SENATO DELLA REPUBBLICA CAMERA DEI DEPUTATI

XIV LEGISLATURA

COMMISSIONE PARLAMENTARE

PER L'INDIRIZZO GENERALE E LA VIGILANZA DEI SERVIZI RADIOTELEVISIVI

68º RESOCONTO STENOGRAFICO

DELLA

SEDUTA DI MARTEDÌ 18 MAGGIO 2004

Presidenza del presidente PETRUCCIOLI
indi del vice presidente CAPARINI
e del vice presidente D'ANDREA

TIPOGRAFIA DEL SENATO (320)

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE . . . . . *Pag.* 3

Audizione del Direttore della Divisione Radiofonia della RAI, del Direttore dei programmi radiofonici della RAI e del Direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI.

PRESIDENTE . . . . . *Pag.* 3, 6, 16 e *passim*
BUFFO *(Dem. Sin-L'Ulivo), deputato* . . . . .15, 16, 17 e *passim*
CAPARINI *(Lega Nord Padania), deputato* 7, 18, 28
CARRA *(Margherita-DL-L'Ulivo), deputato* . 13, 14, 15
D'ANDREA *(Margherita-DL-L'Ulivo), senatore* 19, 20
FALOMI *(Misto), senatore* 20, 22
GENTILONI SILVERI *(Margherita-DL-L'Ulivo), deputato* . . . . . 10, 11, 27 e *passim*
DEL BOSCO dott. Marcello, direttore della Divisione Radiofonia della RAI Pag. 4, 7, 11 e *passim*
VALZANIA, dott. Sergio, direttore dei programmi radiofonici della RAI . . . 9, 14, 15 e *passim*
SOCILLO dott. Bruno, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI . . . . . 9, 16, 17 e *passim*

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Alleanza Nazionale: AN; Democratici di Sinistra-l'Ulivo: DS-U; Forza Italia: FI; Lega Padana: LP; Margherita-DL-l'Ulivo: Mar-DL-U; Per le Autonomie: Aut; Unione Democristiana e di Centro: UDC; Verdi-l'Ulivo: Verdi-U; Misto: Misto; Misto-Comunisti Italiani: Misto-Com; Misto-Indipendenti della Casa delle Libertà: Misto-Ind-CdL; Misto-Lega per l'Autonomia lombarda: Misto-LAL; Misto-Libertà e giustizia per l'Ulivo: Misto-LGU; Misto-Movimento territorio lombardo: Misto-MTL; Misto-MSI-Fiamma Tricolore: Misto-MSI-Fiamma; Misto-Nuovo PSI: Misto-NPSI; Misto-Partito Repubblicano Italiano: Misto-PRI; Misto-Rifondazione Comunista: Misto-RC; Misto-Socialisti democratici Italiani-SDI: Misto-SDI; Misto Alleanza Popolare-Udeur: Misto-AP-Udeur.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Forza Italia: FI; Democratici di Sinistra-l'Ulivo: DS-U; Alleanza Nazionale: AN; Margherita, DL-L'Ulivo: MARGH-U; Unione dei democratici cristiani e dei democratici di centro: UDC; Lega Nord Federazione Padana: LNFP; Rifondazione Comunista: RC; Misto: Misto; Misto-Comunisti italiani: Misto-Com.it; Misto-Socialisti Democratici Italiani: Misto-SDI; Misto-Verdi-L'Ulivo: Misto-Verdi-U; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.linguist.; Misto-Liberal-democratici, Repubblicani, Nuovo PSI: Misto-LdRN.PSI; Misto-UDEUR –Alleanza Popolare: Misto-UDEUR –AP.

Intervengono il dottor Marcello Del Bosco, direttore della Divisione Radiofonia della RAI, il dottor Sergio Valzania, direttore dei programmi radiofonici della RAI, e il dottor Bruno Socillo, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI.

I lavori hanno inizio alle ore 14,10.

Presidenza del presidente PETRUCCIOLI

SULLA PUBBLICITÀ DEI LAVORI

PRESIDENTE. Avverto che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità della seduta sarà assicurata per mezzo della trasmissione con il sistema audiovisivo a circuito chiuso.

Avverto altresì che sarà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione del Direttore della Divisione Radiofonia della RAI, del Direttore dei programmi radiofonici della RAI e del Direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del direttore della Divisione Radiofonia della RAI, dottor Marcello Del Bosco, del direttore dei programmi radiofonici della RAI, dottor Sergio Valzania, e del direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI, dottor Bruno Socillo, che saluto e ringrazio per la loro presenza.

Informo che i nostri ospiti hanno consegnato una documentazione alla quale immagino faranno riferimento nel corso della loro esposizione; prego quindi i colleghi di prenderne visione.

In apertura della presente audizione sento la necessità di sottolineare l'opportunità che gli auditi, nell'ambito delle rispettive competenze e per quanto a loro conoscenza, oltre agli elementi che riterranno necessari ed alle risposte ai quesiti posti dai colleghi, ci fornissero qualche informazione in ordine alla questione della chiusura o del ridimensionamento delle trasmissioni in onde medie. La Commissione è infatti bombardata in tal senso da segnalazioni, richieste di chiarimento e di informazione, e quindi quanto verrà detto in proposito sarà utilizzato dalla stessa Com-

missione per rispondere a tali richieste che suppongo vengano rivolte anche direttamente alla RAI.

Abbiamo ricevuto poi delle segnalazioni che, se non proprio politiche, attengono comunque a specifiche funzioni riconosciute nel contratto di servizio ed a cui il servizio pubblico radiotelevisivo deve far fronte; mi riferisco ad esempio alla paventata possibilità che nell'ambito dell'attuale processo di riorganizzazione tecnologica dell'azienda possa avvenire un ridimensionamento delle trasmissioni destinate alle minoranze linguistiche ed ai non vedenti.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. In occasione della presente audizione ho fatto predisporre la documentazione cui il Presidente ha fatto riferimento (che contiene delle tabelle, alcune anche molto complesse) affinché i Commissari potessero avere l'opportunità di valutarla con tutto il tempo necessario.

Proprio per seguire un filo logico, la mia illustrazione prenderà avvio dall'analisi del mercato radiofonico e del suo posizionamento nel sistema dei *media* cui è dedicata la prima tabella: in esso la Radio si posiziona come un mezzo orientato verso il cambiamento, l'innovazione e la complessità sociale. Ciò tradotto in termini molto semplici significa che la radio è considerata uno degli strumenti e dei mezzi più innovativi e aperti nei confronti della società.

Per quanto riguarda l'evoluzione dell'offerta, oltre alle brevi note illustrative contenute nella documentazione, sono a mio avviso essenzialmente due le considerazioni da fare. In primo luogo va sottolineato il grande incremento che si è avuto in termini di nuove emittenti, sia sul versante dell'intrattenimento che su quello dell'informazione. Il mercato radiofonico è in continua evoluzione; tanto per dare un'idea della rilevanza dei cambiamenti cui si assiste in questo ambito, faccio presente che alcuni quotidiani di ieri davano la notizia che Mediaset sarebbe in procinto di acquistare tre radio attualmente in difficoltà. L'ingresso di tutti questi soggetti ha determinato per le reti di Radio RAI alcune criticità; si tratta quindi anche di valutare come nel corso degli anni la situazione si sia andata evolvendo. La nostra analisi peraltro non si limita a prendere in considerazione un anno – perché si tratterebbe di un lasso di tempo troppo breve per una valutazione seria – ma si estende ad un periodo più lungo.

Come risulta anche dalla documentazione, in Italia vi sono 1.700 emittenti attive – in questo computo non abbiamo considerato quelle che risultano praticamente incalcolabili, che vengono definite «goliardiche», che sono il frutto dell'impegno di alcuni ragazzi che con poche lire creano una radio – a fronte delle 282 in Germania e delle 350 in Spagna, un dato questo che spiega gran parte dei problemi che illustrerò più avanti.

Le emittenti principali, ossia quelle iscritte ad Audiradio, sono invece 303 e anche questo è un elemento che offre un'idea delle dimensioni con cui ci misuriamo.

Oltre alle tre reti RAI, vi è anche Isoradio che spesso viene considerata come una quarta rete del servizio pubblico (ma in realtà non lo è) giacché trasmette la stessa programmazione dei tre canali Radio RAI, ed in aggiunta il servizio per l'infomobilità.

In questo panorama vi sono soggetti che, considerata la mole degli investimenti e il fatto di poter usufruire di tre reti, hanno acquistato una consistenza assolutamente pari a quella della RAI, talvolta perfino superiore. Bisogna tenere presente che il mercato radiofonico negli ultimi anni ha tirato molto; due anni fa la Radio ha recuperato il primo posto in Europa come mezzo più ascoltato, battendo anche la televisione. Nel corso dell'ultimo quinquennio si è assistito ad un andamento pubblicitario favorevole, ed anche se si sono scontati due anni di crisi a seguito dell'11 settembre, se si considerano i dati del mercato pubblicitario radiofonico relativi ai tre anni precedenti si riscontrano tassi di incremento sempre dell'ordine di due cifre.

Tengo a sottolineare, quindi, la particolarità e peculiarità del mercato radiofonico, di cui va tenuto conto quando si esaminano i dati.

Non mi soffermo ad illustrare alcune tabelle, quale ad esempio quella sull'andamento della raccolta pubblicitaria, sicuramente utili sul piano dell'informazione, ma il cui significato è del tutto evidente.

Prima di passare al tema degli ascolti vorrei segnalare la scheda relativa ad Audiradio, ovverosia l'associazione di editori pubblici e privati, nazionali, regionali e locali, attraverso la quale si effettua l'indagine sull'ascolto radiofonico. Si tratta di uno strumento di rilevazione completamente diverso da quello dell'Auditel che ha una sua consistenza abbastanza scientifica (la rilevazione è automatica) ed i cui dati sono sicuramente più fondati, al di là della loro interpretazione. La rilevazione di Audiradio viene effettuata con il metodo tradizionale delle interviste telefoniche, anche approfondite, ma con tutta l'approssimazione che si può immaginare. Naturalmente accettiamo l'utilizzo di questo strumento, ma da questo a passare a considerare sacri i dati Audiradio ce ne corre. Si deve considerare, infatti, che se l'intervistato è disponibile ed ha tempo è portato a dare risposte più complete, se invece non ha tempo da perdere fornisce delle risposte liquidatorie, e questo ovviamente va ad incidere profondamente sul significato del questionario.

Per quanto riguarda la descrizione dei dati relativi al posizionamento delle emittenti RAI nella mappa socio-culturale, il posizionamento descritto nel grafico contenuto nel documento sottoposto all'attenzione dei Commissari può essere oggetto di riflessione, ma trattandosi di materia editoriale preferisco che siano i miei colleghi ad esprimersi.

Nel documento sono contenuti anche i raffronti relativi all'evoluzione degli ascolti nelle principali emittenti del mercato radiofonico, anche per fascia oraria, il che appare estremamente significativo. Infatti, al di là di Isoradio, che presenta un diagramma piuttosto costante, è evidente che per la radiofonia l'orario del *prime time* è quello del mattino, su cui però negli ultimi due anni si registra una forte concorrenza televisiva e non soltanto radiofonica. Quella fascia oraria, infatti, precedentemente

non veniva considerata pregiata mentre oggi viene sviluppata sia con un'importante offerta RAI che con un'altrettanto valida offerta Mediaset.

Per quanto concerne gli ascolti, la tabella relativa all'ultima rilevazione, riferita al primo ciclo del 2004, non necessita di ulteriori spiegazioni. Appare necessario invece svolgere alcune considerazioni sulla tabella relativa agli ascolti degli ultimi cinque anni; su di essa si può ragionare in modo più completo. Il dato in sé non appare tuttavia molto significativo. Per me, infatti, l'aspetto più importante è rappresentato, come i colleghi sanno, dal mantenimento delle posizioni. Attualmente Radio Uno è *leader*, Radio Due è la terza radio italiana, mentre Radio Tre negli ultimi anni ha registrato una crescita che l'ha portata al nono posto; Isoradio (anche se non dovrei considerarla in questi termini) occupa comunque il dodicesimo posto. Questo è il dato principale. Se facessi semplicemente un'operazione numerica non terrei conto della realtà del mercato radiofonico.

Faccio due esempi: Radio DJ e Radio Capital fino a pochi anni fa erano piccole emittenti: una volta rilanciate, hanno conosciuto un incremento del 220 per cento. Nel valutare tale posizionamento si deve tener conto di tale circostanza, vale a dire del fatto che partivano da una percentuale bassissima. Inoltre, qualche anno fa Radio 24 non esisteva proprio.

Nel mercato radiofonico vi sono costantemente nuovi ingressi, si formano *syndication,* si determinano nuove posizioni e da questo punto di vista l'aspetto più importante non è tanto il segno positivo o negativo (che naturalmente ha una sua rilevanza soprattutto quando ci rendiamo conto dell'esistenza di elementi di criticità su alcuni punti del palinsesto) quanto il fatto che Radio RAI nel suo complesso è riuscita a conservare la posizione di *leadership,* come risulta nel quinquennio che abbiamo preso in esame.

Qualche anno fa la situazione della Radio era molto critica. All'epoca mi occupavo di altre questioni ma ho seguito la vicenda da altri settori di Viale Mazzini. Fu allora che si decise un riposizionamento dei canali e fu stabilito di dedicare Radio Uno all'informazione, Radio Due all'intrattenimento e di accentuare il carattere culturale di Radio Tre. Un tale sforzo di riposizionamento ha prodotto dei risultati positivi, ma non si può considerare esaurito.

Quanto ai dati relativi alle ore di trasmissione, all'offerta per generi prevista nel contratto di servizio, alle edizioni del giornale radio e alla questione di Onda Verde, desidero fare una piccola notazione. Annualmente si riunisce la Commissione incaricata di valutare l'offerta sociale e Radio RAI è sempre ai primi posti. Noi abbiamo una serie di obblighi che ci derivano non soltanto dal contratto di servizio, ma anche dalla nostra missione di servizio pubblico (siamo tenuti a dar conto di tante questioni); ciò in un mercato ricco di offerte determina degli appesantimenti.

PRESIDENTE. Mi scusi se la interrompo, ma mi sembra che l'informazione sulla viabilità attualmente venga fornita anche da alcune radio private.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Sì, ma a livello regionale. È un settore che desta un certo interesse e si sta sviluppando perché garantisce notevoli rientri pubblicitari. Badate che su Isoradio non trasmettiamo alcuna pubblicità e la consideriamo esclusivamente una radio di servizio.

CAPARINI *(LNFP)*. La paghiamo noi con il canone.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Vi dirò tra non molto quanta parte del canone spetta alla Radio.

Fra le principali criticità registriamo senz'altro il problema della ricezione. Al di là di tutti i discorsi sulla bontà o meno dell'offerta, il problema principale è farsi ascoltare. Attualmente scontiamo una situazione che risale agli anni Sessanta. Tutti abbiamo sentito parlare della giungla delle frequenze e tale situazione è andata aggravandosi negli ultimi anni. Certamente andrò in pensione senza vedere la soluzione di questo problema.

Ci troviamo di fronte ad una situazione in cui le modulazioni di frequenza in onda media coprono il 98 per cento del territorio, con un livello di qualità che in base ai nostri *standard* risulta eccellente. Tuttavia ognuno di noi ha sperimentato quanto sia difficile riuscire a sintonizzarsi in certe situazioni.

Una delle ragioni principali di questa criticità viene descritta nel secondo paragrafo ed è un problema che non riguarda soltanto Radio RAI, che peraltro è la più corretta nel rispettare gli *standard* fissati, come del resto tutte le radio di una certa importanza. In genere sono le radio regionali e locali a provocare numerosi disturbi interferenziali e non essendo previsto alcun tipo di intervento sanzionatorio (ma soltanto una procedura che potrebbe andare avanti per anni) non sono motivate ad agire correttamente.

Nel 2002 solo il 12 per cento delle segnalazioni inoltrate al Ministero delle comunicazioni ha avuto esito positivo. Soltanto le radio che avevano sbagliato per un fatto tecnico hanno deciso di correggere il proprio errore.

Per quanto concerne la questione delle onde medie, la decisione ad essa relativa è stata in qualche modo subita dalla radio. Si tratta, infatti, di una decisione presa nell'ambito dell'adozione delle nuove strategie tecnologiche. Come sapete, le trasmissioni in onda media rappresentano in una certa misura una caratteristica della Radio italiana non essendo particolarmente diffuse negli altri Paesi europei. La questione fondamentale però è che la maggior parte degli impianti in onda media risale a più di cinquant'anni fa. Inoltre, tali impianti, le cui dimensioni consentono la trasmissione di tre segnali, hanno bisogno di grandi estensioni di terreno libero per consentire il rinvio del segnale. Quando sono stati costruiti cinquant'anni fa, molte zone erano disabitate o quasi. Nel frattempo, però, la situazione si è radicalmente modificata. Negli ultimi tre o quattro anni, senza che nessuno se ne accorgesse, molti di questi impianti di onda media sono stati disattivati, dai pretori o dai sindaci. Noi ci aspettavamo una

protesta e invece non vi è stata una reazione da parte del pubblico che si è semplicemente spostato sulla modulazione di frequenza. A fronte di questa situazione, secondo quanto mi dicono gli uffici competenti – e non ho motivo di dubitarne, perché alcuni di essi li ho visti di persona e posso affermare che non si è lontani dal vero – nel giro di pochissimo tempo questi impianti sarebbero comunque stati chiusi. Allora, gli uffici tecnici della RAI hanno pensato di sostituire questa vecchia rete di ripetitori ad onda media con una di nuova generazione, più contenuta nelle dimensioni, su terreni individuati insieme alle amministrazioni locali; si è pensato quindi di creare una nuova dorsale di onda media che però può ospitare solo un segnale e non tre come avviene attualmente. La scelta più logica è stata quella di destinarla a Radio Uno sia perché è la rete *leader*, di maggiore ascolto, sia perché tale rete, essendo di carattere informativo, ha più spiccate caratteristiche di servizio pubblico (in occasione di alcuni grandi disastri nazionali la Radio ha dato una grande mano alla protezione civile e a coloro che dovevano portare i soccorsi).

Abbiamo ritenuto di dover informare gli ascoltatori con grande anticipo. Si è creato comunque un allarme, che probabilmente è del tutto ingiustificato, perché per tutti quelli che ascoltano Radio Uno non accade nulla, visto che mantengono anche l'onda media. Il problema riguarda Radio Due e Radio Tre, ma secondo le nostre stime, all'interno di ciascuna di queste reti la percentuale di ascoltatori (parliamo di un pubblico prevalentemente anziano, poco abituato ad avere a che fare con mezzi più semplici e moderni) si aggira tra il 10 e il 15 per cento: uno sforzo di conversione dell'onda media in modulazione di frequenza non dovrebbe essere così traumatico, tenendo conto dell'esperienza passata, quando questa operazione è già avvenuta. Dal 3 maggio a oggi, sui numeri verdi attivati per informazioni sulla frequenza FM, abbiamo ricevuto 2.234 telefonate, 390 delle quali di proteste; negli ultimi tre giorni la situazione si è calmata, probabilmente perché molti hanno constatato che non cambiava nulla.

Per le audiodescrizioni, che già andavano in FM, il problema non esiste, nel senso che continueranno ad essere trasmesse regolarmente. Lo stesso vale per tutte le trasmissioni destinate alle minoranze linguistiche, che permarranno (l'operazione è stata studiata dal punto di vista dei palinsesti). Certo, la situazione del Friuli-Venezia Giulia, che prevede una programmazione molto ampia, è un po' particolare, ma grazie al nostro sforzo nulla cambierà.

Aggiungo alcuni dati economici che non trovate nella relazione e che comunque possono darvi un'idea della situazione. Quest'anno, da un punto di vista gestionale, la divisione radiofonia ha segnato il record storico di Radio Rai, con un margine operativo utile di 32 milioni di euro. Comunque in questi anni tutti i nostri indici sono stati positivi, settore del personale compreso (con una riduzione, senza conseguenze, di 200 unità e di 17 dirigenti e delle trasferte).

Il dato del canone è importante. L'incidenza della radiofonia sul totale del canone è del 9,1 per cento. Nel 2003 è stato dell'8,3 per cento. La stima per il 2004 è del 9, ma sarà più bassa, perché la pubblicità sta an-

dando molto bene, come dicevo, perché il mercato è in ripresa. Considerate tra l'altro che l'incidenza dell'assorbimento totale è del 7,2.

Naturalmente alcuni di questi risultati gestionali noi li scontiamo da un altro punto di vista. Un grande gruppo editoriale di cui parlavo prima, l'anno scorso ha stanziato 25 milioni di euro per la promozione; nel corso del 2003 ho speso 300 mila euro. Questo rende l'idea che non possiamo dare il meglio; comunque i risultati per l'azienda sono buoni. Se volete fare un rapporto tra radio e televisione, pensate che i nostri costi esterni incidono sul totale RAI per il 2,3 per cento.

Termino questa mia sintetica relazione; naturalmente sono a disposizione per rispondere a tutte le domande che mi vorranno porre i Commissari.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Signor Presidente, quando ci siamo incontrati l'altra volta non sono riuscito a rispondere ad alcune domande; pertanto non dirò quasi nulla, lasciando il mio tempo a disposizione dei componenti della Commissione.

Presidenza del vice presidente CAPARINI

(*Segue* SOCILLO). Mi preme comunque sottolineare che i profeti di sventura che si erano manifestati sulla stampa, in questa sede non hanno avuto ragione, perché le ultime rilevazioni danno un'inversione di tendenza. Come diceva il dottor Del Bosco, esultare per i risultati positivi o gridare al disastro per i risultati negativi non ha molto senso, perché la rilevazione di Audiradio è quella che è e che conosciamo. In ogni caso il dato da valutare è quello complessivo e da questo punto di vista, in base all'ultima rilevazione, Radio Uno nel suo piccolo ha ottenuto dei risultati estremamente positivi che tenevo a sottolineare.

Concludo qui per lasciare spazio alle eventuali domande o richieste di chiarimento da parte degli onorevoli Commissari.

VALZANIA, direttore programmi radiofonici. Signor Presidente, non intendo dilungarmi su alcuni temi che sono stati già affrontati dai colleghi Del Bosco e Socillo, anche se tengo anch'io a sottolineare la stagione particolarmente felice che sta attraversando Radio Tre che, in base alle ultime rilevazioni, si attesta al 2,9 per cento di *share,* il risultato sicuramente più positivo da quando esiste Audiradio.

Per quanto riguarda Radio Due vorrei segnalare un altro aspetto. Se esaminiamo la situazione delle maggiori emittenti radio italiane, nelle prime dieci posizioni, oltre alle tre emittenti RAI, troveremo Radio DJ, RDS, RTL, RISMI, Rete 105, RMC, Radio Capital, che vanno considerate tutte concorrenti dirette di Radio Due, proprio per il tipo di programma-

zione; ciò in parte spiega la maggiore difficoltà di riconquista di spazi di mercato da parte di quest'ultima. Le più recenti rilevazioni segnalano un livello di ascolto di Radio Due, nei giorni lunedì-venerdì e nella fascia di età tra i 25 ed i 44 anni, attorno al 34 per cento dato che, pur essendo tuttora inferiore alla composizione dell'ascolto medio in Italia, indica tuttavia una differenziazione sostanziale di Radio Due rispetto alle altre due emittenti RAI che si attestano attorno al 20 per cento. Questo era del resto l'obiettivo che il progetto di ristrutturazione del 1998 aveva assegnato alla rete che lentamente sta modificando la propria forma e quindi il proprio rapporto con il pubblico.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U).* Ringrazio i nostri ospiti anche per la documentazione fornitaci che, oltre a rappresentare un segnale di attenzione verso la nostra Commissione, raccoglie dati e informazioni molto interessanti. Ciò premesso, debbo però manifestare qualche dubbio sulle conclusioni principali che mi sembra di poter trarre dai loro interventi, con particolare riferimento a quello svolto dal dottor Socillo.

A mio avviso è infatti importante domandarsi se siano fondati l'allarme e le preoccupazioni manifestati sul futuro di questo settore che, come è noto, sono circolati in questi mesi sulla stampa – lo ricordava prima il dottor Socillo – ma che hanno avuto eco anche in questa sede, come pure tra alcuni giornalisti e dipendenti della Radio che, ciascuno secondo la propria rappresentatività, hanno discusso di questo tema. Vorrei quindi sapere se questo sia un problema che avvertite come reale ed inoltre se, al di là delle iniziative della Commissione di vigilanza e degli esponenti politici che ne fanno parte, sia opportuno che siano in primo luogo i dirigenti che guidano questo settore della RAI (a cominciare dal responsabile della Divisione e dai direttori, ciascuno per la propria competenza), a sollevare la questione ponendola all'attenzione dell'azienda al fine di individuare risposte e soluzioni parzialmente diverse da quelle attuali. Esiste a vostro parere qualche strada alternativa, oppure ritenete che la situazione attuale sia tutto sommato frutto soltanto e semplicemente di una realtà di mercato? Una realtà che esiste e che non solo non nego ma di cui mi compiaccio, tanto da sperare che possa valere anche per la televisione.

Presidenza del presidente PETRUCCIOLI

(*Segue* GENTILONI SILVERI). In tale realtà di mercato si muovono diversi *player* e ritengo che a seguito dell'approvazione della legge Gasparri se ne affaccerà un altro potenzialmente anche di un certo peso. Anzi, va sottolineato che Radio RAI in fondo è la dimostrazione che una maggiore apertura del mercato non nega di per sé il senso ed il valore del servizio pubblico; al contrario, talvolta – forse con un certo snobismo

– si è portati a ritenere che in un mercato molto più aperto come quello radiofonico si comprenda meglio il significato di servizio pubblico di Radio RAI, rispetto magari ad un mercato più protetto quale quello televisivo. Si può certamente prendere atto del fatto che il calo degli ascolti determinatosi negli ultimi anni sia dovuto anche alla grande concorrenza e all'irrompere in questo segmento di mercato di diversi *player*.

Del resto questo fenomeno non è recente ed ha fatto bene il dottor Del Bosco a proporci una serie di dati e statistiche relativi all'ascolto riferiti non a quest'anno o a quello passato, ma comprendenti un ciclo più ampio. Osserviamo che la composizione plurale di questo mercato si è consolidata in un certo numero di anni, in un arco di 7-8 anni, e non è un fatto degli ultimi due anni. Credo che non sia giusta, né per questa Commissione né, soprattutto, per i responsabili di Radio RAI, una impostazione che sostenga che «*tout va bien, madame la marquise*»: si è in una situazione di mercato e di competizione, il fatto che si perda qualcosa non è in fondo così grave. Dico questo in primo luogo in relazione alla disamina dei dati relativi agli ascolti di Audiradio, rispetto al quale bisogna mettersi d'accordo; non si può alternativamente sostenere che funziona e che non funziona.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. A che cosa si riferisce?

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U).* Mi riferisco alla famosa storia della febbre e del termometro e ad una polemica, che considero archiviata, che ebbi non con lei, dottor Del Bosco, ma con il dottor Socillo il quale nel corso di una precedente audizione in tema di ascolti ci parlò dell'inadeguatezza dello strumento Audiradio che apparentemente invece oggi rivaluta.

In ogni caso credo sia opportuno partire da regole certe e quindi, al di là della perfezione o imperfezione delle rilevazioni di Audiradio, questo è comunque lo strumento che abbiamo a disposizione e al quale facciamo riferimento (al di fuori di questo la discussione diventa ovviamente insostenibile). Dall'analisi di questi dati si rileva che si è in presenza di un mercato in cui interagiscono vari protagonisti e di una flessione degli ascolti che dura da molti anni; vi sono altresì alcuni specifici elementi abbastanza allarmanti. Si riscontra innanzi tutto che questa flessione dell'insieme delle emittenti Radio RAI nell'ultimo periodo ha avuto una certa accelerazione e, in secondo luogo, che tale flessione desta particolare allarme sotto il profilo della gerarchia delle emittenti. Non sono un esperto e quindi mi interessa molto la vostra opinione sulla distinzione tra i dati fondati sull'ascolto medio giornaliero e quelli registrati nei sette giorni. Osservo infatti che nel vostro rapporto non vengono riportati i dati relativi all'ascolto settimanale che, come è noto, sono molto più preoccupanti per l'azienda. Intendo dire che in base a quel tipo di rilevazioni non risulta più un primato delle reti radiofoniche RAI, giacché Radio Uno si attesta al secondo-terzo posto e Radio Due addirittura al quinto-sesto posto. C'è

una differenza in termini negativi nei dati relativi all'ascolto settimanale, che mi sembra piuttosto preoccupante per l'azienda.

Altro elemento che sembra emergere dalla lettura dei dati che ci avete messo a disposizione è l'attuale difficoltà determinata da una diminuzione degli ascolti relativi alle *news* della Radio. Se così fosse, sarebbe particolarmente allarmante. A mio avviso esiste quindi un problema della Radio e appare giusto, se non doveroso, che i massimi responsabili di questo settore sollevino la questione, anche se tutti sappiamo che il mercato radiofonico è in continua evoluzione e ciò spiega in parte le difficoltà esistenti.

Nel periodo evidenziato dal dottor Del Bosco, relativo agli ultimi 5-6 anni, nel grafico sottoposto alla nostra attenzione gli ascolti di Radio RAI risultano in difficoltà; si rileva una perdita nell'ascolto medio giornaliero di alcuni milioni di utenti. Tuttavia il servizio pubblico non gioca le sue carte esclusivamente sul terreno degli ascolti e se c'è un settore in cui tale affermazione (in televisione viene smentita continuamente a causa delle dinamiche dell'Auditel e del rapporto con la pubblicità che spinge in una direzione diversa) può trovare un'applicazione reale è proprio la Radio. In tale ambito, forse, si potrebbe mettere alla prova questa teoria, badando più alla qualità che agli ascolti, per vedere quanto una tale politica possa effettivamente reggere.

Da questo punto di vista credo però sia necessario che voi chiariate almeno due questioni per giustificare, malgrado l'offerta di servizio pubblico, la difficoltà degli ascolti. La prima questione è il pluralismo. Reputo scandaloso e poco serio che questa Commissione non abbia uno strumento per il monitoraggio del pluralismo nella Radio analogo a quello assicurato dall'Osservatore di Pavia per la televisione (per quanto anch'essi siano piuttosto imperfetti). Nonostante il dottor Saccà e il dottor Cattaneo ci abbiano assicurato in varie occasioni che queste informazioni sarebbero arrivate, in realtà non ci è giunto nulla; non disponiamo neppure di strumenti elementari e ci basiamo unicamente su valutazioni e giudizi personali o su quanto viene riportato dai comitati di redazione. Ho l'impressione che esistano dei problemi perché il «panino» non è solo una questione televisiva. Ritengo pertanto che la questione vada riproposta con forza, e lo dico soprattutto al Presidente di questa Commissione.

L'altra questione concerne la qualità dell'offerta radiofonica del servizio pubblico. Mi chiedo se il posizionamento dei nostri canali radiofonici sia corretto. Infatti, in base alle tabelle contenute nel documento messo a nostra disposizione dal dottor Del Bosco, tale posizionamento sembrerebbe orientato, nel confronto con i concorrenti privati, sul lato della chiusura e della tradizione, superato solo da Radio Maria che, con tutto il rispetto che esprimo per questa radio, è chiamata a svolgere una funzione particolare e non rappresenta un servizio pubblico. Tutto questo mentre l'ideale offerta radiofonica, dai dati dello studio della GPF e Associati, dovrebbe orientarsi verso l'innovazione e l'apertura.

Quindi il problema principale dell'offerta radiofonica RAI è di essere spostata verso il lato della tradizione e della chiusura. In quest'ottica mi

piacerebbe sapere che fine hanno fatto i progetti relativi a Radio *All News* di cui si è tanto parlato. Mi chiedo inoltre se è vero che esiste un rischio di snaturamento di Radio Tre, al di là dei buoni indici di ascolto ricordati poc'anzi dal direttore Valzania.

In sostanza, mi chiedo se esiste il rischio che l'offerta del servizio pubblico radiofonico presenti al tempo stesso problemi di pluralismo, di chiara identificazione della *mission* e di diversificazione delle tre reti.

Non ho posto questi problemi per apparire come un guastafeste rispetto ad un quadro che comunque non può essere descritto in termini positivi. Ritengo giusto sollevare il problema e lanciare un allarme affinché la questione venga sottoposta al vertice aziendale della RAI, che a mio giudizio si sta occupando troppo poco della Radio.

Certamente è vero quello che il direttore Del Bosco ci ha riferito circa l'abbandono delle onde medie, tuttavia non ho difficoltà ad aggiungere che la RAI avrebbe potuto fare qualcosa di più in termini di assistenza verso questo trapasso. Non vorrei che si scoprisse che una parte di pubblico, anche piccola, (quella che probabilmente ha più difficoltà nel capire la differenza tra onde medie e modulazione di frequenza e che certamente non chiama i *Call Center),* abbia subito qualche problema da un passaggio di questo genere.

CARRA *(MARGH-U).* Spesso in questa Commissione affrontiamo polemiche di attualità, dimenticandocene poi qualche giorno dopo.

Nel caso di Radio RAI ci troviamo invece di fronte ad una questione strutturale. È la seconda volta che ne parliamo e immagino che dovremo farlo ancora. Vorrei pertanto che i nostri ospiti credessero al nostro sincero desiderio di cooperare con l'azienda.

La lettura, anche superficiale, del documento che ci si è presentato, piuttosto che esaltare, deprime; questo voi lo sapete bene, perché lo avrete letto e compulsato meglio di noi. Radio Uno e Radio Due presentano ascolti decrescenti, mentre Radio Tre mostra una leggera inversione di tendenza. La situazione è ben riassunta da una delle ultime immagini, che voi peraltro non avete nascosto: il mercato è in crescita, ma Radio RAI ne intercetta poco, o quasi niente. La pubblicità è in diminuzione rispetto al 2001, pur con un mercato che tira. C'è una stima, non so se prudenziale, di una diminuzione di 1 milione e mezzo di ascolti.

Vi trovate di fronte ad una aggressività della concorrenza che non c'è più nella televisione generalista e non solo perché nel mondo della Radio sta per entrare un altro competitore, liberato dalla legge Gasparri, ma perché già quelli che esistono adesso, che vanno in onda ogni giorno, cambiano pelle, cambiano idee, cambiano tutto. Gli altri cambiano, Radio RAI rimane ferma, non rimane neanche se stessa, perché quella della tradizione avrebbe potuto essere una scelta. Dobbiamo parlarci con sincerità. Ho l'impressione che voi siate di fronte ad un bivio che però non porterà né al rinnovamento e alla discontinuità né alla persistenza, al rafforzamento e al potenziamento della tradizione. Lo dico perché vedo dei programmi troppo uguali tra loro: ce ne sono due, uno su Radio Due uno su

Radio Tre, che si assomigliano tantissimo, cambia soltanto il ritmo della musica.

Altro aspetto, sottolineato anche dal dottor Del Bosco è quello tecnologico. Vorrei sapere se è vera la mia impressione che nell'attuale fase di smantellamento silente delle onde medie, la RAI sia più preoccupata di sviluppare il digitale televisivo piuttosto che il sistema DAB (Digital Audio Broadcasting). E' così?

Il direttore Del Bosco ha detto che c'è un 10-15 per cento di anziani che si sforzano di ascoltare Radio RAI sulle onde medie e che forse non riusciranno a passare alla modulazione di frequenza. Non vorrei che ci fosse un darwinismo radiofonico. Non vorrei che ciò accadesse e so che anche il dottor Del Bosco lo farà, oltretutto perché la radio italiana, da che mondo e mondo, è bella e ha impedito, secondo una tesi sostenuta anche da alcuni storici, una possibile guerra civile. Ha un radicamento nel sentimento degli italiani più forte di quello della televisione che non mi risulta abbia avuto questo stesso ruolo nel dopoguerra. Voi dirigenti della Radio avete quindi in mano non un qualunque strumento di comunicazione, ma molto di più. Pensare che si possa fare a meno della Radio è sbagliato. Poi, se parliamo di anziani ricordiamo che si tratta di un pubblico in forte aumento. Cosa si fa al riguardo?

Prima gli aspetti tecnologici della Radio erano curati da una direzione. Ora da chi, e come?

Il nuovo disegno organizzativo proposto dall'attuale direzione ci ha portato ad esprimere un parere negativo. Qual è la prospettiva? L'organo di direzione che si prevede è un comitato? È una riunione di amici? È un gruppo di ascolto? Signor Presidente, in precedenza il dottor Del Bosco che le sta a fianco, era direttore di una divisione, ma non di quelle famose del Papa...

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Lo sono ancora.

CARRA *(MARGH-U).* Ma nel disegno organizzativo la sua è già una ex divisione e lei lo sa benissimo, visto che sta sorridendo. Sorriderei di meno, o meglio, sorriderei altrettanto se sapessi quale è l'approdo.

L'ultima domanda riguarda Radio Tre, un tempo considerata l'ultima roccaforte dell'egemonia culturale marxista in questo Paese. Mettiamo fosse vero, ma dall'essere una roccaforte dell'egemonia culturale marxista a diventare un *juke box* finalizzato all'intrattenimento musicale o alla lettura integrale di romanzi dell'Ottocento ce ne corre.

VALZANIA, direttore programmi radiofonici. La sua, onorevole Carra, è una battuta!

CARRA *(MARGH-U).* Non è una battuta, dottor Valzania, perché lei che è un fine uomo di cultura...

VALZANIA, direttore programmi radiofonici. La sua non può che essere una battuta!

CARRA *(MARGH-U)*. Ribadisco che non è una battuta. In ogni caso ognuno ha diritto di esprimere le proprie opinioni. Tornando al merito della presente audizione, auspico che lei, dottor Valzania, che ha certamente le qualità per farlo, nel prossimo futuro possa non dico smentire, ma piuttosto collaborare, cooperare e condurre ad un miglioramento effettivo una rete che a mio giudizio ha subìto un forte arretramento.

BUFFO *(DS-U)*. Non potendo rivaleggiare con l'onorevole Carra per quanto riguarda la finezza di alcune osservazioni, e non potendo discutere nel merito di alcune opinioni, mi limiterò a svolgere qualche breve considerazione.

La prima riguarda la dichiarazione che il dottor Del Bosco ha fatto in apertura del suo intervento; mi riferisco a quando ha affermato di essere più interessato alla posizione che ai dati di ascolto, positivi o negativi che siano. D'altronde, come sottolineato dall'onorevole Gentiloni Silveri, siamo in una situazione di libero mercato e questa è una realtà presente ormai da molti anni anche per il settore televisivo. Sul fatto poi che in questo grande mercato ci sia una forte concorrenza da parte della televisione, c'è invece da discutere. Sappiamo altresì – e ciò vale anche per quelli di noi che non sono figli della cultura marxista – che in una situazione di mercato ci si batte e ci si distingue come nel caso di Radio RAI. La RAI è comunque una grande protagonista dell'informazione ed è un mezzo particolarmente prezioso e tutt'altro che obsoleto, al contrario di quanto temono alcuni che non hanno compreso l'importanza e la modernità di questo strumento.

Ritengo quindi che in questo campo ci si possa distinguere e conquistare delle posizioni grazie alla qualità, alla puntualità, alla velocità – consentita ancor di più dal mezzo e dalla sua duttilità – e al pluralismo dell'informazione.

Va infine considerata la questione della ricezione. Per quanto riguarda gli elementi del mercato, degli ascolti, della qualità, della velocità e del pluralismo della informazione, sono problemi sui quali mi limiterò ad esprimere pochissime osservazioni la prima delle quali riguarda proprio gli ascolti. I membri di questa Commissione sono felici se gli ascolti di Radio RAI vanno bene perché ovviamente tutti auspichiamo che l'azienda del servizio pubblico guadagni posizioni. Mi chiedo però se questi ascolti vadano veramente bene. Sappiamo tutti che in questi anni, per le ragioni che qui sono state più volte sottolineate, si è assistito ad un tendenziale ridimensionamento delle posizioni della RAI nell'ambito di un mercato difficile ed affollato. Abbiamo rilevato dati particolarmente negativi nel 2003, anno in cui Rai Uno ha registrato una flessione pari a circa un milione di ascolti, che l'inversione di tendenza segnalata dai primi rilevamenti di quest'anno non è riuscita a recuperare.

A queste vanno aggiunte due ulteriori considerazioni che riguardano, da un lato, la modifica del sistema di rilevazione – come sottolineato dal dottor Socillo in un passaggio del suo intervento – dall'altro, la consapevolezza che un giudizio più meditato si ottiene solo se si prendono in considerazione i dati semestrali. Aspettiamo quindi che si concluda il primo semestre dell'anno per vedere se i dati di ascolto sono negativi o positivi.

Riassumendo, sarei felice se questa inversione di tendenza fosse confermata, ma rispetto alla flessione che c'è stata sarei prudente a tirare fuori i calici e lo *champagne* per i festeggiamenti. Per farlo aspetterei di verificare – ripeto – i dati relativi al primo semestre perché temo che questa caduta degli ascolti non sia stata recuperata, ma al massimo rallentata.

In tal senso sarebbe importante che tutti insieme, Commissione e dirigenti di Radio RAI, ci allineassimo su un giudizio allarmato. Ritengo infatti che questa costituisca la precondizione per avere la grinta sufficiente a risalire le posizioni e ad ottenere dal gruppo dirigente dell'azienda le risorse e gli strumenti necessari per combattere una difficile battaglia.

Quanto alla qualità, alla prontezza ed al pluralismo dell'informazione dico subito che vi sono molti problemi. Sarebbe ad esempio interessante capire se l'informazione radiofonica sia all'altezza dei compiti assegnati al servizio pubblico. Ricordo che lo scorso 11 marzo, il giorno degli attentati a Madrid, le bombe sono esplose intorno alle 7,30 del mattino, ma si è dovuto attendere fino alle 15 per la creazione di un filo diretto. Questo credo che sia uno dei tanti sintomi...

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Onorevole Buffo, forse le sue radio funzionano male.

BUFFO *(DS-U).* Non credo, vorrà dire che confronteremo i nostri dati da cui spero di essere smentita, ma purtroppo penso che non lo sarò.

Oltre a questa ci sono state anche altre occasioni in cui si è registrata una mancanza di agilità e di prontezza nell'informazione di Radio RAI e quando si è inseriti nel mercato questi aspetti contano molto, proprio perché la radio è un mezzo particolare. Tornando ai fatti di Madrid, non bisogna dimenticare che si era alla vigilia del voto in Spagna e gli inviati erano già sul posto; quindi c'erano tutte le condizioni necessarie per garantire una rapidità dell'informazione (visto anche che non si sta parlando di un posto sperduto nel mondo, lontano dai riflettori).

PRESIDENTE. Onorevole Buffo, per filo diretto lei intende una diretta?

BUFFO *(DS-U).* Un qualche cosa che non fossero le semplici notizie fornite dal radiogiornale.

PRESIDENTE. Lei intende un filo diretto con gli ascoltatori?

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Abbiamo fatto anche quello.

BUFFO *(DS-U).* Infine, non considero un esempio di pluralismo quanto accaduto la settimana scorsa, quando la scelta editoriale del Giornale Radio RAI sul caso dell'intervista della signora Pina Bruno è stata simile a quella del quotidiano «Il Giornale» di Paolo Berlusconi. Si è aperto sul caso TG3, ma non è stato concesso neanche un secondo alla replica del direttore del TG3, dottor Di Bella. Eravamo forse nella settimana d'esordio del vicedirettore D'Anna che ora si alterna, per scelta del direttore, al dottor De Martino nel sovrintendere all'informazione del mattino? Non lo so, non spetta a me dirlo, e queste non sono certo scelte che si discutono in questa sede. Certo è che non si è assistito ad un buon esempio di pluralismo informativo.

Sappiamo anche che la redazione del Giornale Radio RAI è sotto organico. Ad esempio quale giornalista in questo momento sta coprendo la sede di Bagdad? Voi contate una quota di precari molto elevata che cresce nel tempo. Questo tema è stato già affrontato molto seriamente in questa sede, valutando anche l'importanza di lavorare ai fini di una riduzione del numero dei lavoratori precari; ciò non solo in considerazione del disagio che vivono questi lavoratori, ma anche perché in una azienda che produce informazione pubblica e non tondini di ferro o lavatrici, il fatto che i lavoratori siano precari espone sempre ad un rischio la loro libertà e autonomia e questo non è certo positivo ai fini della garanzia del pluralismo. Se non ho notizie errate, e non credo, i Giornali radio della RAI rischiano di diventare poveri in termini di organico e ancor più di pluralismo dell'informazione e di non essere pronti sugli eventi che accadono nel mondo nonostante le potenzialità di questo straordinario strumento di diffusione delle notizie.

Come ricordava il dottore Del Bosco, voi costate poco all'azienda RAI, circa il 2,3 per cento delle sue risorse, e ciò fa contento il Direttore generale che ci ricorda sempre che è importante far andare bene i conti. Tuttavia alla nostra Commissione non interessa soltanto che si eviti uno spreco di risorse finanziarie e quindi di denaro pubblico, ma anche che l'informazione della RAI sia corretta, non sacrifichi il pluralismo e non perda ascolti.

Infine, per quanto concerne il problema della ricezione, male storico degli ultimi decenni della radio italiana, esiste una distorsione nel mercato dei *media* che va a braccetto con il caos delle frequenze, certamente non voluto dal destino. Non mi soffermerò sul punto, del quale hanno già parlato i colleghi Gentiloni Silveri e Carra sottolineando alcuni risvolti relativi alle scelte strategiche e tecnologiche operate dall'azienda, ma voglio ricordare che l'Unione Ciechi insiste nel manifestare la sua preoccupazione circa le audiodescrizioni. Spero che al riguardo siate in grado di rassicurarci in maniera definitiva. Non vorremmo che questo pubblico venisse darwinianamente punito per via tecnologica attraverso la riduzione delle trasmissioni ad onde medie.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Già adesso le audiodescrizioni vanno in onda in modulazione di frequenza.

BUFFO *(DS-U).* Allora gli esponenti dell'Unione Ciechi ci hanno inviato una lettera imprecisa. Essi, infatti, temono che alla fine vi sia una restrizione di tali trasmissioni. Meglio così, se la notizia non è corretta.

Ricordo infine al presidente Petruccioli la questione altoatesina, che ancora incombe sulle nostre teste.

CAPARINI *(LNFP).* Innanzi tutto vorrei rivolgere alcune domande ai nostri ospiti circa il posizionamento delle reti che, come ho potuto constatare dai grafici messi a nostra disposizione, in alcuni momenti sembra addirittura «accavallarsi» in termini di tipologia. Da quelle considerazioni erano scaturite proposte alternative, come la rete All News, alla quale si potrebbe far riferimento in un quadro di concorrenza così marcato.

Sempre con riguardo al posizionamento, vorrei sapere se è intenzione del servizio pubblico dare maggiore spazio alla musica italiana, alla musica popolare senza peccare di esterofilia, come personalmente ho la sensazione che accada. In questa Commissione abbiamo speso diverse ore di dibattito per cercare di capire come valorizzare il nostro prodotto seguendo la strada intrapresa, magari all'eccesso, dalla Francia al fine di incentivare le proprie produzioni. In quest'ottica vorrei sapere se si ha l'intenzione di dare maggiore risalto alla nostra produzione incentivandone la messa in onda, visto che il servizio pubblico dovrebbe servire anche a questo.

Altra questione, che concerne non tanto i contenuti quanto la qualità dell'offerta, è il problema di Isoradio. È un tasto che batto molto spesso, come sa bene il Presidente, in quanto trovo del tutto inadeguato il servizio offerto da Isoradio: spesso mi sono lamentato, presentando addirittura delle interrogazioni, della sua pessima qualità. Non mi riferisco ad un problema di segnale, che è simile a quello delle altre reti radiofoniche, ma ai contenuti.

Poc'anzi il direttore ha detto che l'offerta di Isoradio soffre della concorrenza posta in essere dalle radio commerciali che, del resto, hanno trovato un terreno molto fertile per attuarla, dal momento che Isoradio non è in grado di fornire un servizio efficiente. Lo dico da utente delle autostrade italiane. In attesa che i cantieri chiudano e che vi siano strade più scorrevoli sono abituato a farmi ore di coda, durante le quali mi sento preso in giro da Isoradio che si limita a comunicare che probabilmente vi sono code a tratti, senza specificare dove e né quanto dureranno, e quindi senza dare il servizio previsto nel contratto. Se Isoradio ha ragione di esistere deve saper fornire questo servizio.

Faccio un esempio. Per venire qui questa mattina mi sono alzato alle 5,30 e per percorrere 1 ora e 30 minuti di strada in direzione dell'aeroporto ne ho impiegate almeno tre. Dei tre diversi incidenti che mi hanno fatto perdere in coda circa due ore Isoradio non ha dato alcuna informazione (stiamo parlando dell'autostrada Brescia-Milano, della A4, non di

una qualsiasi strada statale). Di fronte a questo mancato servizio dovrebbe esserci una risposta concreta da parte della direzione. Senza tener conto che oltre a non usufruire del servizio sono costretto ad ascoltare canzoni quando in realtà l'offerta delle radio musicali è piuttosto varia, come si evince dalla vostra analisi del mercato radiofonico.

Se si ha bisogno di sapere che percorso alternativo conviene fare o che tipo di ritardo ci si deve aspettare, la radio deputata a dare questo tipo di informazioni dovrebbe essere, soprattutto in relazione alle autostrade, Isoradio. La radio francese fornisce un servizio totalmente diverso e lo fa comunicando in continuazione informazioni alternative; dà la possibilità di venire a conoscenza di tali informazioni non solo all'utenza francese ma anche a quella italiana, inglese e tedesca e in particolari periodi di grande turismo anche a quella di altri Paesi.

Non so in termini di costi quanto possa incidere un servizio del genere; tuttavia questo dovrebbe essere lo scopo di Isoradio; nel caso non fosse in grado di offrire tale servizio, non credo sinceramente che si abbia bisogno di altra musica. Forse sarebbe opportuno chiuderla e lasciare spazio alle radio commerciali locali che, ritornando all'esempio che ho fatto, mi hanno informato dell'esistenza dei tre incidenti, dei possibili percorsi alternativi e del tempo che avrei perso.

D'ANDREA *(Mar-DL-U)*. Signor Presidente, le domande che desidererei porre ai nostri interlocutori sono finalizzate, come le audizioni finora svolte, ad acquisire elementi conoscitivi in vista dell'esame del Piano industriale e del Piano editoriale. In sintesi, vorrei sapere se le valutazioni presentate nei documenti e la proposta avanzata per superare i punti di criticità vedono il favore di coloro che più direttamente operano in alcuni settori.

Sono arrivato in leggero ritardo e mi sono trovato ad ascoltare considerazioni sul miglioramento di alcuni dati. Se non avessi sentito il resto; se non avessi visto gli stessi dati che ci sono stati presentati qui oggi; se non avessi letto i dati che l'azienda ha inserito nel suo piano industriale 2004-2006; se non avessi conosciuto i documenti dell'assemblea dei redattori dei Giornali radio del marzo e aprile scorso e i commenti che dall'interno della radio sono venuti per richiamare l'attenzione su Radio RAI, avrei avuto l'impressione che stessimo trattando tutti di cose molto diverse dalla realtà.

Capisco le difficoltà che Radio RAI incontra rispetto ad un mercato, sia commerciale sia degli ascolti, complesso e più aggressivo di qualche anno fa, ma la realtà è la stessa per tutti. La tabella presentata non comprende solo i dati di Radio RAI, ma anche quelli di alcune altre principali emittenti, tutte toccate dalle stesso sistema di mercato pubblicitario, dallo stesso sconvolgimento delle abitudini e dalle stesse condizioni di organizzazione...

PRESIDENTE. Non proprio dello stesso mercato pubblicitario, perché Radio RAI ha delle limitazioni.

D'ANDREA *(Mar-DL-U)*. Ma le aveva anche prima.

PRESIDENTE. Sì, ma le altre non le hanno.

D'ANDREA *(Mar-DL-U)*. Forse prima ne aveva anche qualcuna in più, perché secondo le indicazioni dell'*Authority* ora qualche volta sfora. Ma non mi pare neanche questo decisivo. La verità è che i dati presentati, che comprendono il periodo 1997-2003, mentre per Radio RAI, nel suo complesso, dimostrano un calo netto, per almeno tre delle altre emittenti concorrenti evidenziano un notevole incremento, in un caso addirittura pari a tre volte il risultato maturato negli anni precedenti. Questi dati d'altronde non sono contraddetti, ma confermati da quelli che l'azienda presenta nel suo piano industriale, nel quale vengono evidenziati non solo attraverso le tabelle, come è giusto che sia, ma anche attraverso la descrizione dei cosiddetti punti di criticità intrinseci, alcuni dei quali, che conoscete meglio di me, legati alla struttura e all'organizzazione.

Come Commissione di vigilanza dobbiamo esprimere un parere sul piano industriale RAI, ma ci occorrerebbe avere un conforto ulteriore. Al di là della sinteticità con la quale sono stati evidenziati nel piano industriale, quali sono nello specifico i punti di criticità sui quali dovremmo segnalare all'azienda la necessità di adeguare la strategia? Ho la sensazione (ed anticipo un giudizio) che i punti di criticità denunciati nel documento non si superino con la terapia enunciata nello stesso documento. Nel caso, la situazione sarebbe piuttosto strana: viene diagnosticata una malattia, ma si indica una terapia che è di per sé inadeguata. Ancor di più sarebbe clamoroso se tale criticità non venisse sottolineata o evidenziata nella giusta misura dai protagonisti della gestione, perché secondo me senza una consapevolezza del limite del prodotto, così come si è andato realizzando sin d'ora, non ci sarebbe neanche una spinta a migliorare lo stesso e a superare le difficoltà.

Vorremmo essere messi nella condizione di poter dire quale strategia aziendale la RAI deve mettere in opera per evitare il declino della radio, al quale nessuno di noi, come diceva l'onorevole Gentiloni Silveri, vuole rassegnarsi. Cosa possiamo fare per ribaltare questo atteggiamento? Potremmo anche chiedere la salvezza della radio, a danno di altro, ma ciò sarebbe compatibile con la strategia complessiva della RAI?

FALOMI *(Misto)*. Signor Presidente, il materiale che ci è stato fornito, ancorché carente di alcuni elementi di informazione, è comunque prezioso e ci consente di poter esprimere una valutazione della situazione della radio del servizio pubblico radiotelevisivo. Pertanto avanzo in tal senso la seguente proposta, sottoponendola all'attenzione del Presidente: sarebbe utile che sulla questione degli impianti, delle frequenze e delle criticità che si rilevano in questo settore, e che da ascoltatori sperimentiamo quotidianamente, venisse svolta una specifica audizione dei rappresenti del Ministero delle comunicazioni. Infatti, ci sono riferimenti ad

adempimenti che a mio avviso non attengono alla competenza specifica della RAI, ma a quella del suddetto Ministero.

Ho parlato di documentazione preziosa, ancorché incompleta, giacché ai fini di una valutazione del servizio pubblico radiofonico si ravvisa la totale mancanza di un capitolo dedicato al tema del pluralismo, argomento che per una Commissione come la nostra rappresenta invece un elemento essenziale. Nonostante ripetuti ordini del giorno, deliberazioni e sollecitazioni da parte della nostra Commissione per la realizzazione di un sistema di rilevazione della comunicazione politica analogo a quello televisivo, ci troviamo di fronte al fatto che questo sistema non esiste (né siamo a conoscenza di altri sistemi o strumenti che ci consentano di dare una valutazione sul tema del pluralismo). Tutto rimane affidato a quelle che sono le percezioni che ognuno di noi può ricavare ascoltando in modo intermittente e casuale la radiofonia e che evidentemente non rappresentano poi elementi tali da condurre a giudizi conclusivi. Sicuramente, però, alcuni elementi di informazione potrebbero essere forniti rapidamente alla nostra Commissione per andarsi ad aggiungere alla documentazione proposta. Sarebbe ad esempio interessante che fossero forniti gli elenchi dei politici che partecipano a trasmissioni radiofoniche di approfondimento che il servizio radiofonico svolge, quali «Radio anch'io», «Zapping», o nei grandi contenitori del pomeriggio. E' vero che questi elenchi non potrebbero fornire un quadro esaustivo della situazione (si tratta comunque di un insieme di dati facilmente definibili ed anche trasmissibili alla Commissione) ma ci permetterebbero di poter dare una valutazione più attenta su un tema per noi rilevante, considerato che la funzione di un servizio pubblico radiotelevisivo è anche quella di garantire l'effettivo rispetto del principio del pluralismo politico, culturale, religioso, sociale e quant'altro. Sarebbe quindi importante acquisire questi elenchi ai fini di una valutazione più attenta e specifica rispetto a quella che genericamente ognuno di noi può fare di volta in volta (magari protestando poi con una telefonata alla RAI).

La seconda questione riguarda il tema del posizionamento del servizio pubblico radiofonico. Riscontriamo, infatti, una contraddizione evidente tra un mezzo di comunicazione come la radio, che si colloca in quella che viene definita l'area dell'apertura, dell'innovazione e del pubblico giovanile, ed il posizionamento del servizio pubblico in un'area che è più quella della chiusura e della tradizione. Chiedo quindi ai nostri ospiti la loro opinione sui motivi di questa discrasia di posizionamento e se la ritengano un fattore positivo. Può infatti accadere che nell'ambito del mercato radiotelevisivo tale collocazione risulti giusta, anche se francamente i dati relativi all'ascolto che ci sono stati forniti non sembrerebbero confortare questa ipotesi, visto che testimoniano un *trend* negativo che va avanti dal 1997 al 2003, anno in cui si è registrata una drastica flessione delle percentuali di ascolto delle emittenti RAI. Sarebbe quindi utile capire se questa caduta nasca anche dalla difficoltà di collocare il servizio pubblico radiofonico in quell'area dell'apertura, dell'innovazione e del pubblico giovanile che ancora sembra essere il posizionamento migliore per quanto

riguarda la radiofonia. In merito ai dati sull'ascolto non aggiungo altro a quanto è stato già sottolineato, certo c'è da registrare il *trend* negativo di questi anni, laddove le più recenti rilevazioni relative ai primi mesi del 2004 segnalano invece un'inversione di tendenza in senso positivo. A questo proposito, per valutare se si tratta di un fenomeno che ha radici profonde, oppure se si è in presenza di un miglioramento dovuto alla scelta di un periodo, sarebbe utile potere confrontare rilevazioni riferite a periodi tra loro non omogenei.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. I cicli esaminati da Audiradio sono tutti omogenei.

FALOMI *(Misto).* Parlo di omogeneità facendo riferimento ai diversi momenti dell'anno. Intendo dire che se si confrontano il primo ciclo 2004 con il quarto ciclo 2003 in termini temporanei non si ha omogeneità.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Nelle tabelle vengono riportati entrambi i confronti.

FALOMI *(Misto).* Torno ad insistere su questo aspetto perché vorrei far notare che se si pongono a confronto il primo ciclo 2003 con il corrispettivo del 2004, il risultato è che si continua a registrare una tendenza negativa dei dati d'ascolto. Ne consegue che sarebbe stato interessante avere e confrontare i dati relativi al quarto ciclo 2002 e al primo ciclo 2003 per capire se esiste una anomalia che si ripete o si è in presenza di una reale inversione di tendenza.

Per quanto riguarda infine la questione sollevata dall'onorevole Caparini in merito a Isoradio, credo che potrebbe risultare utile avere una risposta sulla natura dei rapporti tra Isoradio e la Società Autostrade. È possibile infatti che esista un qualche conflitto tra il fornire certe informazioni e gli interessi della suddetta società che ovviamente tiene ad avere più viaggiatori possibile sulla sua rete autostradale.

PRESIDENTE. Sulla questione del pluralismo e dei dati che in tal senso dovrebbero essere forniti abbiamo svolto più discussioni. Sicuramente ci troviamo in una situazione non semplice, giacché sappiamo che gli strumenti di rilevazione sono o del tutto assenti, o molto superficiali. Credo anche che in questo caso non possiamo andare alla ricerca di dati al di fuori della RAI e quindi provvederò a prendere nuovamente contatto con la Direzione generale e con l'Ufficio per le relazioni istituzionali per verificare quali possibilità ci siano di venire in possesso dei nominativi degli ospiti che partecipano alle trasmissioni radiofoniche e del calcolo dei tempi di intervento.

Tra l'altro, ritengo che tale rilevazione nella radiofonia almeno per un aspetto sia più semplice di quella effettuata nei programmi televisivi; per questi ultimi ci si avvale di almeno due tipi diversi di rilevazione: quella che si richiama all'immagine del politico ed al commento della re-

lativa notizia, e quella che fa riferimento alla dichiarazione diretta del politico. Per quanto riguarda la radio sarebbe già interessante avere il minutaggio dell'intervento svolto direttamente dall'ospite politico.

Ringrazio il senatore D'Andrea che ha già ricordato il contesto del lavoro della Commissione nel quale si colloca la presente audizione, come pure le altre che stiamo svolgendo: ciò mi consente di essere più breve.

Prima di rivolgere una domanda, vorrei fare una breve considerazione preliminare che ne spiega il senso. Concordo con l'onorevole Carra quando, di fronte a Radio RAI, ha affermato l'opportunità di porsi delle domande strutturali e cioè di lungo periodo. Dico questo non perché ritenga poco significativi gli andamenti stagionali, ma se guardiamo il mercato radiofonico o il sistema della radiofonia in Italia rileveremo che fino ad un certo momento il mercato radiofonico è stato caratterizzato dal monopolio della RAI; monopolio interrotto per un periodo di tempo dall'ingresso delle cosiddette radio locali e radio libere, quindi non dalle radio commerciali. Si trattava di radio fortemente radicate nel territorio ma di carattere minore, che hanno rappresentato per lungo tempo una grande novità per l'innovazione del prodotto e per il particolare rapporto che instauravano con il pubblico, ma che non sono mai state in grado di competere con il grande *network* radiofonico nazionale.

Una quindicina di anni fa si è avuto un altro passaggio nel mercato radiofonico attraverso la nascita, anche con notevoli investimenti e capacità di raccolta pubblicitaria, dei *network* nazionali, capaci invece di competere con Radio Uno, Radio Due e Radio Tre.

Anch'io rilevo una contrazione degli ascolti e non sono certamente d'accordo con una valutazione dei medesimi nella quale prenda il sopravvento un superficiale ottimismo, che non mi sembra peraltro di aver ascoltato nelle parole dei nostri ospiti. Tuttavia, tenuto conto dei cambiamenti radicali intervenuti negli ultimi anni e quindi dell'acquisizione di forza da parte di concorrenti agguerriti, quali sono i più grandi *network* radiofonici nazionali, si potrebbe vedere la questione anche in termini diversi, e scusatemi se guardo anche l'altra faccia della medaglia. Mi riferisco alla capacità di resistenza di Radio RAI. Quest'ultima, con un'offerta stratificata per decenni, è entrata nel costume e nella vita quotidiana di tante famiglie e riesce ancora a reggere nonostante la straordinaria innovazione di prodotto presente sul mercato. Questo, a mio avviso, non dipende soltanto dal fatto che Radio RAI si posiziona più sul versante della chiusura che non dell'apertura ma dal fatto che la media di età degli ascoltatori di Radio RAI è più elevata. I più giovani, infatti, si orientano prevalentemente verso un altro genere di offerta.

Ciò, naturalmente, in prospettiva può rappresentare un problema. Da ciò comunque si evince che forse lo strumento radiofonico sollecita la fedeltà dell'utente più di quello televisivo. La mia è un'ipotesi, che tuttavia nasce dalla constatazione che esistono associazioni come gli «Amici di Radio Tre» (associazione che mi ha manifestato la sua preoccupazione per la cessazione della trasmissione della rete in onda media e che incon-

trerò nei prossimi giorni per capire chi sono e come giudicano la radio) che non si ritrovano nel campo televisivo: non esistono gruppi di telespettatori che si organizzano a sostegno di una rete.

Mi chiedo se, tenuto conto della disparità strutturale del mercato radiofonico e di quello televisivo e delle evidenti diversità di attenzione tra i due strumenti (oggi il settore televisivo della RAI è concentrato sull'innovazione tecnologica del digitale, aspetto presente anche nel settore radiofonico ma che non acquista la medesima valenza), sulla scorta delle domande poste dal senatore D'Andrea, non sia giunto il momento di considerare seriamente la possibilità che la radiofonia si strutturi a tutti gli effetti come una società autonoma.

So che gli ospiti presenti non possono rispondere a questa domanda. Mi chiedo soltanto se non sia giunto il momento in cui una maggiore autonomia e responsabilità di chi si dedica alla radiofonia, naturalmente nell'ambito del servizio pubblico, non rappresenti un passo necessario per una più attenta concentrazione sugli obiettivi da raggiungere. Una concentrazione che appare ormai obbligatoria se si vuole reggere la competizione sempre più agguerrita presente nel mercato radiofonico.

Forse dall'odierna audizione possiamo trarre elementi per capire se l'intento di portare all'ordine del giorno un reale esame di tale questione è realizzabile o se invece è più opportuno lasciar perdere. Dunque, le riflessioni su questa domanda mi interessano molto, anche ai fini della discussione che tra non molto saremo chiamati a svolgere sul piano industriale.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Ho presentato questa documentazione cercando di mettere a disposizione dei membri del Parlamento dati sicuri e attendibili. Vi sono tabelle comode e altre scomode. Una rapida consultazione di tali tabelle vi ha certamente permesso di cogliere alcune sottolineature. Non mi pare tuttavia di aver manifestato espressioni di esultanza o di rassegnazione.

Quella di oggi è un'occasione per illustrare lo stato attuale di Radio RAI senza alcuno spirito polemico o «rivendicazionista», ma semplicemente per dimostrare che la situazione, come spesso accade, è più complessa di come appare o di come viene descritta nei *rumors* di corridoio delle assemblee di redazione, che frequento da 36 anni e che quindi conosco bene.

Fatta questa doverosa premessa, perché in qualche modo mi sono affidato alla vostra capacità, sicuramente molto elevata, di capire la situazione, ritengo che noi, in qualità di dirigenti della Radio, siamo tenuti a svolgere una parte di questa discussione con i vertici aziendali, ai quali peraltro non sono estranee le preoccupazioni da me espresse e che, per rispondere alla domanda iniziale dell'onorevole Gentiloni Silveri, mi accingo ad esplicitare.

Non sono allarmato, ma allarmatissimo e non tanto per l'oggi, quanto per le prospettive. Mi sforzo di ragionare come soggetto neutro, perché in fondo dai dati si evince che abbiamo avuto una concorrenza aggressiva e

che si è scoperto un mercato nuovo, nel quale si sono buttati i gruppi editoriali, che hanno capito che si potevano fare soldi; loro sono cresciuti, noi siamo regrediti. Appare chiarissimo che noi siamo andati a contrarre l'offerta, perché sono aumentati gli obblighi, che pure accettiamo volentieri.

Sulla questione delle onde medie voglio procedere ad un chiarimento, anche perché rientro nella categoria degli anziani. Il riferimento al 10-15 per cento era agli ascoltatori di ogni singolo canale. Per carità, se non ci fossero gli anziani, avremmo chiuso bottega, perché come diceva prima il Presidente, una delle nostre risorse, nonché un nostro problema, sono proprio loro, che però sono molto più anziani di quanto vorremmo. Ripeto, abbiamo contratto l'offerta. A questo proposito vengo all'intervento dell'onorevole Buffo sull'audiodescrizione per i non vedenti, della quale potranno comunque continuare ad usufruirne, pur avendone tutto il diritto, solo centinaia di persone.

PRESIDENTE. Forse qualche migliaio.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Bisogna vedere quanti sono i non vedenti che guardano proprio quel film. Se Rai Due fa il sette per cento di ascolto, tale percentuale è significativa anche per noi. Comunque, anche se sono poche migliaia, siccome non abbiamo risorse aggiuntive, nel momento in cui trasmettiamo l'audiodescrizione eliminiamo delle trasmissioni dalla normale programmazione e diciamo ad altri di non ascoltare la radio.

I dati non li ho portati per farvi vedere quanto siamo bravi, quanto per dirvi – voglio essere chiaro – che abbiamo raschiato il fondo del barile, con una contrazione dell'offerta – poi ve ne spiegherò il motivo con altri esempi – in un mercato in espansione, con nuovi soggetti, con la loro aggressività e le concentrazioni di alcune di queste radio. Avverto subito che i dati andrebbero letti proprio alla luce delle concentrazioni e dei patti di sindacato tra radio, perché i grandi soggetti si formano attraverso queste operazioni. Siamo riusciti a resistere, senza intaccare, parlo da un punto di vista delle risorse, la programmazione e a portare avanti un ammodernamento tecnologico, certo modesto rispetto alle necessità, soprattutto nelle sedi regionali, nelle quali c'era una situazione assolutamente disastrosa. Ripeto, abbiamo raschiato il fondo del barile e oltre non possiamo andare. Cosa avremmo potuto mettere in campo di nuovo? Il DAB? Tutti dicono che il DAB è il futuro della radio, ma le frequenze non ci sono. Per sviluppare tale tecnologia ci vogliono tre elementi, le frequenze, i programmi e che il pubblico si doti di una radio adeguata. Allo stato attuale, le frequenze, ed è un dato incontestabile, non ci sono. Noi facciamo programmi sperimentali da molto tempo, siamo già in digitale, ma bisognerebbe farne di nuovi, sviluppando l'offerta attraverso la possibilità che lo strumento offre. Il parco radio poi in Italia non è eccelso e dovrebbe essere rinnovato: nessuno ha una radio vera, quasi tutti hanno una radiolina. Non voglio entrare nella questione del digitale terrestre, anche per le molte pole-

miche in merito. Possiamo riproporre anche nella radio un'operazione del genere? Con questo credo di aver risposto ad alcune domande.

Vi assicuro che non c'è rassegnazione, come dimostra il fatto che noi tre domani abbiamo un appuntamento di grande rilievo con la direzione generale. Premetto che due punti che saranno affrontati in quella sede sono stati oggetto delle vostre domande. Noi non ci rassegniamo a questa situazione. A voi può sembrare così perché non ci lamentiamo, ma chi lavora alla radio in RAI conosce tutte le favole e le barzellette che si raccontano sulla radio Cenerentola. Per noi è scontato e ci scherziamo, dicendo magari che quest'anno abbiamo risparmiato trenta miliardi, così paghiamo tre serate a Del Noce. Ma è solo una battuta che facciamo tra di noi.

Il dato sulla promozione è agghiacciante. Il paradosso è che noi siamo considerati l'editore principale della radio in una situazione che non è più la stessa. Credo che aver mantenuto in prima posizione Radio Uno, in terza posizione Radio Due e in nona posizione Radio Tre sia quasi un miracolo.

Noi domani porremo anche la questione della riorganizzazione. La mia opinione (nota da tempo, tanto è vero che la riunione di domani ne è anche il frutto) è che con la riorganizzazione preventivata Radio RAI non esisterà più, si spegnerà. Non mi presento in posizione di timidezza. Poi naturalmente si possono introdurre tutti i correttivi di questo mondo, ma se dovesse andare in porto il piano di riorganizzazione così come l'ho appreso quando è stato presentato, Radio RAI non trasmetterà più. Naturalmente ritengo che questa materia vada discussa con i vertici della mia azienda. Qualora non ci fossero le condizioni, anche perché credo di avere una certa esperienza e delle responsabilità, e le mie opinioni venissero considerate irrilevanti, ne trarrei tutte le conseguenze.

Onorevole Gentiloni Silveri, i dati dei sette giorni fino ad un anno fa non li pubblicava nessuno e ancora non vengono presi in considerazione perché sono residuali. Infatti, il questionario che fa Audiradio si concentra sui cinque giorni e quella è la ricerca che interessa. Successivamente, vengono effettuate un paio di domande che servono per completare tale questionario, ma nessuno ha mai dato importanza al dato settimanale, giacché quelle poste all'interno dell'intervista sono sempre domande *ad escludendum*. Intendo dire che non si chiede all'ascoltatore quale programma abbia seguito, bensì che cosa abbia ascoltato nell'ambito di sette giorni; a quel punto se l'intervistato è disponibile elenca un certo numero di trasmissioni, se non lo è ne richiama un numero notevolmente inferiore. Faccio però presente che elencarne uno in più o in meno ha chiaramente una forte ricaduta sulla rilevazione. Torno a ripetere che fino a qualche anno fa il dato settimanale non veniva tenuto in considerazione in nessuna statistica, anche perché a nostro avviso ha minore valenza scientifica. Le cose sono cambiate circa un anno fa, quando per un editore concorrente era vantaggioso puntare sui sette giorni e quindi ha cominciato a pubblicare i dati relativi alla settimana.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U).* Ciò testimonia la notorietà dei marchi.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Certamente, ma in quel caso possono scattare tutta una serie di meccanismi.

Quanto alle questioni poste dall'onorevole Buffo credo in qualche modo di aver già risposto. Naturalmente per ciò che attiene agli aspetti di carattere editoriale rinvio la risposta ai colleghi. Per quanto riguarda il resto vorrei che si considerassero i vincoli di cui il servizio pubblico deve tenere conto nello svolgimento della sua attività, vincoli che attengono alla qualità, all'equilibrio, al buon gusto, al rispetto dei quali la concorrenza non è tenuta in alcun modo. Dobbiamo quindi sforzarci di ragionare con un mercato diverso.

Per quanto riguarda l'intrattenimento Radio RAI negli ultimi tempi ha ottenuto grandi successi con trasmissioni di varietà quali quella di Fiorello, il «Ruggito del coniglio» o «Caterpillar»; peraltro si tratta di programmi talvolta pesantemente satirici a cui nessuno ha mai posto dei limiti. Anche in base alla stampa queste sono le trasmissione di successo. Se però si vanno a confrontare i dati di ascolto di queste trasmissioni con quelli che siete abituati a riscontrare per analoghi varietà televisivi, si corre il rischio di perdersi, perché si tratta di dati che non possono essere paragonati; basti pensare che Fiorello, che è sicuramente il grande fenomeno dell'anno dal punto di vista televisivo, in radio si attesta intorno al 12 per cento e questo perché il mercato radiofonico è estremamente frammentato.

PRESIDENTE. Credo che la trasmissione di Fiorello rappresenti un caso meritevole di studio, giacché stiamo parlando di un prodotto sperimentato, costruito e messo a punto in sede radiofonica che – ovviamente anche per merito del protagonista – ha ottenuto un risultato eccezionale in televisione: è evidente che dietro il Fiorello televisivo c'è quello radiofonico, altrimenti il successo non sarebbe stato lo stesso.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Tornando comunque al problema della qualità – che è cosa diversa dai risultati in termini di ascolti e dal pluralismo – ci sono dei livelli che comunque noi dobbiamo sforzarci di mantenere né, del resto, possiamo rincorrere determinate tipologie di ascolto e questo, naturalmente, anche per nostra scelta.

Quanto alla questione di Isoradio, premesso che mi considero anch'io una vittima dei disagi cui ha fatto riferimento l'onorevole Caparini visto che amo molto viaggiare in macchina, e che conosco perfettamente anche le difficoltà tecniche di questo servizio che a cominciare da Modena in giù non è più fruibile, vorrei fare un breve esempio a dimostrazione di quanto i problemi che affliggono il settore siano in realtà di tipo strutturale. Proprio quest'anno mi sono rivolto a dei tecnici per sapere quale fosse la spesa necessaria per una reale copertura della rete autostradale, i quali

hanno ipotizzato un investimento pari a circa 80 miliardi, quindi una somma improponibile. Ora al di là dell'aspetto tecnico, il problema vero è che Isoradio è un servizio di cui l'azienda prende solo gli aspetti negativi, non potendo influenzare l'elemento fondamentale ovverosia quello informativo. Ora se la Società Autostrade, in base ad una politica che personalmente considero miope, non fornisce informazioni sulle chiusure e le code ai caselli, o sugli eventuali incidenti perché teme di farsi una cattiva pubblicità, oppure che qualcuno non paghi il pedaggio, la RAI non può fare niente visto che non è in possesso di quelle informazioni. Ora se ci si chiede per quale ragione dipendiamo dalla Società Autostrade...

CAPARINI *(LNFP).* Personalmente sono un grande azionista della RAI.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. A questo proposito bisogna anche osservare che incredibilmente il servizio del CCISS è regolato con legge dello Stato. Per carità, non voglio entrare nel merito, però vorrei capire perché qualcuno 25 anni fa ha pensato di regolare per legge, peraltro in maniera minuziosa e dettagliata, questo aspetto dell'informazione stradale che deve essere trasmessa dalla RAI, escludendo così la possibilità per quest'ultima di utilizzare fonti diversificate d'informazione e creando quella che definirei una terribile tagliola.

PRESIDENTE. Lei sta evidenziando anche un aspetto normativo di cui stiamo prendendo atto.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Ne consegue che possiamo mandare in onda soltanto le informazioni che ci vengono confermate dalla Polizia stradale. Ricordo peraltro che non appena assunto il mio incarico avanzai l'ipotesi di avvalersi delle segnalazioni dei camionisti; ad essa però si oppose il Ministero dell'interno che, per una questione di maggiore certezza delle informazioni, sottolineò l'obbligo di servirsi solo di quelle fornite dalla Società Autostrade e confermate dalla Polizia stradale.

Se lo desidera, l'onorevole Caparini può venirci a trovare per vedere come lavora il CCISS: potrà verificare che vi sono molti ufficiali della Polizia stradale, ciascuno davanti al proprio *monitor,* che seguono la viabilità di diverse zone e che, non appena ricevono la telefonata di conferma da parte della pattuglia della Polizia stradale, ci danno il via per la messa in onda dell'informazione.

Per quanto riguarda Isoradio, da privato cittadino sarei portato a sostenere l'opportunità di vendere questo servizio alla Società Autostrade, che così si assumerebbe tutte le responsabilità di quanto va in onda, facendo fare peraltro un buon affare alla RAI.

Quanto alla questione delle criticità, sollevata dal senatore D'Andrea, mi sembra a questo punto di averle sufficientemente evidenziate. Certamente – per rispondere al senatore Falomi – esiste un problema che ri-

guarda il Ministero delle comunicazioni. A proposito del posizionamento e della relativa tabella – al di là degli aspetti editoriali su cui non intendo soffermarmi – nutro anch'io qualche perplessità. Posso assicurare che non sottovalutiamo questo tema che al contrario è spesso oggetto della nostra discussione: stiamo cercando, infatti, di distinguere gli aspetti di criticità dell'ascolto, che riteniamo particolarmente seri, da quelli che consideriamo legati a fattori episodici.

Per quanto riguarda la questione del pluralismo, premesso che non siamo in possesso di dati specifici, mi consta però che la Direzione generale sia dotata di una specie di osservatorio e quindi ci avvarremo di quelle informazioni. Infine voglio aggiungere – basandomi sulla mia esperienza, ma anche sulle vostre domande e polemiche – che la radio, proprio per le sue caratteristiche è molto più democratica e pluralista della televisione. Intendo dire che è dotata di un ventaglio di offerta più ampio.

PRESIDENTE. È più elastica.

DEL BOSCO, direttore della Divisione Radiofonia della RAI. Risulta quindi molto più agevole il rispetto delle regole e dell'alternanza. Ci sono state comunque delle polemiche che hanno riguardato questo o quello e su cui risponderanno i miei colleghi. Tuttavia, complessivamente, mi sembra di poter affermare che per quanto riguarda il rispetto del pluralismo la situazione della radiofonia non è così complessa, tanto che in questi ultimi tre anni non vi sono state grandissime polemiche. Per carità, magari qualcosa c'è stato, ma sarà dipeso dalla natura della radio.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Signor Presidente, tutti i Commissari hanno spiegato che i loro interventi erano finalizzati al bene di Radio RAI e a sostenere un'informazione radiofonica più forte e più libera. Pur rallegrandomene, sono costretto però a rilevare che i contenuti di alcuni di essi contraddicono queste buone intenzioni.

Credo che un problema del rinnovo del parco radiofonico riguardi soprattutto l'onorevole Buffo, che ha una radio che funziona in maniera...

BUFFO *(DS-U).* Mi spieghi perché.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Se me ne darà l'occasione, lo farò.

PRESIDENTE. Credo che questa sul rinnovo sia una battuta. Andiamo alla sostanza.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Credo sia consentito anche a me...

PRESIDENTE. Certo, certo.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Non ho sostenuto «Tutto va bene, madama la marchesa» né ho brindato citando i dati.

Mi viene imputato un fantomatico calo di un milione di ascoltatori (peraltro relativo ad una rilevazione trimestrale di una particolare fascia oraria), ma viene considerato scorretto che io segnali che nella prima rilevazione trimestrale dell'anno l'aumento è stato del 4,3 per cento e che sulla base settimanale, quella a cui attribuiamo una validità pressoché nulla, ma che è stata citata, l'aumento è stato di oltre il 14 per cento. Tutto ciò è singolare.

Abbiamo tutti parlato, è inutile ripeterlo, del problema di Audiradio. Siamo componenti del suo Consiglio di amministrazione e il dibattito non riguarda solo noi, ma anche esponenti di radio private. Si sta cercando un *panel* per migliorare il valore statistico di Audiradio, il quale, basandosi su interviste telefoniche e su una campionatura del Paese che va aggiornata, presenta dei buchi notevoli (nessuno ha inventato un sistema oggettivo di rilevazione telefonica tramite cellulari). Audiradio non è cambiata.

PRESIDENTE. Quindi, le rilevazioni si effettuano solo attraverso la telefonia fissa?

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Certo, perché Audiradio nasce con un Paese diverso. Solo telefonia fissa e solo Telecom perché allora c'era solo la SIP. Essendo una struttura in cui insieme ci sono grandi *network* nazionali e piccole radio locali è difficile trovare un accordo in Consiglio di amministrazione, anche perché si tratta di tirare fuori dei soldi, per rivedere un sistema di ricerca che oggettivamente mostra i suoi anni, come già avevo cercato di spiegare l'altra volta. Visto che non ci sono riuscito (spero sia stata colpa mia, che non sia stato abbastanza chiaro) ci riprovo ora, sperando che non valga il detto: «Non c'è maggior sordo di chi non vuol sentire».

In Audiradio, forse perché le due società che da circa dieci anni svolgevano rilevazioni si erano un po' logorate, è entrata la Doxa, sulla cui oggettività è difficile avere dei dubbi. Sono stati così aumentati i punti di contatto e la mia impressione ha avuto un riscontro. Per carità, non brindo. Come non mi sono strappato i capelli quando si parlava di disastro della radio e adesso non dico: «Tutto va bene, madama la marchesa».

Visto che ognuno può leggere le tabelle come vuole e può trovare il dato che più gli fa comodo, facciamo riferimento ad un elemento preciso, lo *share* del giorno medio (il dato più obiettivo che c'è, e non per mia dichiarazione), sul quale si basa l'investimento pubblicitario. Dal 1997 al 2000, quindi cito non solo il periodo di mia stretta appartenenza, ma anche quello dei miei predecessori, per Radio Uno il calo dello *share* è stato dell'uno per cento. E' un segnale preoccupante, da non sottovalutare, ma stiamo parlando dell'uno per cento. Se vogliamo analizzare la mia gestione, senza tenere presente gli ultimi dati del 2004, la perdita dal 2000 al 2003 è stata dello 0,8 per cento nel giorno medio.

PRESIDENTE. La pubblicità si calibra su questo dato?

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Sì.

Quando si guarda il numero degli ascoltatori va anche considerato l'universo cui si fa riferimento. In merito ci sono state notevoli variazioni, per cui ci sono trimestri in cui c'è un aumento del pubblico radiofonico e altri in cui c'è un calo. Lo *share* è un dato oggettivo.

Vengo alla sollecitazione dell'onorevole Buffo. Il giorno dell'attentato dell'11 marzo «Radio anch'io» si è prolungata oltre il suo orario, riportando peraltro per prima le dichiarazioni della Loyola De Palacio, che sosteneva la tesi dell'attentato di matrice dell'ETA, che poi ha creato problemi al Governo Aznar. Sulla pluralità dell'informazione ognuno ha diritto...

BUFFO *(DS-U)*. Ho parlato di filo diretto, cioè di *non stop* che è partita alle ore 15. Mi riferivo a quel tipo di trasmissione, non ho parlato di notizie. Vorrei che ci capissimo. Siccome mi è stato detto che ho una radio che funziona male, vorrei che ci intendessimo, perché magari è qualcos'altro che funziona male.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Due ore di trasmissione in diretta, dalle 10 a mezzogiorno, non sono il normale Giornale radio: significa che ho occupato, da quando ho avuto a disposizione notizie precise, il massimo spazio possibile; bisogna tener presente, infatti, che ho degli obblighi da rispettare, come mandare in onda ad una certa ora i notiziari regionali. Appena ho avuto la possibilità di riprendere la linea con una certa continuità, è stata fatta un'altra diretta. Le mie scelte editoriali sono criticabilissime, però Radio Uno, che ha una *mission* specifica, ha ricevuto attestati e premi sulla prontezza e sulla rapidità dell'informazione da parte di strutture assolutamente al di sopra di ogni sospetto, a partire dalla Presidenza della Repubblica.

Sul pluralismo – dicevo – ognuno ha diritto ad avere la propria opinione. Se riceverò l'autorizzazione da parte della Direzione (si tratta sempre di dati aziendali) potrò fornire l'elenco degli ospiti delle trasmissioni più importanti che riguardano Radio Uno, ossia «Radio anch'io», «Zapping» e «Baobab». Temo però che la parte di rappresentanti del popolo oggi poco presente e che non mi ha attaccato, lo farà prossimamente, perché se c'è qualche debito, in base alla *par condicio*, non è certo a favore dell'opposizione.

PRESIDENTE. Non discutiamo di dati di cui non disponiamo.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Ma io li conosco, perché li ho mandati in onda. Faccio presente che la dichiarazione di Prodi, che politicamente può essere piaciuta o meno, che ha riaperto il dibattito sul ritiro dei soldati italiani dall'Iraq è stata rilasciata a Radio RAI a Bruxelles.

Quanto alla copertura delle sedi all'estero, garantita dai nostri inviati, credo che Radio RAI non abbia nulla da farsi perdonare. In merito alla questione degli inviati in Iraq, con tutto il rispetto, vorrei poter decidere sulle persone che ritengo abbiano la preparazione professionale, psicologica e l'esperienza necessarie per affrontare le difficoltà in cui ci si imbatte in quei luoghi.

BUFFO *(DS-U).* Non intendevo riferirmi ai nominativi degli inviati, ma alla garanzia delle notizie da Bagdad che in questo momento mi sembra sia assicurata da una giornalista del telegiornale.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. C'è stato un nostro inviato fino a due giorni fa. La mia intenzione è di inviare a Bagdad il dottor Pellegrini che ha già gestito tutta la fase della guerra e dei bombardamenti e che, tra l'altro, ha un'ampia esperienza in situazioni di questo genere: al momento sta seguendo un importante vertice ad Amman. Per questo motivo in questi due giorni ci siamo avvalsi della collaborazione della giornalista Monica Maggioni. Tengo comunque a precisare che stiamo parlando di giornalisti appartenenti alla stessa azienda, tanto che quando manca un cronista televisivo, sono i giornalisti di Radio RAI a coprire. Ripeto, il *pool* degli inviati in Iraq è di tutta la RAI. Nella fattispecie, vista la complessità della situazione in Iraq, preferisco attendere che sia disponibile il dottor Pellegrini, piuttosto che inviare una persona che non ha l'esperienza adeguata, esponendola così a rischi eccessivi.

Quanto al posizionamento devo dire che si tratta di un problema che mi riguarda molto relativamente visto che la mia missione all'interno dell'azienda è quella di dare vita ad una radio di informazione e non di rincorrere il pubblico dei giovani, un obiettivo questo che forse riguarda maggiormente il collega Valzania. Segnalo che, come è noto, pur essendo molto difficile attrarre con le notizie e le informazioni il pubblico giovanile – considerato che le emittenti posizionate nell'area giovanile sono quelle che fanno prevalentemente *playlist* e musica d'ascolto – le percentuali relative al dato medio giornaliero di ascolto di Radio Uno nella fascia d'età fra i 25 e i 45 anni è del 21 per cento, come quella relativa alla fascia d'età tra i 55 ed i 64 anni. Non esiste quindi la sproporzione cui si è fatto riferimento, fermo restando che vi è un 39 per cento di ultrasessantacinquenni che corrispondono anche alla fascia d'ascolto tradizionale della radio e di Radio RAI.

PRESIDENTE. Mi conceda la battuta: non sognatevi di attaccarli!

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Sono d'accordo con lei tanto che quando qualche pubblicitario sostiene che questa fascia d'ascolto non interessa, replico sempre che non interessa a loro, ma che per me non è così visto che faccio informazione.

PRESIDENTE. Anche i pubblicitari dovranno ricredersi.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Non è questa la sede per affrontare un tema del genere, ma a mio avviso l'eccessiva «targetizzazione» costituisce un errore per il settore pubblicitario, perché rappresenta la fotografia di un paese diverso che non corrisponde a quello reale. La situazione di un cinquantenne di oggi è paragonabile, in termini di aspettative di vita e di lavoro, a quella di un quarantenne di vent'anni fa. Non è quindi più vero che un cinquantenne è una persona chiusa, che sta per tirare i remi in barca, considerato che anche in base alla normativa vigente ha ancora 15 anni di lavoro davanti, forse anche 20. Il messaggio pubblicitario, quindi, deve sapersi muovere in questa nuova realtà. Questa è la mia opinione, confortata anche da quella di alcuni pubblicitari, ma che ancora non ha raggiunto la grandi agenzie.

Per quanto riguarda il problema della concorrenza, precedentemente mi sono permesso di manifestare il timore che alcuni di voi – auspico inconsapevolmente – non volessero il bene di Radio RAI visto che li ho sentiti ripetere tesi sostenute da grandi e autorevoli giornali che purtroppo hanno nel loro patrimonio anche delle radio e quindi sono diretti concorrenti della RAI nel settore della vendita pubblicitaria. Come avrete forse notato questi grandi ed autorevoli quotidiani nazionali pubblicano i dati solo quando gli fa comodo. Per carità, fanno il loro mestiere e probabilmente rispondono in tal modo agli interessi del loro editore, tuttavia, se l'intenzione è quella di difendere il servizio pubblico, mi chiedo allora perché farci portatori di questi interessi.

I miei concorrenti diretti non sono né Radio DJ, né RDS, visto che la mia è una radio che ha come vocazione l'informazione ed il fatto che riesca ad essere ancora la prima radio in Italia è un risultato dovuto al merito collettivo ed alla tradizione storica ma anche, in parte, alla professionalità della mia redazione e delle persone che vi lavorano 24 ore su 24, mandando in onda 51 edizioni del Giornale Radio.

Presidenza del vice presidente D'ANDREA

(*Segue* SOCILLO). Desidero a questo punto aprire una parentesi personale e mi scuso in anticipo per il termine forse un po' forte che utilizzerò. Ebbene, ho trovato disgustosa la polemica sulle vicende che hanno interessato il TG3 e le dichiarazioni del suo direttore, dottor Di Bella che, per altro, sono state tutte riportate dalla nostra radio. L'onorevole Buffo a questo proposito prima faceva riferimento a quanto riportato dal quotidiano «Il Giornale», ma vorrei sottolineare che le notizie che leggiamo oggi sul giornale, sono state trasmesse il giorno prima dalla radio. Torno a ripetere che le dichiarazione del direttore Di Bella sono state riportate in tutte le edizioni del Giornale Radio, a partire dalle ore 17, cioè da quando sono state battute, per tutta la giornata. L'indomani è stata fatta

una scelta editoriale ben precisa: dando per scontato che l'evento e la risposta fossero stati assimilati dalla pubblica opinione, si è ritenuto di dare ampio spazio al dibattito politico che era seguito alla vicenda. Ne consegue che si è deciso di non ritrasmettere né le affermazioni e le successive contestazioni della vedova Bruno, né le dichiarazioni del direttore Di Bella, e di dare spazio – si tratta di una scelta editoriale rispetto alla quale ognuno ovviamente può avere la sua opinione – a notizie più fresche e cioè alle dichiarazioni politiche che sono cominciate ad affluire dalle 19 in poi e che sono state ripetute nella mattina successiva.

In quel contesto abbiamo mandato in onda le dichiarazioni degli onorevoli Fini, Bondi, Fassino, Bertinotti, Rizzo, Giulietti e del senatore Calderoli, dedicando due minuti e trenta secondi a quelle rilasciate dall'onorevole Franceschini e due minuti a quelle dell'onorevole Adornato, proprio perché consideravamo questo argomento – che è stato puntualmente affrontato dalle prime pagine dei quotidiani del giornali giorno dopo – quello giornalisticamente più interessante.

Mi ha particolarmente ferito l'accusa o il dubbio che si siano volute nascondere le dichiarazioni del direttore Di Bella, critica che a mio avviso non ha neanche particolarmente senso, visto che non sarebbe stato ragionevole che io omettessi di trasmettere le dichiarazioni del direttore Di Bella per poi mandare in onda quelle dei *leader* politici che lo hanno difeso. Tengo a fare queste precisazioni sia in considerazione dei sentimenti personali di amicizia e di stima professionale che mi legano da molti anni a Di Bella, sia perché per l'ennesima volta si è parlato di radio ponendo a confronto le pagine dei giornali e non tenendo presente che quanto in esse contenuto è stato molto probabilmente trasmesso il giorno prima se non addirittura due giorni prima dalla radio.

Auspico quindi che venga definito un sistema di rilevazione degli ascolti che tenga conto della necessità di garantire l'equità dell'informazione. Ritengo che dati più certi potranno permettere anche ai membri della Commissione di formarsi un'opinione non sulla base di segnalazioni da parte di chi magari non sta tutto il giorno ad ascoltare la radio, né su sensazioni di chi su 51 edizioni del Giornale Radio ne ascolta solo una e quindi ne ha necessariamente una visione parziale.

Quanto alle prospettive future, vista la situazione, considero quasi un miracolo quanto siamo riusciti a fare. Infatti, esistono nel nostro settore dei problemi strutturali, endemici, storici ai quali il legislatore – e quindi voi – non ha voluto o saputo dare risposta, uno per tutti il problema delle frequenze. Analoghi problemi esistono anche al nostro interno, che però anche la RAI non ha affrontato. Anzi debbo riconoscere che il Direttore generale e l'attuale Consiglio d'amministrazione nella redazione del piano editoriale si sono ricordati dell'esistenza della radio, tanto che ci hanno convocato per discuterne. Si possono avere anche opinioni diverse circa le soluzioni proposte, ma – ripeto – perlomeno ci si è accorti del problema, laddove i precedenti Consigli d'amministrazione si erano dimenticati anche della semplice esistenza della radio pubblica. In conclusione, ribadisco che, se da parte dell'azienda riceverò l'autorizzazione alla diffu-

sione dei dati, farò pervenire alla Commissione l'elenco degli ospiti invitati negli ultimi mesi. Poi mi dirà il Presidente qual è l'arco di tempo che viene ritenuto rilevante.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Signor Presidente, io l'ho lasciato parlare, ma non ho capito l'espressione forte del dottor Socillo quando ha detto che trovava disgustoso...

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Il sospetto che avessi potuto tacere per...

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Questa preoccupazione non l'ho avanzata io. Mi pare che la collega Buffo...

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Non mi riferivo all'onorevole Buffo, che ha riportato notizie uscite sulle agenzie.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Prendiamo atto della precisazione. Non mi sembrava il caso di definire disgustosa un'opinione.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Ognuno può...

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Sempre usando termini appropriati però.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Mi sono sentito particolarmente offeso e disgustato da un'ipotesi che è stata sollevata, non dall'onorevole Buffo, ma da colleghi che si trovano in RAI e che conoscono bene questa situazione. Così ho precisato la questione.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Prendo atto che non c'era nulla di disgustoso nell'espressione della nostra collega.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Né nell'espressione né nell'aspetto.

Presidenza del presidente PETRUCCIOLI

VALZANIA, direttore programmi radiofonici. Signor Presidente, per il tempo trascorso in RAI e per essere stato il primo a diventare Direttore di un settore del comparto, di noi tre sono il decano della Radio.

Vorrei ringraziare la Presidenza ed i Commissari per l'attenzione che mi pare da molto tempo non venisse dedicata...

PRESIDENTE. È una delle audizioni più lunghe che abbiamo fatto. Mi dispiace solo che non ci siano molti commissari presenti.

VALZANIA, direttore programmi radiofonici. Lo sottolineo perché per noi è molto importante.

Vorrei fare un discorso di sistema, tentando di spiegare quel che succede, perché gli spunti sono stati tantissimi ed è difficile recuperarli uno per uno. Negli ultimi dieci anni, perché l'ingresso di nuovi *competitor* è cominciato proprio allora (Il «Corriere della Sera» è nel settore da meno di due anni, «Il Sole 24 Ore» da cinque), c'è stata una forte trasformazione, sia nel sistema radiofonico italiano sia nel sistema di distribuzione. Dieci anni fa le radio in Italia erano 4.000, non 1.700.

Qualcuno giustamente ci ha fatto notare che Radio Tre è salita, Radio Uno e Radio Due sono scese, mentre altri sono riusciti ad aumentare molto gli ascolti. Ma comprando frequenze. Questo si deve sapere. Come riconosciuto da tutti, la tecnica per allargare l'ascolto radiofonico è l'acquisto delle frequenze e si prova invidia per Radio Maria che ha il miglior sistema di distribuzione italiano. Questo è il contesto nel quale operiamo ed è uno degli elementi chiave di tutti i nostri problemi.

Accanto al problema delle frequenze, c'è la questione di quale debba essere l'oggetto della produzione radiofonica. Prima c'è stata una bella notazione sulla personalizzazione della radio, per cui anche linguisticamente non si chiede «Che televisione guardi?», ma «Che radio ascolti?» come «Che giornale leggi?». Questo fa sì che il prodotto che si offre in radio non sia il singolo programma, ma l'offerta complessiva. Quindi il cambiamento di *target*, il riposizionamento di un oggetto che è unitario, è molto difficile. Questo ha fatto sì che l'età dei fruitori di tutte le radio sia cresciuto. Radio nate nel 1975, con dei ventenni, oggi vedono un pubblico di cinquantenni.

Tutte le operazioni di riposizionamento e di ricollocazione sul mercato vengono fatte tramite la nascita di nuove radio. L'ultima ad esempio è stata quella di M2O. Il nostro gruppo concorrente, infatti, vedendo salire l'età media di Radio DJ e assecondando questo sistema, perché andava a coprire un pezzo di mercato un po' nostro e molto ricercato dai pubblicitari, ha posizionato Radio Capital sopra, con Radio DJ al centro e M2O sotto.

Altre radio pubbliche europee negli ultimi anni hanno effettuato operazioni simili. Ve ne segnalo due, tanto per divertirci. La prima in Francia, dove hanno aperto, non a Parigi, ma a Tolosa, dieci anni fa, utilizzando delle frequenze residuali di cui poteva disporre normativamente Radio France (noi invece pur avendo le frequenze possiamo fare solo tre radio), una nuova radio. La seconda in Germania, ad Amburgo, addirittura cambiando il nome pubblico (perché tutte le radio pubbliche si chiamavano con i numeri), aprendo Radio Enjoy. Non gli è andata malissimo. Pur con tutti i problemi delle radio pubbliche, Radio Enjoy è stato un buon prodotto, che ha portato a copiare il progetto anche in altre località della Germania.

Questo per dire che i nostri problemi non sono tattici, ma strategici e quello che sta avvenendo in radio adesso a livello di riorganizzazione, per la parte tattica ci pare abbastanza preoccupante, mentre per la parte strategica ha qualche spunto positivo. Per la parte tattica, come già annunciato da Del Bosco, domani avremo un incontro con il Direttore generale, nel corso del quale ripeteremo le cose che abbiamo detto qui, ossia che l'assetto tattico attuale della divisione funziona perfettamente, mentre siamo molto deboli sulla parte strategica. Per questo motivo consideriamo favorevolmente la nascita del comitato editoriale che ci permetterà di parlare sia con il Direttore generale che con la parte *marketing* dell'azienda; però secondo me il modello Radio France funziona meglio del modello della divisione in Italia.

SOCILLO, direttore di Radio Uno e Giornale Radio RAI. Sono perfettamente d'accordo.

VALZANIA, direttore programmi radiofonici. L'onorevole Carra, tra gli altri, ha affrontato il problema del pluralismo e ha giocato l'asso di briscola. Ho il sospetto che a volte si parli, come diceva in apertura l'onorevole Gentiloni Silveri, di cose la cui conoscenza è difficilmente ottenibile in maniera diretta. Non penso che l'onorevole Carra abbia ascoltato veramente Radio Tre per delle giornate e mi faccia quelle contestazioni sulla base di un ascolto. Temo che circoli una *vulgata* abbastanza imprecisa.

Aggiungo che personalmente sono molto dispiaciuto di quanto si dice. Abbiamo una serie di collaboratori che prestavano servizio presso Radio Tre sin da prima del mio arrivo e che hanno continuato a svolgere il loro lavoro in maniera impeccabile facendo sì che questa radio diventasse il luogo di valorizzazione dell'esperienza esecutiva contemporanea della musica classica. Oggi, ad esempio, si è discusso a lungo sull'opportunità di trasmettere un'opera del Metropolitan Opera di New York oppure dell'opera di San Pietroburgo (perché quest'ultima ci sembrava più innovativa). E poi mi si parla di *juke box*!

Desidero inoltre sottolineare che numerosi tra i più importanti intellettuali italiani hanno collaborato al raggiungimento di risultati che consideriamo ottimi – per non dire trionfali – di Radio Tre. Mi riferisco, ad esempio, a giornalisti di spicco come Antonio Calabrò, Massimo Franco, Paolo Mieli che proprio in questi giorni sta preparando una trasmissione in occasione della celebrazione del «D-Day».

Inoltre, continuiamo ad avere rapporti con le massime istituzioni, addirittura con il Quirinale presso il quale tutte le domeniche vengono svolti dei concerti di altissimo livello, un'iniziativa di grande visibilità e che dimostra la nostra attenzione nei confronti dell'innovazione.

Concludo sottolineando che la settimana scorsa il quotidiano «L'Unità» ha pubblicato in prima pagina un articolo nel quale un giornalista che ha lavorato con noi a Radio Tre affermava di aver mutato giudizio sui funzionari della RAI proprio vedendoli lavorare ed apprezzando la

loro elevata professionalità. Questo è un riconoscimento che ci ha reso particolarmente felici considerato che in questo momento «L'Unità» non è tra i giornali più teneri nei confronti della RAI e di chi vi lavora.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostro ospiti, con i quali abbiamo trascorso tre ore, perché ci hanno consentito di raccogliere molto materiale sul quale sia la Commissione che coloro che dirigono il settore della radiofonia della RAI sono chiamati a riflettere.

Dichiaro conclusa l'audizione.

I lavori terminano alle 16,55.

Licenziato per la stampa dall'Ufficio dei Resoconti

€ 1,60