre la quota maggioritaria va al fondo per la riduzione della pressione fiscale del Ministero dell'economia e delle finanze, per cui solo una parte va alla Rai, su base triennale. Tra l'altro dovremmo avere – lo decideremo in Ufficio di presidenza – anche l'audizione del MEF, ed è una questione che può essere ripresa anche nel corso di quell'audizione.

La consigliera Borioni, relativamente all'articolo 3, faceva una riflessione che secondo me forse in parte è mancata. Mi ha colpito che, per esempio, la Commissione cultura alla Camera intorno a questo abbia svolto un lavoro. Ora, la Commissione cultura non è coinvolta nell'espressione del parere, ma credo che come Vigilanza possiamo avere un'interlocuzione. Il presidente Lainati fa parte di quella Commissione. Forse, intorno a questo possiamo fare sinergia anche con quanto ha elaborato la Commissione cultura della Camera, valutando se anche al Senato c'è una riflessione di questo tipo.

C'era poi un riferimento all'articolo 1 e alla presentazione veritiera dei fatti. Il collega Airola l'ha interpretato come manipolazione. In questo caso, si riferiva a come viene trattata la sua forza politica. Io ho capito che questo tema non era in riferimento all'applicazione di minutaggio e *par condicio*, roba che facciamo tutti i giorni, che continueremo a fare. A me sembra che il tema che avevamo sollevato con Giacomelli sia di respiro un po' più ampio: rientra, per usare termini giornalistici, in quel dibattito che c'è non solo in Italia su post-verità,

Pag. 40

fake news, che non riguarda le singole forze politiche, ma la qualità dell'informazione, della democrazia. Io credo che dare, con questa discussione, questo respiro alla convenzione sulla concessione di servizio pubblico sia contribuire a un dibattito necessario a tutti, al di là di come la si pensi su ogni forza politica.

Visto che il tempo rimasto è poco per le risposte, immagino che, come abbiamo fatto con l'Agcom, una parte delle risposte potrà essere data per iscritto. Non ho presentato domande prima – è una prassi, presidente, che non conosco bene, quella delle domande presentate prima – ma aggiungo una domanda, a cui magari mi risponderete per iscritto, fuori sacco, visto che è stata citata una cosa di cui si parla, cioè la costruzione della testata *web*. Si fa riferimento alle risorse interne. Credo che questo sia assolutamente giusto. Vorrei capire se anche lì ci sarà un *mix* funzionale anche in riferimento alla necessità di nuove forze, di giovani, di capacità, di competenza. Su questa, essendo fuori sacco, potete rispondermi anche per iscritto.

PRESIDENTE. Vorrei chiedere una cosa veloce e specifica sulla contabilità separata: il giudizio che date su come ha funzionato fino a oggi la contabilità separata, soprattutto in relazione a quello che ieri ha detto il presidente Cardani dell'Agcom, che così com'è è un fallimento e che sarebbe auspicabile avere due funzioni aziendali o proprio una divisione societaria, un finanziamento canone pubblico 100 per cento, per una televisione pubblica al 100 per cento, e uno da parte della pubblicità su un canale che fa sempre servizio pubblico, ma finanziato tramite la pubblicità. Si tratta proprio di una divisione.

È il tema che abbiamo affrontato all'inizio dei lavori di questa Commissione di vigilanza, quando Catricalà aveva ideato la questione del bollino, poi bocciato nel parere sul contratto di

Pag. 41

servizio, ma vedo che la contabilità separata rimane un punto importante e specifico: secondo voi, anche dopo l'esperienza, qual è la condizione migliore per affrontarlo?

ANTONIO CAMPO DALL'ORTO, direttore generale della Rai. Vi ringrazio per tutte le domande. Cercherò di rispondere a tutte. Se non risponderò, ditemelo e, se avremo tempo, faremo un secondo giro di risposte. Cercherò di seguire l'ordine cronologico, partendo dalle domande del senatore Margiotta.

Parto dal ragionamento sulla radio. La radio è assolutamente al centro delle nostre attenzioni. Riteniamo che le tre aree in cui dobbiamo rimanere *leader* – per televisione e radio lo siamo, ma non lo siamo nel mondo digitale – vadano sviluppate secondo due direttrici molto chiare. Da un lato, cosa su cui stiamo lavorando, c'è il rafforzamento dei posizionamenti delle radio principali; dall'altro, lo sviluppo di un progetto che stiamo per varare, che invece è il ripensamento delle radio digitali, che comunque avranno uno sviluppo significativo nel tempo (ancora sono complementari come tipo di utilizzo). Quello che lei notava è assolutamente vero. Quello che sta avvenendo (in radio, in televisione e sul *web*), e rispondo anche a un'altra domanda posta sul tema sportivo, è che, come sappiamo e ho detto tante volte, viviamo nell'età d'oro dello sport, la rincorsa ai diritti sportivi ci sta mettendo via via fuori gioco in molti casi. Abbiamo una preoccupazione sincera di riuscire ad acquisire le Olimpiadi prossime. L'acquisto da parte di un grandissimo gruppo internazionale dei diritti delle Olimpiadi per quattro edizioni, due invernali e due estive, ci sta facendo fare una negoziazione molto più difficile che in passato. Tenete conto che arriviamo alle Olimpiadi che abbiamo trasmesso in esclusiva radiotelevisiva in Italia. Dove voglio arrivare? Voglio arrivare al fatto che, effettivamente, nella strategia sportiva stiamo cercando di concentrare gli sforzi su

Pag. 42

un numero significativo di eventi per la televisione. Ci troviamo, a ogni negoziazione, ad avere un rialzo dei prezzi. Sulla radio, invece, la nostra strategia vuole essere quella di preservare tutta la forza che abbiamo. Sulla radio pensiamo di essere in grado di farlo, anche se c'è un esplicito attacco per riuscire a portare questi diritti in altri luoghi. Confermo che siamo impegnati sia sulla radio sia sulla televisione. Vi cito un caso. Abbiamo perso mesi fa i diritti del basket: la nostra offerta era quattro volte quello che pagavamo il triennio precedente, e comunque non siamo riusciti ad arrivarci, tanto per darvi un ordine di grandezza di come il mondo dello sport stia evolvendo in alcuni casi in maniera se non irrazionale, – ci sono soggetti che pagano quei soldi – molto spinta. Viene ritenuto un contenuto *premium*, uno dei pochi che insieme alla *fiction* (cinema e serie) può alimentare il sistema di televisione a pagamento, che si chiamano *Netflix*, *Amazon*, *Sky*. È vero che nel tempo questo ci metterà in difficoltà nelle acquisizioni come servizio pubblico, come è successo in tutti gli altri servizi pubblici europei. Vi do un altro elemento: ZDF, secondo canale della televisione tedesca, ha pubblicamente annunciato che rinuncia ai diritti delle prossime Olimpiadi. Tenete conto che il servizio pubblico tedesco raccoglie 7 miliardi di euro di fondi pubblici tra ARD e ZDF. Dopo una lunga negoziazione, l'offerta non è stata giudicata compatibile con i costi. È più alta di quella che abbiamo ricevuto noi. Questo per dare il quadro di quanto sia impegnativo muoversi all'interno questo contesto.

Quanto al tetto agli artisti, l'altra domanda, ci stiamo impegnando per riuscire a fare tutte le valutazioni interne sulle conseguenze. Nell'ultimo consiglio di amministrazione, abbiamo trattato anche di questo, tanto che sto preparando una relazione specifica sugli impatti che avrebbe. Al di là della valutazione puntuale degli impatti, non c'è dubbio che avrebbe

Pag. 43

come conseguenza un forte cambiamento di come oggi Rai viene vista, anche se è difficile stimare tutte le conseguenze. È chiaro nell'immediato che non ci sarebbe più quel tipo di palinsesto, soprattutto su Rai Uno, che vediamo quotidianamente oggi. Stiamo valutandolo internamente, anche se continuo a pensare che la speranza di trovare una soluzione che riporti questo tema alla ragionevolezza possa essere utile non soltanto per la Rai, ma per l'intero sistema dei *media*.

Quanto al canone, grazie all'operazione del canone in bolletta, per il 2016 riusciremo ad avere più di

200 milioni di euro di ricavi in più. Per il 2017 stiamo ancora stimando. Stiamo vedendo tutte le conseguenze di evasione, nuovi criteri sul calcolo del «supero», ma sarà inferiore di più di 100 milioni.

SALVATORE MARGIOTTA. Sarebbe interessante avere i numeri assoluti, per gli anni 2015, 2016, 2017 preventivati, se possibile, altrimenti...

ANTONIO CAMPO DALL'ORTO, direttore generale della Rai. Nell'arco di 15 giorni, le daremo il numero esatto, perché chiudiamo il bilancio. Quella per il 2017 rimarrà una stima. È questione di qualche settimana per affinare questo lavoro.

Senatore Airola, vado in rassegna dei vari punti. Un primo punto interessante, secondo me, è il tema BBC e sostegno dell'audiovisivo anche attraverso co-produzioni di documentari, quello che abbiamo fatto a Torino con *Non uccidere*. Le *fiction* sono inevitabilmente prodotti che vanno e vengono. Il tema è avere abbastanza continuità – penso a *Un posto al sole* a Napoli – per far sì che ci sia un rapporto industriale con i nostri centri di produzione. Quello che abbiamo messo in piedi con *Non uccidere*, rinnovando anche la serie, è proprio un rapporto che fa leva sulle professionalità interne per riuscire, da un lato, a darci un prodotto qualitativamente elevato e, dall'altro, a qualificare

Pag. 44

un centro di produzione. Quanto più riusciamo a rendere questo meccanismo continuo, tanto più riusciamo a fare bene il nostro mestiere, sia per l'audiovisivo sia per la nostra azienda. Sul tema emerso in relazione alle professionalità interne, tenete conto che per un'azienda come la nostra, di 13.000 dipendenti, con un'età media medio-alta, diventa chiave tutto il percorso di formazione e riformazione delle persone. Anche portare a Torino la cultura della *fiction* e non soltanto dell'intrattenimento o della tecnologia è importante, perché riesce a solidificare le professionalità che hai. È importante chiarire, visto che lei la citava, che la BBC ha l'obiettivo di portare fuori una quota della produzione per sostenere l'audiovisivo. Uno dei punti importanti della discussione rispetto alla concessione è capire esattamente in che modo si sostiene l'audiovisivo. In alcuni ambiti *fiction* e cinema, è chiaro che le produzioni vengono fatte fuori; per l'intrattenimento, l'equilibrio è tra produzione interna ed esterna, in relazione proprio allo sviluppo dell'audiovisivo italiano, ovviamente tenendo conto anche delle strutture che abbiamo.

Quanto a Leone a Sanremo, credo che, soprattutto per eventi così complessi... sono un grande sostenitore del fatto che chi è più giovane impara da chi è più esperto. In quel caso, avere la professionalità di Giancarlo Leone, che ci ha dato una mano ancora per qualche mese, su un evento così complesso ci ha aiutato. Poi quest'anno è stato un successo, e i successi derivano dal fatto che tante professionalità insieme riescono a combinarsi in un singolo evento.

Vengo a Teche e digitalizzazione. Sono d'accordo. Tenete conto, però, che stiamo facendo un lavoro grosso di digitalizzazione di quello che chiamiamo il prodotto più immediato, più fresco, cioè quello attraverso Raiplay, e contemporaneamente stiamo digitalizzando il nostro patrimonio. Quella parte di

Pag. 45

patrimonio che richiede investimenti, che abbiamo messo a *budget* molto ingenti e pluriennali, va proprio a costituire il patrimonio visivo dell'identità del Paese. Voglio essere chiaro sul fatto che lo facciamo perché ci crediamo molto. Tra l'altro, è bello che sia anche scritto nella concessione che debba essere dato a tutti. Credo che sia proprio uno dei punti fondamentali per fare questo tipo di lavoro, cioè deve essere messo a disposizione di tutte le persone che avranno voglia di consultarlo.

Sulla quantità di canali, e qui rispondo anche a un'altra domanda fatta dal senatore Rossi – poi torno, la lista delle domande era cospicua – credo che il percorso oggi sia questo: c'è un testo di concessione di conversione in fase valutativa, e noi siamo qua per darvi il nostro punto di vista su quello. Molte delle sue domande si riferivano più a un rapporto fondativo rispetto ad alcuni punti della convenzione, che non riguardano tanto il nostro punto di vista, ma in alcuni casi proprio le ragioni per cui il canone deve essere esclusivo. È chiaro che il nostro punto di vista è «sì», che riteniamo che ci sia, così come in tutti gli altri Paesi d'Europa, una relazione tra soggetto detentore della concessione e missione che gli viene data, con la peculiarità, non solo italiana, ma in Italia più spinta, che siamo un'azienda con una natura mista – ci sono varie domande su questo – che quindi deve a maggior ragione avere un'attenzione particolare per il fatto di agire con grande trasparenza e grande cautela nel momento in cui questo tipo di risorse, come per i temi della pubblicità, viene usato per produrre contenuto sia finanziato dal canone, sia finanziato dal canone e dalla pubblicità. Lo vedremo insieme, ma alcune delle domande era come se fossero più rivolte all'impianto della concessione, mentre il nostro punto di vista è rispetto all'impianto esistente.

Pag. 46

Citavate la quantità di canali. Credo che siano due passaggi diversi. Oggi, il tema è quali sono le missioni che il servizio pubblico deve compiere. In fase di contratto di servizio, queste cose trovano una forma che riguarda anche quali sono i canali.

Qual è una cosa che colgo positivamente rispetto all'innovazione, anche se la leggo sommando diversi articoli della concessione? Quella che lo sforzo che facciamo dall'inizio, di provare a trasformarci in un'azienda sempre più portata al digitale, fa sì che alcuni servizi... Io non credo all'idea di ridurre i canali in un'ottica di disarmo. Sarebbe sbagliato in questo momento. Sarebbe proprio sbagliato. Ogni tanto sembra quasi arrivare come idea perché non riduciamo i canali: no, il tema è «quali servizi potete dare di più?». Se, come credo, uno dei nostri obiettivi è quello di portare il Paese a essere più contemporaneo dal punto di vista del tipo di consumo, è chiaro che alcuni servizi possono trasformarsi da lineari in digitali – è successo anche in altri Paesi – a maggior ragione adesso che abbiamo Rai Play, uno strumento che, come sapete, funziona molto bene, che non è di là da venire. Di ieri è il certificato il primo sito televisivo italiano, superata *Mediaset*. Si può pensare, in quel senso, di avere questo tipo di rapporto tra canali e missione.

Ranucci, ringrazio per l'orgoglio italiano. Oggi, ho citato la BBC in quanto siamo stati giudicati più bravi di loro, almeno alla direzione creativa, almeno quest'anno. Loro sono bravissimi dal punto di vista della direzione creativa.

Concordo, e rispondo anche alla domanda dell'onorevole Peluffo, sulla pubblicità. Ben venga spiegare il modo in cui funziona il mercato. La ragione per cui ho raccontato queste cose è che abbiamo i dati dei nostri prezzi e di quelli dei concorrenti. E per questo che sono sereno nel dirvi che dal settembre 2015 abbiamo invertito la tendenza. Quest'anno,

Pag. 47

abbiamo accresciuti i prezzi. Per riuscire ad avere una visione complessiva, come dicevo, uno mette tutti i secondi e tutto il valore. Non altrettanto è avvenuto rispetto ai concorrenti. Tenete conto che con la quantità di bacino pubblicitario che abbiamo, molto piccola, non riusciamo a influenzare completamente il prezzo, salvo, com'è successo ma ormai in tempi passati, che uno non abbia una politica di prezzo molto incisiva. Adesso, quello che mi sento di dire è che è giusto e non ho nessun problema col fatto che ci sia un'attenzione a questo proprio per la nostra natura ibrida. Allo stesso tempo, deve essere inserita in un certo contesto. Per i mercati in recessione, ad esempio, come negli ultimi anni non è avvenuto – i mercati pubblicitari continuano a crescere – sostenere i prezzi è per tutti più difficile. Vanno sempre contestualizzate le cose. Se però la contestualizzazione avviene con trasparenza e ragionevolezza, non ci vedo problemi.

Sulla tecnologia investiamo e continuiamo a investire molto. Anche in un anno più difficile del 2016, il 2017, abbiamo confermato i nostri investimenti in tecnologia. Siamo una macchina molto complessa e, siccome per la *media company* il tema è rimanere centrale come editore, bisogna fare in modo che le strutture produttive si adeguino al tempo. Ormai, il contenuto è HD. Trasformare, ad esempio, la nostra azienda dal punto di vista di tutta la filiera di produzione in HD è un investimento grosso. Pensate che tutti i singoli strumenti, che siano nelle sedi regionali, centrali, nei centri di produzione, sono investimenti, anche solo dal punto di vista delle telecamere HA, che abbiamo già cominciato, con tutte le gare a seguito. Facciamo quel tipo di investimenti, sia su queste forme sia su forme che avete già visto (investimenti nella tecnologia 4K), perché sono inevitabili e sono positivi per il tipo di lavoro che faremo. Allo stesso modo, per fare un esempio, visto che è stato

Pag. 48

citato lo sport, il primo lavoro ai Rai Sport che abbiamo pianificato è digitalizzarla, perché è l'unica redazione non completamente digitalizzata, che lavora ancora in molti casi con le cassette. Questa è una preconditione per riuscire a essere parte di ulteriori ragionamenti.

Quanto a porte aperte e nuovo *broadcasting center*, mai come in operazioni come quelle è necessario avere una pianificazione di lungo periodo sulle risorse, altrimenti diventa difficile farlo.

Ciampolillo, sulla radio ho cercato di rispondere prima su quanto cruciale sia il nostro modello. Su Rai Way le cito i dati esatti, che mi sono fatto mandare, in modo da risponderle puntualmente. La società non è Rai, ma Rai Way, una società nostra partecipata, ma quotata in borsa. Noi non abbiamo la maggioranza. Posso parlare tranquillamente dell'operazione fatta sulla società che è stata acquisita, proprio perché va nel senso di avere una migliore copertura del territorio. È stata acquisita per 8,8 milioni di euro questa società, che ha trenta torri e nove dipendenti. Tenga conto che è un tipo di valore che ci consente un ritorno sull'investimento dell'11 per cento. Riteniamo, quindi, che sia stato fatto della società in questione un acquisto intelligente, anche perché sempre di più Rai Way vuole porsi come soggetto centrale rispetto al ruolo che può avere dal punto di vista di sistema distributivo attraverso le torri. In quel senso andava l'operazione che lei citava. Anche le domande sugli operatori riguardano Rai Way, perché Rai è l'editore.

Quello di Camera e Senato – fa bene a ricordarcelo sempre – è un tema di banda. Non sta a noi decidere questa parte, ma quello che ci arriva, confermato anche dal Sottosegretario Giacomelli, è che effettivamente c'è necessità di un filtro giornalistico per riuscire a vestire il tipo di canali proposti.

Pag. 49

Quanto al piano industriale, ce l'abbiamo. È stato approvato il piano industriale, che sta guidando le nostre azioni, come gli investimenti in tecnologia, perché abbiamo dato priorità alla riqualificazione di tutta la parte tecnologica, quelli che stiamo facendo sull'internazionalizzazione della *fiction*. Da lì nasce anche la volontà di aver fatto un accordo per le prossime due serie dei Medici o lo sviluppo, avvenuto l'anno scorso, di Schiavone o il fatto di avere la *fiction*, come in questi giorni, che citavo prima, *La porta rossa* su Rai Due. È da lì che nasce il progetto Rai Play. Il piano industriale è quello che ci guida nell'azione quotidiana. È stato approvato dal consiglio di amministrazione più di un anno fa. Ovviamente, lo aggiustiamo e lo rinnoviamo ogni anno. Sarà fondamentale – su questo, invece, sono d'accordo – che venga adattato ai dettami della concessione. Su questo non c'è dubbio.

Approfitto di tre minuti in più per *Domenica In* e Pippo Baudo. Credo invece che noi siamo il luogo della somma di innovazione e di tradizione. Essere inclusivi e universali per il servizio pubblico secondo me obbliga a un lavoro doppio. Da un lato, c'è lo sviluppo – estremizzo un po' – di Mika che va su RaiPlay, o del *Collegio*, programma di Rai Due, che ci faceva fare il 18-20 per cento sugli adolescenti le sere in cui è andato in onda. Da un lato, ci sono universalità e distribuzione; dall'altro, anche necessità di includere tutti.

Ciò che è rilevante è che mentre la comunicazione si sposta sempre di più su un consumo personale non lineare, l'ultima «roccaforte» del consumo più inerziale è il *day time*, sia domenicale sia quotidiano di alcuni canali. È importante trovare l'equilibrio. Non sto dicendo che non si debba innovare lì, ma è un equilibrio che va trovato con maggiore attenzione, perché in altri ambiti possiamo innovare in maniera più spinta, mentre lì bisogna avere più attenzione. Non sto dicendo che

Pag. 50

facciano sempre tutto giusto, ma questo è un po' più complicato, cioè riuscire, da un lato, a essere molto televisione – la televisione più classica rimarrà molto nel *day time* delle reti generaliste – e, dall'altro lato, a innovare, laddove il pubblico ti riesce a venir dietro.

Peluffo, sulla pubblicità ho risposto. C'era una domanda su Rainews24 fatta da Airola. Lì stiamo cercando di sviluppare, nell'ambito del piano dell'informazione, che qui abbiamo discusso varie volte in consiglio, esattamente quello che ho raccontato qui dal punto di vista di sviluppo modulare della notizia, che va dentro un sistema digitale, che consente quindi un rapporto molto diverso con l'informazione per il modo in cui si fruisce, il modo in cui viene costruita. Ci stiamo lavorando quotidianamente, al di là dei *leaks* che ogni tanto escono, ma la nostra volontà è quella di continuare a lavorare assiduamente. Poi è chiara quest'impellenza che ho rispetto al digitale, perché lì ogni giorno che passa è un giorno perso. È nel contesto in cui alcune cose, tra cui il piano dell'informazione, vanno messe dentro la nuova convenzione. Ragioneremo con il consiglio su come combinare velocità di esecuzione e il fatto di mettere insieme le linee guida che ci sono arrivate, anche se molte – ma andranno discusse – mi sembrano assolutamente compatibili, anzi sembrano spingerci sempre di più sul mondo digitale. Si dice di non preoccuparsi dei canali o delle testate, ma di dare un servizio a tutti.

Ultimissima cosa è la contabilità separata. Perché è un po' difficile rispondere? C'è l'aspetto di cosa abbiamo fatto e quello, come giustamente ci chiedeva il presidente, di giudizio. Relativamente alla contabilità separata, abbiamo applicato effettivamente in maniera molto attenta – la vedo ogni anno come consuntivo, ma anche in corso d'opera – le norme che ci sono arrivate. Ci è stato detto che dovevamo farla in un certo

Pag. 51

modo e che rappresentava una certa cosa. Per essere chiari, tutti i programmi sono ritenuti di servizio pubblico. Alcuni poi sono pagati con la pubblicità, altri col canone, e quindi li dividiamo in quel modo e facciamo un bilancio. Qual è il modo migliore? Credo che questo argomento sia delicato. Andare verso forme di separazione societaria, non previste dalla convenzione, sarebbe la premessa per un altro tipo di attività. Credo che, laddove il legislatore avesse deciso di fare quelle cose, le avrebbe fissate in maniera più esplicita. È verosimile che la forma di quella società, infatti, diventi un'altra cosa. Non è quello che siamo oggi.

Quello che possiamo fare, questo sì, è arrivare a livelli più attenti e sofisticati di contabilità separata per fare in modo che ci sia questa divisione, cosa che poi suppongo verrà specificata nel contratto di servizio. La risposta dipende, quindi, dall'obiettivo, dal modo in cui vogliamo riuscire a mantenere dentro

la nostra azienda questa natura mista. È vero che stabilisce una peculiarità, ma sappiate che stabilisce una peculiarità – ne ho viste fuori – positiva, perché è quella che consente sull'informazione di essere così forte dal punto di vista dei numeri. Una natura mista consente, per fare un esempio, avendo *L'eredità* prima del TG1, di aiutare comunque un prodotto molto forte, il più forte di tutto in Italia, perché comunque è anche grazie alla natura mista che ha davanti a sé un programma che porta pubblico.

Spero di aver risposto a tutti. Ad alcune cose, visto che sono state chieste risposte scritte, penseremo, ma spero di aver dato risposte a tutti.

PRESIDENTE. Chiedo, per le risposte che dovrete inviare scritte, di farlo nel più breve tempo possibile, visto che stiamo elaborando il lavoro sul parere.

Pag. 52

MONICA MAGGIONI, presidente del consiglio di amministrazione della Rai. Cercherò di essere rapidissima, perché mi rendo conto che siamo in ritardo sui lavori, per cui su una serie di domande alle quali ha già risposto il direttore generale eviterò di tornare. Non risponderò nell'ordine preciso col quale le domande sono state fatte.

Parto dall'onorevole Peluffo, che chiedeva le cifre sulla pubblicità, come credo sia assolutamente legittimo. Forse, alla fine il modo per uscire da tutto questo è dire: signori, ci siamo comportati in questo modo, lo potete vedere e punto, con un elemento di trasparenza, che fa sempre bene a tutti.

Senatore Minzolini, sul piano sull'informazione rispondeva adesso il direttore generale. Mi sembra abbastanza difficile immaginare di poter definire un piano sull'informazione *a priori* rispetto a un contenuto di convenzione, che comunque è evidente che dà un certo tipo di impostazione. Un grosso lavoro nel frattempo è stato fatto, una serie di punti-chiave sono stati definiti. È altrettanto vero che in consiglio ci siamo trovati a dire che adesso bisogna assolutamente armonizzarlo con quello che si capisce essere la filosofia di fondo della convenzione.

Senatore Ranucci, non cito sempre BBC perché abbia una passione sfrenata per la BBC, anzi sono molto contenta di sentir parlare di orgoglio nazionale e sono assolutamente convinta che Rai faccia una serie di cose molto belle, talune anche più belle di quelle di BBC. Di BBC mi affascina, invece, un sistema regolatorio che permette di avere un elemento di serenità reciproca sapendo quali sono le regole del gioco. Amo molto le regole del gioco. Trovo che, all'interno di regole del gioco chiare, ognuno sia in grado di dare il meglio di sé. Mi piace molto quando BBC non viene definita *media company*, ma un'istituzione del Paese, che poi agisce da *media company*. Tra i fascino per cui cito spesso BBC, c'è anche questo.

Pag. 53

Senatore Airola, sul discorso delle co-produzioni – lo citava il direttore generale – è molto importante capire che tipo di rapporto di co-produzione si fa. Rai, oltre ad avere una sua azione propria, a quel punto diventa stimolo per gli altri nel momento in cui riesce a essere particolarmente efficace sulle co-produzioni. Sui documentari, come potrei non essere d'accordo con lei col fatto che ritengo che siano uno degli elementi di racconto lungo sul quale già facciamo, ma potremmo fare molto di più e immaginare come proseguire in quello che è veramente, quello sì, uno degli specifici, delle capacità di racconto di questo Paese.

Il senatore Margiotta parlava di bollino blu, struttura societaria diversa. Lo faceva anche puntualmente il senatore Rossi. Effettivamente, l'indicazione del legislatore avrebbe dovuto essere più precisa, se si fosse capito che la separazione societaria è la strada giusta. Personalmente, non ho una contrarietà *a priori*, e anzi sono totalmente d'accordo con lei, senatore Rossi, quando dice che è la tendenza che c'è in giro per l'Europa. Questo, però, non tiene al nostro ambito. Lì si tratta di immaginare una struttura societaria così radicalmente diversa, che probabilmente richiede un ragionamento in altre sedi. Mi chiedo se non sia oggi contemplata all'interno della convenzione. Probabilmente, si pensa di non arrivare così in là, e anzi, senatore Rossi, la ringrazio per una serie di altre considerazioni puntuali, sulle quali sono d'accordo che si debba aprire un ragionamento. L'adeguamento dei canali è, ad esempio, un altro passaggio fondamentale.

Sono meno d'accordo con lei quando riconosco i toni, che conosco da un quindicennio, anche da quando facevo un altro mestiere, relativi alla non esclusività del servizio pubblico rispetto a Rai. Sono d'accordo con lei sul fatto che Rai potrebbe ripensare il suo rapporto anche coi privati locali. Essere sistema

Pag. 54

fa parte anche di quel tipo di possibilità di ragionamento. Ognuno di noi ha una storia, per cui riconosco il suo tono di tante dichiarazioni anti-Rai sulla questione del canone che non deve andare in esclusiva Rai. Sento due toni diversi nel suo dire, ma sono totalmente d'accordo sul fatto che ci sono spazi di ragionamento.

Mi taccio, perché la maggior parte dei temi è già stata toccata. Dico solo che credo che il vostro lavoro da qui in poi sarà assolutamente importante. Credo di potervi dire che Rai come azienda guarda anche con grande fiducia a quello che da questo lavoro comune potrà venir fuori. La conservazione della posizione di Rai così com'è non garantisce né a Rai un vero futuro, né a questo Paese i risultati migliori. È, probabilmente, dalla combinazione di questo lavoro che stiamo tentando di fare tutti insieme che forse potremmo avere un'azienda che funziona ancora meglio e, soprattutto, è più utile al Paese anche nelle sue relazioni con le sue diverse componenti.

MAURIZIO ROSSI. Molto brevemente, vorrei dire, per tutte le domande, che secondo me la convenzione rimanda al concessionario delle risposte. Per questo, ritengo che siano molto pertinenti e che voi ci diate delle risposte.

Sul discorso dell'esclusività tengo a precisare che non è una posizione/retaggio, ma è molto recente. È molto recente il motivo per cui glielo chiedo: pare che, a livello europeo e italiano, non si possa rilasciare una concessione a uno specifico soggetto se non viene spiegata la motivazione per cui è l'unico soggetto in grado di fornirla. Questa è normativa, non una posizione.

Quello che chiedo, che ho scritto è: secondo voi, per quale ragione la Rai sarebbe l'unico soggetto in grado di fornire il servizio pubblico?

Pag. 55

PRESIDENTE. Ringrazio la presidente, i componenti del consiglio di amministrazione e il direttore generale della Rai e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta, sospesa alle 11.20, riprende alle 11.45.

Audizione di rappresentanti di USIGRai, ADRai, SLC-CGIL, UILCOM-UIL, UGL-Telecomunicazioni, SNATER e LIBERSIND.CONF.SAL.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), di rappresentanti di USIGRai, ADRai, SLC-CGIL, UILCOM-UIL, UGL-Telecomunicazioni, SNATER e LIBERSIND.CONF.SAL, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Sono presenti: per l'USIGRai, il segretario Vittorio Di Trapani e i componenti dell'esecutivo nazionale, Valeria Collevocchio e Lidia Galeazzo; per l'ADRAi, il presidente, Luigi Meloni, e il segretario, Giuliano Fiorini Rosa; per SLC-CGIL, il segretario generale, Massimo Cestaro, la segretaria nazionale produzione multimediale, Cinzia Maiolini, il coordinatore nazionale-emittenza-Rai, Alessio De Luca; per UILCOM-UIL, il segretario generale, Salvatore Uglierolo, e il funzionario nazionale Ottavio Bulletti; per l'UGL-Telecomunicazioni, il segretario, Fabrizio Tosini, e il segretario regionale, Dante Iannuzzi; per lo SNATER, Claudio Baldasseroni, Piero Pellegrino e Walter Zanni; per LIBERSIND. CONF. SAL, i segretari nazionali Massimiliano Mattia e Claudio Scascitelli, e il segretario regionale, Fabio Spadoni, che ringrazio per la presenza.

Pag. 56

Faccio, inoltre, presente che per quest'audizione erano stati convocati anche i rappresentanti di FISTEL-CISL, che tuttavia con nota pervenuta ieri sera hanno comunicato di non poter essere presenti all'audizione odierna, perché impegnati nei congressi di organizzazione. È stato comunque trasmesso un documento di sintesi sulla situazione aziendale e di proposta normativa di rinnovo della concessione, che è stato acquisito agli atti della Commissione, che mette a disposizione dei colleghi.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola al dottor Massimo Cestaro, che darà lettura di un documento unitario, condiviso da tutte le organizzazioni sindacali presenti, con riserva per me e per i colleghi di rivolgere allo stesso dottor Cestaro e ai rappresentanti di altre organizzazioni sindacali, al termine di quest'intervento, domande e richieste di chiarimento.

MASSIMO CESTARO, segretario generale SLC-CGIL. Avendo consegnato il testo e anche per non tediare la Commissione, proverò a illustrare i punti essenziali.

In primo luogo, esprimiamo soddisfazione per il fatto che il testo sulla concessione sia stato prodotto. Sapete meglio di noi che quest'atto è stato rinviato più volte, cosa che destava in noi anche qualche preoccupazione. Nel documento, che poi avrete modo sicuramente di visionare, ci sono anche elementi di apprezzamento e vi sono quattro o cinque punti, che giudichiamo nevralgici per il sistema radiotelevisivo, che vorremmo segnalare con una sottolineatura di criticità.

Il primo riguarda il sistema del finanziamento. Bene che la concessione sia decennale. Riterremo necessaria almeno la certezza del finanziamento quinquennale. È un'azienda di

Pag. 57

produzione e, come tutte le aziende, deve essere messa nelle condizioni di programmare. Naturalmente, siccome abbiamo visto anche recentemente delle modifiche in riduzione del canone anno per anno, credo che questa condizione non sia oggettivamente ripetibile per un'azienda di produzione. La certezza delle entrate almeno per un quinquennio dovrebbe essere, secondo noi, forse il punto centrale, perché è quello che garantisce l'autonomia dell'azienda stessa. Siccome stiamo parlando della Rai – naturalmente, in questa Commissione non occorre dilungarci sul valore politico-democratico di un'azienda come la Rai – l'autonomia e, vorrei dire, la certezza del pluralismo derivano dal fatto che quest'azienda deve essere nelle condizioni di programmare nel tempo le proprie attività.

Un punto riguarda la separazione delle attività sostenute da canone e di quelle sostenute dalle attività commerciali. Bene, ma nel testo si evince che le entrate da attività commerciali non devono essere superiori alle entrate derivanti da canone. A noi pare, questo, un elemento di limitazione delle attività di Rai, per la quale – lo ripeto per l'ennesima volta – essendo un'azienda anche di produzione, il tema della commercializzazione dei prodotti è centrale. Se ha senso che ci sia un'individuazione delle attività prettamente di servizio pubblico, come tali sostenute dal canone, quindi ci sia una forma societaria che consenta anche attività di tipo commerciale, queste devono essere tali, costruite in modo da non avere limiti. Diversamente, rischiamo una possibile contrazione del canone nel corso del tempo e, parallelamente, una contrazione delle entrate da attività commerciali. È quasi come se dicessimo che facciamo lavorare l'azienda con le mani legate dietro la schiena, che penso non vada bene. Naturalmente, nel documento abbiamo fatto esplicitazioni anche tecniche sul canone.

Pag. 58

L'altro aspetto riguarda l'assegnazione delle frequenze. Qui, secondo noi, il testo non è chiarissimo. Abbiamo letto sulla stampa di possibili fusioni tra Rai Way ed El Towers, quindi con l'idea di un soggetto unico per la parte trasmissiva, che, sempre dalle cose lette, dovrebbe avere una gestione prevalentemente pubblica e la facoltà di distribuire le frequenze. A noi pare che il testo della concessione si avvii in questa direzione (le frequenze non vengono più assegnate a Rai e alla controllata Rai Way), come se anticipasse un assetto industriale futuro non avendone ancora oggi gli elementi. Intravediamo, quindi, una «distonia» tra il testo della concessione è quello che probabilmente potrebbe avvenire nell'ambito trasmissivo. È un tema delicatissimo, sul quale credo che anche questa Commissione dovrebbe porre alcune questioni. La proprietà e la gestione delle frequenze riguardano non solamente il servizio pubblico radiotelevisivo, ma anche altri *player*, se appunto penso al sistema delle telecomunicazioni. È un punto centrale. Se gestito intelligentemente e correttamente, può essere anche un volano di sviluppo delle attività, ma bisognerebbe avere quel quadro di chiarezza all'interno del quale si colloca anche l'assegnazione delle frequenze.

C'è poi un'impostazione che a noi pare molto debole, vorrei dire troppo debole, sul tema delle sedi regionali. Diciamo da tempo – chiedo scusa per la battuta – che il pluralismo non è pensabile o attribuibile a quanti minuti nel telegiornale di prima serata hanno le forze di maggioranza o quelle dell'opposizione. Sì, c'è anche quello, ma per noi il pluralismo è una cosa più complessa. E in questa complessità esiste anche la rappresentazione, la narrazione del sistema Paese. In questo, le sedi regionali devono avere un ruolo centrale. Il pluralismo è la complessità del Paese. Purtroppo, siamo in presenza da tempo di un forte indebolimento delle sedi regionali. Questo richiama

Pag. 59

direttamente anche la copertura su tutto il territorio nazionale del servizio pubblico radiotelevisivo, collegata sì alla questione delle sedi regionali, ma, di nuovo, all'innovazione tecnologica che riguarda il sistema trasmissivo. È vero che oggi il Paese non è interamente coperto, ma si deve anche sapere che la totale copertura del Paese dal servizio pubblico radiotelevisivo ha costi ingenti. Per dirla in pillole, se manca un 5 per cento di copertura del Paese, non servono investimenti pari al 5 per cento, ma molto di più, dovendo coprire zone complesse anche dal punto di vista orografico.

Il quinto punto è la produzione. Qui c'è un passaggio importante quando si dice che la produzione e la

realizzazione di contenuti devono essere realizzate da aziende che abbiano prevalentemente attività all'interno dei confini nazionali. Veniamo da una storia non recentissima, di qualche anno fa, in cui le attività di produzione erano sistematicamente spostate all'estero, anche con danno dal punto di vista previdenziale e assistenziale dei lavoratori interessati. Per noi, sarebbe importante avere aziende che svolgono attività di produzione all'interno del Paese. Abbiamo professionalità eccellenti nel sistema della produzione cine-audiovisiva. È inutile che lo diciamo, ma anche per storia, la produzione cinematografica italiana, al di là della crisi degli ultimi anni, è uno dei punti qualificanti del sistema di produzione di contenuti. Negli ultimi tempi, eravamo riusciti, anche con un rapporto positivo con la Rai, a riportare all'interno attività lavorative di produzione cine-audiovisiva, non vorremmo che questa formulazione un po' labile consentisse di tornare all'antico. Abbiamo – insisto su questo – professionalità straordinarie dal punto di vista tecnico e artistico. Rai è un volano straordinario a sostegno di quelle attività: diamo attenzione alle realizzazioni fatte all'interno del nostro Paese, con un'attenzione, che ci piacerebbe fosse esplicitata, nei

Pag. 60

confronti di quelle società che applicano correttamente le norme di legge e i contratti collettivi nazionali di lavoro. In molti casi, infatti, interveniamo perché, anche in forza dell'intermittenza dei rapporti di lavoro presenti in questo mondo, molto spesso troviamo forme di evasione previdenziale, assistenziale e fiscale.

L'ultimo punto riguarda la radiofonia. È importante che la concessione faccia riferimento, nei suoi tratti generali, alle attività multimediali, nelle quali riteniamo che la radiofonia abbia e debba avere un ruolo fondamentale. È uno degli *asset* in crescita: giudichiamo un limite il fatto che la concessione sostanzialmente non vi faccia cenno.

In conclusione, un tratto presente un po' in tutto il documento, che per noi è elemento di forte perplessità, già a partire dalla legge sulla *governance* della Rai, vediamo che c'è una prevalenza del Governo, quindi del potere esecutivo, nelle attività di Rai, e quasi sparisce il ruolo del Parlamento. Questo è un punto che abbiamo messo in evidenza già quando abbiamo fatto una discussione, credo proprio anche in questa Commissione, sulla «leggina», la legge sulla *governance*. Nella concessione, quest'elemento torna, e lo fa in maniera consistente. Sulla questione che riguarda il tema delicatissimo del pluralismo francamente credo che il fatto che ci sia una prevalenza del potere esecutivo anche in alcuni aspetti di indirizzo sia un grosso limite, che andrebbe corretto. Abbiamo letto, e concludo davvero, che anche sulla questione che riguarda la certezza delle entrate il presidente dell'Agcom ha fatto qualche rilievo che va in questa direzione.

In sintesi, per noi i temi sono sostanzialmente quelli che sosteniamo da parecchio tempo: certezza delle entrate; ruolo del pluralismo della Rai; frequenze; produzione; radiofonia; sedi regionali. Nel documento che vi abbiamo consegnato ci

Pag. 61

siamo presi la libertà di indicare anche degli emendamenti specifici. La cartellina che vi è stata consegnata contiene due documenti, uno di ordine generale e un secondo documento che indica emendamenti coerenti con le cose che abbiamo esposto.

ALBERTO AIROLA. Ringrazio tutti di essere qua.

Sono un ex lavoratore – forse qualcuno mi conosce – un tecnico, non un giornalista. Concordo con molte osservazioni fatte, per esempio quella sulla delocalizzazione fu una delle prime battaglie che feci con Andreatta, proprio perché Albatros, Casanova, delocalizzavano con soldi pubblici.

Oggi, abbiamo avuto qua il consiglio di amministrazione, il presidente Maggioni e il direttore generale. Ho di nuovo sottolineato alcuni punti secondo noi a rischio: a parte la certezza delle entrate, la questione della radiofonia, che sembra marginale, anzi quasi assolutamente assente. Peraltro, ho ricevuto numerosi stimoli da parte dei lavoratori anche della radio sulla questione di quella valorizzazione e del *turnover*.

I nostri timori, penso quelli che raccolgo come commissario, e voi come sindacati, siano quelli di una mancanza di *turnover*, di una non adeguata riqualificazione dei professionisti esistenti in funzione di un evidente cambio storico, tecnologico, che avverrà con uno spostamento sul *Web*.

Per quanto riguarda giornalisti, operatori e tecnici, ho lamentato il nuovo sistema di *software* che non permetteva il pagamento adeguato delle partite Iva. Magari non sono vostri iscritti, o anche sì, ma riconosco che danneggi tutti i lavoratori. È molto grave quello che sta succedendo. Ho ricevuto rassicurazioni in merito a questo. Aspettiamo di avere la prova del nove.

La mia paura è che la Rai senza una forte identità di alta professionalità rischi di cadere in meccanismi di esternalizzazioni farlocche. Ci sono 37 *audit* che giravano ancora sui

Pag. 62

service. Ho fatto interrogazioni sull'affiancamento di direttori della fotografia esterni a direttori della fotografia interni, su cui ho ricevuto risposte molto vaghe; sulla trasformazione del giornalista in operatore, montatore, trasmettitore, tutto, *one man band*, che secondo me è a rischio maggiore, soprattutto che porta una certa visione della digitalizzazione. Da una parte, ci sta. Ci sta che nel mondo d'oggi si vada in giro con un telefonino, si faccia una ripresa e immediatamente la si metta sul *web* se la notizia e la situazione valgono. Dall'altra, mi rendo conto, avendo fatto quel mestiere... più volte ho lamentato, per esempio, il depauperamento dei centri di produzione regionali, il fatto di trovarmi un tele-cineoperatore, che sì, sarà anche autorizzato a fare le domande, ed è in fondo un giornalista, ma non può starsene con una telecamera sulla spalla, un microfono in mano... Se devo cambiare fuoco? Come mai ad alcuni succede questo, come al Movimento 5 Stelle, a cui nello specifico era successo, e per altri invece arrivano gli elicotteri o i droni, perché qualcuno alza il telefono? Questo è il tema del pluralismo di cui parlavamo prima. Queste sono cose su cui anche voi dovete stare molto attenti. Continuerò a denunciare. Soprattutto, non si possono ricattare col precariato i giornalisti. Non siamo noi che dobbiamo controllarli, non sono i sindacati. I giornalisti devono avere la loro etica e deontologia. Bisogna metterli in condizione di fare un lavoro adeguato. Io temo anche l'uso dello zainetto. Potrebbe portare verso determinate situazioni di sfruttamento, magari no, magari sì. Questo dipende molto anche dal lavoro che i sindacati fanno internamente.

So che a Milano ci sono agitazioni, che ci si sta lamentando perché non è chiaro il quadro, forse ancora neanche a noi, della riforma *news* globale della Rai, che è il cuore, veramente il *core*, del servizio pubblico.

Pag. 63

Quanto alle co-produzioni, infine, io sono di Torino e anche ai centri di produzione sto cercando di dire che la TV faccia la TV. A Torino, avete fatto degli esperimenti come sindacati: RSU hanno permesso di far lavorare lavoratori interni su una *fiction* esterna, completamente finanziata dallo Stato. La Fremantle, infatti, che sta facendo *Non uccidere 2*, peraltro bel prodotto, è però finanziata dallo Stato, ma si becca anche un terzo dei lavoratori pagati dalla Rai, pagati molto meno rispetto all'equo pagamento del professionista esterno. Mi spiego? Non possono abbassare le quote del professionista esterno, che lavora mediamente – non so – un mese, poi sta fermo un altro mese, è un altro mercato. Allora, io mischio i due mercati e ho dei rischi. Ho dei vantaggi perché quei lavoratori lavorano, ma andiamo bene a vedere che cosa succede. La *fiction* passa, la lirica, l'attività dell'orchestra in Torino, le attività, i programmi televisivi, quelli restano, e quelli sono televisione, e quelli sono i lavori per cui peraltro alcuni tecnici sono iper-specializzati nell'ambito televisivo. Stiamo attenti perché possono venire fuori ottime collaborazioni, ma anche dei modi per smantellare un centro di produzione. Un conto è fare una *soap*, come avviene a Napoli, un conto è fare una *fiction* di 15-18 settimane. Non è una produzione continuativa. Su questo ho le antenne dritte e cercherò di portare avanti questa istanza.

GIORGIO LAINATI. Permettetemi una battuta. Il senatore Airola ha detto di essere un ex lavoratore: io pure sono un ex lavoratore, visto che Berlusconi mi ha fatto licenziare dal posto di lavoro in aspettativa. Abbiamo quindi una comunanza...

A parte queste notazioni di carattere personale, abbiamo parlato con il presidente e con il direttore generale, fino a pochi minuti fa, della centralità della Rai, del servizio pubblico, quello che lei nel suo intervento ha evidenziato a nome di tutti voi, che saluto. Questo è un po' il problema di fondo. Vorrei che foste

Pag. 64

consapevoli del fatto che le forze politiche rappresentate in questa Commissione non sono tutte d'accordo sulla centralità della Rai come servizio pubblico, anzi ci sono molte forze politiche che non hanno grande simpatia per la Rai com'è oggi, forse con i suoi difetti antichi e irrisolti. E questa è l'occasione di un appuntamento così importante: ricordiamo che erano solo ventidue anni non si faceva una cosa di questa importanza. Penso che si debba, da un certo punto di vista, recuperare il significato della centralità della Rai, poi tutto il resto, cioè le certezze del canone, delle entrate. Il senatore Airola, dalle posizioni di dura opposizione che rappresenta, ha detto delle cose importantissime sui centri di produzione, sulle produzioni italiane che sono un fiore all'occhiello del nostro Paese, che contribuiscono non da oggi a fare della Rai una certa realtà sul piano culturale della divulgazione e della libertà dell'informazione. Fare una *fiction* con contenuti fortemente culturali e sociali, vuol dire dare ai telespettatori linfa sulla qualità della democrazia. Non è un caso, gentili ospiti che la più importante *fiction* della Rai, *Montalbano*, abbia fatto come Sanremo. Lo dico come telespettatore, abbonato al servizio. Sono compiaciuto, ovviamente, e presumo che lo siate anche voi, che *Montalbano* abbia fatto 11 milioni di telespettatori, esattamente come una serata di Sanremo, ma per arrivare alla serata di Sanremo ci sono tutte le polemiche, il contratto per Giancarlo Leone, che potevano anche evitare – magari, non lo so – e mille altre cose che creano

polemiche, quanto prende il conduttore, quanto prendono gli ospiti. Vorrei ricordare – lo dico sempre e lei, presidente, ormai si sarà stufato di sentirlo – che dieci anni fa a Sanremo fu ospitato John Travolta vestito da pilota, del suo aereo peraltro, che prese, credo, 700.000 euro per quei venti minuti di presenza. Forse quelli sono stati davvero sperperi e non sono stati gli ultimi...

Pag. 65

Dicevo della certezza delle entrate per un'azienda così centrale. Voi siete tanti, rappresentate realtà molto importanti, come testimoniano i vostri iscritti. Qui c'è il relatore di maggioranza, l'onorevole Peluffo, persona di grande capacità, di grande serietà, che sono sicuro farà tesoro di queste vostre sottolineature e richieste. Purtroppo, non vedo il senatore Rossi, il relatore di minoranza. Presumo che avrà modo di prendere visione delle vostre osservazioni.

Se il presidente e la vostra pazienza me lo consentono, vorrei in particolare chiedere a Vittorio Di Trapani alcune cose, come, se non erro, ha fatto anche il senatore Airola, che riguardano il nostro mondo, in special modo, di giornalisti, chi occupati in futuro, chi meno.

La questione delle sedi regionali, che lei diceva, è importante. Le sedi regionali della Rai sono un patrimonio storico, come si può vedere anche dentro le Teche, dove ci sono cose carine che riguardano proprio le sedi Rai. Alcune sedi Rai sono un patrimonio architettonico. Ricordo quando sono andato a Trieste o a Milano dove la sede della Rai è un patrimonio, a cominciare dalla presenza di quadri, se non ricordo male, di Sironi e altri, patrimonio della Rai. Poi ci sono questi famosi 800 colleghi giornalisti, se non erro, della TGR, la più grande testata giornalistica del mondo. Non vorrei dire, Vittorio, una cosa inesatta. Non conosco, però, oltre la CNN, altre televisioni con un numero di colleghi così elevato, che però servono. È evidente che la Lombardia ha 9,5 milioni di abitanti e non possono gestirne la sede dieci giornalisti, già solo per i turni. Lo stesso riguarda i tecnici, è una cosa a pioggia. Giustamente, qui si dice che va superato il concetto di presidio redazionale regionale e ripristinata l'identità della sede regionale, un po' quello che diceva lei. Vorrei chiedere a Vittorio Di Trapani, che

Pag. 66

rappresenta tantissimi giornalisti, quasi tutti i giornalisti della Rai, come si può arrivare a raggiungere questi traguardi.

Qui c'è, da una parte, proprio il problema di salvaguardare la Rai. Non tutti la vogliono salvaguardare, quindi cerchiamo di renderci conto che, da una parte, c'è la necessità di eliminare sprechi, sperperi, serve probabilmente, come si dice anche nella convenzione, una razionalizzazione dei canali (non è detto che 14 siano indispensabili). C'è stata la questione – quanti anni che ne parliamo... io ancora prima di lei – del piano Gubitosi, poi adesso non so bene quale piano verrà fuori.

Poi lei parla, giustamente, di certezza delle entrate: ricordiamoci che in questa Commissione per una ventina d'anni si è parlato del problema dell'evasione del canone. Per venti anni, qui abbiamo parlato non di come dare certezza alla Rai, perché il problema numero 1 non erano magari gli sprechi, ma il recupero della famosa evasione. Miracolosamente, dopo vent'anni non parliamo più del recupero, perché dieci anni fa un consigliere di amministrazione di Forza Italia, Angelo Maria Petroni, ha fatto uno studio e ha detto che l'unico modo, come peraltro dicevano tutti, era mettere il canone in bolletta. Nessun Governo, fino al penultimo, ha avuto il coraggio di fare una cosa oggettivamente impopolare. Questo è un Paese in cui milioni di persone pagano 1.200 euro all'anno a Sky e poi si lamentano dei 90 all'anno della televisione pubblica, che comunque delle cose le fa vedere, appunto *Montalbano* e mille altre cose belle. Nonostante la gente paghi televisioni satellitari dieci volte il canone, ci si lamenta che è sempre troppo elevato. A mio avviso, la riduzione a 90 euro, che potrebbe addirittura manifestarsi ancora con un'ulteriore riduzione negli anni a venire, dovrebbe non infastidire i 16 milioni di abbonati, 16 milioni di famiglie abbonate, che sempre furibonde dicono che la Rai costa troppo,

Pag. 67

ma poi ripeto che 5 milioni di quelle 16 pagano più o meno 1.200 euro l'anno...

La certezza delle entrate è giusta. Sarà poi il relatore, il collega Peluffo, a vedere come venire incontro a questa vostra esigenza, ma vorrei che ci fosse anche la certezza di quello che è stato fatto: non è stato recuperato per quelle motivazioni che sono state dette, se non 400, 200 milioni recuperati, buttali via!

Oggi, inoltre, si parlava, se mi dà ancora un secondo e poi concludo, anche dell'importanza proprio sul piano culturale e divulgativo delle produzioni. Con la consigliera Borioni si diceva che va messo l'accento sulla divulgazione culturale che rappresenta la Rai. Innanzitutto, dobbiamo chiederle molto francamente: come mai le *fiction* della Rai sono le più belle e quelle di Mediaset sono le più brutte? Io lo chiedo a voi. Ci sarà un problema autorale? Ci sarà un problema di contenuti? Ci sarà un problema di fidelizzazione dei protagonisti? Penso a Luca Zingaretti come protagonista di *Montalbano* da credo dieci anni e Garko, che

una volta fa il cattivo e una volta fa il buono su Canale 5. C'è un problema che riguarda gli autori, gli sceneggiatori. La Rai ha questo straordinario fiore all'occhiello del contenuto culturale, sono fatti benissimo. Non sto parlando della questione delle produzioni, giustamente cara al collega del Movimento 5 Stelle, quello è un altro problema. Ne abbiamo parlato quando abbiamo audito la dottoressa Andreatta, ma guarderei alla cornice, in cui ci sono produzioni di altissima qualità. Visto che alla Rai sono molto più bravi che a Mediaset – non so di Sky, ma qualcosa di molto bello fanno anche loro sul piano della cultura e dell'arte – vorrei sentire su queste tematiche, chiedendo scusa se mi sono dilungato, le vostre opinioni.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Voglio innanzitutto – lo hanno fatto anche i colleghi – ringraziarvi non solo per

Pag. 68

l'audizione di oggi, ma anche per la modalità che avete scelto di partecipare collettivamente, indicando uno di voi a relazionare. Credo che questa sia una modalità che dia conto di uno sforzo importante, che spero possa essere anche d'esempio per altri soggetti.

Oltre a questo, ci avete fornito due documenti molto utili. Uno è l'approfondimento su quanto è stato comunicato, e poi ho visto che avete predisposto anche un vero e proprio testo emendativo. Ora, non vi so dire se poi effettivamente sarà presentato, come già diceva l'onorevole Lainati, all'interno del testo che proporremo come relatori o proporrà ogni relatore, ma di sicuro è un testo che può consentire anche alla libera iniziativa dei gruppi di farlo proprio e presentarlo. Da questo punto di vista, credo che siate già entrati nella discussione e nel meccanismo di discussione sul parere.

Sono state poi sollevate alcune questioni, che mi sembra utile riprendere anche perché si collegano alle audizioni che abbiamo finora svolto.

Una questione sollevata è stata di evidenza nell'audizione dell'Agcom, già richiamata, e in quella che ha preceduto la vostra con i vertici dell'azienda: il tema della certezza delle risorse, come lo avete chiamato giustamente, è strettamente collegato all'autonomia e all'indipendenza del servizio pubblico. Un punto specifico, che riguarda l'articolo 13, comma 2, dove il meccanismo previsto è quello di una valutazione sul raggiungimento di obiettivi indicati in contratto di servizio, verifica che è su base annuale. L'Agcom, e anche oggi i vertici aziendali, dicevano che certezza delle risorse può intanto significare che il canone sia identificato non su base annuale, ma corrispondere (suggerimento dell'Agcom) alla durata del contratto di servizio, quindi quinquennale, per cui anche quella verifica sarebbe su base quinquennale. Questa questione è già l'evidenza

Pag. 69

della discussione in Commissione, perché questa è la terza audizione che pone in maniera molto precisa questo tema.

C'è poi una seconda questione sulla contabilità separata, che avete sollevato. Qui c'è un punto che sollevava l'Agcom, che però in realtà ha un respiro più complessivo. Agcom diceva che, se si vuole andare in maniera precisa e fino in fondo sulla contabilità separata, la scelta naturale dovrebbe essere quella della separazione delle funzioni, che non mi sembra sia nelle considerazioni che fate. Questa, però, è una discussione che esula dallo schema di convenzione, perché questo casomai è un tema da norma primaria.

Sulla riforma della *governance* avete qui richiamato opinioni, che avevate già espresso, che non coincidono con l'opinione di diversi commissari, ma non si tratta di riprodurre quella discussione, bensì di concentrarsi qui sullo schema di convenzione.

C'è un'altra questione che avete sollevato, sottolineata nella comunicazione e nei testi, che riguarda le frequenze, la capacità trasmissiva e una preoccupazione, ossia non è che quanto è richiamato in convenzione possa preludere a un intervento successivo di diversa natura. Ovviamente, non può stare dentro la convenzione, che ha un perimetro molto ristretto. Ricordo il dibattito che è stato fatto, di cui anche voi siete stati protagonisti, nel momento in cui c'è stato il collocamento in borsa di Rai Way. Continuo a credere che, se mai si dovesse riaprire la discussione su un soggetto (non un soggetto unico, ma come c'è anche in altri Paesi europei) con questa funzione sulla proprietà delle torri a trasmissione, quindi con la possibilità di veicolare i contenuti – a oggi, non è all'ordine del giorno, non è in convenzione – per quanto mi riguarda, ma mi sembrava questa anche l'occasione di interloquire, non potrebbe che essere a maggioranza pubblica, non solo per la discussione che si è fatta,

Pag. 70

ma visto che è stata evocata per un'eventuale discussione successiva... In ogni caso, questo non è nella convenzione e, secondo me, è giusto perimetrare la riflessione.

Infine, sulle sedi regionali ho visto che avete concentrato anche una parte dei riferimenti puntuali.

Credo che quello che viene richiamato in convenzione sia sull'importanza del ruolo dell'informazione a livello regionale. Questo è uno dei pilastri delle missioni di servizio pubblico. Poi come effettivamente viene organizzato credo sia più nell'ambito delle scelte aziendali, del confronto delle relazioni industriali e sindacali.

Ho visto che, giustamente, nelle vostre considerazioni puntuali, in un paio di passaggi rivendicate il ruolo delle relazioni sindacali e industriali. Credo che questo sia un punto che avete fatto bene a mettere in evidenza. Da questo punto di vista, presidente, quest'audizione può costituire un precedente anche per altri. Ovviamente, non possiamo intervenire su come gli altri soggetti decideranno di gestire il loro tempo e le loro modalità, ma questo schema di un lavoro comune, di una presentazione di considerazioni e suggestioni emendative, secondo me è molto utile al lavoro di questa Commissione. Dobbiamo fare bene e fare presto. Abbiamo un mese per fare le audizioni e il parere. Questa modalità, secondo me, ci aiuta e ci agevola.

PRESIDENTE. Concordo sulla modalità. Quando abbiamo saputo che c'era un solo portavoce per tutti, che venivate insieme con un documento unitario, l'abbiamo accolto felicemente. È un bel metodo di cooperare e di lavorare. Do la parola ai nostri ospiti per la replica.

VITTORIO DI TRAPANI, segretario di UsigRai. In riferimento all'ultima cosa detta, tengo a dire che non è soltanto un metodo di lavoro. Credo che sia una scelta politica. La scelta di

Pag. 71

venire qui in maniera unitaria con un unico documento è una scelta politica, che dice una cosa molto chiara: al di là delle differenze anche di impegno statutario, quando si parla del futuro del servizio pubblico, non esiste distinzione tra le lavoratrici e i lavoratori della Rai. Questo è il segnale che si voleva dare. Non è solo un modo per agevolare i lavori. Lo è, ma è soprattutto una scelta di unità e compattezza. Questo è quello che tenevamo a dire.

Arrivo alla risposta alla domanda che mi è stata posta, ma non posso non inquadrala.

È vero che il tema dell'autonomia e dell'indipendenza, ha a che fare con la legge, ma è vero anche che nello schema di convenzione si introducono elementi che mettono questi due fattori ancora più in pericolo. Mi riferisco al controllo annuale sulla gestione, al punto che si ipotizza un contratto di servizio molto votato all'efficienza, quindi si ipotizza un contratto di servizio non dedicato ai contenuti, ma all'organizzazione del servizio pubblico: è un entrare direttamente nell'organizzazione aziendale; questa è una pressione. Rischia di essere un'ingerenza da parte del Governo all'interno dell'organizzazione, quindi dell'autonomia aziendale. Questo vale ancora di più se si tocca il tema delle risorse, come correttamente diceva il segretario Cestaro. Quando si introduce l'elemento non solo annuale, che vuol dire che non sei in grado di programmare se anno per anno mi puoi cambiare il finanziamento, si indica chiaramente «una quota»: vuol dire che si definisce con chiarezza che è solo una parte, ma che questa parte può anche essere modificata. Non siamo noi a dire, che l'abbiamo detto più volte anche in questa sede, ma l'EBU, che questo lede l'autonomia, l'indipendenza e la possibilità di programmare. Per paradosso, si dà addirittura un alibi al gruppo dirigente aziendale perché non operi, non faccia piani industriali e piani

Pag. 72

editoriali. La riprova – i dati non sono nostri, ma di Mediobanca, che certo non può essere accusata di essere proprio di parte sul tema della Rai servizio pubblico – è nel fatto che nel 2017 da quella tassa, imposta di scopo, alla Rai arriveranno introiti inferiori addirittura a sette anni fa.

Allora, è bene che si inizi a dire che a oggi quella tassa solo in parte va alla Rai. Forse, bisogna iniziare a ripartire da quei dati. Di 2 miliardi annunciati di ricavi, solo una parte decrescente andrà alla Rai, addirittura tornando ai dati di sette anni fa. Questo è il tema dell'autonomia toccato nello schema di convenzione, che può essere invece opportunamente modificato.

Noi riteniamo, invece, che la discussione debba essere proprio sui contenuti, e questa è la discussione vera del Parlamento. Che cosa deve fare il servizio pubblico a nome del sistema Paese? Questa credo che debba essere la discussione nello schema di convenzione, e quindi del contratto di servizio. Certo, questo tocca l'etica, la deontologia di come si lavora. Mi permetto di dire che vale per noi, ma vale anche nell'etica e nella deontologia dei contratti utilizzati. Lo dico in maniera ancora più chiara: è etico e deontologico non dare contratti adeguati a chi fa uno specifico lavoro? In Rai fin troppe persone, fin troppi colleghi fanno lavoro giornalistico senza avere il contratto giornalistico. Probabilmente, anche questo argomento va toccato.

Arrivo alla risposta. Certo che la questione è la centralità. Questo credo debba essere il dibattito. È altrettanto vero che non tutti sono convinti: non vorrei che qualcuno non fosse convinto per un riflesso condizionato per questioni che sono fuori dalle istituzioni e riguardano interessi privati. Anche su questo forse bisogna fare chiarezza. Sento dire che qualcuno ha operato il *blind trust*: mi spiace, ma non è vero. In sede

Pag. 73

parlamentare, almeno questa cosa va detta in maniera chiara. Non è vero che il relatore di minoranza ha fatto il *blind trust* rispetto ai suoi interessi. Ha fatto una procura gestoria. Tra l'altro, la sua quota personale in Primocanale è aumentata da quando è parlamentare, non è diminuita: questo credo sia giusto segnalarlo.

PRESIDENTE. Glielo dovremmo al massimo chiedere, ma non è questa la sede: e adesso il relatore di minoranza non è neanche presente.

VITTORIO DI TRAPANI, segretario di UsigRai. Allora, soprassedo, ma credo che sia utile aprire una discussione su questo: quando si parla di centralità del servizio pubblico, è bene che la discussione avvenga senza interessi in conflitto su questo tema.

La discussione allora deve essere questa: certo, manca la parte della radio, che forse va rafforzata, ancor di più in un momento in cui il mercato si sta muovendo in maniera molto veloce. Penso ai grandi investimenti di un competitore privato come Mediaset. Di radio invece non si parla abbastanza. È vero per i telegiornali. Capisco l'esigenza di riorganizzare, ma dobbiamo ricordare che continua a essere primato di ascolti ciascuno nella propria rete generalista. Vale per l'informazione di flusso, come Rainews24, come Radio uno. Vale per l'informazione istituzionale, sia radiofonica sia televisiva.

Arrivo al tema della presenza sul territorio. Tengo a dire che la Rai è molto presente sul territorio, ma non è vero che è la più presente nel panorama europeo. In Francia, come in Gran Bretagna, la presenza è molto più massiccia, proprio perché si ritiene che la presenza sul territorio sia un elemento fondante del servizio pubblico. È bene che si parli di presenza redazionale, ma è altrettanto vero – lo voglio dire con chiarezza – che

Pag. 74

non è che i giornalisti lavorano da soli. Quello sul territorio, come altrove, è un lavoro di *équipe*, soprattutto in un settore come quello radiotelevisivo e multimediale. È evidente, quindi, che ci devono essere anche tutte le strutture adeguate a produrre in una maniera qualitativa che risponda al servizio pubblico. Non ci si può limitare a parlare di presidio redazionale. Ci devono essere strutture adeguate, con tutte le figure professionali necessarie a produrre una TV e una radio, in maniera multiplatforma, adeguate alla qualità che deve offrire il servizio pubblico. Siamo pronti a discutere qualunque piano di riforma, ma non si può prescindere da alcuni elementi centrali, che sono quelli che ho provato a delineare rispetto al futuro del servizio pubblico. Spero che su questo concentreremo la nostra discussione e il nostro confronto, ora in schema di convenzione e successivamente anche per il contratto di servizio.

Faccio solo un ultimo accenno – me lo deve, presidente – a Rai Way. Nella convenzione si parla di una cosa importante, credo fondamentale, della copertura integrale del territorio. Il segretario lo ha detto in maniera molto corretta, ma qua ci dobbiamo chiarire. Coprire il territorio al 100 per cento sia per la TV sia per la radio vuol dire investimenti importanti. Da dove arrivano i fondi per gli investimenti? Se si ragiona sulla prospettiva di operatore unico, l'operazione qual è? Gli investimenti si chiedono sempre dai ricavi da canone, che intanto decrescono, e poi faccio magari uno *spin off*, ovvero la Rai paga e poi facciamo lo *spin off*, o lo Stato garantirà un finanziamento adeguato per la giusta copertura del 100 per cento del territorio? Credo che a queste domande si debba dare una risposta. Lo schema di convenzione, visto che affronta il tema delle risorse, probabilmente può dare anche questo tipo di risposta.

Spero di aver risposto alle sollecitazioni dei commissari.

Pag. 75

MASSIMO CESTARO, segretario generale SLC-CGIL. Intervengo solo per un paio di battute su alcune sollecitazioni poste: due punti che esulano dal tema specifico, ma ci pare giusto porli.

Sapete che come sindacato della comunicazione, ma delle relazioni sindacali in genere alcune sono prettamente aziendali, altre, come la mia, la UIL, hanno tante aziende, la stragrande maggioranza delle quali a forte impatto tecnologico, che richiedono un ricambio generazionale. C'è un problema, che non riguarda ovviamente questa Commissione, ovvero come la riforma previdenziale abbia inciso sul tema del ricambio generazionale. Sappiamo di tantissime aziende che si sono viste allungare la permanenza dei lavoratori di quattro, cinque, sei anni. Questo ha parzialmente impedito quel processo di ricambio. Questo è un dato generalizzato di tutte le aziende.

Ripeto che ne seguiamo tantissime di telecomunicazioni, informazione e così via. Sapete che seguiamo tutta la parte dell'editoria, dell'informazione pubblica e privata, e tutte le aziende lamentano quest'elemento, che riguarda il sistema Paese, e cioè come si faccia a consentire a quelle aziende di avere quei processi di ricambio generazionale. La questione riguarda trasversalmente la generalità delle aziende, in particolare quelle molto esposte a innovazione tecnologica.

Il secondo punto è quello sulla produzione, e qui rientro più nello specifico delle attività Rai. Perché insistiamo da tempo sulla qualità delle produzioni? Da un lato, rappresentiamo quei lavoratori e quei professionisti che non stanno dentro il perimetro, o solamente dentro, il perimetro delle aziende Rai o *Mediaset*, ma anche quelli che stanno fuori, come tecnici o artisti. Proviamo ad avere una rappresentanza anche di quei mondi: lavoro autonomo, partite IVA. Ora, noi parliamo di qualità della produzione perché si risponde alle professionalità

Pag. 76

che abbiamo, e quindi anche alle tutele contrattuali, previdenziali e assistenziali di quel mondo. Sono lavoratori che hanno rapporti di lavoro intermittenti e che, naturalmente, hanno bisogno forse di qualche tutela in più ai fini della garanzia delle loro professionalità. Diversamente, si rischia di perderle.

In secondo luogo, perché qualità della produzione? Per due motivi. Il primo riguarda la commercializzazione dei prodotti anche all'estero. Come abbiamo detto, va bene centrare nel documento anche la parte della commercializzazione, ma se si ha in mente di commercializzare dei prodotti, non ci si può che attestare su prodotti di qualità. Il secondo è la replicabilità dei prodotti di qualità. Noi ci guardiamo ancora, andando da un commissario all'altro, il commissario Maignet in bianco e nero degli anni Cinquanta, perché erano prodotti di qualità, e sono prodotti che possono avere appunto la commercializzazione e la replica a composizione dei palinsesti.

Quando diciamo «qualità del prodotto», lo diciamo perché lì si esplicita una parte del Paese: l'eccellenza del prodotto di cui si parlava prima, sostanzialmente, fa questo. C'è però in questo anche un elemento di produzione industriale. Troppo spesso si considerano le attività di produzione multimediali come cose astratte: no, sono processi industriali, che devono avere quell'elemento. Se si sta sul mercato, si deve stare sul mercato con prodotti di qualità, che garantiscano le tutele delle persone che quei prodotti fanno (tecnici e artisti), che garantiscano la loro commerciabilità e la loro replica, a tutela di un sistema produttivo industriale. Naturalmente, questo riguarda anche i programmi di formazione e altro, per essere chiari. Difficilmente, se non pochi *aficionados*, si riguardano una partita di calcio. Le repliche di *Montalbano* se le guardano tutti, o quasi. Allo stesso modo, riguarda volentieri programmi di informazione. Si riguardano documentari.

Pag. 77

Infine, attenzione a quando si parla di attività multimediali, ed è giusto che la concessione vi faccia esplicito riferimento. La televisione del futuro, quella cosiddetta 4K, correrà sulla rete in fibra ottica, la rete fissa. Anche lì c'è un aspetto delicato che chiamerà in causa la Rai, di innovazione di processo e di prodotto per consentire di occupare anche quel segmento di attività. Sapete che il nostro Paese sulla diffusione della TV via rete ha avuto tante disavventure. Non voglio aprire un altro capitolo, ma la televisione del futuro sta lì. In un'interlocuzione che abbiamo avuto con il direttore generale un po' di tempo fa, abbiamo detto che bisognerebbe che la Rai cominciasse a ragionare anche su questo versante. Ora, non voglio semplificare ed essere scortese nei confronti del direttore generale, ma lui dice che non è un problema suo, bensì dell'azionista. Sì, però qualche elemento di spinta in questo senso anche dalla *governance* della Rai forse non sarebbe male che venisse.

Produzione, sostegno del ruolo pubblico radiotelevisivo, e quindi certezza delle entrate nel tempo, mercato pubblicitario e commercializzazione dei prodotti, sono temi complessi, che hanno bisogno di una politica che guardi anche a come si muovono su questo versante i *player* nazionali e internazionali. Abbiamo avvertito un po' debole l'interlocuzione con Rai su quest'aspetto, sulle prospettive tecnologiche e industriali. Senza nessun elemento di critica e di polemica, per i quali non è questa la sede, ma lì si giocano partite complesse, che riguardano i gestori di telecomunicazioni, lo sviluppo della rete in fibra ottica, temi complessi per i quali pensiamo che Rai possa e debba essere uno dei *player* centrali.

[ALBERTO AIROLA](#). Ho chiesto alla direzione di avere un camion regia HD per riprendere la lirica e altro, perché ce l'abbiamo ancora *standard-definition*, altro che 4K!

Pag. 78

[PRESIDENTE](#). Ringrazio i nostri ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 12.45.

XVII LEGISLATURA

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

Resoconto stenografico

Seduta n. 114 di Mercoledì 22 marzo 2017

Bozza non corretta

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori:[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [3](#)**AUDIZIONI NELL'AMBITO DELLO SCHEMA DI DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI CONCERNENTE L'AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOFONICO, TELEVISIVO E MULTIMEDIALE, CON L'ANNESSO SCHEMA DI CONVENZIONE – ATTO N. 399****Audizione di rappresentanti dell'A.P.T.-Associazione Produttori Televisivi.**

[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [3](#) ,
[Follini Marco](#) , *presidente di APT* ... [4](#) ,
[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [5](#) ,
[Follini Marco](#) , *presidente di APT* ... [5](#) ,
[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [5](#) ,
[Follini Marco](#) , *presidente di APT* ... [5](#) ,
[Margiotta Salvatore](#) ... [8](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [9](#) ,
[Gasparri Maurizio](#) ... [11](#) ,
[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [12](#) ,
[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [14](#) ,
[Follini Marco](#) , *presidente di APT* ... [14](#) ,
[Levi Matteo](#) , *vicepresidente APT* ... [15](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [17](#) ,
[Levi Matteo](#) , *vicepresidente APT* ... [17](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [17](#) ,
[Levi Matteo](#) , *vicepresidente APT* ... [17](#) ,
[Stabilini Giovanni](#) , *vicepresidente APT* ... [18](#) ,
[Margiotta Salvatore](#) ... [21](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [21](#) ,
[Stabilini Giovanni](#) , *vicepresidente APT* ... [22](#) ,
[Levi Matteo](#) , *vicepresidente APT* ... [23](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [23](#) ,
[Levi Matteo](#) , *vicepresidente APT* ... [23](#) ,
[Follini Marco](#) , *presidente di APT* ... [23](#) ,
[Sbarigia Chiara](#) , *direttore generale di APT* ... [25](#) ,
[Lainati Giorgio \(SC-ALA CLP-MAIE\)](#) ... [26](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [27](#) ,
[Stabilini Giovanni](#) , *vicepresidente APT* ... [27](#) ,
[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [27](#)

*(La seduta, sospesa alle 11.30, riprende alle 13.10) ... [27](#)***Audizione di rappresentanti di Doc/it – Associazione Documentaristi Italiani:**

[Fico Roberto](#) , *Presidente* ... [27](#) ,
[Fontana Agnese](#) , *presidente di Doc/it* ... [28](#) ,

[Visalberghi Marco](#) , vicepresidente di Doc/it ... [28](#) ,
[Fontana Agnese](#) , presidente di Doc/it ... [31](#) ,
[Rossi Maurizio](#) ... [32](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [34](#) ,
[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [35](#) ,
[Visalberghi Marco](#) , vicepresidente di Doc/it ... [36](#) ,
[Rossi Maurizio](#) ... [37](#) ,
[Fontana Agnese](#) , presidente di Doc/it ... [37](#) ,
[Visalberghi Marco](#) , vicepresidente di Doc/it ... [39](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [40](#) ,
[Visalberghi Marco](#) , vicepresidente di Doc/it ... [40](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [41](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [41](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [42](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [42](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [42](#)

Audizione di rappresentanti dell'Ordine nazionale dei giornalisti:

[Fico Roberto](#) , Presidente ... [42](#) ,
[Franchina Santino](#) , vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti ... [43](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [43](#) ,
[Rossi Maurizio](#) ... [43](#) ,
[Franchina Santino](#) , vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti ... [44](#) ,
[Rossi Maurizio](#) ... [44](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [45](#) ,
[Franchina Santino](#) , vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti ... [45](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [46](#) ,
[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [47](#) ,
[Franchina Santino](#) , vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti ... [48](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [49](#)

(La seduta, sospesa alle 14.10, riprende alle 14.30) ... [49](#)

Audizione di rappresentanti dell'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali:

[Fico Roberto](#) , Presidente ... [49](#) ,
[Rutelli Francesco](#) , presidente di Anica ... [49](#) ,
[Margiotta Salvatore](#) ... [55](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [56](#) ,
[Rossi Maurizio](#) ... [58](#) ,
[Ruta Roberto](#) ... [60](#) ,
[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [60](#) ,
[Airola Alberto](#) ... [61](#) ,
[Gasparri Maurizio](#) ... [61](#) ,
[Rutelli Francesco](#) , presidente di Anica ... [62](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [68](#) ,
[Medolago Albani Francesca](#) , responsabile pianificazione strategica di Anica ... [69](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [70](#)

Audizione di rappresentanti di UPA – Utenti Pubblicità Associati:

[Fico Roberto](#) , Presidente ... [70](#) ,
[Maggioni Giovanna](#) , direttore generale UPA ... [71](#) ,
[Rossi Maurizio](#) ... [75](#) ,
[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [78](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [78](#) ,
[Peluffo Vinicio Giuseppe Guido \(PD\)](#) ... [78](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [78](#) ,
[Maggioni Giovanna](#) , direttore generale UPA ... [78](#) ,
[Fico Roberto](#) , Presidente ... [81](#)

Testo del resoconto stenografico

La seduta comincia alle 10.25.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'art. 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione di rappresentanti dell'A.P.T.-Associazione Produttori Televisivi.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), di rappresentanti dell'A.P.T.-Associazione Produttori Televisivi.

Sono presenti il presidente, Marco Follini, i vicepresidenti, Giovanni Stabilini e Matteo Levi, e la direttrice generale, Chiara Sbarigia, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola al dottor Follini, con riserva per me e per i colleghi di rivolgere a lui, al termine del suo intervento, e agli altri componenti dell'A.P.T. domande e richieste di chiarimento.

Pag. 4

MARCO FOLLINI, *presidente di APT*. Abbiamo una nota che leggerò per introdurre l'argomento. Molto sommariamente tenevo a segnalare due o tre punti che per noi sono strategici.

Il primo: è la prima volta che nella concessione si fa esplicito riferimento al valore della produzione. Questa è stata una battaglia storica di APT, dei miei predecessori per molti anni, è un riconoscimento che riteniamo dovuto, apprezziamo particolarmente che in questo schema la produzione sia citata come valore significativo per il servizio pubblico e riteniamo sia anche la presa d'atto di un contributo creativo importante, che sostiene gli ascolti e il primato della Rai, ma offre anche al pubblico molti argomenti di riflessione e di approfondimento. Naturalmente sarà cruciale capire il come, che appartiene essenzialmente al contratto di servizio: siamo proiettati verso quell'obiettivo.

In secondo luogo, il cenno alla produzione è generico, mentre teniamo particolarmente che si metta in rilievo il valore della produzione indipendente. Poiché esiste anche una linea produttiva integrata verticalmente nelle emittenti, che però ha caratteristiche e significati diversi, la sottolineatura del valore della produzione indipendente è assolutamente cruciale.

Terzo aspetto: questa convenzione discende da un meccanismo di consultazione, a cui le associazioni e anche i singoli produttori hanno partecipato, e riteniamo che questo sia un metodo valido e teniamo particolarmente, poiché sono previste consultazioni successive e un ruolo piuttosto proattivo sia del MISE che dell'Agcom, a essere auditi, consultati, tenuti in conto in questi passaggi che seguiranno. Lo dico perché (questo tema esula dalla Rai, però è assolutamente fondamentale dal punto di vista dell'Associazione dei produttori e dei singoli produttori) il punto debole del sistema a nostro giudizio sta nel fatto che il TUSMAR prevede quote ben precise, che la Rai ha tradizionalmente

Pag. 5

quasi sempre rispettato, ma che sono largamente disattese da tutte le emittenti private. Mi rendo conto che questo tema stia fuori dai confini che vengono tracciati dalla convenzione, ma consideriamo assolutamente fondamentale per lo sviluppo del settore garantire che il rispetto delle quote sia assicurato da tutte le emittenti, e il ruolo dell'Agcom di sentinella di questo sistema di equilibri venga tenuto fermo, cosa che al momento non mi sento di dire sia garantita.

Questi sono i punti cruciali che ci appartengono. Su questi punti abbiamo predisposto una nota breve, che posso lasciare agli atti o leggere.

PRESIDENTE. La può lasciare agli atti, ma se vuole leggerla non è un problema.

MARCO FOLLINI, *presidente di APT*. Allora la lascio agli atti, magari potrà essere oggetto di qualche scambio di domande e risposte. Come ha detto prima il presidente, sono con me il direttore generale dell'associazione e i vicepresidenti, peraltro presidente in scadenza, quindi cedo volentieri a loro quest'onere.

PRESIDENTE. Leggerei comunque la nota.

MARCO FOLLINI, *presidente di APT*. Bene, la leggo. Alcuni temi inseriti nel nuovo schema di decreto, che specificano le attese del Governo sulle responsabilità e gli obiettivi del servizio pubblico radiotelevisivo, rispondono pienamente al tipo di attività poste in essere e alle opere prodotte dall'industria indipendente.

Seguendo l'ordine dell'articolato, possiamo affermare che: 1) le produzioni realizzate dai produttori indipendenti assolvono in pieno gli obiettivi di sostegno alla crescita civile, alla coesione sociale, alla promozione della lingua italiana, della cultura e

Pag. 6

della creatività, e di salvaguardia dell'identità nazionale (articolo 1, comma 1); 2) l'industria indipendente, anche attraverso l'APT, ha più volte sollecitato la Rai a migliorare le richiamate condizioni di trasparenza e di efficienza (articolo 1, comma 5), anche stipulando con i rappresentanti delle associazioni di categoria e sotto il controllo degli enti preposti codici di comportamento standard per semplificare le prassi contrattuali e superare il problema dell'eccessiva burocrazia interna. Non possiamo che esprimere la nostra soddisfazione nel vedere finalmente accolto il principio, tra gli obblighi del concessionario (articolo 3, comma 1, lettera b), di «sostenere adeguatamente lo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo mediante l'acquisizione o la coproduzione di prodotti di alta qualità, realizzati da o con imprese che abbiano stabile rappresentanza in Italia, anche al fine di una loro valorizzazione sui mercati esteri» (così il testo).

Sottolineiamo però che è indispensabile aggiungere la parola «indipendente» dopo la dicitura «industria nazionale», perché deve essere compito dell'azienda pubblica promuovere da un lato le imprese nella loro articolazione pluralistica, dall'altro il consolidamento delle imprese indipendenti, ma non l'integrazione verticale con le emittenti, che in un mercato ancora nascente come quello italiano rischia di limitare fortemente la varietà dei programmi disponibili per il pubblico.

Avremmo anche apprezzato che fosse inserito nel testo un riferimento più preciso alle quote di investimento dedicate alla produzione indipendente, e ci auguriamo che questo possa avvenire nel testo del contratto di servizio. Il sistema televisivo pubblico inglese, che è quello più orientato all'internazionalizzazione e all'*export*, ha infatti felicemente da tempo introdotto obblighi di diffusione molto più elevati dei nostri (BBC), sommandoli al canale dedicato esclusivamente al *commissioning*,

Pag. 7

alla diffusione di opere realizzate da produttori indipendenti (Channel 4). Anche la Francia ha introdotto obblighi di investimento più alti, e sia Francia che Regno Unito hanno perseguito una politica di protezione dei diritti in capo ai produttori indipendenti più capillare ed efficace, ove la cessione dei diritti non è mai perpetua.

È evidente che l'attenzione dell'APT sarà concentrata sulla declinazione del recepimento nel contratto di servizio del concetto relativo alla durata e ambito dei diritti di sfruttamento radiofonico televisivo e multimediale, negoziabili dalla società concessionaria. Siamo convinti che il recente allargamento del *tax credit* all'audiovisivo in un provvedimento costruito in modo virtuoso potrà essere volano per l'industria nazionale, per l'*export* e per incrementare volumi di lavoro e indotto solo se sarà accompagnato dal suo trasparente recepimento da parte delle emittenti, in primo luogo l'emittente pubblica. Sulla valorizzazione dei diritti APT e Rai hanno già avviato alcune riflessioni sul fatto che sia conveniente spezzare la catena sul lato geografico per le serie evento, oppure sia meglio ragionare sulla limitazione temporale *tout court*, oppure ancora sulle singole finestre di sfruttamento. Il mondo della produzione televisiva è infatti un mondo in continuo movimento per il moltiplicarsi delle piattaforme trasmissive e si ragiona per il momento opera per opera. Quando si arriverà a una stabilizzazione della presenza dei nuovi soggetti presenti sul mercato (Amazon, Netflix, Google), che registrano dinamiche contrattuali totalmente nuove, anche la Rai dovrà essere in grado di fissare modelli più stabili. È importante in questa sede ricordare che oltre il 75 per cento delle società di produzione indipendente hanno rapporti contrattuali con la Rai. Nel settore della sola *fiction* nel 2016 hanno lavorato per Rai 22 produttori indipendenti, 5 per Mediaset, 3 per Sky.

Pag. 8

Questo significa che l'ingresso di nuovi committenti è ancora marginale per la maggior parte delle imprese e che nessun produttore televisivo può prescindere da un rapporto con l'azienda pubblica. Il recupero dell'evasione del canone è stato un atto dovuto e apprezzato, che ha consentito nel 2016 alla Rai di investire maggiormente in prodotti audiovisivi originali e di diversificare la programmazione su più reti. Vorremmo che queste risorse supplementari, peraltro già diminuite, non finissero disperse in mille rivoli e che si trovasse invece il sistema per indirizzarle e vincolarle stabilmente alla crescita di un'industria

sana e plurale, in grado di competere globalmente e di realizzare prodotti di qualità, anche e soprattutto a vantaggio del pubblico.

SALVATORE MARGIOTTA. Mi complimento con il presidente, di cui ho molta stima e che non è né scadente, né scaduto, anzi è un ottimo presidente. La metto in maniera un po' brutale, perché nelle sue parole c'era anche questo tema, ma lo voglio esplicitare ancor di più, credendo peraltro (conoscendo la sua sensibilità politica) che sia un tema dell'APT.

Da sempre in questa Commissione ci interroghiamo sul fatto che, in particolare per quanto riguarda la *fiction*, perché secondo me Rai Cinema va meglio, vi sia una concentrazione di risorse su alcuni grandi produttori. Più volte ho discusso della vicenda anche con il direttore generale, nel senso che è ovvia la risposta che i più grandi garantiscono un prodotto migliore, che fa *share*, come Montalbano, ed è tutto giusto, ma a mio parere il servizio pubblico, quindi finanziato da noi, ha tra i suoi obblighi quasi dal punto di vista etico quello di far crescere anche produttori minori. Non può succedere quindi che tra cinque anni ci ritroviamo con la concentrazione delle risorse sempre negli stessi soggetti. Lei giustamente ha citato il numero 22 ma, poiché un po' di numeri li conosciamo, se si splittano gli

Pag. 9

investimenti sui 22, si vedrà che la concentrazione di soldi avviene in un numero molto minore dei 22, e magari altri 15 si distribuiscono risorse molto inferiori. Solo invertendo o almeno calmierando questa tendenza possiamo fare un'operazione che il servizio pubblico deve fare, cioè far crescere produttori giovani, risorse diverse, mettere sul mercato un pluralismo molto migliore. Nel contratto di servizio che abbiamo fatto e che non è mai stato operativo avevamo detto per esempio di destinare il 10 per cento per i produttori alla prima opera. Si possono fare un po' di cose. Vorrei capire innanzitutto se questa esigenza sia avvertita anche dalla vostra associazione e in secondo luogo come intervenire in convenzione e poi in contratto di servizio per fare una cosa che ritengo doverosa, cioè ampliare la platea di coloro che possono accedere a questi contributi, considerato che per le cose che lei ha detto si opera più o meno in situazioni di monopolio e considerato che, se è esplicitato nella convenzione che la Rai è la più grande impresa culturale del Paese, ha tra i suoi obiettivi inevitabilmente anche quello di fare un servizio al Paese, quindi di far crescere ulteriori soggetti.

ALBERTO AIROLA. Grazie di essere qui, grazie del vostro lavoro. Quello che diciamo dal primo giorno in cui abbiamo incontrato Andreatta è la parola «trasparenza», l'abbiamo ripetuta più volte, abbiamo cercato di capire spessissimo come e a chi venissero finanziati prodotti soprattutto di *fiction*, sostenendo che fosse importante, come evidenziato anche prima dal collega, capire i criteri di selezione e ampliare la platea. Da quando siamo qua ad oggi vennero fuori le famose Happy Five, venne fuori un circolo di produttori che fanno anche buoni prodotti (alcuni no, sono scadenti ma altri sono di qualità) che però hanno trasformato la Rai in un bancomat, senza rischio d'impresa, senza alcun tipo di problema, con contratti di

Pag. 10

pre-acquisto che lasciavano ampi margini di spesa ingiustificati al produttore. Questa non è la *mission* che il servizio pubblico deve avere, cioè favorire un ristretto giro. Quello che la concessione stabilisce è che la Rai come grande industria culturale italiana indubbiamente è un incubatore di soggetti, è un fertilizzante per un tessuto produttivo che deve però anche stare in piedi da solo *in primis*, che deve favorire non con grosse concentrazioni di denaro a pochi, ma con ampi finanziamenti le co-produzioni, l'interazione tra produttori per fare prodotti che oramai vanno sui mercati internazionali, che con internet cambiano completamente la fruizione. Anche alla luce di questo vorrei capire che tipo di prodotti questi 22 produttori abbiano mediamente fornito al servizio pubblico, perché la Rai deve fare questo. Io taglierei (non so se voi siate d'accordo) Rai Cinema e 01, non capisco perché debba vedere un film che produce il servizio pubblico al cinema e avere una casa di distribuzione cinematografica, mi chiedo se questo non sia invece un sistema per dare un servizio completo a un amico. Magari si tratta di prodotti di pregio culturale, ma a soggetti che potrebbero tranquillamente trovare finanziamenti sul mercato, senza bisogno di ricorrere al finanziamento della Rai, magari lasciando spazio a nuovi soggetti, che oggi, anche con il cambio tecnologico, hanno la possibilità di fare prodotti di alto livello, di alta qualità, e li abbiamo visti.

Avremo in audizione anche i documentaristi, quindi parleremo anche con loro. Va bene che la Rai produca, purché si cambi completamente l'approccio, anche sui diritti. Sinceramente conosco poco la gestione dei diritti, ma so che ogni messa in onda di un prodotto famoso anche venduto all'estero come potrebbe essere Montalbano frutta molti diritti al produttore, o viceversa a volte alla Rai e non al produttore. Nel caso che ho

Pag. 11

citato frutta 100.000 euro a volta. Sicuramente anche su quello ci potete dare degli stimoli.

Quanto alle quote, io di Agcom non mi fido, l'altro giorno ho abbandonato la seduta quando è venuto Cardani, perché non funziona. La questione delle quote mi è stata posta da tantissimi, in questi anni, ed è un lavoro che anche noi dobbiamo cercare di fare adeguatamente, perché i confini sono labili, una cosa passa facilmente per osmosi in un'altra area concettuale, in un'altra categoria. A me sembra che il contributo che questa Commissione possa dare, anche nell'eventuale riscrittura di un contratto di servizio pubblico che speriamo domani vada in funzione, sia di facilitare questo tipo di impostazione e vorrei sapere se condividete questa visione.

MAURIZIO GASPARRI. Il presidente Follini ha giustamente richiamato nel documento che ho letto, avendo potuto sentire solo la conclusione, anche la necessità di integrare con la sottolineatura dell'indipendenza i fornitori nell'ambito della realtà nazionale.

Gli orientamenti che ci sottoponete sono da condividere e dovremo farne oggetto di riflessione nella stesura del nostro parere e delle eventuali modifiche. Quello che resta un problema, che è stato già accennato dai colleghi e non voglio non rilevare, riguarda non tanto voi quanto la controparte, l'azienda, nel senso che nel campo delle produzioni sappiamo che, essendo un campo di creatività, la discrezionalità di scelta spesso ha portato a un abuso di questa discrezionalità nello svolgere una politica un po' clientelare nel settore. Abbiamo avuto una fase, anni fa, in cui tutti diventano produttori di *fiction*, era più facile incontrare un produttore di *fiction* che un lavoratore, perché tutti ritenevano che si potesse fare la *fiction*, ed è stata una fase di moltiplicazione eccessiva. Ora mi pare che ci sia la tendenza contraria nel restringere su alcuni, anche voi

Pag. 12

come orientamento politico perché adesso, se non si fa la *fiction* a favore dell'immigrazione clandestina, la *fiction* non va. Ho visto che una delle ultime, quella su Portopalo, ha fatto arrabbiare anche i pescatori, perché c'è un eccesso di lettura ideologica.

Le vostre considerazioni sono sicuramente da prendere in considerazione, anche per tutelare un comparto fondamentale dal punto di vista culturale e identitario del Paese e quindi anche delle sottolineature però dell'indipendenza. I rilievi sono più sul versante della domanda della Rai, perché, dopo una fase di spezzettamento eccessivo, è anche interesse del Paese consolidare alcune figure che possano reggere la sfida non solo del mercato interno, ma anche del mercato internazionale, ma ora mi sembra che si stia andando nell'eccesso opposto, un po' per i tagli, un po' per esigenze di spesa. Credo che su questo dovremo in sede di parere sottolineare un'esigenza di maggiore pluralismo e dei contenuti e dell'offerta, perché l'impressione è che anche sull'aspetto tematico ci sia stata in questi ultimi due anni un'ossessione per cui la *fiction* deve essere di un certo tipo e di un certo orientamento, mentre credo che la *fiction*, che è importante nella narrazione del Paese, debba essere plurale. È vero che si è occupata anche molte delle forze di polizia, qualche volta con effetti nefasti, perché la *fiction* sul Corpo forestale dello Stato ha accompagnato la sua soppressione, quindi non sempre sono state utili, però credo che anche le forze di polizia ne abbiano tratto un giovamento. Ci auguriamo quindi che la Rai sappia cogliere quest'appello e garantire maggiore pluralismo nei contenuti e nella presenza delle aziende nel novero delle sue scelte.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Volevo anch'io ringraziare per la presenza i rappresentanti di APT e il presidente Follini, è sempre un piacere interloquire con lui nelle aule

Pag. 13

parlamentari, seppure in questo suo ruolo, in questa sua funzione.

Volevo soltanto sottolineare alcune questioni che erano presenti in maniera dettagliata nella nota e richiamate dal presidente Follini, perché credo che siano utili per il lavoro della Commissione per l'espressione del parere. La prima considerazione, il riconoscimento della prima volta in concessione, che credo anch'io sia un aspetto di rilievo, una scelta che merita di essere sottolineata, così come la seconda questione, la sottolineatura che ha fatto il presidente Follini, cioè la necessità di aggiungere l'aggettivo «indipendente», che credo sia uno spunto di riflessione che questa Commissione dovrà cogliere.

Per quanto riguarda il terzo aspetto, il percorso che ha condotto alla concessione, quindi alla fase di consultazione ha introdotto un elemento che esula dall'espressione del parere sullo schema di convenzione, però credo anch'io che sia fondamentale che questo metodo, questo confronto, questo coinvolgimento debba proseguire, anche perché sappiamo tutti che, una volta approvato lo schema di convenzione, ci sarà un passaggio altrettanto importante e viepiù delicato, ossia il contratto di servizio, e quindi che questo stesso metodo sia applicato anche in funzione della predisposizione del contratto di servizio e quindi ci sia un rapporto, un sentire nel senso di audire anche da parte di MISE e dell'Agcom dell'APT.

Infine una questione che esula dalle competenze della Commissione, ossia il fatto che, come

richiamato dal presidente Follini, nel TUSMAR ci sia un riferimento preciso alle quote. Ci ha segnalato come Rai di fatto le rispetti, ma non sia così da parte degli altri operatori, questa non è una competenza della Vigilanza, ma ogni singolo commissario, oltre ad essere in Vigilanza, è anche in altre Commissioni, ha la possibilità di interloquire con il Governo sui singoli provvedimenti, per cui

Pag. 14

credo che questo elemento che ci è stato fornito, sebbene non sia nelle nostre strette competenze, possa essere fatto valere da ogni singolo parlamentare.

PRESIDENTE. Tre questioni velocissime. Una cosa che non vi va giù, un problema che come APT avete e volete risolvere perché non funziona, è sbilanciato, e invece una cosa che sta funzionando e va bene.

Il senatore Airola ha dichiarato di non fidarsi dell'Agcom, da questo lato ho sentito dire «anche noi», quindi volevo capire perché.

MARCO FOLLINI, *presidente di APT.* Ascoltando Margiotta, Airola, Gasparri, Peluffo e adesso da ultimo il presidente mi limito a fare da eco alle considerazioni che ho ascoltato, perché la gran parte delle cose che avete detto ci trova d'accordo e alcune di queste sono anche oggetto di un impegno associativo molto forte, non sempre altrettanto fortunato.

Vorrei insistere su due punti, secondo me cruciali. Il primo è che introdurre la definizione di produttore indipendente ha un valore e un significato particolari, per cui su questo, se c'è condivisione, ci affidiamo alle vostre cure, tenuto conto che per noi è non solo una bandiera ideologica, ma un tratto che attiene proprio alla nostra identità e alla ragion d'essere della nostra associazione.

La seconda considerazione è che tra le preoccupazioni che hanno guidato in questi anni e anche prima l'associazione c'è quella di assicurare il maggiore pluralismo imprenditoriale. Siamo un'associazione di produttori grandi, medi, piccoli, qualche volta piccolissimi, e quindi siamo attraversati da vicende che hanno avuto un indice di successo e di soddisfazione molto diversificato. Tuttavia il punto cruciale è che in altri Paesi (viene spontaneo pensare all'Inghilterra, ma non solo) le società di

Pag. 15

produzione sono nell'ordine di centinaia, mentre noi, anche quando abbiamo avuto qualche anno fa una fioritura, non siamo mai andati oltre qualche decina, e quelle decine tendono progressivamente a diminuire. Nei confronti della Rai la nostra preoccupazione principale è stata quella di assicurare il pluralismo, tant'è che Rai tra le poche indicazioni che fornisce all'inizio dell'anno dice che quest'anno contiamo di lavorare con 22 società di produzione. Naturalmente vorremmo spingerci oltre, ma ciò richiama inevitabilmente il tema delle quote. Mi rendo conto che non è di competenza della Commissione parlamentare di vigilanza sulla Rai, però il sistema poggia o almeno dovrebbe poggiare su questo equilibrio, e questo equilibrio è descritto in un testo di legge, e questo testo di legge trova «n» forzature, «n» violazioni che non vengono sanzionate, e, anche ove venissero sanzionate, restando quel testo, si tratterebbe di pochi spiccioli a confronto di un danno serio che viene inferto al tessuto imprenditoriale. In questo penso che non ci sia un modo magico e risolutivo, anche perché l'abbiamo cercato vanamente in questi anni senza riuscire a venirne a capo né verso Mediaset, né verso Sky, né verso le altre emittenti, quindi è un problema di sistema, però – insisto – la via di una rigenerazione del nostro tessuto imprenditoriale passa anche di lì, e anche la difesa di produzioni di nicchia, affidate a società non megagalattiche, che inevitabilmente hanno maggiori difficoltà sul mercato interno, ma soprattutto sul mercato internazionale, passa attraverso la difesa e l'implementazione di quel sistema. Poiché parliamo di una decisione che il legislatore ha assunto ormai più di una quindicina di anni fa, penso che questo sia assolutamente cruciale, però non voglio sottrarre la parola ai miei colleghi.

MATTEO LEVI, *vicepresidente APT.* Vorrei rispondere brevissimamente ai quesiti del presidente Fico. Chiaramente il

Pag. 16

discorso delle quote è un discorso assolutamente prioritario, me lo ero segnato qui, ma il presidente Follini mi ha anticipato, per noi è assolutamente decisivo e sogniamo che ci siano sanzioni finalmente diverse e anche modi di controllare questo rispetto delle quote assolutamente diversi da come li controlla l'Agcom. Le cose che non vanno bene sono quindi la questione delle quote, la questione dei diritti, che ci sembra un problema ancora di difficile soluzione anche nel rapporto con la Rai, nel senso che su questo tema abbiamo continuamente un conflitto su quali diritti siano di chi, se i nostri diritti siano equamente valorizzati, come richiamato dalla delibera Agcom che viene spesso ignorata, perché sono singolarmente

da valorizzare e questo purtroppo non avviene. Su questo siamo vicini a un punto di svolta, determinato dalla legge sul *tax credit* e dal rafforzamento che ci sarà poi nella Franceschini, dove di nuovo viene richiamata la delibera Agcom per la valorizzazione di ogni singolo diritto. Questo è certamente un punto nodale, perché poi società piccole o grandi hanno possibilità di crescere e di consolidarsi nel mercato unicamente se sono nella condizione di conservare e sfruttare successivamente i diritti. Questa è una delle cose che sicuramente oggi non va bene, sulla quale nutriamo delle speranze, ma credo che sia una cosa che vada attentamente vigilata, e questo è un compito della Commissione Vigilanza, soprattutto nel rapporto con la Rai.

C'è una cosa che mi ha colpito in questo testo della concessione quando si parla di un allargamento della produzione non solo al *prime time*, ma anche ad altre reti. Questo chiaramente è fortemente legato al problema delle risorse, e riguarda anche il pluralismo, perché poi il pluralismo è più facile se ci sono risorse. Noi ci siamo ritrovati davanti a una Rai che nel 2016, con il recupero del canone in bolletta, ha effettivamente avuto un bel po' di soldi in più da spendere, e li ha spesi in parte

Pag. 17

anche significativa nella produzione di *fiction*, insomma nel prodotto, che poi è quello che a noi sta a cuore. Ci troviamo di fronte a una Rai che con questo taglio ulteriore del canone a 90 euro, dei quali, da calcoli che ci sono stati forniti, in realtà l'introito per la Rai è di circa 78 euro netti, nel 2017 si troverà probabilmente a tagliare una parte rilevante dell'investimento nella produzione. Per quanto riguarda la produzione di *fiction* si parla di un circa 15-20 per cento. Francamente trovo che questo sia veramente un grande peccato, perché (ce ne rendiamo conto muovendoci nei mercati internazionali) l'Italia è tornata al centro di un interesse internazionale molto forte. Abbiamo avuto qui il MIA, andiamo a Cannes, andiamo ai festival, e in questo momento l'Italia, che era stata veramente ignorata per tanti anni, è tornata assolutamente centrale. Questo è tornato centrale per merito del *tax credit* e anche del lavoro che ha fatto la Rai di sostegno a prodotti internazionali, ma perché credo che sia tornato al centro il fatto che siamo molto bravi a realizzare produzioni internazionali. L'Italia 20-25 anni fa era al centro di tutte le coproduzioni europee di *fiction* ed era l'unico Paese in grado di costruire delle coproduzioni che avessero un significato...

[ALBERTO AIROLA](#). Con quali prodotti secondo lei? C'è qualche prodotto o qualche genere che ritiene abbia...

[MATTEO LEVI](#), vicepresidente APT. Di adesso o di 25 anni fa?

[ALBERTO AIROLA](#). No, di adesso che l'Italia è tornata...

[MATTEO LEVI](#), vicepresidente APT. Abbiamo visto il successo de *I Medici*, *The Young Pope* che ha fatto Sky. A me non piace citare le cose su cui sto lavorando, ma ho preso i diritti per fare una serie da *Il nome della rosa*, che è un prodotto con

Pag. 18

un grande *appeal* internazionale dove ho avuto molte proposte che vengono sicuramente dal titolo, ma anche dal fatto che viene riconosciuta una capacità italiana di realizzare prodotti che possono stare veramente sul mercato internazionale. Anche su questo fronte occorre lavorare sul rispetto delle quote, sul cercare di fare in modo che la Rai abbia maggiori risorse, spingendo attraverso le quote Mediaset e Sky a diventare veramente un po' più interessanti per il nostro mercato, per il nostro prodotto e per lo sviluppo dell'audiovisivo, e lavorando molto attentamente sulla questione dei diritti. Questi credo siano gli elementi fondamentali.

[GIOVANNI STABILINI](#), vicepresidente APT. Sono qui come APT, ma sono anche amministratore delegato di Cattleya, una delle *big* del mercato. Ci siamo arrivati faticosamente in vent'anni e lavoriamo con Sky, con Rai, con Canal Plus, stiamo facendo la prima serie italiana per Netflix in collaborazione con Rai, siamo diventati grandi perché abbiamo lavorato parecchio. Oggi è facile sparare sulla Rai, perché, se non fa ascolti, dici «non siete capaci», se fa impegno, va bene, ma poi gli ascolti mancano, se fa gli ascolti, sei troppo commerciale, insomma è sempre difficile far quadrare i conti e riuscire ad accontentare tutti, presupponendo sempre la buona fede di tutti i critici, ovviamente.

Se Rai quest'anno ha per la *fiction* circa 190 milioni e ha lavorato con 22 produttori, è pensabile allargare questa platea? Se si fanno prodotti che debbono avere uno sbocco internazionale, vuol dire che sono prodotti che devono avere un costo orario che non può essere così, perché non hanno *appeal*, non hanno la qualità produttiva, non hanno le componenti artistiche a livello di recitazione, di direzione, di scrittura. Gli scrittori bravi costano, i registi bravi costano. Io faccio *Gomorra* che, pur senza un cast, costa tantissimo perché, se la vuoi fare

Pag. 19

bene, si vede che costa tanto. Allora è molto difficile riuscire ad allargare oltre certi livelli il pluralismo, se le risorse sono poche. Ha ragione Follini: in Inghilterra ci sono centinaia di società di produzione, ma ci sono risorse che sono 6-7 volte quelle che ci sono sul mercato italiano. Se la Rai avesse 500 milioni e non 190, è ovvio che sarebbe normalmente obbligata dal mercato ad allargare esponenzialmente il numero degli interlocutori.

In passato, la produzione audiovisiva è stata spesso concentrata anche su formati molto corti, il *tv-movie* di 90 minuti o la miniserie di due serate, così facendo era più facile avere un maggior numero di interlocutori, perché c'è un investimento singolo minore. Nel momento in cui la televisione – non in Italia, ma in tutto il mondo – va verso il seriale, e il seriale è anche lungo, ogni commessa non è più il *tv-movie* da 1,5 milioni, ma diventa una serie che, quando poco, costa 8-9 milioni. Se ogni commessa viaggia su quegli importi (e non sto parlando de *I Medici*, sto parlando delle medie), capite che con 190 milioni è un po' complicato allargare oltremodo la platea degli interlocutori, e non sto facendo una difesa mia, perché vi garantisco che il mio giro d'affari con Rai è circa il 20 per cento del mio giro d'affari totale, per cui francamente, se questo 20 diventasse 10, non mi cambierebbe più di tanto.

Devo rispondere al senatore Airola sulle repliche. Come diceva Levi, difendiamo un'impostazione in linea con quella degli altri Paesi europei, dove le emittenti acquisiscono i diritti di una serie che commissionano per un massimo di tre anni. Dopo tre anni tornano al produttore e pertanto si crea un mercato secondario di gestione dei diritti, né più né meno come la Warner che, se fa *Il Signore degli anelli* vende alla Rai o a Sky o a Mediaset per un certo periodo di tempo e per un certo numero di passaggi, dopodiché torna alla Warner che poi lo rivende. Noi difendiamo questo. Grazie all'esistenza del *tax*

Pag. 20

credit investiamo di più in ogni produzione, perché abbiamo un beneficio fiscale, che permette di farlo anche a un piccolo che non ha grandi risorse ma, se riceve il 30 per cento di *tax credit*, può contribuire con il 30 per cento se riesce ad avere un valore di diritti pari a quel 30 per cento. Fatto 100 il valore di una produzione, se Rai ne mette 70 e io produttore 30, vorrei che Rai avesse dei diritti pari a quel 70 che mette e io possa avere diritti pari a quel 30 per cento che metto. Siccome normalmente in una produzione televisiva il grande valore è il primo passaggio, che da solo si porta via il 70 per cento del valore, gli *evergreen*, quelli che mantengono un alto valore nel tempo con replicabilità molto alta, sono rari in tutte le aree. *Pretty woman* al quarantesimo passaggio ancora fa grandi ascolti, Bud Spencer e Terence Hill sono andati avanti per trent'anni a fare grandi ascolti, oggi l'unica *fiction* molto forte anche in replica è *Montalbano*. La curva di tutte le altre è drammaticamente in ribasso, per cui chiederemmo a Rai di adeguarsi al sistema europeo, dove il committente partecipa in parte maggioritaria al finanziamento di un'opera, io ci metto una buona parte, però tu allora devi accettare una limitazione temporale dei diritti che acquisisci, visto che non stai più mettendo il 100 per cento, non è più un regime di appalto, ma è un regime di cofinanziamento.

Per rispondere al presidente Fico le tre cose che ci vanno bene e che ci vanno male e sull'Agcom, l'Agcom non ci rassicura assolutamente nella sua funzione di sentinella del sistema. Ci sembra oggettivamente, pesantemente condizionata. Cosa ci piace e non ci piace di Rai, devo dire che in questi anni da un punto di vista editoriale sulla *fiction* Rai ha fatto un buon lavoro perché, se guardiamo gli ascolti delle prime venti produzioni di *fiction* in Italia, le prime venti sono tutte di Rai 1, la concorrenza non esiste né quantitativamente né qualitativamente. Questa è la classifica, parte da *Montalbano* e finisce con

Pag. 21

Boris Giuliano, però in mezzo c'è che *Dio ci aiuti 4*, *L'Allieva*, *La mafia uccide solo d'estate*, *I fantasmi di Portopalo* che citava il senatore Gasparri, ma c'è pure *Luisa Spagnoli*, *I bastardi di Pizzofalcone*, *C'era una volta Studio 1*. Mi sembra che ci fosse una discreta frequentazione di tutti i generi, dal più leggero *È arrivata la felicità* al più impegnato, per cui come APT valutiamo la squadra Rai professionalmente valida, particolarmente quella attuale perché è gestita da una professionista del settore e non da un professionista che viene da altre aree. Non voglio parlar male di predecessori, ma è ovvio che, se Andreatta si occupa di *fiction* da trent'anni e Del Noce faceva il giornalista al Tg, la formazione è un po' diversa, con tutto il rispetto. Andreatta era responsabile di *fiction* di Rai 1, ha sempre lavorato in quell'area.

SALVATORE MARGIOTTA. Vorrei fare una piccola precisazione perché ho capito che non ci siamo compresi. Premesso che, come giustamente ha detto il presidente Follini, di cui appunto conosco la sensibilità politica, è evidente che ci sono più voci nella vostra associazione, che rappresenta piccoli, medi, grandi e grandissimi, come abbiamo sentito. Il tema del mio intervento non era l'esigenza di

ampliare il numero di società, cosa che pure il vostro presidente auspica e che anch'io auspicherei se ci fossero più risorse: il tema è distribuirle diversamente. I numeri contano, sono 22 ma, se andiamo a splittare, l'80 per cento è su 5 e gli altri 17 lavorano con *budget* minimi, quei 5 saranno sempre i più bravi e i più potenti di tutti e gli altri 17 rimarranno piccolini, cosa che dal mio punto di vista di parlamentare è inaccettabile.

ALBERTO AIROLA. Non volevo aggiungere nulla, volevo capire di che tipo di prodotti si stesse parlando quando si diceva che 22 avevano lavorato. Non credo che sia possibile aumentare

Pag. 22

il *budget* che la Rai mette a disposizione delle produzioni, credo sia necessario trovare o con il *tax credit* o in altre forme o anche come si faceva una volta, quando il produttore aveva una sua credibilità e gli prestavano i soldi e faceva il film, perché senza la figura del produttore non esiste il prodotto, però non è che si può vivere di produzione statale, cosa che purtroppo il cinema italiano ha fatto, come anche la tv da decenni. Questo era un punto.

La seconda cosa che volevo capire era: produzione indipendente, ma di quali prodotti vi occupate? Un po' l'avete detto e sono prodotti che richiedono anche grossi investimenti. Mi domando se il compito del servizio pubblico sia fare dell'*entertainer* di questo livello, producendolo quasi interamente o coproducendo in piccole parti anche grosse serie di grande intrattenimento. Questa era una questione che mi ponevo come commissario e anche come cittadino.

GIOVANNI STABILINI, vicepresidente APT. Le posso rispondere al volo: i progetti di *fiction* veramente internazionali, che funzionano su tanti mercati, sono pochissimi, perché sono poche le storie che possono essere forti in tanti Paesi. *I Medici*, *Il nome della Rosa*, se si fa *Guerra e pace*, se si attinge ai classici della letteratura, che però sono costosissimi e slegati dall'attualità, per cui non è semplice. Tutti vorrebbero poter finanziare in piccola parte una grande opera e pertanto avere un grande prestigio, però è complicato, perché sono veramente poche. Noi produttori siamo sempre alla ricerca di questo Uovo di Colombo che piace a tanti, e pertanto posso attingere da tanti *partner*, che sia in Inghilterra, in Francia, in Germania, in America, in Italia, faccio una grande produzione da 3 milioni l'ora, ma non è che posso chiedere 3 milioni alla Rai. Siamo sempre alla ricerca di concetti e di spunti di quel tipo, ma sono molto pochi.

Pag. 23

MATTEO LEVI, vicepresidente APT. Aggiungo solo una cifra citando di nuovo il mio caso: a *Il nome della rosa* la Rai partecipa con un finanziamento che copre il 35-40 per cento del *budget*, tutto il resto sono risorse trovate sui mercati esteri dal produttore, non dalla Rai. Questo mi sembra un processo virtuoso, perché la Rai partecipa pagando una piccola quota a una produzione internazionale di grande rilievo, che mi auguro sarà di grande qualità. Per rispondere a lei, onorevole, sulla questione *Montalbano*, credo sia vero (non ne ho la certezza, ma l'ho sentito dire anche in passato) che ogni replica di *Montalbano* venga pagata 100.000 euro alla Palomar. Sa quanto rende alla Rai ogni replica di *Montalbano* che fa il 40 per cento? Pare intorno al milione di euro di pubblicità solo per una replica.

ALBERTO AIROLA. Lo fanno anche ad agosto.

MATTEO LEVI, vicepresidente APT. D'accordo, però è una rendita, un utile per la Rai. Pagano 100 e incassano 1 milione di euro. Mi pare un affarone magnifico.

MARCO FOLLINI, presidente di APT. Volevo solo chiarire un punto e dissipare un'impressione, lo dico per il verbale. Noi associazione, ma soprattutto i produttori abbiamo con Rai un rapporto con qualche traccia di ambiguità, che rientra nella categoria croce e delizia. L'aspetto della delizia, come è evidente, è nei numeri, però, avendo molti dei nostri prodotti uno sbocco di mercato quasi obbligato, non essendo in una condizione di effettiva, libera concorrenza, questo determina da parte nostra un apprezzamento ogni volta che la Rai investe e scommette sulla produzione, ma anche la fragilità di avere nella maggior parte dei casi un solo interlocutore e quindi di essere nella condizione di un mercato che non è sufficientemente pluralistico per potersi affermare.

Pag. 24

Ho sentito nel nostro ambiente (lo dico come testimonianza di questi anni) apprezzamento e finanche gratitudine per il fatto che la Rai investisse e scommettesse sulla produzione, naturalmente avendone

ritorni sia di pubblico sia sulla pubblicità, e nello stesso tempo un senso di costrizione per il fatto di non potersi rivolgere altrove in molti casi e di essere soggetti a condizioni contrattuali che non sempre sono dal nostro punto di vista le più eque, perché il coltello dalla parte del manico non ce l'ha il sistema produttivo, è una sorta di complemento oggetto in molti casi.

Vi inviterei a fare un esercizio che può essere di qualche utilità, cioè a rapportare le cifre di investimento sulla produzione ad esempio di *fiction* (oggi il ragionamento è andato su quel versante più che su quello dell'intrattenimento e dei documentari, ma forse si potrebbe anche ampliare). Diceva prima Giovanni Stabili che sono 190-195 i milioni di euro che la Rai conta di destinare alla produzione nel 2017, si tratta di una diminuzione di circa 35 milioni di euro rispetto al 2016. Se risalite indietro nel tempo, a una dozzina d'anni fa, Rai investiva anche più di 300 milioni di euro nella *fiction*, quindi, se mettete in relazione queste cifre e fate una sorta di diagramma, probabilmente vi renderete conto che, nonostante il buon risultato dell'anno che si è appena chiuso, questa curva tende a scendere e l'impegno produttivo di Rai inevitabilmente risente di un problema di risorse, di cui ci facciamo carico nelle nostre denunce pubbliche, ma su cui debbono insistere decisioni politiche più importanti. Lo dico perché negli anni abbiamo attraversato con Rai fasi molto diverse, e tutte queste fasi sono state lungamente e ancora oggi sono segnate da questa sorta di ambiguità, per cui da un lato vediamo Rai come il *partner* di un'alleanza strategica, dall'altro vorremmo modificare i termini di questa alleanza e riteniamo che prendere a modello quei

Pag. 25

Paesi europei dove invece la produzione indipendente è molto più ricca e fiorente che da noi non sia soltanto un esercizio di lobbismo, ma qualcosa che serve a far crescere il sistema.

CHIARA SBARIGIA, *direttore generale di APT*. Vorrei dire solo una piccola cosa, nel senso che è inutile mettere sottoquote su cose specifiche; per esempio, ci sono state nel contratto di servizio delle sottoquote destinate ai documentari, che non sono servite a niente. Secondo me l'importante è la trasparenza dell'accesso, cioè tu devi essere un produttore indipendente e devi avere accesso chiaro, pubblico all'interlocutore, che è quello che succede nelle altre emittenti. Se hai una buona idea, se hai una capacità produttiva: è vero che i produttori grandi si sono costruiti questa grandezza con il lavoro, nel tempo hanno più spazio nei palinsesti, però è anche vero che bisogna correlare tutti i provvedimenti al lavoro che queste imprese sviluppano, perché varie regioni hanno allargato tantissimo i criteri di accesso sui fondi regionali, sono entrate tante società piccole, che però non hanno pagato l'ex ENPALS. Bisogna inserire controlli sul lavoro, perché queste società piccole si fregiano di essere piccole e giovani e poi non pagano gli autori, non hanno le *troupe* regolari, fanno il montaggio nello scantinato e non pagano il montatore. Bisogna tenere in considerazione che quando si parla di regole sul lavoro queste vanno applicate anche ai piccoli, altrimenti si rischia di fare davvero della clientela, come è stato tanto tempo fa in Rai, quando si facevano 200 milioni di attivazioni che si sapeva già che erano programmi che non andavano a finire da nessuna parte. Questo pluralismo secondo me va costruito con sale in zucca, non con sottoquote, ma controllando che effettivamente si sviluppi un lavoro e non si sia fatto un favore a qualcuno, quindi rispettare i minimi salariali, rispettare i pagamenti dell'INPS, cosa che sentiamo molto forte sul livello dei nostri documentaristi, che

Pag. 26

hanno spesso concorrenti che non rispettano questi parametri. Invece di immaginare sottoquote, cercare di trovare un livello di accesso più facile e più certo, con interlocutori che rispondano al sistema di quello che fanno.

GIORGIO LAINATI. L'intervento dell'amico Marco Follini mi ha fatto ricordare che in quasi 17 anni di presenza in questa Commissione (mi ricollego alle osservazioni dell'amministratore delegato della Cattleya che condivido totalmente), quando Agostino Saccà era capo di Rai Fiction dodici anni fa venne qui con una bellissima *brochure* e ci fece vedere esattamente la cosa che lei sottolineava adesso, cioè che i primi dieci o venti prodotti dell'epoca erano prodotti di Rai Uno ed erano quelli che avevano il massimo successo di pubblico, ed è vero, all'epoca c'erano oltre 300 milioni di investimenti.

Mi dispiace che il senatore Gasparri sia andato via, perché il senatore Gasparri contesta (perché questo voleva dire tra le righe) che con la direzione della dottoressa Andreatta si sia guardato più al sociale, alle questioni grandi dell'immigrazione, ma la stessa cosa è avvenuta quando c'era Saccà al contrario, perché, su sollecitazione dell'allora maggioranza, furono fatte *fiction* che ripercorrevano tratti storici del nostro Paese oggettivamente oscurati, ad esempio una *fiction* sulle foibe, che ricordava un periodo storico un po' nascosto. Viene sempre sollevata la questione del pluralismo delle idee, del pluralismo dei contenuti, del pluralismo delle realtà autorali.

La *fiction I Medici* è stata una cosa meravigliosa, credo che la Rai abbia tagliato un traguardo di prestigio straordinario con questa coproduzione di enorme livello italiano e internazionale, così come

avvenuto in passato con le bellissime *fiction* sulle figure dei grandi pontefici della seconda metà del 1900, Giovanni Paolo II, Paolo VI, Giovanni XXIII, *fiction* che hanno avuto rilievo internazionale ugualmente di grande prestigio.

Pag. 27

Volevo quindi convenire con le vostre osservazioni e ringraziarvi della presenza.

[ALBERTO AIROLA](#). Ecco perché poi Cattleya deve fare *Gomorra* con Sky, perché quelle sul Papa le prende tutte le Rai!

[GIOVANNI STABILINI](#), *vicepresidente APT*. Però *Suburra* lo facevano con la Rai...

[PRESIDENTE](#). Ringrazio i nostri ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.
 La seduta è sospesa.

La seduta, sospesa alle 11.30, riprende alle 13.10.

Audizione di rappresentanti di Doc/it – Associazione Documentaristi Italiani.

[PRESIDENTE](#). L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), di rappresentanti di Doc/it – Associazione Documentaristi Italiani.

Sono presenti la presidente, Agnese Fontana, e il vicepresidente, Marco Visalberghi, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola alla dottoressa Fontana, con riserva per me e per i colleghi di rivolgerle, al termine del suo intervento, domande e richieste di chiarimento.

Pag. 28

[AGNESE FONTANA](#), *presidente di Doc/it*. Innanzitutto grazie alla Commissione per aver accolto la nostra richiesta con tempi che sono assolutamente sinonimo di efficienza e di volontà di ascolto, quindi è un grazie che tengo a rappresentare in maniera molto sentita, non sempre abbiamo avuto l'opportunità di una risposta così attenta e veloce.

Abbiamo letto il testo per il rinnovo della convenzione, e, all'indomani dei lavori che abbiamo seguito nei tavoli di CambieRai e con la partecipazione al questionario e un'attenta interazione, abbiamo trovato che rispetto a quello che può essere il senso della presenza di documentario in termini di servizio pubblico vediamo che non è presente.

Vorremmo entrare nello specifico, dividendo l'intervento tra me e il vicepresidente. Quello che mi sento di dirvi come partenza è che ho qui un documento di Rai marketing 2005, in cui le caratteristiche del documentario come soggetto scientifico, citazione delle fonti e soprattutto utilità ripetuta «ne fanno il genere televisivo che ha più forte vocazione internazionale» in termini appunto di servizio pubblico. Partecipando più volte alle riscritture, oltre che della concessione, anche del contratto di servizio, non vi abbiamo trovato però una rispondenza che effettivamente determini la presenza in termini di investimento, di quantità, di passaggi, di messa in onda. Da una coscienza che abbiamo condiviso con Rai ormai da tempo enorme, non abbiamo però di fatto visto un risultato concreto. Riteniamo che sia davvero l'occasione per i prossimi dieci anni di porre rimedio a questa azione che sappiamo essere riconosciuta come bisogno, ma che non si riesce a collocare di fatto.

[MARCO VISALBERGHI](#), *vicepresidente di Doc/it*. Riteniamo che tutte le volte che ci siamo trovati al tavolo con la dirigenza della Rai a parlare di documentario, di come aiutarlo e come farlo, abbiamo sempre trovato una sensibilità generale, ma poi

Pag. 29

un'enorme difficoltà nell'applicarlo tecnicamente. Questo deriva da vari motivi: su come si è strutturata l'azienda, ma soprattutto dal fatto che per i due generi principali, il cinema e la *fiction*, esistono strutture specifiche dedicate, che permettono di sapere quali saranno gli indirizzi dell'azienda, quali saranno i tempi e le risorse economiche disponibili. Come associazione ho partecipato a diversi di questi incontri, nei quali abbiamo chiesto con forza che venisse fatto per il documentario qualcosa di simile, ma per una serie di

motivi non è mai successo. Questo ha fatto sì che la Rai non abbia alcuna politica del documentario inteso nel senso più classico, ma prenda i documentari nel momento in cui le servono, quando sono pronti ed è tutto finito.

Non c'è nulla che sia la programmazione iniziale, tanto che la Rai fa fatica a raggiungere le quote di produzione per il genere documentario, e tra l'altro lo fa con trucchi contabili. Quello che infatti avviene normalmente a livello Rai è che si dice di produrre una certa quantità di documentari, ma molti di questi sono stati comprati all'ultimo momento nei vari mercati, ci si mette un presentatore e un cappello, quello diventa un programma di produzione e immediatamente diventa quota produzione. La Rai ha l'obbligo di dedicare il 15 per cento delle risorse alla produzione indipendente, sapete che Agcom ha una serie di procedure di infrazione contro Rai e contro Mediaset, che non rispettano queste quote. All'interno di quelle quote ci sono una serie di trucchi contabili (per dirla in modo carino), uno è quello che vi ho citato, l'altro è che cercavano di far passare Sanremo come un fatto di produzione. Alla fine hanno detto di essersi sbagliati e si sono scusati. Resta il fatto che tutte le volte noi come produttori indipendenti ci troviamo a portare in giro progetti di documentari che riteniamo importanti, che trovano anche interesse in altre strutture

Pag. 30

europee e internazionali, ma ci arriviamo sempre senza l'appoggio del servizio pubblico italiano o comunque dei canali italiani, perché aspettano a comprarlo all'ultimo momento, se per caso piace loro: a ogni richiesta di una lettera di interesse che ci servirebbe per entrare all'interno dei circuiti europei di Media, Media Broadcasting, ci viene risposto che non c'è la matricola, il che vuol dire che siamo autorizzati a investire dei soldi solo su qualcosa che è già in palinsesto programmato.

Siccome i documentari e anche i film impiegano due, tre, quattro anni di gestazione per essere fatti, non riusciamo mai ad avere nessun tipo di supporto. Questo mette la produzione italiana in una difficoltà estrema.

L'unica eccezione Rai è quella di Rai Cinema, che, avendo applicato le stesse regole che usa per il cinema a quei documentari che hanno l'ambizione di sala, ha permesso ad alcuni capolavori, come per esempio quelli di Gianfranco Rosi, di vincere premi internazionali, di essere fatti con quattro soldi perché l'investimento Rai era un quinto del budget generale, però, nonostante questo, è bastato quel poco per far fiorire delle cose.

Il sistema della produzione documentaristica in Italia potrebbe produrre molto di più, affermarsi e invertire quella terribile equazione che vede l'Italia che compra 10 all'estero ed esporta 3 o forse 4, il contrario di quello che succede in Inghilterra, dove questi rapporti sono assolutamente capovolti, laddove per ogni sterlina investita in un documentario inglese ne entrano tra le 2 e le 4 di vendita sui mercati internazionali, quindi fa bene al sistema Paese.

Siamo molto felici di essere qui oggi, perché riteniamo che a livello di concessione del servizio pubblico vada inserita una clausola che spinga la Rai a tener presente due cose fondamentali: avere un modo trasparente di gestione, in cui venga

Pag. 31

dichiarato pubblicamente quali saranno le prospettive editoriali sulle quali si può lavorare, e quali saranno gli investimenti a fronte di questo in un sistema di trasparenza.

Nel sistema inglese, che continuiamo a considerare il modello europeo più funzionale, BBC investe nella produzione indipendente oltre il 50 per cento delle risorse proprie, sta sfiorando il 60 e ha in progetto di arrivare addirittura all'80, trasformando un pezzetto di BBC stessa in una specie di possibile competitore, che compete con le stesse identiche regole dei produttori indipendenti. Questo per dirvi che è molto importante che a livello della concessione sia inserita una parola nell'articolo 3, lettera d), ovvero sia specificato «documentario nelle sue varie forme», perché questo non c'è, e sia poi specificato nel paragrafo immediatamente successivo il fatto che Rai si deve impegnare a dichiarare in modo chiaro progetti e risorse che mette a disposizione. Se non viene fatto questo, c'è il grossissimo rischio di vanificare tutto lo sforzo che è stato messo nella legge cinema, di cui aspettiamo i decreti attuativi, ma che è una straordinaria leva per far decollare la produzione indipendente italiana e portarla a livello europeo. Se il servizio pubblico non fa la sua parte, rischiamo di avere un cavallo zoppo, perché abbiamo messo da parte una serie di risorse e creato uno scenario in cui il servizio pubblico deve necessariamente fare la sua parte e dare l'esempio.

[AGNESE FONTANA](#), *presidente di Doc/it*. Vorrei integrare questo dato con un esempio pratico: le azioni di Doc/it in sinergia con il MiBACT hanno consentito che ci fosse un accordo per lo sviluppo di progetti di documentario con il territorio del Canada, accordo che prevede per la selezione dei progetti nella parte canadese che vi sia già un *broadcaster on board* come caratteristica tecnica. Stante la situazione italiana, il MiBACT non ha messo questo vincolo, è una soluzione

Pag. 32

soltanto formale, perché con un fondo a disposizione quest'anno gli imprenditori italiani sono riusciti a posizionare una sola domanda per il fondo, perché dall'altra parte per i canadesi, se vedono il produttore italiano che arriva senza il *broadcaster*, non c'è credibilità. Doc/it ha 18 anni di vita, quindi è un percorso lungo, e l'approdo all'accordo con il Canada è stata un'azione durata 6 anni, siamo riusciti ad avere un fondo allo sviluppo, ma continuiamo ad essere zoppi di una parte che è fondamentale per l'audiovisivo. Non può essere il MiBACT da solo ad assumersi la missione di creare questa sinergia nel nostro settore, dando risorse per lo sviluppo.

Il problema della matricola che esponeva nel dettaglio il mio collega è fondante, perché impedisce di partecipare a quei mercati dove si presentano i progetti su selezione, con caratteristiche economiche, quindi dopo un anno di lavoro si arriva a presentare finalmente il progetto e sempre senza il *broadcaster*, quindi viene assolutamente meno per noi la possibilità di competere sul mercato europeo alla pari rispetto agli altri colleghi, anche laddove ci sono già dei risultati, senza il *broadcaster* ci fermiamo e inizia un processo di recessione. Il MiBACT sta pensando di modificare il fondo che aveva messo a disposizione del documentario e spostarlo sulla *fiction*, quindi rischia di essere troppo tardi.

[MAURIZIO ROSSI](#). Forse avete letto le mie domande, che dicono cose alle quali in parte avete risposto. Il settore documentaristico è uno di quelli che più di altre produzioni è riconoscibile come servizio pubblico, come asserivo nelle domande che vi ho mandato. La BBC, oltre a produrre con denaro pubblico molti documentari, ne trae un enorme beneficio nella vendita dei diritti all'estero, e avete detto addirittura per 1 sterlina di investimento addirittura 3 o 4 sterline.

Pag. 33

Qual è la situazione sino a oggi con la vecchia convenzione del finanziamento di produzione documentaristica? In parte avete risposto, però io, come ho chiesto agli altri cortesemente di svolgere una relazione, vi sarei grato se inviaste risposte scritte.

Che tipo di ritorno ha avuto la vendita dei diritti all'estero? Come ritenete sia bene inserire in convenzione la scelta di produzioni documentaristiche? Quali criteri di scelta devono essere secondo voi operati e da chi dovrebbero essere effettuati? Con quali criteri si deve valutare il costo delle produzioni, quando si tratta di investimenti di denaro pubblico derivanti dal canone? Cioè anche comprendere a chi spetti valutare se un prodotto vale 50.000 o 500.000 euro, perché sappiamo che non si va ad appalto, ma si può andare a trattativa diretta, quindi diventa un fatto particolarmente delicato. Il problema principale che vorrei evidenziare è che la convenzione è nuovamente carente di un fatto di fondamentale importanza: abbiamo sbagliato per vent'anni e rischiamo di fare una convenzione con cui sbagliamo per i prossimi dieci, perché non c'è scritto niente, la convenzione non scrive e non dice nulla, e più che altro non dice quello che è il servizio pubblico e quello che non è servizio pubblico.

Ora, è chiaro che la documentaristica non solo è servizio pubblico, ma è un investimento di denaro del Paese attraverso concessionarie del servizio pubblico che porta l'immagine del Paese nel mondo, quindi deve vendere economicamente, ma credo che se volessimo fare 5.000 documentari sull'Italia sarebbero pochi, abbiamo un numero infinito di documentari che si possono fare nel nostro Paese. Questa parte, però, purtroppo, non essendo definito che cos'è il servizio pubblico e per colpa del sistema misto, dove poi bisogna inserire la pubblicità nelle produzioni, quindi oltre a utilizzare il denaro pubblico per fare

Pag. 34

delle produzioni si pensa a fare gli ascolti, perché in questo modo rende a livello pubblicitario, è veramente il cancro di questo sistema. Se invece il servizio pubblico fosse nettamente separato, come peraltro invita l'Europa, con una separazione societaria che predilige la separazione contabile per i prossimi anni, quindi senza più la possibilità di inserire pubblicità nei programmi che sono pagati dal servizio pubblico, allora arriveremmo a privilegiare tutte quelle produzioni e tutti quegli investimenti che servono al Paese, che fanno cultura e che possono creare un ritorno economico enorme, oltre che d'immagine del Paese, quindi sarebbe certamente valorizzata a mio giudizio la parte documentaristica.

[ALBERTO AIROLA](#). Abbiamo più volte inserito le vostre segnalazioni anche nel contratto di servizio pubblico, che purtroppo giace in un cassetto, quindi il problema nostro è che spesso che accogliamo ed elaboriamo le proposte, per esempio la lettera d'interesse, che era un problema serio perché forse non tutti sanno che, a dispetto di film o *fiction*, un documentario dal momento dell'ideazione alla realizzazione può prevedere tempi veramente lunghi, fino a 3-4 anni o anche di più, quindi la possibilità di avere una commessa o avere al proprio fianco un *broadcaster* per coinvolgere altri investitori nelle famose coproduzioni, tanto auspicate nel documento che stiamo elaborando. La Rai non soltanto non raggiunge le quote, ma aggira (ho avuto modo anche di parlare con Del Brocco su Rai Cinema) il problema della

presenza del documentario, che è un elemento fondante e caratterizzante del servizio pubblico, rispondendo che su Rai5 ci sono parecchi documentari anche belli, ma sulla Rai generalista, che forse sarebbe anche il momento di rivedere alla luce del cambiamento tecnologico e della riforma che sta portando avanti Campo Dall'Orto sull'informazione sulla piattaforma *web*, non esistono! Oppure togliamo

Pag. 35

la Rai generalista, facciamo canali tematici, cambiamo struttura, cambiamo visione di quello che deve essere il servizio pubblico televisivo, perché il problema è che Del Brocco mi diceva di aver prodotto centinaia di documentari (alcuni sicuramente pregevoli), però in TV non li vedo, se li vedo al cinema non mi basta, non è servizio pubblico, posso vederli al cinema ma devo vederli sulla Rai, se li ha prodotti la Rai. Sono il genere più premiato al mondo, attualmente ogni premio internazionale che stiamo prendendo è riferito a un documentario perché, al di là della lunga tradizione italiana, è proprio un genere che sappiamo fare bene.

Raccolgo quindi le vostre istanze e provo a riproporle in questo modo, ma voi chiedete una trasparenza nella gestione che chiediamo da tempo, risorse certe che chiediamo da tempo; avete citato Agcom che ha condannato la Rai, ma, se un'*Authority* non prende posizione o condanna senza che segua alcuna reazione, il nostro lavoro sarà inutile.

Dovrò chiedere conto dei decreti attuativi sul *tax credit*, perché a quanto mi è stato segnalato, sono indietro: un altro tema che rientra nel discorso di produzione per la Rai, perché serve per fare anche servizio pubblico. Fino a che non riusciremo a fare questo, temo che il documentario continuerà a soffrire, i documentaristi continueranno a soffrire, e in Rai vedremo più *fiction*. Non sono contro la *fiction*, ma penso che il servizio pubblico debba trasmettere più documentari.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Ringrazio per la presenza e per le comunicazioni. Credo che sia stata una giusta sollecitazione la vostra presenza oggi in audizione, di interesse e di utilità al lavoro che la Commissione sta facendo per la predisposizione del parere sullo schema di convenzione.

C'era una prima questione sollevata e che sottolineo, perché mi sembra interessante. Avete messo in evidenza come è organizzata

Pag. 36

Rai e probabilmente ha un riflesso su come vengono trattati prodotti diversi, cioè dicevate che cinema e *fiction* hanno struttura dedicata, così non ha il documentario: immagino che questo attenga più alle scelte aziendali o essere materia più da contratto di servizio che non da convenzione, però abbiamo ricevuto uno stimolo importante.

Una seconda questione sollevata dal collega Airola è il ruolo del servizio pubblico in riferimento anche alla legge sul cinema, al *tax credit*, e alle opportunità che la legge dischiude e il rischio che queste vengano vanificate. Questo mi sembra un altro elemento da approfondire. Tra l'altro, abbiamo alcuni colleghi che fanno parte della commissione cultura (il presidente Lainati e la collega Bonaccorsi e altri) e questo forse è un tema da approfondire, per capire se possiamo utilizzare questa occasione per creare una sinergia, un combinato disposto su questi due aspetti.

Infine, l'ha sollevato il collega Rossi, ma era un po' in filigrana anche negli interventi precedenti, il tema dei diritti secondari, evocati anche nell'audizione dell'APT. Ricordo che questa Commissione ha discusso il tema con una serie di emendamenti nello scorso contratto di servizio, tema da riproporre. Mi sembra che anche questo sia materia da contratto di servizio, ma del resto abbiamo comunque uno schema che prevede il rinnovo dell'atto concessorio che porta con sé uno schema di convenzione sui principi generali, che poi devono essere applicati attraverso lo strumento identificato dalla legge, che è il contratto di servizio, per cui bisogna riuscire a perimetrare nella maniera più corretta questioni di rilevanza e comprendere fino in fondo a quale dei due alvei debbano essere collegati.

MARCO VISALBERGHI, vicepresidente di *Doc/it*. Riguardo a quest'ultimo punto voglio soltanto riportare la nostra esperienza

Pag. 37

diretta. La concessione è un momento in cui voi come Commissione, il Parlamento e il Governo hanno la possibilità di dettare i perimetri nei quali Rai si muoverà per i prossimi dieci anni. Nel momento in cui si passa invece alla scrittura del contratto di servizio, che ho sentito sarà quinquennale questa volta e quindi avrà una durata più lunga, a quel punto il potere della Rai di fare quello che farebbe qualunque organismo che esiste da tanti anni, cioè un tentativo di conservazione dei propri spazi e dei propri equilibri, diventa enorme.

Abbiamo anche provato a scrivere una semplice aggiunta di questo articolo 4 che volentieri vi

mandiamo, per instillare il principio, poi ispirato al modo in cui opera BBC, di avere un rapporto diretto nel pubblicare le cose, nel dire le cose, messo all'interno della convenzione ha un potere di fronte al quale nessuno può fare marcia indietro e restano dei principi generali. Certo, ci aspettavamo di più da questa legge quando parlavamo con Giacomelli e con Cocconi di fare una cosa collegata, che vedesse il servizio pubblico diventare uno dei pilastri fondamentali della legge sul *tax credit* e anche di quello che il MiBACT a sua volta fa, ma perdere dieci anni vorrebbe dire un danno grave per questo Paese.

MAURIZIO ROSSI. Brevemente, con tutto il rispetto della posizione dell'altro relatore, on. Peluffo, la mia posizione è esattamente quella che avete indicato: ritengo non sia possibile affidare una concessione senza contestualmente stabilire diritti e obblighi del concessionario. Qua non ci sono e rimandano a un contratto di servizio, a documenti successivi, e secondo me è totalmente illegittimo ma, al di là di ciò, il contratto di servizio potrebbe anche non essere mai fatto, tanto che andiamo avanti con quello del 2012.

AGNESE FONTANA, *presidente di Doc/it*. Volevo aggiungere un elemento relativamente alla coproduzione, ai fini della

Pag. 38

condivisione del percorso produttivo di documentario. Dicendo che BBC fa un'azione felice e sana nel fissare annualmente dei momenti in cui espone la propria linea editoriale, significa che la controparte produttore indipendente mette in cantiere lo studio e lo sviluppo di progetti che poi troveranno una collocazione, perché la strategia è comune, quindi è un'azione di mercato molto semplice, quindi fa servizio pubblico dando delle linee, e il produttore indipendente per natura non si trova in contrapposizione e non impone nulla all'azione che il *broadcaster* giustamente è libero di fare, studiando le proprie linee editoriali e le proprie idee di programmazione. Si tratta di un elemento fondamentale, perché oggi ci impedisce di avere il prodotto giusto pronto al momento giusto. Significa che la produzione indipendente sviluppa progetti di propria iniziativa, che potrebbero trovare una collocazione o meno, e solo in termini di casualità e fortuna trova nel *broadcaster* il *partner* economico al momento della chiusura del progetto, quindi anche con un potere contrattuale che va completamente al di fuori dei riferimenti di mercato. Non solo quella sterlina che andrebbe investita e ne porterebbe quattro non esiste, ma c'è una sproporzione economica rispetto ai valori di mercato. È importante avere un riferimento, perché si tratta di acquisizioni in trattativa di mercato, è un mercato molto preciso, ci sono mercati di documentari dove i progetti vengono sviluppati, i *budget* sono pubblici, l'intervento in quota dei *broadcaster* è pubblico, dichiarato, con il *broadcaster* seduto a fianco fin dalla partenza in fase di sviluppo. Non abbiamo neanche i dati della chiusura, quando i prodotti vanno a messa in onda, è proprio un sistema che si riferisce sulla base in maniera completamente non conoscibile in questi termini. Come imprenditore, come produttore indipendente, nel momento in cui si frequenta un

Pag. 39

mercato queste cose sono assolutamente *en plein air*, condivisibili e conoscibili.

Rai Cinema, che ha maggiore libertà in termini di programmazione perché ambisce alla sala e con questo elemento è svincolata da problematiche come quelle che dicevamo prima dei codici interni, ha però un *budget* limitatissimo per il documentario e alla fine interviene con proporzioni che non sono quelle del mercato europeo, sono quelle del pre-acquisto, anziché quelle della coproduzione e ancora quelle dell'acquisto, che è sempre pre-acquisto perché è prima della fine del prodotto, ma il prodotto ormai è al montaggio e a volte si fanno i titoli, quindi il processo operativo produttivo è completamente avvenuto, non rispettano i termini di mercato. Questo fa sì che il racconto dei beni culturali che abbiamo, che è un settore del documentario che sta molto a cuore a tutti noi proprio come Paese, veda produzioni BBC fortissime che vengono in casa nostra a raccontare la nostra identità culturale. Un rapporto sano con il *broadcaster* farebbe della produzione italiana la controparte in coproduzione anche su tutti quei prodotti, che gli altri poi vendono in tutto il mondo con il successo economico di cui parlavamo prima. Basterebbe poco in realtà per innescare un meccanismo virtuoso, che ci renderebbe protagonisti in maniera sana del mercato del documentario.

MARCO VISALBERGHI, *vicepresidente di Doc/it*. Volevo solo riassumere quanto diceva Agnese Fontana, dicendo che tutto sommato quello che Doc/it vi chiede è mettereci a pari grado dei nostri competitori europei. C'è una legge che sta per entrare in vigore, che ha una serie di grosse innovazioni e che tende a dare alla produzione indipendente un ruolo paragonabile al resto d'Europa. Se manca la stampella del servizio pubblico, rischiamo di fare un cavallo zoppo, quindi la domanda è:

Pag. 40

metteteci in condizione di risollevare questo settore e competere in Europa!

PRESIDENTE. Con chi avviene la vostra interlocuzione in Rai, con quale direzione?

MARCO VISALBERGHI, *vicepresidente di Doc/it*. In questo momento è abbastanza assente. Campo Dall'Orto e i suoi collaboratori sostanzialmente hanno detto: «stiamo lavorando, non abbiamo bisogno di consigli, quando avremo fatto vi diremo» e sono due anni che ci dicono questo, da quando lo hanno eletto.

Prima, con Giancarlo Leone, avevamo fatto dei tavoli e cominciamo a fare delle discussioni, che però non riescono a calarsi... credo in tutta sincerità che rappresentiamo un settore economicamente piccolo perché loro ci si dedichino davvero, non siamo la *fiction*, non siamo il cinema, non siamo l'intrattenimento, e dovrebbero smontare una macchina ormai consolidata che va in un certo modo. È molto più semplice per le reti andare a Cannes, vedere qual è l'ultimo documentario che ha avuto successo, prenderlo e camuffarlo un po'. Una volta Rai faceva (li inventò Minoli) i famosi acquisti con *credit*, nei quali uno va da un *broadcaster* e, se il prodotto costa 10.000, propone di dargli anche 12, purché lo faccia figurare come se lo avessero coprodotto. Questo è acquisto con *credit*, invenzione del grande Giovanni Minoli, che ha fatto grandissima televisione e che aggirava i meccanismi in modo un po' spregiudicato, ma facendo della bella televisione. Questa per esempio era una prassi normale. Per buona parte delle produzioni che noi facciamo si va da uno dei direttori di rete che ti dice: «sì, questa cosa mi interessa, quindi producilo, fallo, quando l'hai finito e siamo in corso d'opera per cui ho la matricola aperta torni da me e quasi certamente te lo compro». Questa è una specie di commissione

Pag. 41

sotto mentite spoglie con il trucco dietro, però è l'unico modo in cui si riesce ad andare. Voi non sapete quante volte assicuriamo ai nostri partner che non abbiamo l'impegno Rai scritto, però io sono molto amico e mi ha detto che lo prenderà, credimi sulla parola.

PRESIDENTE. Ciò che chiedevo era proprio questo perché, essendoci Rai Fiction, essendoci Rai Cinema, chi vuole fare documentari in un'associazione come la vostra in che struttura va, con chi si pone? Poi succede tutto quello che lei ci ha raccontato.

È importantissima la convenzione, e decideranno poi i relatori e la Commissione come inserire, però lo stimolo è senza dubbio giusto, ma, a prescindere da questo, deve iniziare un'interlocuzione totalmente diversa tra chi deve fare i documentari e una direzione organizzata per questo o una sotto-direzione in Rai.

ALBERTO AIROLA. Intanto il documentario è un genere cinematografico, quindi non c'è bisogno di inventarsi nuove aree semantiche o settori della Rai dove inserire il documentario. Il modo trasparente di gestione è basilare e lo possiamo mettere in questa convenzione, perché in quattro anni non abbiamo mai avuto il *budget* che hanno ricevuto nero su bianco le famose *Happy Five* e le altre case di produzione, li ho avuti sottobanco io qualche volta, non sempre, non tutte le stagioni. Andreatta ci ha portato un documento che non dice nulla in merito a come vengono divisi realmente i *budget*, la fetta destinata a quel tipo di produzione è ridotta di parecchio, ma comunque esorbitante rispetto a un servizio pubblico che dovrebbe concentrarsi più sulla formazione culturale del popolo italiano che sull'intrattenimento. Questo è quanto. Anche sulle risorse certe non abbiamo mai avuto dati neanche noi in Commissione di vigilanza Rai.

Pag. 42

PRESIDENTE. Solo per lasciarlo agli atti, su nostra richiesta formulata durante l'ultima audizione, Andreatta ci diede poi la documentazione.

ALBERTO AIROLA. Erano dati aggregati, che davano un'idea... Non mi diceva che *Don Matteo* costa un milione a puntata.

PRESIDENTE. No, diceva quanto aveva avuto una data azienda, quanti nuovi erano entrati nel mercato.

Ringrazio i nostri ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti dell'Ordine nazionale dei giornalisti.

PRESIDENTE. Comunico che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla web-tv della

Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), di rappresentanti dell'Ordine nazionale dei giornalisti.

È presente il vicepresidente, Santino Franchina, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Pag. 43

Do la parola al dottor Franchina, con riserva per me e per i colleghi di rivolgergli, al termine del suo intervento, domande e richieste di chiarimento.

SANTINO FRANCHINA, *vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti*. Sono io che ringrazio voi. Sono Franchina, da questa mattina presidente *ad interim* del Consiglio nazionale dell'Ordine perché abbiamo avuto, proprio ieri sera, la formalizzazione delle dimissioni di Enzo Iacopino. Vi ringrazio, quindi, per l'invito e vi chiedo comprensione se, eventualmente, non saprò rispondere a qualche vostra domanda, non perché non sono informato ma perché non ho potuto preparare velocemente i documenti da portare con me, avendo ricevuto il vostro invito proprio ieri. Quello che tengo a dire è che noi, come Ordine dei giornalisti, speriamo molto che questa convenzione riesca a portare novità sostanziali nel sistema informazione della Rai. Soprattutto la nostra speranza è che qualsiasi tipo di trasmissione che faccia informazione venga condotta e diretta da giornalisti iscritti all'Ordine. Ciò affinché si possa garantire una deontologia professionale, perché solo gli iscritti all'Ordine non solo conoscono la deontologia professionale, ma hanno l'obbligo di osservarla. Quindi, la nostra speranza è che si vada in questa direzione, con giornalisti regolarmente assunti e contrattualizzati mediante contratti previsti dalle nostre normative.

PRESIDENTE. Il punto fondamentale è che chi fa il giornalista abbia il contratto da giornalista. Se non sbaglio, è una cosa che anche l'UsigRai nell'ultima audizione aveva chiesto.

MAURIZIO ROSSI. Capisco benissimo la posizione. Peraltro, vi ho inviato delle domande per iscritto che spero vi siano arrivate. Qualora alle domande che ho posto non ci sia una

Pag. 44

risposta immediata, non c'è problema; se potete, ce le manderete per iscritto. Concettualmente, anche per ricordare e per lasciare agli atti quanto vi chiedo, rappresentate tutti gli associati, giornalisti.

SANTINO FRANCHINA, *vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti*. Noi Ordine dei giornalisti rappresentiamo tutti gli iscritti all'Ordine professionale.

MAURIZIO ROSSI. Esattamente. Quindi, non solamente i giornalisti della Rai, ma tutto il mondo dei giornalisti che sono nel Paese. Siamo di fronte a una nuova concessione che vale 20 miliardi di euro. Darà certezza ai dipendenti Rai e ne siamo lieti, ma ritenete che un gettito così grande, destinato al servizio pubblico e quindi prioritariamente all'informazione, dovrebbe sostenere anche il resto del mondo dell'informazione e difendere il maggior numero di posti di lavoro possibile? Mi chiedo se sia stato fatto il possibile per pensare, da parte del Governo, che un gettito così grande di denaro possa cercare di creare il maggior numero di posti di lavoro. Invece, abbiamo una problematica gigantesca – lo sappiamo – proprio nel mondo giornalistico. Quali sono stati, negli ultimi anni, se avete dei dati, le perdite di posti di lavoro nel settore giornalistico del Paese? Che cosa prevedete che accadrà nei prossimi anni? Mentre infatti da una parte, è evidente, c'è una garanzia di un introito per dieci anni, che quindi garantisce una determinata stabilità, dall'altra parte c'è una instabilità in tutto il settore giornalistico veramente molto preoccupante. È evidente che il vantaggio competitivo della Rai o del concessionario pubblico derivante dai 20 miliardi garantiti potrebbe portare, tra l'altro, a un forte squilibrio di forze in campo. Se infatti da una parte abbiamo soggetti che dipendono esclusivamente dalla pubblicità, ma devono fare comunque informazione e devono avere

Pag. 45

dei giornalisti iscritti all'Ordine, dall'altra parte ci troviamo un soggetto, invece, che ha appunto questa garanzia di introito, quindi si può creare un maggiore squilibrio proprio tra quello che sarà l'informazione

di chi ha un gettito garantito e di chi, invece, non ce l'ha e quindi si troverà in una situazione complicata, con possibili forti diminuzioni ulteriori di personale giornalistico e forse anche di qualità e di pluralità dell'informazione.

Ritenete che sarebbe almeno da compensare con una netta distinzione societaria tra i programmi di servizio pubblico e i programmi commerciali, eliminando la pubblicità dai canali sostenuti con il canone? Insomma, almeno lasciare la pubblicità a tutto il resto del settore.

Arrivo a una domanda che mi pongo da sempre e risposte concrete non me ne sono mai state date. Ritenete che il servizio pubblico sia fornito solamente dalla Rai o anche da altri soggetti nel Paese? Cioè, il servizio pubblico è tutto quello che fa un determinato soggetto, qualsiasi cosa faccia, oppure è un oggetto specifico, informazione e altre tipologie? Le portavo l'esempio – avevo anche chiesto di audire eventualmente altri soggetti, ma i tempi sono molto stretti – di Minoli. Minoli, Gruber, Floris sono professionisti, hanno un codice di deontologia professionale. Perché quando fanno un programma in Rai è di servizio pubblico e quando lo fanno su un altro canale non è più di servizio pubblico? Qual è la distinzione?

ALBERTO AIROLA. Grazie di essere qui. Lei dice che occorre fare in modo che chi conduce trasmissioni giornalistiche sia iscritto all'Ordine. Dico bene? Questo è quello che ho capito.

SANTINO FRANCHINA, vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti. Sì. Conduce e dirige.

Pag. 46

ALBERTO AIROLA. Conduce e dirige. Perfetto. Il problema è che attualmente, come diceva il collega Rossi, si assiste a una sorta di disgregazione del mestiere del giornalista, per varie ragioni: da una parte, se vogliamo, sono ragioni di evoluzione dei mezzi (penso a internet) e dall'altra penso anche alle condizioni in cui versano i giornalisti oggi, che spesso in Rai sono assunti con contratti come regista programmatista, per esempio, e non rientrano nell'albo dei giornalisti ma fanno un lavoro da giornalista tutti i santi giorni.

Penso a operatori di ripresa che fanno il lavoro del giornalista. Non dico telecineoperatori, che sarebbero iscritti perlomeno come pubblicitari o avrebbero comunque la possibilità di farlo, ma parlo di operatori che vengono mandati allo sbaraglio e, viceversa, giornalisti che, senza grandi competenze linguistiche e tecniche, sono costretti a sobbarcarsi l'ulteriore onere di lavoro di fare anche riprese, montaggio e messa in onda, addirittura. Queste sono battaglie che combatto per il rispetto della professione del giornalista da anni, ma che in Rai spesso vengono aggirate. Non parliamo poi degli ultimi casi, in cui i precari della Rai – non so, adesso mi hanno garantito che li stanno pagando – sono rimasti mesi senza stipendio. È una battaglia che però dobbiamo fare insieme.

Non entro nell'ambito deontologico, perché sembrerei il solito grillino che va all'attacco. Parlo della difesa della professione dei giornalisti, perché ritengo che in Rai lavorino anche giornalisti che non sono degni di questo nome, pur essendo iscritti all'albo, e neanche di condurre, ma non è questo il momento di fare questa polemica. Tuttavia, questi signori sono anche il prodotto di un'impossibilità di fare una carriera e un lavoro professionale, anche di trasmissione della professione. Il lavoro di giornalista non si impara sui libri a scuola, immagino, si impara facendo il giornalista a fianco a grandi giornalisti.

Pag. 47

Quindi, se non abbiamo grandi giornalisti e abbiamo solo precari ricattabili, non riusciremo a far diventare questi precari, magari neanche assunti come giornalisti, dei grandi giornalisti. È un lavoro che spero cercheremo di raccogliere e portare all'interno del contratto, ma – stiamo attenti – non risolve il problema di migliorare l'informazione e le condizioni di lavoro dei giornalisti la condizione unica che il conduttore o il direttore sia iscritto all'Ordine dei giornalisti.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Ringrazio anch'io il presidente, seppure *ad interim*, Franchina. Egli ha sollevato due questioni che, in realtà, sono già all'attenzione di questa Commissione, dunque secondo me ha fatto bene a metterle in evidenza.

In primo luogo, è stato richiamato il contratto dei giornalisti, quello che richiamavano anche altri colleghi, ossia la condizione materiale di vita, dal punto di vista professionale, di molte persone all'interno della Rai. Poi c'è una questione di carattere più generale, che lei ha sollevato in maniera molto diretta, occasione di riflessione anche in questa Commissione. Ci sono programmi di servizio pubblico che rientrano in quella categoria definita di *infotainment*, informazione e intrattenimento, che non sempre sono condotti o comunque confezionati da giornalisti iscritti all'albo, che ne hanno tutte le competenze: sempre un confine piuttosto labile.

Questo è un tema che c'era, perché è stato oggetto di discussione, e continua ad esserci. Esattamente come viene collocato nella discussione sullo schema di convenzione, contratto di servizio, atto di indirizzo più complessivo della vigilanza, questo anche a me non è chiarissimo. Tuttavia, che ci sia

questa questione ne sono convinto anch'io, quindi credo che abbia fatto bene il presidente Franchina a riportarla alla nostra attenzione.

Pag. 48

SANTINO FRANCHINA, *vicepresidente dell'Ordine dei giornalisti*. Partendo dalla domanda del senatore Rossi, per quanto riguarda la disoccupazione nel nostro settore, è un dato che purtroppo si aggrava sempre di più, e io posso anche fornirle delle statistiche in merito. Quello che risalta di più è la scomparsa del contratto di lavoro giornalistico. Da noi aumentano sempre di più i *freelance*, cioè colleghi che non hanno un contratto giornalistico, in forte aumento. Un dato che ci preoccupa fortemente è che l'80 per cento di questi *freelance* ha dichiarato nel 2014 di avere un reddito inferiore a 10.000 euro. Sono dati molto significativi, che ci preoccupano molto.

Sulle scelte editoriali della Rai, della pubblicità, io non credo che, come Ordine, si possa entrare nel merito delle scelte aziendali della Rai. Queste sono scelte che attengono alla Rai. Per quanto riguarda l'informazione, credo che questo gettito – per rispondere alla domanda precisa – che arriverà alla Rai debba servire soprattutto a risolvere questi contratti anomali presenti in Rai e a regolarizzare i giornalisti con contratti di lavoro regolarmente riconosciuti dalla Federazione nazionale della stampa. Solo così possiamo risolvere anche il problema che mi segnalava lei prima, ossia avere giornalisti contrattualizzati. Questo gettito di cui parlava il senatore prima, secondo me, dovrebbe servire innanzitutto a risolvere questa problematica, cioè togliere il precariato dalla Rai o togliere i falsi giornalisti dalla Rai. Per quanto riguarda, invece, la possibilità di finanziare anche le emittenti private, il Governo ha in mano una legge delega sull'editoria che potrebbe anche prevedere, in questo senso, contributi e aiuti particolari per l'emittenza privata. È un settore che i dati ci dicono addirittura in crescita, come rivelano i numeri occupazionali. È un settore a cui guardiamo con molta attenzione. Ritengo che svolga un ruolo fondamentale nell'ambito dell'informazione in sede locale, quindi

Pag. 49

sia da attenzionare, magari in questa legge delega sull'editoria da parte del Governo.

Se non ho risposto a qualche vostra domanda ben precisa, non mi sottraggo. Mi pare che sul punto sollevato ci trovassimo già d'accordo.

PRESIDENTE. Ringrazio gli auditi e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta, sospesa alle 14.10, riprende alle 14.30.

Audizione di rappresentanti dell'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), di rappresentanti dell'ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali.

Sono presenti il presidente, Francesco Rutelli, e la responsabile pianificazione strategica, Francesca Medolago Albani, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola al presidente Rutelli, con riserva per me e per i colleghi di rivolgergli, al termine del suo intervento, domande e richieste di chiarimento.

FRANCESCO RUTELLI, *presidente di Anica*. Mi terrò in una decina di minuti.

Pag. 50

Sono lieto di poter fornire elementi di valutazione per il vostro lavoro in vista dell'approvazione della proposta avanzata dal Governo e nella prospettiva del contratto di servizio, che mi sembra anche assai importante e su cui pure siamo ben disponibili e lieti, se lo riterrà la Commissione, di fornire qualche elemento di valutazione aggiuntivo e di supporto anche tecnico.

Direi, in termini generali, che questa proposta è positiva, che passa, come ben cogliete, con innovazioni significative dall'impostazione tradizionale servizio pubblico generale radiotelevisivo a servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. Questo è un cambiamento strutturale, importante. Si incrocia anche con la riforma del cinema e dell'audiovisivo varata dal Parlamento su proposta del Ministro

Franceschini. Si misura con cambiamenti e trasformazioni mondiali.

Credo che dobbiamo tutti misurarci con questi. Non debbo citare l'uno o l'altro con particolare attenzione, ma a nessuno di voi sfugge che le fusioni, le acquisizioni AT&T e Warner, gli operatori nativi digitali come Netflix e Amazon, una serie di scalate, intrecci, creazioni di nuovi gruppi o colossi, tentativi di farlo, ci portano dal tradizionale approccio, per cui ci si occupava, anche qui nella Commissione vigilanza – ho avuto, in una vita precedente, occasione di farne brevemente parte – di frequenze e di reti a quello a piattaforme e contenuti. Nel rappresentare oggi l'associazione maggiormente rappresentativa del cinema e dell'audiovisivo, penso sia utile da parte mia sottolineare l'opportunità che deriva da quest'interazione tra il rinnovo della concessione e la riforma del cinema e dell'audiovisivo.

Peraltro, la riforma – lo ricordo ai presenti, autorevoli e ben motivati – prevede un meccanismo molto interessante, molto significativo, per cui se cresce il gettito di tutto il sistema, il

Pag. 51

fondo per il cinema e l'audiovisivo può beneficiare di una quota aggiuntiva, oltre al *plafond* già stabilito dalla legge, derivante dalle entrate fiscali. Se la Rai diventa sempre più un attore cruciale (com'è, come sarà e come ci auguriamo, confidiamo cresca da questo punto di vista) di tutto questo sistema, crescono i benefici per l'intero sistema. Avere una Rai in crisi, paradossalmente, nuocerebbe al sistema, un sistema complesso, ricco, fatto di valori. Vorrei sottolinearlo.

Di recente, l'ANICA ha promosso la campagna *lo faccio cinema*, fatta con la FAPAV, la federazione antipirateria, ed è stata scelta una linea non colpevolizzante nei confronti di chi scarica illecitamente prodotti dell'ingegno, dell'audiovisivo, come è avvenuto in passato (*compi un gesto criminale, ti associ a delle attività criminali*), ma una cosa secondo me giusta, corretta, che spiega quanti posti di lavoro e quali benefici crei la filiera per la nostra società, quante opportunità scaturiscono da questo sistema complesso, che è appunto quello complessivo del cinema e dell'audiovisivo.

Vorrei anche osservare che per la Rai il cinema è un valore aggiunto. I film vanno bene in televisione, persino a sorpresa secondo la visione per cui ciò rappresentava un punto di vista magari un po' arretrato. Addirittura, in Rai le reti se li contendono – questo è un elemento interessante – pur in un momento in cui dobbiamo dire molto chiaramente che il cinema italiano non è ai suoi massimi in termini di risultati, in particolare di botteghino, ma tuttavia mantiene in pieno la sua vivacità e la sua grandissima importanza. Quello di cui stiamo parlando è estremamente importante.

Non ci nascondiamo le problematiche. Approfitto, anzi, per invitare tutti quei membri della Commissione che lo riterranno a due appuntamenti che l'ANICA ha deciso di promuovere. Uno si terrà il 6 aprile prossimo e riguarda le sale cinematografiche,

Pag. 52

ovvero una certa difficoltà del rapporto, soprattutto delle nuove generazioni, con i cinema. Lo terremo all'ANICA la mattina del 6. Sarà un momento di riflessione. Il 13 giugno – qui veramente tutti, se lo vorrete, siete invitati anche a prendere la parola – sempre a Roma, intendiamo organizzare una giornata su dove va il cinema italiano, auspicabilmente a valle dell'approvazione dei decreti attuativi della riforma Franceschini e anche dell'entrata in funzione di ciò di cui stiamo parlando ora. Vorremmo, cioè, dare anche un contributo di riflessione obiettivo, anche critico. Ci sono cose che vanno decisamente migliorate.

Per venire nel merito, vi do rapidamente alcuni titoli, poi risponderò a tutte le domande che riterrete di farci.

È importante che ci sia un progetto editoriale da parte della Rai e che non si rivolga solo al cinema commerciale, che sia più aperto agli indipendenti. È importante che ci sia un pluralismo espressivo per quanto riguarda cinema e audiovisivo, e che questo sia formato anche di grandi progetti, di progetti ambiziosi. La Rai può essere un *player* determinante per fare grandi prodotti, non soltanto prodotti che stanno nella media delle produzioni italiane, cinema innovativo e sperimentale, naturalmente anche successi commerciali. Questo pluralismo è, a mio/nostro avviso, fondamentale per una *partnership* efficace con la Rai.

Voglio chiarire che non si chiude agli altri attori. Penso che gli altri attori, gli altri *broadcaster* che partecipano al sistema del cinema e dell'audiovisivo siano parte di una sfida comune di sviluppo e di qualità. Non consideriamo che si debba guardare soltanto ad alcuni degli attori, e in particolare – certo – al servizio pubblico, per la sua assoluta importanza. Tutti, ribadisco, fanno parte di questa sfida. All'interno di questa sfida c'è l'intervento sul famoso articolo 44, comma 3, del testo unico dei servizi media-audiovisivi e radiofonici. La legge stabilisce

Pag. 53

che debba essere modificato. È un aspetto cruciale dal punto di vista proprio dell'impostazione, dell'offerta, del mercato, della sua qualità e, ovviamente, del rapporto tra il sistema delle produzioni, il sistema del cinema indipendente e la Rai.

Infine, se possibile, vorrei mettere da subito sul tavolo alcuni punti. Ragioniamo se sarà possibile su una via di co-regolamentazione – questo avviene, ad esempio, nel Regno Unito – con il servizio pubblico, non per ingessare il sistema, ma appunto per renderlo coerente con la riforma Franceschini. Che intendo dire? Preparare assieme la riforma dell'articolo 44, su cui il Governo deve esercitare la delega, entro dodici mesi dall'entrata in vigore della legge su cinema e audiovisivo. È un punto cruciale anche per il rapporto con le *major* e con una serie di soggetti, che fanno parte determinante anch'essi del nostro sistema.

Dicevo del piano editoriale e della riforma dell'articolo 44. Piano territoriale significa: qual è il ruolo delle produzioni italiane nel cinema e nell'audiovisivo futuro? Soltanto rincorrere i successi commerciali o una fisionomia nostra, che sappia farsi valere nel mercato e anche a livello internazionale? Certamente, il tema dei diritti è cruciale. Penso che si debba ragionare in termini di investimenti, in pre-acquisti di diritti di licenza equilibrati rispetto a quelli in quote di proprietà, per tutte le piattaforme, privilegiando il ruolo di editore rispetto a quello di coproduttore, con un prezzo distinto per ogni sfruttamento in base alle attese di successo, dall'utilizzo di durata limitata per consentire un secondo ciclo di vendite e nuovi modelli di *business* per la produzione. Penso che si debbano sostenere le coproduzioni anche al fine di internazionalizzare il nostro cinema, che è debole da questo punto di vista. Non è possibile che nel fondo Euroimages, ad esempio, non siano selezionati progetti italiani perché non sono indipendenti dalle

Pag. 54

televisioni. Ci sono decine di progetti tedeschi, ad esempio. Francamente, non abbiamo molto da invidiare, eppure i progetti italiani, proprio per questa modalità, non si affacciano.

Un altro aspetto molto rilevante è l'animazione. Avete ascoltato, credo, i documentaristi, ma vi prego di considerare il tema dell'animazione. Si tratta di prodotti che hanno tra i più grandi successi. Dobbiamo sostenere con interventi specifici anche i lungometraggi, che in Italia non si fanno più, anche per garantire la massima diffusione e commercializzazione delle nostre serie televisive. La Rai è l'unico soggetto che investe in animazione originale italiana. Deve farlo, deve accordarsi con la produzione indipendente, concordare diritti, tempi di sfruttamento. Questo può consentire massimizzazione dei ricavi per tutti.

Voglio dire, anche criticamente, che la promozione in Rai si deve fare per tutti i prodotti del cinema, non solo per 01, per ciò che Rai distribuisce. In secondo luogo, Rai Play, iniziativa intelligente ed efficace, non può comportare uno sfruttamento gratuito, in quanto la Rai ha concorso a finanziare in parte un determinato prodotto. Così si precludono altre opportunità per tutta l'industria, per tutta la filiera.

Direi che ho detto le cose principali che ci stanno a cuore. Ribadisco: negoziare i rapporti sui diritti in maniera trasparente, aperta, costruttiva. Tutti siamo in una stessa barca, in un contesto – vi prego di considerarlo – in cui stiamo diventando più piccoli. L'affacciarsi di soggetti più rilevanti, competitivi, può portare in tempi anche non lunghi ad acquisti in casa nostra, a mani non italiane che prendano il controllo. Facciamo parte di un'economia aperta, naturalmente, ma vediamo quanto sia difficile la reciprocità in altri settori, in cui, quando aziende italiane cercano di intervenire su mercati anche a noi molto vicini, faticano. Il nostro, invece, è un mercato aperto, nel quale

Pag. 55

si può entrare. Non c'è dubbio che, in un mondo che cambia, la qualità italiana è riconosciuta universalmente.

Fatemi ricordare che l'Italia è il Paese che ha vinto più Oscar tra tutti i Paesi del mondo, più della Francia, in quanto migliore film straniero; che l'Italia vince in tutti i settori produttivi, con trucco e parruccho, coi nostri grandi scenografi, costumisti. Tra l'altro, ci sarà stasera un avvenimento che ricorda le decine di italiani nominati o vincitori per gli Academy Award. Gli italiani sono bravi nel fare il cinema. Quelli che lo fanno, sanno di essere bravi.

La Rai è un attore cruciale perché questo sistema diventi più competitivo, non si ripieghi su sé stesso, sia aperto alla concorrenza, ma in quanto tale la Rai ha una funzione cruciale. Esprimiamo fiducia che da questa convenzione e poi dal contratto di servizio scaturisca, se collegato con la riforma cinema e audiovisivo, una stagione e creativa, industrialmente forte e positiva per il cinema e l'audiovisivo italiani.

SALVATORE MARGIOTTA. Anzitutto, un saluto affettuoso all'onorevole Rutelli. Sono convinto che ANICA abbia scelto un ottimo presidente e che si avvantaggerà della sua cultura, delle sue capacità.

Ho due domande piccolissime, che un po' riprendono cose già dette, ma che chiedo di specificare o di puntualizzare meglio.

Do un giudizio molto positivo del lavoro di Rai Cinema di questi ultimi anni. D'altra parte, i risultati sono sotto gli occhi di tutti. Mi interessa, riprendendo un tema che l'onorevole Rutelli ha toccato, capire se, come credo, oltre ai prodotti importanti, quelli di cui si è parlato, che magari hanno avuto premi in più

settori, ci sia da parte di Rai Cinema un'attenzione anche nei confronti dei produttori minori e dei prodotti minori.

Pag. 56

Penso – stamattina, l'ho detto in termini un po' diversi, perché diverso il mio giudizio, a proposito di Rai Fiction – che sia importante che il servizio pubblico stimoli la crescita di nuovi soggetti, altrimenti secondo me non fa il mestiere di chi spende anche soldi pubblici.

Richiamando la sua esperienza di ottimo Ministro dei beni culturali, e quindi in quella veste anche artefice di una serie di accadimenti, chiedo se oggi il sistema di distribuzione delle risorse ai film, anche alla luce della nuova legge, sia sostanzialmente cambiato e che cosa ci sia ancora da cambiare per renderlo più efficace.

ALBERTO AIROLA. Anch'io ringrazio ANICA. Senza i produttori non esisterebbe il cinema, questo è indubbio. Stamattina, abbiamo ascoltato APT e altri soggetti. Più o meno tutti chiede più pluralismo. Intanto, vorrei sapere che differenze oggi trovate tra la vostra associazione e l'APT.

Vorrei anche sottolineare una questione sul pluralismo. Purtroppo, spesso il pluralismo in Rai non è stato garantito proprio per la mancanza di trasparenza sui criteri, sulla selezione, sui criteri per la selezione dei progetti, sulla selezione dei progetti. Una questione che molti pongono – anche i documentaristi lo dicevano e anche voi lo chiedete – è che, se ci fosse un chiaro piano editoriale e risorse certe, potreste anche scrivere e proporre produzioni e progetti. Questo non succede, perché questa trasparenza non l'abbiamo mai ottenuta, pur chiedendola noi da anni qua in Vigilanza Rai, ad esempio dalla direttrice Andreatta per quanto riguarda le *fiction*. Ha sempre sostenuto che sarebbero stati messi in chiaro sul sito criteri, progetti, ma non abbiamo visto granché trasparenza. Di fatto, lei si limita a raccogliere progetti e a scegliere, insieme a pochi collaboratori, quali andranno avanti. Bene o male, le cose che vengono scelte abbiamo visto essere più o meno sempre quelle.

Pag. 57

Comunque, questo non garantisce che esista una vera attenzione su tutta la gamma delle proposte che la Rai riceve. Come Commissione vigilanza non abbiamo mai avuto dati su questo, e concordo con voi che serve più pluralismo. Non so se chiediate anche più risorse.

Quello che vorrei sottolineare è che, purtroppo, spesso la Rai, avendo una piccola platea di, tra virgolette, produttori un po' più amici che lavoravano, ha concentrato risorse su alcuni *competitor* e poche su altri. È diventato un po' un bancomat. Quando vedo, per esempio, una produzione che viene chiamata coproduzione ma viene fatta al 90 per cento e oltre da Rai, mi rendo conto che, sto parlando più dell'appaltatore di un progetto, che magari non ha neanche portato lui l'idea.

Sulla questione delle quote, per esempio, anche voi trovate che vengano violate? Tutti si sono più o meno lamentati del problema quote. Anche sul preacquisto vengono fermate delle risorse, e poi è una pratica che a volte ha anche creato sperperi a mio avviso. Vorrei anche avere la vostra opinione sulla questione 01. Il presidente citava la casa di distribuzione, dicendo che la Rai dovrebbe portare avanti anche altri progetti non legati a 01. Dal mio punto di vista, è strano, se non assolutamente inutile, che il servizio pubblico abbia una casa di distribuzione cinematografica. Non lo capisco. Capisco che esiste Rai Cinema, anche se vorrei vederne i film prevalentemente sul servizio pubblico, prima che nelle sale, perché sono prodotti per il servizio pubblico, che, fino a che non lo cambiamo, non si vede al cinema, ma in TV, o al limite sul *Web*.

C'è ancora una questione: il tema dei diritti. Che cosa lamentate, in particolare, sui diritti e, in particolare su Rai Play? Probabilmente, penso che anche lì serva un po' più di trasparenza. Anche lì forse ci sono produttori che godono di certi favori, o comunque di un trattamento un po' più privilegiato,

Pag. 58

per cui detengono i diritti in una certa quota e in una certa maniera, e altri invece no e lamentano, giustamente, una mancanza di possibilità di mettere a frutto, dopo i primi passaggi, il loro lavoro, la loro parte.

MAURIZIO ROSSI. Innanzitutto, tengo a sottolineare anche al presidente Rutelli che non condivido che la convenzione sia un documento fatto così bene. Penso che parliamo della convenzione dal 2013 e che ci siamo ridotti alla fine a vedere praticamente un'espressione di intenti. Personalmente, trovo illegittimo che sia data una concessione del valore di 20 miliardi di euro rimandando a un momento successivo i diritti e gli obblighi del concessionario. Questo incide su tutte le posizioni e su tutte le audizioni che stiamo facendo. Ne parlavamo prima, appunto, con quelli che si occupano della parte documentaristica, che

hanno lamentato cose anche abbastanza gravi di quello che è accaduto in questi anni. La convenzione, anche lei ha detto, rimanda poi al contratto di servizio, ma non si può rimandare a dopo aver affidato una concessione, sapendo peraltro che quel contratto di servizio potrebbe non essere mai fatto. Abbiamo l'esempio che stiamo andando avanti con il contratto di servizio del 2012. Do 20 miliardi a un soggetto x dichiarando che è l'unico in grado di fare quest'operazione, senza precisare per quali ragioni, altro tema discutibile a livello europeo. L'unicità è legittima a livello europeo, ma deve essere ampiamente motivato perché quel soggetto sarebbe l'unico in grado di gestire quel determinato servizio. Il Governo non ha mai spiegato una motivazione. La concessione viene data a Rai, punto. Viene poi scritto – l'ha detto persino il Sottosegretario Giacomelli – che dovranno essere tradotte in obblighi determinate cose che sono state scritte nel contratto di servizio. Non è definito nulla.

Pag. 59

Parliamo di cinema. Avrei voluto che, per quanto riguarda il cinema, fosse chiaramente scritto come impegno richiesto alla Rai quali sono le tipologie di produzioni riconoscibili come servizio pubblico, non qualsiasi, ma cercando di dare un determinato indirizzo. Avrei anche voluto e vorrei che gli investimenti fatti nel cinema producessero, oltre a un'immagine all'estero del mio Paese, anche un ritorno economico. Chiedo se avete dei dati e potete fornirceli, di tutti gli investimenti che sono stati fatti quanto hanno reso all'estero. Sarebbe interessante vedere quello che rendono, ad esempio, negli altri Paesi. Ne parlavamo nella parte documentaristica: in Italia, loro non riescono a produrre, perché dicono loro che manca il codice matricola, e finché non vanno in programmazione non possono essere acquistati i documentari, per cui il valore, il beneficio è pari a zero. All'estero alla BBC, nominata sempre ed esclusivamente quando viene comodo nominarla, ma in molti casi è meglio non parlarne perché sono dei maestri, una sterlina investita in documentaristica ne rende 4, e non solo. A parte che non fanno solo documentaristica sull'Inghilterra, ma si rende un'immagine della BBC, e spesso dell'Inghilterra, gigantesca. Nel nostro Paese – lo dicevo prima – se dovessimo fare 5.000 documentari, sarebbero pochi. Abbiamo un illimitato numero di possibilità di farne e porterebbero veramente cultura e immagine del Paese, specialmente se tradotti anche in lingua straniera.

Secondo me, nella convenzione non c'è niente, non è scritto nulla. Questo è gravissimo e ci pone il problema che insieme dobbiamo capire se sia meglio rimandare questa convenzione per scrivere un documento che abbiamo avuto quattro anni per scrivere (ed è arrivato il nulla), o in alternativa, ultima *ratio*, scriverla noi in Commissione per supplire a delle chiare carenze del documento che ci è arrivato.

Pag. 60

ROBERTO RUTA. Ho apprezzato la relazione per gli spunti offerti su tutte le questioni, sulle quali non torno, tranne che su un aspetto. Siccome ho perso i primissimi minuti, non so se è stato già indagato nella relazione l'aspetto dell'animazione, che mi interessa. È stato già indagato. L'ho perso io. Mi interessa capire che cosa è necessario per lanciare di più questo settore e renderlo più appetibile per i produttori italiani, per la Rai, che cosa manca oggi per farlo diventare un settore trainante, che ha un pubblico sempre certo, un doppio pubblico di sicuro, se non un pubblico di tre generazioni, quello dei bambini, ma affiancati dai genitori e dai nonni, quindi intergenerazionale. Accompagna le stagioni, come il *Re Leone* ha accompagnato la mia di papà, per dirne uno, così come accompagneranno le prossime generazioni tutte le produzioni che, per l'età a cui sono rivolti, rendono un servizio importante, decisivo per l'immaginario appunto di un'intera generazione.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Mi perdonerà se non mi metto a fare il controcanto dell'altro relatore, il senatore Maurizio Rossi. Mi sembra abbastanza evidente dalla prima audizione che abbiamo opinioni diametralmente opposte in termini di fondamento giuridico della concessione, anche in termini di valutazione dello schema di convenzione che ci è stato trasmesso.

Vorrei, presidente, utilizzare questo tempo, quest'audizione per riprendere alcune questioni poste qui dal presidente Rutelli, che anch'io ringrazio per la presenza e per la comunicazione che ci ha fatto. Mi sembra che quest'audizione e le parole del presidente Rutelli si colleghino alle altre audizioni che abbiamo svolto oggi, APT e Doc/it. Mi sembra che nella giornata di oggi in diverse audizioni siano state sollevate questioni che dischiudono una riflessione all'interno della Commissione, ragionando anche in termini di contributo che possiamo dare nel parere.

Pag. 61

Intanto, veniva sollevata adesso, ripresa anche dai colleghi, ma presente anche nelle altre audizioni, la

questione del legame tra il ruolo del servizio pubblico messo in evidenza da questo schema di convenzione relativamente al sostegno alla produzione audiovisiva e la legge sul cinema. Tra l'altro, mi spiace che oggi, come al solito, ci sia la concomitanza di altre Commissioni permanenti, per cui per esempio colleghi come Lorenza Bonaccorsi, Michele Anzaldi, che l'hanno seguita più da vicino, non sono presenti, ma credo che questa sia una pista di approfondimento per quanto riguarda i nostri lavori.

Il presidente Rutelli sollevava una seconda questione, presente anche nelle audizioni precedenti della giornata odierna, sui diritti, sui diritti secondari. Qui non riprendo le cose che ho detto nell'altra audizione, ma mi sembra interessante anche il riferimento a uno strumento nuovo, innovativo, come quello introdotto da Rai Play, su cui si è insistito nelle audizioni del vertice relativamente ai risultati positivi. Mi sembra che su questo abbiamo oggi un elemento di approfondimento interessante.

Infine, vengo alla terza questione. È stato citato il segmento dell'animazione. Oggi, abbiamo parlato di documentari, di produzione originale, del ruolo dell'Italia: questa mi sembra essere una specificità che finora non era emersa e che credo, invece, sia di grande interesse e di utilità.

[ALBERTO AIROLA](#). Sull'ordine dei lavori, mi ricordano che ho un impegno cui non posso venir meno, quindi chiedo scusa al presidente e ai suoi accompagnatori, all'ANICA tutta, ma leggerò le risposte, che mi interessano molto. Come il mio collega Rossi, ritengo che la scrittura di questo documento sia molto importante, non avendo altri documenti a disposizione.

[MAURIZIO GASPARRI](#). Non ripeto tutte le cose dette. Faccio una riflessione. La Rai parla poco del cinema nei canali di

Pag. 62

principale diffusione, poi è chiaro che ci sono anche canali appositi, ma conosciamo tutti le percentuali di ascolto. Non sarebbe auspicabile che, oltre al nostro noto Marzullo, che parla di cinema a notte fonda a pochi nottambuli, che vediamo anche cose interessanti, ma c'è anche la promozione del cinema. Per il prodotto italiano, ma anche per il prodotto cinematografico in quanto tale, la Rai non dovrebbe trovare dei modi... Una volta era un po' più attenta.

È chiaro che adesso, avendo tanti canali, può rispondere che c'è il tal canale ma poi sappiamo che lì siamo sullo zero virgola. Forse, sarebbe auspicabile che anche i canali cosiddetti generalisti, al di là di trasmettere film, ogni tanto aggiornassero di più il pubblico non solo con gli spazi promozionali, pubblicitari – quelli ognuno li fa quando vuole – ma anche proprio per la conoscenza, la guida al cinema. Confinarli solo in tarda serata, con una lodevolissima trasmissione... meriterebbe un po' più attenzione. Mi sembra che potrebbe essere un fatto auspicabile nel contratto di servizio per lo stesso cinema in quanto tale, ma anche per quello italiano, un'attività di maggiore avvicinamento alle sale, perché in televisione sì, ma il cinema nella sala è il cinema vero.

[FRANCESCO RUTELLI](#), *presidente di Anica*. Ringrazio tutti i membri della Commissione per le osservazioni. Cercherò di rispondere rapidamente, cercando di non dimenticare quello che è stato chiesto. Intanto, ci vuole un chiarimento di fondo e distinguere cinema da *fiction*. C'è il rischio che si faccia confusione su questo, e invece è molto importante osservare anche, altra domanda, come si differenzino l'ANICA e l'APT.

L'ANICA, oltre a essere la più antica associazione riconosciuta come maggiormente rappresentativa, ma ultracollaborativa con tutti gli altri *partner*, a partire all'APT, ha al suo interno i produttori, i distributori e le industrie tecniche, dal doppiaggio

Pag. 63

alle post-produzioni, al lavoro tipico dell'industria del cinema. Tra gli associati all'ANICA, ci sono anche produttori di *fiction* e distributori, che fanno sia cinema nelle sale sia prodotto destinato al pubblico televisivo nelle sue diverse articolazioni, che stanno cambiando in maniera enorme. Siamo consapevoli che la Rai non ha un canale *pay*, ma che il mondo cambia rapidamente.

È importante ricordare che i film prima debbono andare nelle sale, questa è una caratteristica. In futuro, si potrà ripensare tutta la modalità delle finestre. Non è oggi il momento per parlarne e per dire con che *timing* e con che tipo di programmazione un prodotto destinato al cinema vada sulle altre piattaforme e il suo sfruttamento possa essere effettuato. È anche il cinema a funzionare in televisione – non dobbiamo dimenticarlo – oltre alle serie, oltre alle grandi novità che si sono affacciate e nelle quali gli italiani sono bravi, come vediamo sul mercato interno con grandi successi. Lo vediamo anche con i primi riconoscimenti che stanno arrivando a livello internazionale con serie che sono state acquistate e commercializzate in altri mercati, anche molto difficili, molto importanti.

La mia opinione su Rai Cinema e 01? Quando la Rai inizia a occuparsi di produzione, le viene richiesto di farlo. Questo è un fatto storico che è bene ricordare. La Rai è stata fortemente sollecitata a entrare anche come produttore del cinema. Parliamo di tempi molto lontani, naturalmente, e non di oggi. Penso

che faccia professionalmente il suo lavoro. È chiaro che dipende dagli indirizzi che le si dà. È questo il compito della convenzione. È questo il compito, in prospettiva, spero molto ravvicinata – mi riferisco a quello che diceva il senatore Rossi – del contratto di servizio. Non c'è dubbio che, se hai la convenzione senza il contratto di servizio, hai una cornice senza

Pag. 64

il quadro. Il quadro, invece, dà i dettagli e i contenuti specifici. Vorrei sottolineare, però, che nel testo della convenzione sono indicati alcuni aspetti innovativi, che penso sia giusto rimarcare, sulla definizione di servizio pubblico multimediale, sull'obbligo di predisporre il piano editoriale, aggiungerei con l'ampliamento del tema delle quote, stabilite dal contratto di servizio, ampliandolo appunto con il concetto di adeguato sostegno, che deve a nostro avviso significare qualcosa di più che non quelle percentuali stabilite e già adesso operative che debbono essere rispettate.

Su Rai come produttore la nostra riflessione è che Rai deve esserci sempre, deve destinare le sue risorse a progetti grandi e piccoli. No a un gigantismo e no, ovviamente, a una visione di nicchia. Parlo di pluralismo, proprio perché non si può rinunciare... Giustamente, avete ascoltato i documentaristi, che sono espressione della realtà vibrante, vitale, che racconta la realtà, fatto molto importante, cioè non costruisce delle storie, un racconto, ma racconta la realtà. È un'espressione importante che ci rappresenta. I successi di Rosi ne sono una punta estremamente positiva. Non c'è dubbio che la forza di quest'industria, di tutta questa filiera, che ricordo e ribadisco crea centinaia di migliaia di posti di lavoro, produce benessere nel nostro Paese e ha un valore simbolico riconosciuto nel mondo incomparabile... Quando si deve far ricorso a una metafora nel dibattito pubblico, spesso si fa ricorso a una metafora tratta dal cinema, ed è più eloquente quella che non magari quelle che prendiamo dal calcio, che sono spesso più efficaci, ma più effimere. Quelle che vengono dal linguaggio del cinema sono più penetranti, più profonde, più legate ai valori della nostra società e alla diversità tipica della creatività italiana. È importante, quindi, a sua volta 01, perché è uno degli elementi della catena distributiva. Tra l'altro, si dovrà misurare sempre più con altri

Pag. 65

soggetti competitivi. Anche in questo, francamente, non c'è niente di male. Ribadisco, però, che la Rai deve esserci come produttore in *partnership* con altri se vuole avere grandi ambizioni. E deve lasciare, a nostro avviso, ai produttori attraverso i diritti la capacità di accrescere il *fundraising*, cioè il finanziamento per le opere.

Se trovi un equilibrio in questo meccanismo, i produttori possono fare meglio il loro lavoro. Per intenderci, la Rai qualche volta interpreta che, quando ha firmato un contratto, quei diritti sono per sempre. In alcuni casi, certi prodotti vanno a finire nel magazzino, mentre oggi ci sono possibilità di sfruttamento, nel senso positivo del termine, economico e produttivo, molto più ricche e articolate.

Come ho detto, Rai Play non può dare per scontato, per quanto utile sia in prospettiva, che una volta che c'è una quota di diritti, questi portino a impadronirsi di un prodotto, che invece può avere altri canali di sfruttamento, e quindi permettere la programmazione di un cinema più ambizioso, anche di un cinema che si rivolga a segmenti, che qualcuno definisce di nicchia, ma sono segmenti di qualità, opere prime, una serie di prodotti che aprono all'ingegno e aprono la mente.

Ho risposto, penso, su pluralismo e differenza con APT.

In un colloquio che abbiamo avuto, il direttore generale ci ha fatto una promessa di maggiore trasparenza – rispondo ad Airola e gli do un'ulteriore risposta – di voler stabilire criteri e meccanismi «tracciabili» rispetto alla scelta che si fa di un prodotto, di un'offerta anziché di un'altra. Questo è positivo. È evidente che rimane poi la responsabilità di chi deve scegliere, ma che ci siano una trasparenza e una tracciabilità dei criteri adottati lo consideriamo un fatto saggio e, se viene implementato, anche positivo.

Pag. 66

Voglio aggiungere una cosa un po' diretta. Se la Rai si trovasse in difficoltà, sarebbe del tutto contraddittorio con questo stesso testo di convenzione se pensasse a tagliare il prodotto. Poiché gli indirizzi che dà questa Commissione sono importanti, mi permetto di segnalarvelo come un tema utile, un caposaldo. Se ci sono difficoltà economiche, i tagli non si debbono fare sul prodotto, il che comporta danni enormi a tutta la filiera. Ribadisco che, in relazione con la legge cinema e audiovisivo, un ridimensionamento delle capacità produttive e di produzione di ricchezza da parte della Rai si riflette su tutto il sistema negativamente. È un aspetto veramente importante.

Ho parlato di *partnership* terze, di negoziare sui diritti come prevede la convenzione e farlo in modo trasparente. Lo sottolineo, è un suggerimento che avanziamo: trovare una via di co-regolamentazione. Lo prevede, lo indica il testo della convenzione, ma secondo noi è un modo per affrontare insieme: coerenza

con legge Franceschini; preparazione della riforma dell'articolo 44 e collaborare al funzionamento di tutto il sistema.

Capisco quello che dice Rossi, ma mi permetto di dire – non mi permetto di fare considerazioni politiche in questa veste, quindi sono solo rispettoso – che i vostri indirizzi sono importanti, perché la Commissione di vigilanza formulerà un parere incisivo, dettagliato – siamo a disposizione anche per tradurlo, se vi servirà, in alcune frasi essenziali di quello che ci siamo detti oggi – a mio modo di vedere non potrà che avere efficacia.

Torno sull'animazione e a quello che diceva il senatore Ruta: è un prodotto del massimo successo. Bisogna intervenire sui lungometraggi, che invece in Italia non facciamo più. Dobbiamo garantire la maggiore diffusione e commercializzazione possibile delle nostre serie TV. La Rai è l'unico soggetto che investe

Pag. 67

in animazione originale italiana. Potete anche andare a vedere gli altri canali specializzati in *cartoon*, ma si deve andare su quelli della Rai per vedere prodotti italiani. L'idea di intervenire assieme alla produzione indipendente, concordando diritti e tempi di sfruttamento, può migliorare i ricavi per tutti.

Vorrei sottolineare che l'ANICA, negli ultimi tempi, nelle ultime settimane, si è molto impegnata – siamo inadeguati su questo, bisogna dirlo – sull'internazionalizzazione. È chiaro che, rispetto agli anni d'oro del cinema italiano, le coproduzioni sono molto diminuite. Ora iniziano dei segni, dei barlumi. Vedrete nei prossimi mesi alcune coproduzioni piuttosto importanti. Se pensate agli anni gloriosi, mondiali, del cinema italiano, non c'è dubbio che c'è stato un ridimensionamento. Stiamo cercando di rafforzare la proiezione internazionale del nostro cinema. Abbiamo costituito insieme ad APT il MIA, il *mercato dell'audiovisivo*, che si tiene annualmente a Roma proprio per favorire lo sviluppo di coproduzioni. In particolare, abbiamo portato i *cartoonist* italiani in Cina con l'ANICA in collaborazione con il MISE, con l'ICE, con buoni risultati per fare accordi di coproduzione, in particolare dicevo con la Cina. Cerchiamo di collaborare perché si allarghino questi orizzonti – non è semplice, la concorrenza è fortissima.

Sono d'accordo con Peluffo sulla relazione con la riforma Franceschini. Penso che abbia recepito quello che ho detto a proposito di Rai Play. Ribadisco: favore, ma non si dia per scontato che il fatto che la Rai abbia una quota, la faccia diventare titolare integrale di prodotti che invece hanno anche altri contitolari.

Con Gasparri sono d'accordo, ha ragione, si parla poco del cinema. Forse, potremmo insieme modernizzare la storica rubrica promozionale *Appuntamento al cinema*. Potremmo trovare anche una formula più vivace, più interessante d'accordo

Pag. 68

con la Rai per fare la promozione commerciale, ma farne anche un momento in cui si mostra il processo creativo di un film, tanto più film italiani, e non solo, e in cui aprire delle sedi di discussione, di confronto sulla qualità del nostro prodotto cinematografico.

Sono anche d'accordo che sia necessario portare il più possibile negli altri momenti dell'informazione del servizio pubblico quella sul cinema.

Non mi ripeto sulle cose che ho detto. Ribadisco: non solo film prodotti a 01 da lanciare in Rai; non usare, come fosse una riserva esclusiva, l'opportunità di Rai Play; volontà di collaborare assieme. So che su questo siamo portatori di un interesse comune. Se la Commissione di vigilanza, che ha una parte di competenza e di responsabilità su questo, lo riterrà e vorrà partecipare anche a occasioni di riflessione strategica sul cinema, noi saremo molto contenti, come a quelle due cui ho accennato. Il cinema non è autosufficiente. Cinema e audiovisivo, pur connessi strettamente, hanno bisogno del rapporto col pubblico. Sappiamo che i giovani vanno meno volentieri nelle sale cinematografiche. Sappiamo che c'è una realtà di pirateria che si mangia una quota molto importante dei benefici di quest'industria, benefici cui ho fatto riferimento.

L'occasione della convenzione dovrebbe non essere perduta e – su questo sono d'accordissimo con Rossi – a ruota, immediatamente dopo, serve un contratto di servizio dettagliato, preciso, puntuale e credibile. Questo è il nostro punto di vista, che si rivolge in modo estremamente rispettoso al lavoro del Parlamento.

PRESIDENTE. Chiederei un chiarimento. Per tre volte, ha parlato di Rai Play: come funziona? La Rai co-produce, finanzia un film in parte, e quindi si ritiene proprietaria dei diritti al 100 per cento, tali da mandarlo su Rai Play come vuole,

Pag. 69

quando vuole? Vorrei capire soprattutto questo passaggio, il processo, anche perché è stato molto pubblicizzato Rai Play, quindi vorremmo capire anche – sembra che i numeri siano positivi – come funziona il resto, proprio da contratto.

FRANCESCA MEDOLAGO ALBANI, *responsabile pianificazione strategica di Anica*. Rai Play è uno strumento straordinario, una grande forma di innovazione. Il tema contrattuale è molto delicato. Ogni progetto è a sé stante, ha il suo contratto, le sue previsioni, ma tendenzialmente quello che è accaduto fino a prima di Rai Play, insieme al diritto *free*, quindi alla messa in onda su canali lineari, Rai classica, si associava quella che è sempre stata chiamata la *catch-up tv*, una ripresa, per circa sette giorni di solito, successiva alla messa in onda di tutta la programmazione, inclusa quella cinematografica. L'associazione della diffusione *on line* era fatta col diritto *free*, acquistato dalla Rai, storicamente, in fase di negoziato preliminare alla realizzazione del prodotto, sempre in quota di minoranza. La quota di finanziamento della Rai è sempre minoritaria rispetto al *budget* complessivo del film, e in quella sede la Rai ne diventa coproduttore, quindi acquisisce, rispetto appunto all'investimento e al *budget*, una quota di proprietà. Poi acquisisce il diritto, quindi la licenza di messa in onda televisiva e di utilizzo dei diritti *free*.

Al diritto *free* in sede negoziale si può associare la diffusione *on line*, che mi insegnate va ben oltre la diffusione *free* sulle reti lineari, ha una diffusione straordinaria, anche potenzialmente transfrontaliera, quindi anche potenzialmente europea. Questo tipo di diffusione non può essere semplicemente sottinteso a un acquisto di diritto *free*. Non significa che non lo debbano fare – per carità, sarebbe una grandissima cosa, soprattutto se anche oltre le frontiere italiane si riuscisse a diffondere attraverso la Rai – ma deve essere distinto il diritto di messa a

Pag. 70

disposizione del pubblico da quello lineare e tradizionale, distinto e proprio separato, perché sono cose diverse, reti diverse, pubblici diversi, strumenti diversi, ampiezza della diffusione molto diversa. Deve essere anche valorizzato.

Se non lo usa la Rai, lo compra qualcun altro, mentre quelle risorse servono a cofinanziare la produzione, perché la Rai entra in quota. Eliminato un mercato di sfruttamento, si eliminano anche i ricavi derivati e quelli di operatori che lavorano anche ben oltre il territorio italiano. Rai Play è, potenzialmente – faccio un esempio forse un po' eccessivo attualmente – Netflix. Se Rai Play diventasse il Netflix di domani, dovrebbe concorrere con Netflix per l'acquisto dei diritti pregiati, che quindi non possono essere sottintesi. Questo è il tema, non che non possono essere usati, valorizzati e sfruttati, ma sottintesi in un diritto lineare *free*, che invece si limita alla televisione terrestre tradizionale.

PRESIDENTE. La spiegazione mi è chiara: si agisce in sede contrattuale tra il produttore e l'emittente. Non stiamo parlando, a questo punto, a livello di convenzione, di contratto di servizio: voi aprite il dibattito su quest'aspetto, e quindi chiedete un indirizzo di questo tipo mentre loro dicono che vogliono così, il diritto *free*, il 30 per cento e via. Era questo che volevo capire, come inserirlo in questo processo.

Ringrazio i nostri ospiti e dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti di UPA – Utenti Pubblicità Associati.

PRESIDENTE. Comunico che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Pag. 71

L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), di rappresentanti di UPA – Utenti Pubblicità Associati.

È presente la direttrice generale, Giovanna Maggioni che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

Do la parola alla dottoressa Maggioni, con riserva per me e per i colleghi di rivolgerle, al termine del suo intervento, domande e richieste di chiarimento.

GIOVANNA MAGGIONI, *direttore generale UPA*. Ringrazio, a nome di tutte le aziende associate a UPA, della richiesta di audizione da parte di questa Commissione parlamentare di vigilanza. Ho preparato

un breve *speech*, che posso lasciare come documentazione, con eventuali allegati.

Ricordo che UPA rappresenta le aziende italiane e internazionali che operano in Italia e che investono in pubblicità e comunicazione, su tutti i mezzi e su tutte le piattaforme oggi presenti nel nostro Paese. UPA rappresenta, come associazione, circa l'80 per cento dell'investimento pubblicitario che, ricordo, giusto per dare un confine a questo valore, oggi vale 8,2 miliardi (sono i dati del 2016), comprendenti gli investimenti sia sui mezzi classici sia su internet, compresi quelli che chiamiamo gli OTT, gli *over the top*, cioè Google, Facebook, Amazon e altri. Quello che è interessante notare è come l'investimento pubblicitario, in questi anni, abbia seguito le sorti negative dell'economia almeno dal 2008, quindi dal primo anno della crisi, fino

Pag. 72

alla seconda metà del 2015, per poi riprendere a risalire, in maniera seppur contenuta, ma quantomeno con segni positivi. Basti pensare, per darvi un confronto con gli anni passati, che il valore che la pubblicità ha raggiunto nel 2016 è lo stesso che avevamo registrato nel 2004; cioè gli 8,2 miliardi erano gli stessi che avevamo nel 2004, con la differenza sostanziale del cambiamento dei mezzi oggi presenti in questo mercato. Nel 2004, il 99 per cento dell'investimento pubblicitario era fatto sui mezzi classici, televisione, radio, stampa, affissioni. Nel 2016 la quota di internet, compresi gli OTT, di questo 100 è il 28 per cento, per cui i mezzi classici hanno un totale che era 99 ed è sceso a 72 per cento: un cambiamento molto radicale.

Oggi le aziende hanno a disposizione un ventaglio di mezzi e piattaforme inimmaginabile fino a pochi anni fa e – questa è la cosa più importante del nostro mercato – li usano trasversalmente in funzione dei loro obiettivi; quindi, il mercato pubblicitario usa i mezzi in funzione degli obiettivi che ha di raggiungere il consumatore, il cittadino.

C'è una forte concorrenza tra i mezzi, sempre più forte, proporzionale a questa grande offerta. Non sempre questi mezzi sono però intercambiabili tra di loro e le aziende individuano i *target*, e quindi i mezzi, che ciascuno offre come mezzo e che interessa l'azienda. Anche le *audience* sono sempre più frazionate all'interno della stessa tipologia di mezzo. Basta pensare che oggi – cosa che nel 2004, per esempio, quasi non esisteva – il terzo *player* televisivo è Discovery, che in termini di *audience* rappresenta ormai, nel giorno medio, un 7 per cento, e che Sky è il terzo *player* nel *prime time* con 7,5 per cento. Anche questo delle *audience* è un cambiamento radicale.

In questa direzione, per cominciare ad affrontare il tema del documento che si sta esaminando, l'aver portato da 20 a 10 anni, per esempio, la convenzione Stato-Rai va nella direzione

Pag. 73

giusta, perché i cambiamenti che ci aspettiamo, anche nei prossimi anni, saranno molto rapidi e molto veloci, con assetti destinati a cambiare ancora, anche rispetto a questi dati che vi ho riferito degli ultimi dieci anni. Le aziende – questo non va dimenticato – investono in comunicazione e in pubblicità per promuovere i propri prodotti e servizi. Le loro scelte, in termini di mezzi sui quali investire, non sono casuali, ma vengono definite sulla base di fattori che vanno dal valore delle *audience*, delle letture o delle *impression*, a seconda del mezzo, al profilo delle persone, degli obiettivi che l'azienda si è posta, al costo per contatto che ogni contatto genera. In una parola, viene fatta un'analisi molto accurata dalle aziende e dai loro *partner* che porta a quella che definiamo l'efficacia dell'investimento pubblicitario. La pubblicità è un investimento per l'azienda. Spesso si parla di costi o di torte da spartire, ma la pubblicità è un investimento per l'azienda e come tale viene considerata. Le aziende investono soldi in pubblicità per ottenere ritorni in termini di valorizzazione delle loro marche, di vendita dei loro prodotti e servizi, e per muovere quindi i consumi, in un sano meccanismo di crescita di un Paese.

Riteniamo che la crescita dei consumi sia uno dei fattori di sviluppo, e adesso vi darò due cifre che dimostrano questo. Qualche volta la pubblicità è stata considerata un male necessario, invece è un fattore di sviluppo, che consente a tutta l'economia della produzione di far conoscere i propri prodotti e di venderli, muovendo quindi i consumi, che sono il più importante fattore per uscire dalla stagnazione nella quale non solo l'Italia si è trovata in questi anni in Europa.

Abbiamo fatto una recentissima ricerca, che poi vi lascio. È una ricerca europea, consultabile nella sua interezza sul nostro sito, che dimostra il valore dell'investimento pubblicitario in Europa, che non solo crea posti di lavoro qualificati – circa 5,8

Pag. 74

milioni di persone in Europa lavorano in questo campo, è il 2,6 di tutti gli occupati – ma misura come ogni euro speso in *advertising* (questo, ripeto, è riferito a tutti i Paesi dell'Europa, quindi non è solo in Italia) genera 7 euro di PIL. Inoltre, abbiamo anche calcolato che tutto ciò che la pubblicità muove, quindi i consumi e tutto quello che genera con la sua attività, ha un valore che è circa il 20 per cento del PIL nel

mondo occidentale. Inoltre, la pubblicità stimola la competizione tra le imprese, favorisce la concorrenza, con una ricaduta positiva anche sui prezzi, informa i consumatori, incrementando le possibilità di scelta, e costituisce inoltre uno dei *driver* fondamentali dell'innovazione, incentivando le migliori *performance* degli investimenti per creare prodotti e servizi sempre nuovi e differenziati.

Per quanto riguarda i contenuti della pubblicità, quindi la creatività della pubblicità, cioè il rispetto nei confronti del consumatore, il mondo della comunicazione si sottopone a un controllo terzo, quindi fuori dagli ambiti dei pubblicitari, dell'autodisciplina pubblicitaria, che garantisce che la creatività di quello *spot* sia responsabile nei confronti del consumatore cittadino e soprattutto – questa è la cosa a cui teniamo molto – lo fa con rapidità. Sapete che la comunicazione dura un tempo abbastanza breve, ma ecco, l'importanza dell'autodisciplina è non solo la tutela del consumatore ma il fatto che questa tutela avvenga in un tempo talmente veloce di soppressione dello *spot* che avesse un impatto negativo sul cittadino che lo stesso viene rimosso immediatamente, appena viene giudicato negativamente.

Venendo, e concludo, ai temi più diretti che riguardano il motivo per il quale siamo stati chiamati in audizione, in attesa delle domande, ci sono alcuni punti fermi. UPA, coerentemente con le norme dell'Autorità della concorrenza e del mercato, è

Pag. 75

a favore di un mercato di libera concorrenza, sia nella disponibilità di mezzi e spazi sia di prezzi. Riteniamo importante che i mezzi di comunicazione, quando vengono usati nell'interesse dell'investimento pubblicitario, siano anche concorrenti tra di loro, sia in termini di *audience* sia di valorizzazione dei loro spazi. Non a caso, le scelte che vengono fatte si basano su dati che comprendono, nel caso della televisione, tutti gli operatori, in termini di rilevazione delle loro *audience*; stessa cosa sulla radio, così come sulla stampa. Per l'investimento pubblicitario è importante avere l'informazione sui mezzi alla pari tra di loro, indipendentemente dalla loro origine.

Riteniamo altresì indispensabile agire in un mercato trasparente – questo l'abbiamo visto nella convenzione e questa regola dovrebbe valere per tutti i mezzi, quindi non solo per il servizio pubblico – affinché tutte le aziende che investono in pubblicità che, non dimentichiamolo, sono a loro volta in concorrenza tra di loro (due produttori di detersivi sono concorrenti), abbiano a disposizione delle valorizzazioni, degli spazi trasparenti e quindi consapevoli.

Termino dicendo che l'altro punto sul quale abbiamo una particolare sensibilità è quello del rapporto tra gli spazi disponibili per le aziende per mettere la loro comunicazione e il rispetto dell'affollamento nei confronti dello spettatore. Riteniamo che il concetto di limiti di affollamento abbia – la legge lo stabilisce – una logica molto importante, perché è una tutela dello spettatore. Un'eventuale riduzione (e questo vale per tutte le reti) di spazi, qualificati soprattutto, trova una certa preoccupazione da parte delle aziende, in quanto sono *audience* qualificate, spesso in termini di grandi *audience* e di profili particolarmente interessanti per il mondo della comunicazione.

[MAURIZIO ROSSI](#). Grazie, direttore, spero che le siano arrivate le domande che ho mandato ieri, e comunque le leggo,

Pag. 76

ovviamente, anche per chi ci segue. Lo dico anche per i clienti, voi rappresentate il fatturato che tiene in piedi il sistema dei *media* del Paese. A voi posso fare alcune domande proprio sul sistema della pubblicità in Italia, generale, e che riguarda la Rai e la prossima concessione.

Sono dati molto importanti per redigere il nostro parere sulla convenzione, che tocca sia l'aspetto canone sia quello pubblicitario, tanto più in Italia, dove il sistema pubblico è misto e vi sono diversi dubbi se sia un sistema corretto o sia proprio da modificare in occasione di questa nuova convenzione. Potete spiegare come funziona l'acquisto di spazi pubblicitari in Italia, sia sui canali di servizio pubblico che sul resto dei *media* d'informazione? Il 70-80 per cento della pubblicità in Italia passa dai Centri Media. Sono i clienti o i Centri Media che gestiscono di fatto la pubblicità nel Paese? Perché in Italia c'è questa situazione così esasperata rispetto agli altri Paesi relativa ai Centri Media che dominano svariati miliardi di pubblicità? Anche Rai, nonostante sia pubblica e abbia un affollamento limitato, paga profumatamente i Centri Media per ottenere contratti dagli stessi, importi di svariati milioni. Sembra che negli ultimi anni si sia passati da 5 a 18 milioni di euro. Chiedo, tra l'altro, al presidente se possiamo avere un dato preciso, perché – ci tengo a dirlo – non ce l'ho al momento, anche se bisognerebbe andare a spulciare nei bilanci di Sipra. Possiamo chiedere quanto Rai paga ai Centri Media e quanto pagava negli anni passati? Trovate giusto che gli sconti per gli spazi su Rai ormai di fatto partano dall'85 per cento e arrivino anche al 92 per cento? Oltre a questo ci sono gli omaggi e, appunto, le percentuali ai Centri Media. A voi che siete grandi investitori italiani sta bene il sistema così com'è oggi o ritenete che ci si debba mettere mano urgentemente nell'interesse di una difesa

Pag. 77

di tutto il sistema dell'informazione e della pluralità dell'informazione?

La Francia è intervenuta – è bene saperlo – sin dal 1994 per regolamentare il sistema dei Centri Media e vi chiedo (se per caso lo sapete voi meglio di me) se vi risulta che il servizio pubblico francese non sia autorizzato a pagare alcunché ai Centri Media per ottenere pubblicità. Questo perché, avendo un limite molto basso, comunque il denaro pubblico non deve andare in percentuali ai Centri Media. Sareste favorevoli a una separazione netta, anche societaria, del concessionario del servizio pubblico, come peraltro invita l'Europa, tra canali di servizio pubblico senza pubblicità e canali commerciali che possono, invece, mettersi sul mercato al pari di altri?

Alla fine ottenete certamente prezzi molto favorevoli dalla Rai, specialmente in questi ultimi anni, grazie all'accordo che Rai e Sipra hanno avuto con i Centri Media. La vostra pubblicità viene inserita in programmi di servizio pubblico, che sono acquistati con i soldi del canone, da grandi eventi sportivi a produzioni. È denaro pubblico dei cittadini che va ad un unico soggetto.

Ritenete che il sistema debba proseguire così com'è sino ad oggi o ritenete che, visto che siamo alle porte di una nuova convenzione, non vadano apportate modifiche, sia per quanto riguarda la concessione del servizio pubblico e quindi la pubblicità in quei programmi di servizio pubblico, sia in generale sulla gestione della pubblicità che viene appunto monopolizzata dai Centri Media? Una netta separazione societaria, quindi, eliminazione dei Centri Media nella vendita di spazi del concessionario pubblico, forte diminuzione della tabella sconti a cui abbiamo assistito sino ad oggi e, ovviamente, altri suggerimenti che vorrete cortesemente fornirci.

Pag. 78

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Ringrazio la dottoressa Maggioni non solo per la presenza, ma anche per aver predisposto una nota molto esaustiva. Non ho commenti aggiuntivi rispetto alle considerazioni del senatore Rossi, perché fa riferimento a realtà che non conosco direttamente. Mi chiedevo, invece, presidente, se abbiamo acquisito da Rai quel dato riferito a quanto aveva detto il direttore generale.

PRESIDENTE. Non è ancora arrivato.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Il direttore aveva detto che era un calcolo semplice, ma ho detto che non ero in grado di farlo. Volevo sapere se era arrivato, perché forse questo può aiutare a dipanare alcuni dubbi del senatore Rossi.

PRESIDENTE. Non ricordo da chi era stato detto in Commissione, sempre parlando di pubblicità, che l'accusa che si faceva a Rai era di una sorta di *dumping*. Quindi l'affollamento generale, che poi al 4 per cento era la somma di tutti i canali e non di uno solo. Questa è stata la questione ed è per questo che il direttore generale è venuto qui e ci ha detto della distribuzione in secondi e la divisione. Aspettiamo ancora questo dato per comprendere bene questa situazione. Non so se lei ha un'opinione al riguardo.

GIOVANNA MAGGIONI, *direttore generale UPA*. Per rispondere al senatore Rossi, che cortesemente mi aveva anticipato con una *mail* queste sue domande, intanto bisogna tener conto della struttura del mercato pubblicitario. È un mercato che va diventando sempre più complesso; penso a tutta l'area di internet e di quello che chiamiamo programmatica, di una serie anche di nuovi modi di presentarsi al mercato da parte dei mezzi. Quindi, sempre di più diventa importante per le aziende, che sono per loro natura produttrici di beni, di servizi, e che in

Pag. 79

più fanno anche investimento pubblicitario, ma la cui primaria natura è quella di produrre, essere affiancate da specialisti della materia, che in questo caso si chiamano Centri Media. Nel passato erano le agenzie di pubblicità che erano a servizio completo, quindi facevano la creatività e la pianificazione, cioè la scelta dei mezzi, oggi questo si è diviso tra chi fa la creatività e chi, invece, come i Centri Media, fa la pianificazione. La pianificazione per un'azienda vuol dire porsi intanto degli obiettivi, cioè a chi vogliamo parlare, quello che chiamiamo il *target* in maniera convenzionale; quindi, decidere quali sono i mezzi più adatti per parlare di quel prodotto a quel *target*, cioè a quelle persone. Le aziende non fanno distinzione tra servizio pubblico o privato; lo faranno come cittadini, ma come aziende che investono fanno una scelta tra quei mezzi, prima scegliendo le tipologie dei mezzi – televisione, radio, affissione, cinema, carta stampata – a seconda di quello che è l'obiettivo del messaggio che voglio mandare a un consumatore.

Fatta la prima scelta tra i mezzi – non è un mezzo solo, ma sono a volte degli incroci, televisione più internet, televisione più stampa, stampa più radio – attraverso le indagini che sono l'Auditel, l'Audipress, l'Audiweb, dove tutti gli operatori di quel mezzo sono insieme e vengono rilevati alla stessa maniera,

all'interno di queste ricerche si va a vedere quali sono i mezzi e le testate più adatte per veicolare quel messaggio. Se ho una campagna locale, userò l'Auditel per la parte delle televisioni locali e la stampa per la parte locale e così via. A questo punto i Centri Media, che sono appunto coordinatori del fattore pianificazione da parte dell'azienda, danno alle aziende dei piani di scelta dentro i quali ci sono tutti i mezzi, in funzione appunto dei loro *target* che raggiungono. Quindi, il sistema pubblicitario va a cercare quei mezzi che corrispondono meglio, in quanto a *target*, all'obiettivo che l'azienda si è data. Questo

Pag. 80

è il lavoro che viene fatto. Quindi, il Centro Media affianca l'azienda in questa funzione. Dire se si può per alcuni mezzi eliminare il Centro Media o per altri tenerlo, credo – certo, tutto è fattibile nella vita – che sia molto difficile, proprio perché è una concatenazione di fattori che vengono pesati e misurati, tant'è vero che nell'Auditel tutte le emittenti e tutti i canali, Rai, private, locali, *free* e satellitari, sono misurate alla stessa identica maniera sullo stesso campione, proprio perché anche solo il fatto di avere lo stesso campione che misura tutto ci dà la dimensione dell'obiettivo che vogliamo raggiungere e capiamo se ci sono duplicazioni, se lo stesso consumatore salta da Rai Uno a Canale 5 a Sky Cinema, vediamo quella che chiamiamo ottimizzazione per raggiungere quel consumatore. Dunque, alla domanda su come funziona il sistema, rispondo che funziona in questo modo. I Centri Media sono assistenti dell'azienda. Poi, per quanto riguarda la loro funzione, non è solo italiana. È uscita una recente ricerca negli Stati Uniti sull'uso che si fa dei Centri Media. Oltretutto è stata fatta un'indagine conoscitiva dell'Agcom – se non ricordo male, quando è stata pubblicata era dicembre del 2012 – proprio sul mercato della comunicazione e sull'operato e il peso dei Centri Media. È un'indagine ancora attiva sul sito dell'Agcom, molto interessante, che noi stessi abbiamo mandato ai nostri associati. Siamo stati anche auditi su questo. Per quanto riguarda la Francia, rispetto a tutti gli altri Paesi europei, essa ha fatto la scelta di una legge, la Sapin, tra l'altro estesa anche a internet (legge Macron) a partire dal primo gennaio 2018, dove i Centri Media continuano a operare. La legge non li ha soppressi – perché la loro funzione è di pianificare e poi anche di acquistare – ma ha semplicemente accorciato la filiera del rapporto economico, in quanto la legge Sapin stabilisce che esiste una sola modalità contrattualistica tra il mezzo e il cliente, cioè con

Pag. 81

una fatturazione diretta. In realtà, oggi in Italia, ma anche in Inghilterra o in altri Paesi, esistono più modi di avere contratti legalissimi tra l'azienda, il Centro Media e il mezzo: con rappresentanza, senza rappresentanza, ma non voglio entrare in dettagli tecnici. La funzione del Centro Media non solo non è stata soppressa in Francia, ma ha una filiera diversa.

Per tornare alla prima domanda, è molto difficile, come le dicevo, pensare a una funzione diversa secondo che il mezzo sia pubblico o privato, perché nella scelta dei mezzi non facciamo una scelta da cittadino, ma da azienda che investe.

Per quanto riguarda il tema che lei sollevava sugli sconti, credo che dobbiate sentire direttamente i mezzi. Siamo un'associazione, quindi in quanto tale, avendo fatto una *compliance* antitrust, come molte associazioni hanno fatto, ai nostri tavoli è severamente proibito parlare di tariffe o di altro, proprio perché l'Antitrust su questo, per fortuna, è molto rigorosa. La maggior parte delle associazioni del nostro settore ha un codice deontologico, accettato dall'Antitrust, che riconosce come intorno ai nostri tavoli i prezzi, di qualunque natura, non solo quelli pubblicitari, non vengono assolutamente esplicitati.

PRESIDENTE. Ringrazio la dottoressa Maggioni e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.55.