

COMMISSIONE PARLAMENTARE

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

92° RESOCONTO STENOGRAFICO

DELLA

SEDUTA DI MARTEDÌ 8 NOVEMBRE 2005

Presidenza del presidente GENTILONI SILVERI

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE Pag. 3 |

Audizione dell'Associazione dei produttori televisivi

PRESIDENTE Pag. 3, 10, 14 e passim	DEGLI ESPOSTI dott. Carlo, presidente dell'Associazione produttori televisivi ... Pag. 3, 4, 17
BUTTI (Alleanza Nazionale), deputato 4, 15	
CARRA (Margherita-DL-L'Ulivo), deputato . . . 10	
FALOMI (Misto), senatore 15	
GIULIETTI (Dem. Sin.-L'Ulivo), deputato . . . 11	
PESSINA (Forza Italia), senatore 14	

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: 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 Democraticiana 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.: 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 Padania: LNP; 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-Alleanza Popolare-UDEUR: Misto-AP-UDEUR.

Intervengono, in rappresentanza dell'Associazione produttori televisivi, il presidente, dottor Carlo Degli Esposti, i vice presidenti dottoressa Lorraine De Selle Du Réal e dottor Carlo Bixio, ed il direttore generale, dottor Giuseppe Giacchi.

I lavori hanno inizio alle ore 14.

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 dell'Associazione dei produttori televisivi

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dell'Associazione dei produttori televisivi.

Sono presenti, in rappresentanza dell'Associazione produttori televisivi, il presidente, dottor Carlo Degli Esposti, i vice presidenti, dottoressa Lorraine De Selle Du Réal e dottor Carlo Bixio, ed il direttore generale, dottor Giuseppe Giacchi, che saluto e ringrazio per la disponibilità.

Cedo subito la parola al dottor Carlo Degli Esposti.

DEGLI ESPOSTI, presidente dell'Associazione produttori televisivi. Signor Presidente, ringrazio anzitutto la Commissione per l'interessamento alle problematiche della nostra Associazione.

Vorrei rapidamente illustrare una nota che ho preparato per riuscire ad essere sintetico e chiaro su alcune tematiche, che sono ostiche anche alla gran parte degli addetti ai lavori. I nostri problemi, infatti, rivelano un'intrinseca difficoltà di comprensione del mercato, che è complicato riuscire a spiegare in modo sintetico.

L'Associazione dei produttori televisivi è attiva dal 1994 e racchiude il maggior numero di società indipendenti di produzioni televisive di documentario, di cartone animato e di intrattenimento, realizzando circa l'80 per cento del fatturato complessivo. Negli anni l'APT si è impegnata, nei confronti delle Autorità e delle emittenti televisive, a tutelare gli interessi della categoria. Si tratta di una nuova categoria, che ha avuto uno sviluppo molto consistente con l'introduzione della legge 30 aprile, 1998, n. 122, la

quale – come noto – ha recepito le direttive comunitarie 89/552 e 97/86, cosiddette «TV senza frontiere», che hanno regolamentato, anche se in minima parte, il mercato e hanno dato uno sviluppo inatteso al settore. Infatti, la sola definizione di alcune regole ha fatto sviluppare un mercato che in questo momento si valuta occupi più di 100.000 addetti.

È, pertanto, utile rilevare come una semplice disposizione in materia abbia generato un mercato importante, che ha assorbito gli addetti dalla crisi del cinema.

In un sistema di mercato normale, questa crescita avrebbe dovuto preludere ad un forte sviluppo delle strutture piccolo-industriali che hanno creduto nel prodotto italiano, realizzandolo con grande rilievo qualitativo e ottenendo – a fronte di un forte impegno produttivo – il premio del pubblico. Infatti, in questo momento, la *fiction* italiana è il genere che tiene in piedi, insieme all'intrattenimento (in misura minore), i palinsesti delle televisioni pubbliche e private.

Poiché si parla soprattutto di RAI, mi voglio soffermare sul fatto che il nostro prodotto, oltre ad una valenza produttiva ed un mercato di riferimento, ha anche un obbligo culturale che forse non ha eguali. Ad esempio, se io ho formato il mio pensiero per l'80-85 per cento sulla letteratura, l'insegnamento scolastico e il buon indirizzo dei miei genitori, mia figlia, che ha 16 anni, si forma per l'80 per cento sulla televisione e per il 20 per cento sulla letteratura, gli insegnamenti familiari e la scuola. Questo compito viene svolto dalla televisione ed, in particolare, dalla *fiction*, ma anche dall'intrattenimento e – se vogliamo spingerci verso un ragionamento radicale – dai quiz (credo che mia figlia impari da «Passa parola» più di quanto apprenda in un'ora di lezione).

BUTTI (AN). Non è bello quello che afferma.

DEGLI ESPOSTI, presidente dell'Associazione produttori televisivi. Purtroppo, però, è vero e non tutto ciò che è vero è bello. È giusto affermare con franchezza che il nostro prodotto televisivo, soprattutto quello del servizio pubblico (che, ribadisco, ha un grande obbligo in questo senso), crea un bagaglio di informazioni, di cultura e di ragionamento.

È molto importante anche l'immagine del nostro Paese nel resto dell'Italia e all'estero: penso che, attraverso il nostro prodotto di *fiction*, venga trasmesso un grande segnale. Ricordo che, da uno studio presentato a Malta dall'Associazione Dante Alighieri sul modo in cui viene percepito il bagaglio culturale italiano nel mondo e da una ricerca svolta in tutto il mondo e commissionata dall'Associazione Dante Alighieri, è risultato che, per quanto riguarda la percezione dell'Italia nel mondo, al primo posto c'è la Divina commedia, al secondo e al terzo posto ci sono la Ferrari e altri simboli italiani, e al quarto posto c'è il commissario Montalbano.

Ritengo, pertanto, che il prodotto televisivo sia da guardare con grande attenzione.

La programmazione in *prime time* di *fiction* prodotta in Italia ha permesso alle reti di vincere tutte le sfide dell'Auditel con risultati elevatis-

simi e soprattutto costanti. Questi successi (sempre generati dai produttori indipendenti, cioè dal mercato di cui oggi parliamo), che negli ultimi anni hanno alimentato i palinsesti di RAI, hanno consentito all'azienda di mantenere a livelli stabili la raccolta pubblicitaria, ma – secondo la nostra Associazione – avrebbero dovuto preludere finalmente ad una maggiore aggressività nella raccolta pubblicitaria e generare un interesse strategico nella programmazione di *fiction* arrivando ad una produzione di circa 1.000 ore annue, rispetto alle attuali 600, come avviene in altri mercati televisivi europei. Questo risultato non è stato raggiunto, ma potrebbe essere conseguito diversificando l'offerta in più reti, senza cioè concentrarla nelle reti principali, e sperimentando nuove fasce orarie di trasmissione.

Non è marginale sottolineare che la produzione indipendente significa diversificazione del prodotto e quindi pluralismo culturale; più *fiction* c'è, più racconto sia dell'odierno che del passato del nostro Paese, e non solo del nostro Paese, si fa con la *fiction* e con altre forme di documentario e di intrattenimento, più noi abbiamo una visione dell'Italia e percepiamo un segnale pluralista.

La *fiction*, l'intrattenimento, i documentari non rappresentano solo un comparto economico di grande importanza che meriterebbe di essere sostenuto, ma anche un fattore importante per l'identità culturale del Paese, e quindi una risorsa strutturale irrinunciabile. Ragionando dal punto di vista economico, penso che non ci sia in questo momento in Italia un settore con maggiori possibilità di sviluppo del prodotto televisivo.

Basterebbero pochissimi indirizzi strategici per aprire questo settore. In due o tre anni si potrebbero duplicare o triplicare gli addetti per portarli da 100.000 a 200.000 o 300.000 unità. Considerate l'evoluzione della raccolta pubblicitaria dal 2000 al 2006: io vi invito a ragionare sullo sviluppo a livello pubblicitario sia della RAI che di Mediaset.

La RAI dovrebbe fare di più, e ai produttori interessa che faccia di più, che sia più aggressiva sul mercato pubblicitario, perché in questo modo verrebbe potenziato l'investimento sul prodotto strategico come prodotto dei produttori indipendenti.

È importante rilevare che nella stagione autunnale che stiamo vivendo, la forza del prodotto indipendente ha consentito alla RAI di fronteggiare una concorrenza molto agguerrita. Ci chiediamo come mai questi risultati non coincidano con un aumento del fatturato pubblicitario della stagione.

L'argomento è importantissimo. È come analizzare un malato, che da una parte dà segnali che la febbre diminuisce, ma dall'altro non si alza e anzi sta peggio. Sono segnali contrastanti, sui quali vi inviterei a ragionare. Per quanto ci riguarda, sono segnali molto preoccupanti che vanno in direzioni diverse da quelle in cui dovrebbero andare.

In questa stagione si rileva anche un rallentamento che rasenta il blocco totale dell'attività di produzione (contrattualizzazione delle attivazioni e della produzione di nuove opere), derivata dall'insediamento dei nuovi vertici aziendali. Questo fermo diviene pericolosissimo nelle condi-

zioni di mercato attuali anche in relazione al ruolo strategico del prodotto indipendente.

La RAI, come in tutti i cambi di vertici, sta rallentando molto. Non diciamo che sta bloccando perché non vogliamo essere allarmistici, ma da una parte sta rallentando moltissimo la contrattualizzazione, dall'altra chiede a tutti i produttori di accelerare la definizione delle opere perché ha bisogno che la caldaia bruci più *fiction* di quella programmata. Sono due segnali contrastanti.

La stessa RAI sottolineava di recente nell'annuario 2003 che negli ultimi anni la *fiction* «prodotta dalla RAI è diventata uno dei punti di forza dell'azienda sia per la quantità che per la qualità sottolineata dal gradimento di critica e di pubblico».

La produzione indipendente italiana è vitale e di qualità perché trova la propria forza nel talento di cui dispone, nelle radici storiche e nella capacità di sintonizzarsi sui gusti, gli umori, i mutamenti e i progetti di un'intera società. Il pubblico è la cartina di tornasole di questo valore. Sono i prodotti di punta, come le *fiction*, il documentario, l'intrattenimento di qualità a fidelizzare gli spettatori ad una rete televisiva ed a costituire gli elementi principali del suo *brand* e del suo successo.

Il successo del proprio prodotto è l'unica forza vitale rimasta ai produttori sempre più identificati unicamente con i titoli di eccellenza del loro catalogo, che smuovono le classifiche. E' l'unica risorsa per aziende depauperate della proprietà intellettuale delle opere realizzate ed in posizione subalterna alle emittenti televisive.

Entriamo così nel vivo del problema: cosa impedisce all'industria della produzione di affermarsi compiutamente, di uscire da una precaria stagionalità e fare un vero e proprio sistema di indotto televisivo? Il primo elemento sta nel fatto che il duopolio televisivo, caratteristica ineluttabile italiana, nei fatti rende l'industria della produzione priva di autonomia e di forza contrattuale.

In ogni libro di economia si descrive il mercato come un luogo dove decine di persone comprano e almeno altrettante vendono. Quando ci sono 40 o 50 persone che vendono e due sole che comprano e che, come in questo momento, convergono su una visione comune, la definizione cui si arriva non è di mercato ma di contrapposizione tra un fronte e un mercato. Due clienti da soli dettano necessariamente le leggi del mercato, ma il punto chiave è la detenzione dei diritti dell'opera audiovisiva.

La normativa italiana ha scelto, anche in questo caso, una interpretazione restrittiva dal punto di vista del produttore rispetto a quella europea. Non detenere i diritti impedisce al produttore italiano di consolidare la propria azienda. In caso contrario, avremmo risposta a quanto detto dalla RAI nel corso di altre audizioni, e che io ho rilevato dai giornali e dai vostri resoconti, che non esistono grandi produttori ma meri produttori esecutivi.

In un mercato così forte perché ci sono aziende così piccole e deboli? Perché esse non possono fare magazzino dei propri diritti, di tali diritti vengono espropriate e diventano veri e propri realizzatori di un'opera

ideata da loro. Tutta questa ricchezza sottratta ai produttori la ritroviamo nei bilanci di RAI e di Mediaset sotto forma di magazzino, mentre le società di produzione televisiva sono in sostanza delle piccole e medie imprese, senza reali possibilità di crescita.

Si può perciò dire, con franchezza, che la situazione creatasi negli anni (e non toccata dalla legge Gasparri) impedisce al produttore di investire sul proprio prodotto, ponendo così le premesse per strozzare alla nascita ogni possibilità di concorrenza nel mercato del digitale terrestre.

Con l'avvento del digitale terrestre e della legge Gasparri, ci troviamo nella condizione di non potere materialmente accedere a quella che viene considerata una disposizione per allargare e per dare possibilità a soggetti primari di entrare nel nuovo settore. Non detenendo i diritti, noi non abbiamo alcuna possibilità di procedere in questo senso.

Detenere invece i diritti, capitalizzarli nel magazzino della società e costruirsi una *library* di titoli, permetterebbe ai produttori di consolidarsi patrimonialmente e di essere attivi su mercati secondari e appetibili ma poco sfruttati in Italia come le televisioni locali e tematiche, l'*home video* (che all'estero comincia ad essere un canale di sfruttamento non solo di film cinematografici), la distribuzione internazionale e soprattutto le piattaforme trasmissive di nuova generazione.

Cosa succede invece in Italia? RAI e Mediaset, che detengono tutti questi diritti, fanno accordi sopra la nostra testa con SKY una volta, con le telefoniche un'altra per chiudere a pacchetto e svendere dei diritti che dovrebbero andare sul libero mercato.

Perché non è accaduto niente di positivo? Il motivo va ricercato nel combinato disposto della legislazione passata e di quella vigente, che ha sempre considerato il mercato televisivo come un mercato di distributori del prodotto e non come un mercato dei produttori del prodotto e del prodotto. Non esiste un paragone come in Italia, nel quale si è legiferato sulla distribuzione e mai sulla produzione. Se dovessimo andare a legiferare sul mercato delle mozzarelle, ci sarebbero tre leggi che descrivono il mercato dei furgoni addetti alla distribuzione e dei supermercati e non sarebbero citati i caseifici e gli allevatori di bestiame. In Italia non c'è una regolamentazione del mercato, ma solo una regolamentazione della distribuzione.

Nella sostanza, la legislazione ha sempre regolamentato l'emittente e non il mercato dal quale l'emittente trae il prodotto. I *broadcaster* hanno potuto impostare il mercato indipendente a proprio uso e consumo nel senso proprio del termine, impedendo lo sviluppo delle aziende dell'indotto, privandole della possibilità di detenere diritti delle opere realizzate, riducendoli al ruolo di meri produttori esecutivi delle loro stesse opere.

Vi ricordo l'audizione del direttore generale Saccà, che descrisse il mercato come un mercato di meri produttori esecutivi.

In questa ottica, diventa anacronistico l'impianto della legge Gasparri che da un lato ha tra le proprie finalità l'allargamento del mercato della distribuzione a nuovi soggetti primari, e dall'altro dimentica l'esistenza dei produttori indipendenti, non li cita nemmeno nella legge ma solo nella

legge quadro successiva e, soprattutto, non riserva loro alcun ruolo nello scenario di mercato che va a regolamentare.

Per essere chiaro vi sottopongo un quesito semplicissimo: come può un produttore indipendente italiano, che fuori da ogni dubbio è soggetto primario del mercato, accedere e poter divenire fornitore di contenuti del digitale terrestre, secondo la legge Gasparri, se nel mercato analogico esistente non è nella condizione di poter detenere alcun diritto di sfruttamento del proprio prodotto in Italia?

In sostanza, se mi è permesso un esempio, la legge Gasparri descrive l'allargamento delle autostrade, non ponendosi però il problema di come aumentare il numero di macchine che le percorrono e, soprattutto, senza regolamentare i benzinai, posto che il mercato della pubblicità non è accessibile a chi fa il prodotto, ma solo a chi lo distribuisce.

L'auspicabile crescita delle aziende di produzione indipendente – poiché solo essa potrebbe consentire al nostro Paese di competere a livello europeo nel settore audiovisivo e determinare una reale valorizzazione di tutti i diritti – passa necessariamente attraverso la nascita di chiare e trasparenti prassi contrattuali, in particolare riguardo al trattamento dei diritti. E al riguardo vorrei se pur brevemente farvi riflettere su quanto denaro si brucia, mantenendo l'attuale situazione.

La RAI continua, invece, nonostante la legge n. 122 del 1998 e l'emanaazione, da parte della Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, della delibera n. 185 del 2003, che sancisce l'obbligo di attribuire ai produttori indipendenti «... quote di diritti residuali derivanti dalla limitazione temporale dei diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dagli operatori radiotelevisivi... », ad impedire ai produttori indipendenti di costituirsi delle *library* di diritti. Ciò attraverso il perpetuarsi dell'arbitrio nelle pratiche contrattuali che costringono il produttore a cedere tutti i diritti per tutti i mezzi di trasmissione, senza peraltro ricevere alcun corrispettivo adeguato.

Nel mese di ottobre dello scorso anno, l'APT ha depositato una segnalazione alla Autorità garante della concorrenza e del mercato, al fine di portare all'attenzione di detta Autorità la grave situazione distorsiva della concorrenza e del corretto funzionamento del mercato che si riscontra nell'attuale contesto del settore televisivo italiano, con riferimento alla disciplina dei rapporti tra la RAI e Mediaset e i produttori indipendenti di contenuti televisivi.

Nello specifico, la segnalazione che abbiamo sottoposto alla Autorità aveva ad oggetto le modalità adottate dalla RAI e da Mediaset nell'acquisizione dei diritti per lo sfruttamento delle opere realizzate dai produttori televisivi indipendenti, modalità tali da determinare la perdita definitiva, da parte dei produttori indipendenti, di tutti i diritti relativi alle opere da essi prodotte. Proprio ieri, si è tenuta una riunione tra rappresentanti dell'APT e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni per chiedere, essendo passati sette anni dalla approvazione della legge n. 122, quali siano i criteri da seguire per l'attribuzione ai produttori indipendenti dei diritti sulle opere da essi prodotti, una volta decorso il termine di sette anni previsto dal regolamento per i diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dalle

emittenti. Tutto ciò avviene da sette anni in cui, in barba alle disposizioni, la RAI trova strumenti per acquistare i diritti in perpetuo. Nel fare ciò la RAI, da un lato, utilizza la posizione dominante detenuta sul mercato dell'emittenza radiotelevisiva in chiaro per estendersi illegittimamente in tali diversi mercati (con tutte le conseguenze negative che da tale «estensione» derivano per l'assetto concorrenziale di detti mercati); dall'altro, pregiudica legittimamente lo svolgimento dei servizi pubblici ad essa concessi. È infatti evidente che produttori, vedendosi costretti a cedere in perpetuo tutti i diritti di sfruttamento delle opere prodotte, vedono ridotti gli incentivi alla realizzazione di programmi televisivi diversi ed innovativi. In ultima analisi, quindi, il comportamento di RAI è destinato ad incidere negativamente sulla qualità dei futuri prodotti audiovisivi.

È poi necessario tenere conto di un problema molto importante, posto che qualsiasi produttore chieda alla RAI di attenersi a quello che la legge in realtà dovrebbe garantire, si trova ad entrare in un contenzioso e in aggiunta a non lavorare più, proprio perché in un mercato dove ci sono solo due soggetti acquirenti di diritti se questi ultimi hanno una controversia con un singolo produttore e chiudono i rapporti con lo stesso è chiaro che per quel produttore diventa materialmente impossibile continuare a lavorare e far valere i propri diritti se non attraverso l'associazione, le Autorità e la vostra Commissione.

In ultimo è interessante notare come in altri Paesi europei (in particolare in Francia ed in Inghilterra) la problematica circa la titolarità totale dei diritti di sfruttamento delle opere realizzate da produttori indipendenti sia stata affrontata, a livello legislativo e regolamentare, mediante la previsione di specifiche misure volte a limitare la libertà di azione sul mercato delle emittenti, proprio al fine di tutelare la posizione e la capacità competitive dei produttori indipendenti. In breve, nei Paesi europei vige una legislazione che tutela assai di più la produzione indipendente di quanto non avvenga qui, e nella relazione che lascio agli atti della Commissione riporto alcuni esempi specifici sui quali non mi soffermo per ragioni di tempo.

Vengo alla sostanza di questo nostro intervento. L'APT in questa sede intende richiamare la vostra attenzione sulle conseguenze gravemente pregiudizievoli per il pluralismo e la libertà di concorrenza che derivano dalla condotta della RAI e quindi per chiedervi di: monitorare la ripresa della produzione di *fiction*, intrattenimento e documentari che in questo momento è bloccata per l'insediamento del nuovo vertice aziendale; monitorare le richieste di interpretazione alla Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e la segnalazione alla Autorità garante della concorrenza e del mercato, che sono per noi fondamentali; audire i rappresentanti della RAI circa le tematiche qui precedentemente esposte ed in particolare sulla necessità che tra la RAI e la nostra Associazione si possa instaurare un sereno confronto per il miglioramento delle condizioni di rapporto; monitorare lo sviluppo dei mercati emergenti, con particolare riferimento alla necessità che si determini una situazione di effettivo pluralismo nell'offerta di contenuti (offerta che non può e non deve essere rappresentata da-

gli attuali *broadcaster*); infine monitorare affinché le tematiche qui espresse vengano considerate nella stesura del nuovo contratto di servizio con particolare riguardo ad una possibile proposta di sperimentazione di nuove forme contrattuali (proponendo l'acquisizione dei soli diritti di utilizzazione per ottemperare al contratto di servizio medesimo) con i produttori indipendenti che rilancino la sperimentazione di nuovi prodotti di *fiction*, di intrattenimento e di documentari.

Concludo con la seguente constatazione. Si dice che il varietà a differenza della *fiction* stia vivendo un momento di crisi. Ciò avviene perché tutti i produttori e la RAI comprano *format* esteri e non sperimentano, posto che per un produttore di intrattenimento non conviene sperimentare e investire su un nuovo *format* visto che all'emissione dello stesso la RAI e Mediaset acquistano ogni diritto e di conseguenza il produttore diventa realizzatore. E' quindi molto più conveniente comprare il miglior *format* estero per poi portarlo in Italia. In questo modo la sperimentazione non ha più ragione di esistere e quindi nel Paese in cui sono nate le trasmissioni di varietà ed intrattenimento e in cui sono stati realizzati prima i *real show*, si dipende dai *format* esteri. Basterebbe che la RAI in funzione del canone pubblico e dell'indirizzo della sua concessione decidesse di acquistare dai produttori soltanto il diritto di utilizzare un varietà per costringere i migliori produttori di intrattenimento a sperimentare e produrre dei varietà molto più belli di quelli che compriamo attualmente all'estero.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente Degli Esposti per la sua puntuale relazione e lascio la parola ai colleghi che intendono intervenire.

CARRA (*MARGH-U*). Ringrazio Degli Esposti per la sua ampia e puntuale illustrazione che però non affronta alcune specifiche questioni, quali ad esempio quelle relative ai rapporti con la produzione esistenti negli altri Paesi europei, tenuto anche conto che molte delle vostre case di produzione sono legate a società straniere.

Degli Esposti si è soffermato sulla legge n. 122 del 1998; in proposito mi interesserebbe una sua valutazione circa i motivi della mancata applicazione di parti importanti di tale norma. Penso che quanto non è stato realizzato avrebbe dovuto essere riesaminato nell'ambito della legge Gasparri, considerato che, rispetto all'epoca in cui fu varata la legge n. 122, la *fiction* ha registrato grandi passi avanti.

La legge n. 122 andrebbe rivista per capire che cosa non ha funzionato di tale norma e perché essa non abbia assicurato quelle garanzie sulle quali era stato manifestato unanime consenso. Degli Esposti ha sottolineato come per molto tempo i produttori indipendenti siano stati considerati dei meri produttori esecutivi, una situazione che per fortuna è oggi leggermente cambiata. Il presidente dell'Associazione produttori televisivi ha detto che: «il primo elemento di impedimento sta nel fatto che il duopolio televisivo rende l'industria della produzione priva di autonomia e forza contrattuale». Lei ha parlato anche, con un eufemismo, di visione comune tra RAI e Mediaset. In realtà, questa visione comune tra due com-

mittenti non so come possa definirsi giuridicamente se non parlando di accordi di cartello. Insomma, se ne dovrebbe interessare l'*antitrust* più che la Commissione parlamentare di vigilanza e mi chiedo perchè mai ancora non ci sia stato un pronunciamento su questa materia.

A proposito della pubblicità, lei fa notare come le previsioni del 2006, rispetto a quelle del 2000, indichino un arretramento della RAI a fronte di un miglioramento di Mediaset. Io però mi sono procurato altri dati e constato che mentre il prodotto RAI va molto bene, la pubblicità stranamente regredisce. È una situazione che non mi convince.

Oltretutto, se i dati di esercizio preventivo erano di 1.140 milioni di euro ad inizio anno (dati confermati fino a luglio) e poi ad agosto sono calati di 65 milioni di euro, mi chiedo cosa sia successo: improvvisamente la RAI ha iniziato a sbagliare e nessuno se ne è accorto? Cominciano a tirare meno i programmi, o ci sono state altre considerazioni e altre pressioni da parte dell'altro *partner* del cartello? Può darsi che la situazione sia proprio questa, perché i dati oggettivi non sono cambiati. Addirittura, mi sembra che la tanto deprecata RAIDUE stia registrando qualche miglioramento. Allora, se la RAI non ha bisogno di soldi forse c'è qualcun altro che ha bisogno di soldi.

Per quanto concerne il contratto di servizio, lei ne parla nella sua ultima osservazione. Dice: «monitorare affinché le tematiche esposte vengano considerate nella stesura del nuovo contratto di servizio». Intanto, è vero che il direttore Meocci ci ha detto che siamo ancora in fase di arretramento, però mi pare che i produttori, in questa fase – considerati i temi affrontati in questa sede (anche per quanto riguarda la questione dei diritti e altro) – potrebbero essere ascoltati vantaggiosamente dalla RAI; questo lo chiedo al dottor Degli Esposti.

Sulle nuove forme contrattuali, mi chiedo se non possa essere considerata una compartecipazione agli utili pubblicitari tra il produttore di *fiction* e l'azienda che distribuisce il prodotto, facendo diminuire così il costo del prodotto e legando, come è sempre successo in questo campo, il produttore agli utili che il distributore poi ricava dal mercato, ossia quelli della pubblicità. Questa, a mio parere, potrebbe essere una nuova forma contrattuale.

GIULIETTI (*DS-U*). Vorrei esporre alcune considerazioni al Presidente della Commissione, più che al presidente Degli Esposti, poiché vorrei capire come fare un passo avanti. Pongo alcune questioni in rapida successione, rivolgendomi in primo luogo al presidente Gentiloni Silveri con due richieste, la prima delle quali concerne l'*antitrust*.

Signor Presidente, so che abbiamo una funzione che riguarda il servizio pubblico radiotelevisivo e dobbiamo avere rapporti di grande correttezza istituzionale con le autorità – ci mancherebbe altro – però credo che sia importante che il Presidente rappresenti alle autorità alcuni elementi di malessere molto forte, non tanto di tipo politico, quanto in alcuni comparti industriali. Faccio un esempio che rafforza quanto detto in questa sede dall'Associazione produttori televisivi, e non è un problema di una cate-

goria o di poche persone. Signor Presidente, pensiamo alla questione di diritti calcistici: stiamo assistendo ad uno stravolgimento – altro che le banalità delle urla di qualche conduttore televisivo – e ad una modifica sostanziale del mercato dei diritti sportivi (con tutto ciò che ne consegue per la ristrutturazione del settore) in una indifferenza quasi generale.

Abbiamo fatto del conflitto d'interessi, in questi giorni, uno spettacolo di *cabaret*, ma quello che sta accadendo nel rapporto tra Lega calcio, emittenti televisive e diritti non è *cabaret*: è una grande questione industriale che modifica la natura del sistema.

Di fronte a questa situazione, vorrei capire se l'*antitrust* intende acquisire la documentazione. Noi rappresentiamo la Commissione di vigilanza sulla RAI, non siamo il servizio d'ordine del monopolio o del duopolio. Si assiste ad una continua alterazione del mercato – e arrivo alla questione dei produttori, che non è distante – considerato che manca una normativa sulle trasmissioni satellitari, vi è una modifica del settore che riguarda il digitale terrestre, si è creata una posizione dominante che si sta riproducendo sia nel settore analogico che in quello digitale. Ciò comporta che tutti i committenti, nei vari rami, cinema, musica, teatro e *fiction*, si trovano in una situazione non di liberalizzazione, ma di progressiva chiusura. Le pongo una grande questione industriale – prendendo in considerazione anche la possibilità di avere il professor Catricalà in questa Commissione, in qualità di auditore – per poter valutare sia le questioni poste dall'APT, sia le questioni poste in altri comparti. Ciò che mi interessa è che si comprenda che noi non facciamo discussioni concedendo trenta secondi a questo o a quel partito, ma affrontiamo questioni che hanno un interesse che durerà nel tempo.

Signor Presidente, le pongo anche la questione di un'istruttoria specifica sulle forme della rilevazione dei tempi televisivi, non in rapporto ai partiti, ma in rapporto a temi e a questioni che stanno scomparendo. Noi parliamo dei soggetti e non più degli oggetti: ad esempio, uno straordinario documentario sulla guerra in Iraq devo guardarlo di notte e devo guardarlo sul digitale e non in chiaro; non posso assistere a un dibattito su una bugia mediatica circa la guerra, mentre so tutto delle vicende di Al Bano e della Lecciso, o della Marini e di Cecchi Gori.

Le vorrei chiedere un monitoraggio sullo spazio dedicato dalla RAI, nell'ultimo mese, al *gossip* e alla vita privata di alcuni soggetti, e lo spazio dedicato alle grandi questioni sociali del Paese; lo chiedo formalmente a nome del gruppo DS. Credo che sia l'ora e il tempo di discutere di problematiche che non vengono più affrontate, e non solo di alcuni soggetti, ma di alcune grandi questioni civili.

Mi consenta infine, signor Presidente, un ricordo, a nome mio, dell'onorevole Carra e di altri colleghi, di uno straordinario Presidente dell'APT, Adriano Ariè, che è stato uno dei pionieri in questo campo; mi pare giusto ricordarlo anche in questa Commissione, e mi pare giusto chiedere in modo formale – altrimenti si agisce sempre sottobanco e per telefono – a proposito di grandi produzioni che rappresentano un vanto per molti grandi produttori italiani (che saranno piccoli come dimensioni

ma hanno dato tanto alla televisione), che non si dimentichi, una volta sparita, una tale personalità e che non venga cancellata la sua produzione, il suo lavoro e quello di tanti colleghi. Lo dico perché una *fiction* non è costituita solo dal produttore, ma anche dagli autori, dagli scrittori, eccetera; è una grande macchina, e credo sia giusto ricordarlo ogni momento.

Per quanto riguarda l'APT, pongo una questione in primo luogo al dottor Degli Esposti. Noi siamo in grande ritardo: durante la gestazione della cosiddetta legge Gasparri, in Commissione ho chiesto al Governo (lo ricorderanno i colleghi) di inserire anche norme relative all'autonomia e all'indipendenza industriale dei produttori televisivi; in quell'occasione, l'allora sottosegretario Innocenzi, attuale commissario dell'*Authority*, mi ha risposto che l'urgenza di approvare la legge non consentiva di introdurre tale disciplina, ma ritenendo assolutamente fondata la proposta dei produttori televisivi (mi corregga, dottor Degli Esposti, se sbaglio) si è impegnato a promuovere rapidamente l'approvazione di un provvedimento sull'audiovisivo nazionale, aggiungendo che in ogni caso le Autorità avrebbero dovuto immediatamente chiarire l'interpretazione della citata legge n. 122 e che sarebbe stato necessario definire anche i diritti della nuova TV satellitare, trattandosi di un nuovo mercato. Non mi risulta, però, che tutto ciò sia accaduto.

Chiedo, quindi, al dottor Degli Esposti a che punto è la legge sull'audiovisivo nazionale, garantita in quel passaggio; se è stato aperto un tavolo di trattative e se c'è un testo presentabile in Commissione.

Inoltre, vorrei sapere se il tavolo garantito dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, non solo tra Mediaset e RAI, ma anche – se ricordo bene – con SKY, che era il nuovo soggetto emergente nel settore, si è formalmente costituito presso l'Autorità oppure non è mai partito, ha fatto una sola riunione e poi non si è più riconvocato. È importante capire la filiera delle iniziative in campo rispetto alla *fiction*.

In terzo luogo, vorrei sapere se il piano della *fiction* RAI in questa fase è in evoluzione, attraverso un confronto permanente tra le parti e l'Associazione, oppure si è arrestato; se, ad esempio, c'è il tentativo di scavalcare l'Associazione, di assumere rapporti diversi e di non mantenere fede all'impegno di consultazione sul piano. Vorrei sapere, in sostanza, qual è lo stato dei rapporti. Si era parlato anche di un tavolo che mettesse insieme RAI e Mediaset per la definizione delle questioni da lei sollevate (che ora non riprendo per evitare di perdere tempo).

Riassumendo, quindi, vorrei conoscere lo stato della trattativa a livello nazionale con il Governo, con le Autorità e con la RAI.

Concludo rivolgendo una richiesta al presidente Gentiloni Silveri. L'audizione odierna viene svolta non soltanto per ascoltare ciò che non funziona, ma anche per capire ciò che si potrebbe fare tutti insieme. La valutazione polemica e politica può essere diversa, ma credo che l'interesse per un grande comparto industriale debba vedere unite le parti politiche. Pertanto, chiedo al presidente Gentiloni Silveri se, a nome collettivo (se vorrà, lo farà ovviamente anche ciascun collega), nell'audizione di giovedì prossimo del presidente Petruccioli e del direttore generale Meocci

potrà riportare il senso dell'odierna audizione e chiedere al nuovo gruppo dirigente della RAI come intende affrontare le questioni qui sollevate dall'Associazione produttori televisivi; chiedo, inoltre, che vengano trasmessi gli atti di questa Commissione alle due Autorità per le comunicazioni per verificare, non quale polemica aprire, ma quale lavoro comune positivo può essere impostato per avviare a graduale risoluzione alcune delle questioni oggi evidenziate.

PRESIDENTE. Onorevole Giulietti, terrò senz'altro conto della sua proposta nell'audizione di giovedì prossimo, ma potranno farlo anche i commissari qualora lo riterranno opportuno.

PESSINA (FI). Signor Presidente, intendo svolgere solo qualche rapida osservazione sulla relazione del presidente Degli Esposti, anche perché purtroppo il tempo è molto limitato.

Mi preme sottolineare l'importanza di un concetto che è stato testé messo in luce, vale a dire che la produzione di *fiction* significa diversificazione del prodotto e, quindi, promozione del pluralismo culturale.

Sono stati evidenziati due problemi, quello della temporaneità dei diritti e quello della produzione pubblicitaria non adeguata ai successi di *audience* di tali produzioni.

Per quanto riguarda la temporaneità dei diritti, oltre che sottoporre alle Autorità per la concorrenza quelle che dovrebbero essere conseguenze della citata legge n. 122, forse si potrebbero anche individuare soluzioni pragmatiche in termini di contrattazione con i due protagonisti del mercato, prevedendo una compartecipazione dei produttori sulle vendite dei diritti, dopo un periodo di sfruttamento esclusivo di sette anni che potremmo definire canonico. In tal modo, si creerebbe una sorta di *partnership* a seguito del giusto e regolare sfruttamento per un periodo significativo. Inoltre, si potrebbe trovare una soluzione che consenta comunque di ampliare il termine di sette anni (ritornando poi ad un certo limite temporale) per la proprietà dei diritti, in modo che questi possano rappresentare un'ulteriore facoltà di riedizione dei prodotti di *fiction* attraverso le modifiche che i produttori vorranno e potranno apportare.

Per quanto riguarda la produzione pubblicitaria, il prospetto presentato dal presidente Degli Esposti mostra chiaramente un andamento a noi ben noto: mentre la RAI stenta, attraverso la sua concessionaria Sipra, a tenere il passo sulla produzione pubblicitaria, Mediaset mantiene una sua progressione ed un *trend* positivo decisamente interessante. Tutto ciò può dipendere dalle limitazioni dei tetti pubblicitari. D'altra parte, non dimentichiamo che la RAI ha il vantaggio di poter contare sul canone di abbonamento e, quindi, il plafonamento della raccolta pubblicitaria è una conseguenza abbastanza logica.

Per quanto riguarda gli accordi pubblicitari, vorrei chiedere al presidente Degli Esposti - ne abbiamo parlato anche prima dell'inizio di questa audizione - se nel caso della *fiction* televisiva sia introducibile quel discorso applicato molto frequentemente in America del *produce placement*,

ossia dell'inserimento della pubblicità di prodotti nell'ambito della stessa *fiction*. Questa strada non è riuscita nel caso della cinematografia normale, ma penso potrebbe essere percorsa nell'ambito della *fiction* televisiva.

BUTTI (AN). Signor Presidente, anch'io svolgerò un intervento brevissimo perché - come è già stato evidenziato - in Commissione cultura sono in corso votazioni di una certa importanza.

Condivido le considerazioni sui diritti formulate dal senatore Pessina. La legge n. 122 del 1998 recepisce le direttive europee; tuttavia, poiché nel mondo della televisione sette anni sembrano anni luce, probabilmente essa andrebbe rivalutata e quasi sicuramente aggiornata. Il mondo della produzione televisiva ci affascina, soprattutto per i risultati qui enunciati dal presidente Degli Esposti. Negli ultimi tempi sono stati triplicati gli investimenti e certamente numerosi sono gli addetti che operano in questo settore.

Sulla questione della pubblicità in questa relazione, voi stessi vi interrogate sul motivo per cui all'ottimo risultato in termini di *share* e di ascolto non corrispondano entrate dignitose sotto il profilo pubblicitario. La domanda sicuramente è retorica, perché voi vi sarete dati qualche spiegazione e a me interesserebbe molto capire.

In tal modo, eviterei di fare ricorso per questo al *question time*, nuovissimo strumento di sindacato ispettivo introdotto in questa Commissione dal presidente Gentiloni Sileveri, su una questione cui potete senz'altro rispondere voi.

In secondo luogo, senza voler ovviamente definire ora l'agenda degli incontri della Commissione, si potrebbe valutare l'opportunità di audire i responsabili della SIPRA non solo relativamente a questa anomalia registrata anche a fronte delle dichiarazioni più volte rilasciate dai vertici della RAI, peraltro messe per iscritto, nelle quali la RAI stessa sottolinea il gradimento della critica e del pubblico delle produzioni televisive. L'opinione della APT mi interessa molto, non è solo una domanda retorica.

Per quanto riguarda la legge n. 122 del 1998, c'è una nostra disponibilità a valutarne eventuali modifiche; per quanto riguarda le critiche espresse alla citata legge n. 112 del 2004, ritengo che in qualche caso siano un po' ingenerose e di parte. Se la legge n. 112 del 2004 avesse potuto tenere in considerazione le proposte provenienti dai protagonisti e dagli attori che si affacciano sul palcoscenico della produzione televisiva (e in questo termine inserisco un po' tutto), probabilmente staremmo ancora qui a discuterla. In ogni caso, certamente si può rimediare.

Un punto a mio avviso importante è quello trattato nell'ultimo capoverso della relazione del presidente Degli Esposti sul contratto di servizio per quanto riguarda le nuove forme contrattuali. Non sfugge a nessuno che tra qualche tempo discuteremo questo contratto di servizio. Sarebbe un segnale interessante cominciare ad approfondire la materia anticipando il contratto stesso.

FALOMI (Misto) Il quadro illustrato dal presidente Degli Esposti, che ringrazio anche per la chiarezza con la quale ha esposto le sue posi-

zioni e ha fornito a questa Commissione elementi importanti di valutazione, configura una assoluta anomalia della situazione italiana rispetto al resto d'Europa.

Le leggi possono essere migliorate, ma noi siamo di fronte ad una interpretazione delle leggi e delle delibere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni in una chiave assolutamente restrittiva, che non sta scritta da nessuna parte, che non si ricava almeno dalla legislazione e dalla regolamentazione esistenti.

C'è una pratica contrattuale, come è stata denunciata dalle due principali emittenti che hanno il monopolio del mercato dell'audiovisivo, che costituisce un ostacolo evidente allo sviluppo del mercato stesso. Quando si pone un ostacolo allo sviluppo del mercato dell'audiovisivo, si pone un ostacolo allo sviluppo del pluralismo. In qualche modo il monopolio e il duopolio possono garantire elementi di pluralismo, ma insieme possono, a seconda anche dei momenti, stringere o allargare i cordoni della borsa del pluralismo.

Questo non è un dato positivo né democratico per un Paese come il nostro. È chiaro che siamo di fronte alla necessità di rimuovere questa anomalia che non esiste in altri mercati del prodotto televisivo. Certo, parlo di un mercato del tutto diverso quale quello dei diritti sportivi. È però indubbio che i diritti sportivi vengono ceduti facendo riferimento a mercati diversi: il mercato del digitale, il mercato dell'analogico, il mercato radiofonico.

Non si capisce perché in questo campo questa distinzione venga azzerata e si acquisiscano in modo perpetuo diritti che potrebbero essere ceduti per alimentare un mercato della produzione e non della distribuzione, come giustamente detto. Questo può certamente essere un elemento di sviluppo, oltre che democratico e culturale, anche di sviluppo economico di questo nostro Paese.

Dal momento che esiste un evidente abuso di posizione dominante da parte delle due principali emittenti televisive, io mi domando se non possiamo, come Commissione parlamentare di vigilanza, segnalare all'Autorità garante della concorrenza e del mercato questa situazione da noi ritenuta anomala, se la Commissione la ritiene anomala. Questo è un modo di sollevare la questione più incisivo rispetto a quanto non possano fare gli stessi produttori i quali, e lo dicono con chiarezza, sono in qualche modo condizionati dal fatto di dovere ricorrere contro i loro principali interlocutori.

Credo che un'iniziativa parlamentare in tal senso possa essere utile per chiarire questa situazione. Certamente, anche nel corso della prossima audizione dei vertici RAI, come già annunciato dal Presidente, dobbiamo cercare di andare a fondo di tale questione e farci spiegare le misteriose ragioni, che sono anche intuibili ma non condivisibili, almeno quelle che io intuisco.

È bene che i vertici RAI si esprimano con chiarezza anche su questo punto, dal momento che noi li dovremo audire. Si potrebbe magari chiedere fin da ora al Presidente e al Direttore generale della RAI di preparare

elementi di risposta su tali questioni, in modo tale da poter fornire alla Commissione tutti gli elementi di chiarezza necessari.

Ripropongo la questione già posta dal collega Butti. Vorrei capire se vi date una spiegazione, quando nella relazione vi interrogate sul perché ai risultati di incremento consistente di ascolto determinati dalle *fiction* soprattutto sulla RAI, non corrisponda un incremento del gettito pubblicitario.

Sperando di non mettervi in imbarazzo e che non facciate la fine di Sabina Guzzanti, alla quale chiusero la trasmissione quando provò a dare una spiegazione di questo fenomeno, credo che voi dobbiate una spiegazione sulle ragioni per le quali esso si determina.

Volevo un elemento di informazione ulteriore sulla proposta di realizzare più ore di *fiction* per quanto riguarda la RAI, ma penso anche più in generale. Parlate di almeno mille ore per allinearsi agli altri mercati europei. Volevo capire quale è il livello di ore oggi fornito, per capire quale è la distanza tra questo obiettivo e la realtà odierna.

PRESIDENTE. Prima di dare la parola al presidente Degli Esposti per rispondere alle domande poste dai commissari, vorrei aggiungere che, per quanto mi riguarda, vale l'impegno preso di affrontare le questioni evidenziate nell'ambito della seduta che avrà luogo il prossimo giovedì. Faccio peraltro presente che in questi giorni avrò un incontro informale con il professor Catricalà, al quale prospetterò anche l'ipotesi, che dovrà essere valutata dall'Ufficio di Presidenza, di audire l'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

DEGLI ESPOSTI, presidente dell'Associazione produttori televisivi. Signor Presidente, cercherò di rispondere brevemente alle domande poste dagli onorevoli commissari. Mi soffermerò in primo luogo sulla questione sollevata dall'onorevole Carra in ordine alla mancata applicazione della legge n. 122 del 1998. Tale norma in pratica declina quanto previsto dalla direttiva comunitaria «Televisioni senza frontiere», che tutela la produzione indipendente e concede delle quote di obbligo per le aziende radio-televisive pubbliche e private al fine di incentivare il prodotto italiano, e non mi riferisco solo alla *fiction*, ma anche ai programmi di intrattenimento ed in genere a tutta la produzione televisiva italiana.

La legge n. 122 ha avuto anche degli effetti positivi, ad esempio ha obbligato le emittenti a destinare una percentuale del prodotto e a sviluppare un mercato che oggi dal punto di vista industriale e culturale è molto importante per il Paese. Mancano tuttavia a questa legge tutti gli strumenti di controllo e sanzionatori previsti invece in altri Paesi. In Italia i controlli sulle autocertificazioni prodotte dalle emittenti vengono effettuati dal personale dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e, stando ai risultati di tali verifiche, evidentemente nel nostro Paese funziona tutto con precisione matematica, posto che nei sette anni trascorsi dal varo della legge n. 122 non è stato effettuato alcun rilievo. In Francia invece il sistema prevede che il soggetto che non rispetta le quote di investimento pubblicitario perda la concessione a trasmettere; tant'è che a ottobre, tutti

i produttori predispongono tutti i loro prodotti semilavorati, dopo di che ha luogo una specie di borsa nell'ambito della quale i produttori presentano i propri lavori finiti per far sì che ogni emittente abbia la sicurezza di avere ottemperato alle quote, e al riguardo vengono effettuati controlli e nei casi previsti sono anche comminate delle sanzioni.

Quello che trovo singolare è che in Italia tutto funzioni con una tale precisione matematica che la programmazione annuale di tutte le reti italiane ottempera precisamente alle disposizioni della legge n. 122; se fossero effettuati dei controlli e previste delle sanzioni, come accade in Francia, dove se non si è in regola con le quote si perde la concessione a trasmettere, forse le cose sarebbero diverse. Per essere più chiaro, farò un esempio richiamandomi al codice della strada. In esso si prevede che non si possa passare con il semaforo rosso, però se non ci sono i vigili, né le multe è ovvio che infrangere questa regola diventa uno sport molto diffuso.

La legge n. 122 stabilisce anche che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni definisca con maggior precisione la possibilità temporanea delle aziende radiotelevisive di detenere diritti. Questo è quanto previsto dalla norma varata nel 1998, laddove la suddetta Autorità due anni fa – cioè con quattro o cinque anni di ritardo – stava ancora discutendo di queste norme, e tuttora fornisce disposizioni molto vaghe rispetto alle norme contenute nella direttiva «Televisioni senza frontiere», e nella stessa legge n. 122, tanto che non si ha ancora chiarezza sulle stesse.

Le aziende radiotelevisive, in virtù della posizione dominante che detengono nel mercato, sono tenute ad acquistare solo i diritti necessari a trasmettere e per un tempo limitato di anni, che in Francia è stabilito in quattro anni e tre passaggi, mentre in Italia dopo sette anni non è ancora chiaro il da farsi; sono infatti trascorsi sette anni dall'approvazione della legge n. 122 e non è ancora chiaro se tutto il volume dei programmi trasmessi in televisione sia di proprietà dei produttori o delle emittenti che li hanno comprati, raziando tutti i diritti, compresi quelli di trasmissione derivanti dal contratto di servizio e dal canone, ma anche quello di trasmettere sul digitale terrestre che la RAI ha svenduto in blocco alla emittente SKY TV, o quelli per la trasmissione di TV *on demand* digitale che, attraverso un accordo, è stato svenduto ad un operatore di telefonia fissa.

Vi invito altresì a riflettere sui diritti collegati ai nuovi sistemi di trasmissione televisiva su telefonia mobile per i quali Mediaset ha già provveduto a definire un accordo con la Telecom, e la RAI è intenzionata a muoversi sulla stessa linea. Sono tutti accordi che sviliscono il nostro prodotto e che bruciano grandi quantità di denaro; questo è del resto l'effetto delle concentrazioni, posto che da una parte si alimenta un mercato costituito da piccole frazioni e, dall'altro, si brucia una grande ricchezza del Paese. La politica commerciale che perseguono le aziende di trasmissione televisiva, oltre a svalORIZZARE il prodotto, nel lungo termine finisce per danneggiare quelle stesse aziende, tant'è che la valutazione commerciale della RAI, la più grande industria culturale e televisiva del Paese, effettuata in vista della privatizzazione è stata dimezzata dagli analisti rispetto

ai 4 miliardi di euro all'inizio ipotizzati dall'allora direttore generale Cataneo, laddove un'industria olandese con un mercato di riferimento non più grande dell'Umbria, quattro anni fa è stata acquisita da un'azienda telefonica spagnola per 5,5 bilioni di euro. Pensate pertanto a quali enormi quantità di risorse bruciamo ogni giorno in questa situazione sia in termini di denaro che di occupazione, posto che il settore televisivo è senz'altro quello con maggiori possibilità di sviluppo.

Quanto poi alla questione se RAI e Mediaset costituiscano un cartello o meno, non sono competente a esprimermi; devono essere le Autorità preposte a pronunciarsi. Certo, quando ci rivolgiamo all'Autorità garante della concorrenza e del mercato per segnalare che nell'ambito dei contratti di acquisizione i totali dei diritti sono uguali per RAI e Mediaset, nella pratica sosteniamo proprio questo. In molti casi però ci viene risposto di rivolgerci all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, e lo stesso rimpallo in termini di competenze avviene anche tra Ministeri e nello specifico tra Ministero delle comunicazioni e Ministero per i beni e le attività culturali. Questo settore non ha quindi chiarezza di regolamentazione per cui penso che l'unica soluzione sia che entrambi i Dicasteri si occupino seriamente dell'unico mercato che abbia in Italia queste rilevanti potenzialità di sviluppo, siamo certi che se vi fosse la liberalizzazione dei diritti in due anni potremmo avere 100.000 nuovi addetti al settore e che il 60 per cento della ricchezza prodotta verrebbe ridistribuita tra Lazio e Centro Italia.

Quanto al problema della pubblicità, torno a richiamarmi all'esempio del codice della strada, sottolineando anche in questo caso che noi facciamo gli automobilisti e non i vigili; ciò premesso, riscontriamo che il nostro prodotto, ossia la *fiction*, i programmi di intrattenimento e i documentari in questa stagione hanno raggiunto risultati superiori alle aspettative, tanto che la RAI che era stata data per perdente ha invece tenuto proprio in virtù di questa programmazione.

Quanto al calo degli introiti pubblicitari, rilevo che si tratta di un dato in controtendenza. In proposito la domanda che sarebbe opportuno porsi è quale sia la ragione per cui la RAI non abbia mai previsto tra i membri del Consiglio di amministrazione della SIPRA anche un rappresentante dei produttori, posto che chi fa il prodotto è anche più bravo a venderlo, da sempre, e ciò succede anche con i prodotti di *fiction* e le vendite all'estero.

Quali sono i prodotti più venduti nel mondo? Quelli in cui il produttore indipendente sia riuscito a tenere tutti i diritti o quelli in cui ci siano cointeressenze di diritti? I prodotti in cui la RAI possiede tutti i diritti non hanno delle vendite significative all'estero. Questo vuol dire che il padrone tiene meglio la stalla di quanto lo possa fare un mezzadro. Io penso che la soluzione potrebbe essere chiedere alla RAI che un rappresentante dei produttori sieda nel Consiglio di amministrazione, ossia nella macchina che raccoglie i denari.

A proposito dei ritardi nel contratto di servizio, noi non siamo mai stati interpellati al riguardo. Abbiamo inviato decine di lettere al Ministero delle comunicazioni, alla RAI e a tutti gli enti preposti per chiedere di es-

sere consultati al fine di definire un buon contratto di servizio, ma non siamo mai stati ascoltati. Chiediamo nuovamente, con l'aiuto della Commissione di vigilanza, di poter partecipare alla discussione e ad avanzare delle proposte, visto che le richieste dei produttori sono spesso ragionevoli, muovendo nella direzione del rafforzamento del servizio pubblico e del prodotto, e meritano di essere prese in considerazione.

Per quanto concerne la questione delle nuove forme contrattuali e della partecipazione agli investimenti, voglio ringraziare l'onorevole Carra. Credo che un servizio pubblico non dovrebbe porsi solo il problema di avere il bilancio in attivo: la RAI può essere considerata in parte un'industria, per via della pubblicità, e in parte, più che un'industria vera e propria, per via del canone, un sistema dirigente che ha degli obblighi. Ad esempio, quando vedo che tutti i prodotti di *fiction* trasmessi dalla RAI in questa stagione hanno abbondantemente superato gli indici di ascolto ed hanno un ingresso pubblicitario che quasi ripaga interamente i costi già con la prima messa in onda, mi domando dove vada a finire il canone.

Vorrei fare una riflessione su alcuni programmi pomeridiani di RAIUNO e RAIDUE in cui, con la scusa di intrattenere, si fa della pornografia *soft*. Se quei programmi sono pagati dal canone è uno scandalo. Vi chiedo di rifletterci perché guardo la televisione tutto il giorno e se i prodotti a cui facevo riferimento sono pagati dal canone, mentre un prodotto che racconta la storia d'Italia e comunica sentimenti e valori viene pagato dalla pubblicità, allora esiste un problema.

Ringrazio l'onorevole Giulietti per quanto detto del presidente Ariè, uno dei fondatori dell'APT, che è venuto a mancare da qualche settimana. Ariè è stato uno dei migliori produttori italiani e vanta, fra tanti altri, uno dei prodotti capaci di racchiudere qualità e successo di pubblico, ossia «Il maresciallo Rocca».

Sull'importanza dell'*antitrust*, quanto detto dal senatore Falomi, riguardo al rapporto tra quello che succede con i diritti sportivi e quello che succede invece col nostro diritto, è chiarissimo. Se potessimo fare un terzo di quello che accade nel mercato dei diritti sportivi, avremmo un'industria triplicata nel giro di pochi anni: pensate ad una squadra di calcio che è costretta a cedere tutti i diritti, non uno in più o uno in meno, per una cifra pari al costo di realizzazione; l'aspetto drammatico è che non si valuta il valore dello sfruttamento del nostro prodotto ma il costo di realizzazione. Quanto costa realizzare la *fiction* che si propone? Cento? Allora ti prendi dieci e mi dai la *fiction*. In questo modo le squadre di calcio avrebbero dei ragazzi del campionato di promozione e giocherebbero in campi senza neanche le gradinate.

L'onorevole Giulietti chiedeva, a proposito della *fiction*, se è in atto un confronto tra la RAI e i produttori indipendenti. Non c'è nessun confronto. Abbiamo fatto centinaia di tentativi per aprire un tavolo di concertazione; vi chiediamo di aiutarci perché è da molti anni che non si apre un confronto sereno tra i produttori indipendenti e la RAI. Inoltre, si attendeva la legge sull'audiovisivo ma non è stato fatto niente. L'onorevole Innocenzi, quando chiedemmo di essere almeno citati (non di avere qualche

diritto, ma perlomeno di essere citati) nella legge Gasparri, ci rispose che sarebbe stata approvata una legge sull'audiovisivo, ma ciò non è accaduto. Peraltro, presso l'AGCOM non c'è un tavolo di confronto, non ci sono tavoli riguardanti SKY TV, ci sono richieste ed esposti affinché quest'ultima ottemperi alle disposizioni della legge n. 122 del 1998, ancora disattese da parte dell'AGCOM.

Il senatore Pessina mi ha chiesto se ha un senso il *produce placement*, ossia l'inserimento pubblicitario all'interno dei prodotti di *fiction*. Devo dire che a noi interessa molto e riteniamo fondamentale pensare di liberalizzare la pubblicità, o una quota di pubblicità, per farla andare direttamente sul prodotto. Per la funzione soprattutto che ha il prodotto RAI, bisogna pensarci molto bene prima di mettere l'investimento pubblicitario all'interno del prodotto e non intorno al prodotto, per una serie innumerevoli di ragioni tra cui, non ultima, la questione della qualità. Per adesso è una cosa vietata.

L'onorevole Butti mi fa notare che la legge n. 122 del 1998 va aggiornata. Ha ragione, ma a noi al momento basterebbe che venisse almeno applicata, e successivamente si potrebbe pensare a qualcosa di migliore. Da sette anni operiamo in una condizione in cui tale legge non viene applicata, se non in forme molto blande.

Sul rapporto tra canone e pubblicità, penso di aver risposto quando ho rilevato che il prodotto principale in gran parte si paga già con la prima messa in onda. Il 60-80 per cento del prodotto viene finanziato in questo modo, per cui mi chiedo, sempre al di là del grande impegno economico che la RAI sostiene per l'informazione, dove vada a finire il canone. Purtroppo nessuno ha mai pensato che alcune *fiction* dovrebbero essere studiate per non avere pubblicità. Tutte le *fiction* hanno tre pause pubblicitarie, ma penso che ce ne siano alcune che possono sopportarne anche quattro, e ce ne siano altre che, per il loro particolare valore culturale, per il loro contenuto e per la diffusione nel Paese di determinati segnali e sentimenti, possono anche essere studiate per non avere pubblicità; vorrei che la RAI fosse messa nella condizione di ragionare meglio su alcune problematiche per raggiungere quanto più pubblico possibile. Ogni inserimento pubblicitario rallenta il rapporto con i telespettatori, così come è possibile che un'interruzione danneggi la narrazione, perché non tutte le narrazioni sono uguali: ve ne sono alcune che possono essere interrotte ed altre che sarebbe preferibile non interrompere. Ad esempio, per raccontare vicende storiche relative al nostro passato, molto spesso converrebbe non inserire la pubblicità, lasciando scorrere un ragionamento e raggiungendo 8, 10 o 12 milioni di telespettatori.

L'onorevole Butti sostiene che le critiche alla legge Gasparri sono ingenerose perché è impossibile ascoltare tutti i punti di vista. Penso invece che avrebbero dovuto ascoltare tutti e in particolare chi realizza il prodotto, chi governa materialmente il centro del mercato. Sarebbe stato necessario ascoltare i produttori indipendenti, e non cancellarli e farli sparire privilegiando il rapporto tra fornitori di contenuti e gestore delle concessioni. È chiaro che se ci sono i fornitori, ci saranno pure i produttori. Que-

sti ultimi scompaiono quasi un anno dopo nel testo unico della radiotelevisione. Compare solo la definizione ma non hanno alcun diritto e alcun dovere; solo indicazioni – come è stato evidenziato – della legge n. 122 del 1998 che sono complicatissime e che noi cerchiamo continuamente di rendere più precise.

Per concludere, esprimo un sentito ringraziamento: se solo alcune delle tante cose che ho ascoltato oggi andranno in porto, se cioè codesta Commissione riuscirà a sottoporre i nostri problemi alla RAI e all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, noi vi saremo molto grati.

Speriamo che la situazione migliori perché per noi e per i nostri figli una buona *fiction* televisiva coincide con la salute culturale che tutti ci auguriamo di poter avere nel prossimo periodo.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Carlo Degli Esposti per il contributo offerto e dichiaro conclusa l’audizione.

I lavori terminano alle ore 15,25.

