



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVI LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 1

COMMISSIONE PARLAMENTARE
per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

AUDIZIONE DEL PRESIDENTE
E DEL DIRETTORE GENERALE DELLA RAI

3^a seduta: giovedì 4 dicembre 2008

Presidenza del Presidente VILLARI

I N D I C E**Audizione del Presidente e del Direttore generale della RAI**

PRESIDENTE:		
- VILLARI (<i>Misto</i>), senatore Pag. 3, 8, 9 e <i>passim</i>		<i>PETRUCCIOLI, Presidente della RAI .Pag. 1, 9, 15</i>
BUTTI (<i>PdL</i>), senatore	15	<i>CAPPON, Direttore generale della RAI . .11, 15, 16</i>

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; UDC, SVP e Autonomie: UDC-SVP-Aut; Misto: Misto; Misto-MPA-Movimento per l'Autonomia: Misto-MPA.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Popolo della Libertà: PdL; Partito Democratico: PD; Lega Nord Padania: LNP; Unione di Centro: UdC; Italia dei Valori: IdV; Misto: Misto; Misto-Movimento per l'Autonomia: Misto-MpA; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.ling.; Misto-Liberal Democratici-Repubblicani: Misto-LD-R.

Intervengono per la RAI il Presidente, dottor Claudio Petruccioli, e il Direttore generale, dottor Claudio Cappon.

I lavori hanno inizio alle ore 14,50.

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione del Presidente e del Direttore generale della RAI

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del Presidente e del Direttore generale della RAI.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità della seduta sarà assicurata anche per mezzo della trasmissione con il sistema audiovisivo a circuito chiuso. Avverto altresì che della odierna audizione sarà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

Desidero anzitutto ringraziare il presidente Claudio Petruccioli e il direttore generale Claudio Cappon per la loro presenza in questa Commissione. L'Ufficio di Presidenza, allargato ai rappresentanti dei Gruppi, attribuisce all'audizione odierna un profilo istituzionale essendo la prima che si svolge dopo le elezioni politiche. Ricordo infatti che l'ultima audizione del Presidente della RAI risale al settembre dell'anno scorso. Attualmente il consiglio d'amministrazione dell'azienda è in regime di *prorogatio* da giugno. È inoltre in atto una crisi economico-finanziaria che investe il Paese e quindi anche la stessa RAI. Per tali motivi alla Commissione è parso quanto mai opportuno ascoltare quanto i vertici dell'azienda hanno da dire in proposito.

Come già convenuto, oggi la Commissione si limiterà ad ascoltare i nostri ospiti, rinviando alla prossima settimana il dibattito, avendo cura di distribuire e far pervenire a tutti i Commissari, anche a coloro che oggi non sono presenti, il testo degli interventi in vista appunto di tale successivo dibattito.

Cedo dunque la parola al presidente Petruccioli.

PETRUCCIOLI. Signor Presidente, vorrei rivolgere un saluto a tutti gli onorevoli componenti di questa Commissione. Le comunicazioni che io e il Direttore generale rendiamo in questa circostanza sono doverosamente limitate in conformità alla situazione in cui si trova il consiglio di amministrazione della RAI e, di conseguenza, anche il Direttore generale, il cui incarico scade con il consiglio che lo nomina (articolo 29, comma 1, dello Statuto sociale). Il nostro mandato si è formalmente concluso il 24 giugno di quest'anno con l'approvazione, da parte dell'assem-

blea degli azionisti, del bilancio del terzo esercizio di nostra competenza. Da quel momento, la stessa assemblea degli azionisti avrebbe potuto nominare il nuovo consiglio, ovviamente in applicazione delle norme della legislazione speciale sulla RAI. In ottemperanza alle sue competenze, il consiglio d'amministrazione aveva infatti iscritto già all'ordine del giorno già di quell'assemblea la nomina dei nuovi amministratori. Gli azionisti hanno tenuto aperta quell'assemblea attraverso successivi aggiornamenti. Siamo arrivati – con quello di questa mattina – al dodicesimo aggiornamento (un *record* – mi si dice – nella storia delle società per azioni). Sono passati quasi sei mesi da quel 24 giugno e quel punto all'ordine del giorno non è ancora stato svolto. Fino a quando ciò non avverrà, come voi ben sapete, siamo obbligati a restare in carica.

Date tali circostanze, è non solo comprensibile, ma doveroso che noi si eviti di formulare previsioni o propositi per il futuro. Per quanto riguarda l'ultimo semestre, dico subito che abbiamo cercato di far fronte a tutte le necessità dell'azienda senza eccedere in interventi non indispensabili, in modo che chi ci sostituirà non trovi una situazione impropriamente condizionata da nostre scelte, ma neppure compromessa da nostre distrazioni o inadempienze. Abbiamo dunque dovuto e dovremo, fino a quando resteremo, prendere decisioni che si proiettano almeno un po' nel futuro e lo condizionano: in particolare per quel che riguarda la programmazione editoriale e la gestione economica. Siamo convinti di averlo fatto con senso di responsabilità e con misura, per evitare i danni che sicuramente si sarebbero verificati, se fossimo restati con le mani in mano.

Il consiglio non ha seguito la prassi che faceva coincidere l'insediamento di nuovi vertici con una complessiva ridefinizione degli incarichi aziendali, per cui si faceva tutto all'inizio del mandato e poi non ci si pensava più. Abbiamo proceduto sulla base di valutazioni specifiche, intervenendo di volta in volta laddove abbiamo giudicato che ce ne fosse la necessità e l'opportunità. Penso che questo metodo – da noi avviato – sia migliore, più trasparente, più motivato rispetto a quello precedente e mi auguro che non venga in futuro contraddetto o cancellato. Esso comporta, però, che l'attenzione alle esigenze di rinnovamento degli incarichi di direzione sia costante e sempre attiva la capacità di intervento. Se queste vengono sospese per un periodo troppo lungo, nascono malesseri e si verificano inconvenienti. Superata la scadenza formale del nostro mandato, ci siamo ispirati, anche in questo campo, a riserbo e prudenza. Tuttavia, quando il tempo si prolunga troppo, una virtuosa astensione diventa colpevole negligenza. Ecco, il tempo sta diventando troppo lungo e lo dico esplicitamente, perché non voglio scivolare in silenzio nella negligenza colpevole. Soprattutto di fronte a casi limite: incarichi scaduti e prorogati con una formula che quando l'abbiamo adottata ci sembrava il massimo della cautela: la proroga è «fino all'insediamento del nuovo Cda; e comunque non oltre la fine dell'anno in corso». Si avvicina tale termine, il che dimostrerà come la nostra cautela purtroppo avrà peccato non per eccesso, ma per difetto.

Il mercato (internazionale e nazionale), le tecnologie, l'organizzazione dell'offerta, il rinnovamento dei contenuti, le aspettative e i gusti dei telespettatori: tutto è in continuo e rapido mutamento. Tante sono dunque le incognite e le prove, e numerosi, di conseguenza, i rischi e le possibilità di errore. Per la RAI si aggiungono le incertezze specifiche che riguardano il servizio pubblico. Non trascurare né sottovalutare nessuno di questi aspetti ma, data questa situazione, affermo che la situazione della RAI è buona. Lo dico in piena coscienza, mettendo a disposizione tutti i dati che lo provano. Lo dico anche con grande fermezza, a smentita di quanti parlano a vanvera di cadute verticali, crisi catastrofiche e simili, senza peraltro portare alcun elemento a sostegno di ciò che sostengono ed obbedendo, evidentemente, ad interessi giornalistici o politici che vogliono attaccare o intimidire la RAI.

Premessa da non dimenticare mai: la RAI non ha un euro di debito. Ne tenga conto chi si diletta in paralleli con Alitalia. Il consuntivo del 2007 – approvato, come ho detto, il 24 giugno – registra un pareggio di fatto (4 milioni di disavanzo su un valore complessivo del bilancio di 3 miliardi di euro). Il *budget* di previsione per il 2008, sul quale gravano circa 150 milioni di «grandi eventi», che si verificano *una tantum* (europei di calcio ed olimpiadi), prevedeva inizialmente un disavanzo di 92 milioni, ridotti a 25 nella riprevisione di settembre, avendo potuto contare fino a quel momento su un gettito pubblicitario corrispondente alle previsioni.

Con il 1° ottobre è cominciata la grande «gelata». Vorrei che questo venisse considerato dalla Commissione un dato che non riguarda solo la RAI. Noi siamo un'azienda che ha un periscopio molto attento sull'andamento dei mercati e ciò che osserviamo merita una riflessione di carattere più generale. Non credo ci sia bisogno di citare qui gli effetti generali della crisi finanziaria, la contrazione dei consumi o il crollo delle immatricolazioni auto e altri indici del genere. Ciò che intendo sottolineare è che la caduta nella raccolta pubblicitaria – e ne siamo stati noi stessi sorpresi – si è manifestata in modo repentino e molto molto consistente. Per questo motivo, nell'ultimo trimestre 2008 (ottobre, novembre e dicembre), noi prevediamo una contrazione degli introiti derivanti dalla pubblicità che si avvicinerà ai 50 milioni di euro. Il consuntivo di tale esercizio si graverà dunque di una cifra analoga. Ciò nonostante, chiuderemo con un disavanzo inferiore a quello previsto nel *budget* messo a punto all'inizio dell'anno corrente; in linea dunque con gli impegni del piano industriale. Impegni che devono essere rispettati anche nel prossimo anno. A tal fine, nonostante la scadenza del nostro mandato, abbiamo avviato azioni di risparmio e contenimento, aggiuntive rispetto a quelle già definite nel piano industriale, per ridurre nel 2009 di ulteriori 110 milioni le spese; è un proposito molto arduo, perché si tratta di una manovra di quasi il 4 per cento del volume complessivo del bilancio.

È doveroso, a questo punto, parlare dell'adeguamento annuale del canone. Sarebbe molto grave, se non si procedesse neppure quest'anno all'adeguamento del canone. Dico «neppure» perché negli anni del nostro

mandato l'adeguamento c'è stato soltanto nel 2007 (né nel 2005, né nel 2006). Ricordo che nella legge l'adeguamento non è facoltativo, ma obbligatorio (articolo 47, comma 3, del Testo Unico della Radiotelevisione). Legge a parte, penso valga anche per la RAI ciò che vale, nella crisi, per tutte le aziende. È universale la richiesta di sostegno; il Governo ha dichiarato un impegno deciso «a favore di famiglie e imprese». Il momento è tale per cui si giustificerebbero perfino agevolazioni particolari. Aggiungere alle difficoltà di mercato una ulteriore contrazione delle entrate di qualche decina di milioni di euro per mancato adeguamento del canone potrebbe costituire per la RAI un colpo pesantissimo. Nelle ultime ore si avvertono segnali positivi e spero che trovino conferma nei fatti.

Negli ultimi tre anni la RAI ha costantemente mantenuto la sua supremazia negli ascolti. La nuova stagione 2008-2009 ha preso avvio in modo particolarmente brillante. Nel periodo di garanzia autunnale (14 settembre-29 novembre, quindi terminato da cinque giorni), nel *prime time* la RAI ha distanziato Mediaset di cinque punti e mezzo (44,56 per cento contro 39,14 per cento), due punti in più della omologa stagione di un anno fa. Nella programmazione dell'intera giornata il distacco è meno forte, ma sempre netto: tre punti. Queste sono le cifre della «RAI soccombente» e dello «*share* in picchiata», per citare qualcuno dei titoli che si leggono quotidianamente sulla stampa. Se informassimo noi in questo modo, si muoverebbero tutte le autorità del mondo e la riprovazione sarebbe universale.

Dal 2003 ad oggi le altre televisioni (soprattutto Sky, ormai terzo *player* televisivo in Italia, quindi nel nostro Paese non c'è più il duopolio televisivo) hanno guadagnato nell'intera giornata l'8 per cento di *share* e il 6,5 per cento nel *prime time*. La contrazione che ne deriva per RAI e Mediaset non si distribuisce, però, alla pari. Nell'insieme della giornata, Mediaset ha perso un punto in più della RAI (4,43 contro 3,40); ma soprattutto nel *prime time*, a fronte di un calo della RAI molto contenuto, dell'1,23, Mediaset ha perso addirittura 5,28 punti. Pensiamo che ciò sia dovuto al profondo radicamento del servizio pubblico, ma è anche conseguenza del riassetto che abbiamo promosso nella programmazione dell'offerta e nelle trasmissioni. Abbiamo promosso un coordinamento e un controllo più attenti, consapevoli ed efficaci che in passato, pur senza limitare l'autonomia e la responsabilità delle reti. Questo lavoro ha trovato sistemazione nelle «Linee guida editoriali» approvate dal consiglio d'amministrazione.

Abbiamo dato maggiore coerenza e unitarietà all'insieme dell'offerta e della programmazione. Oggi l'offerta delle tre reti RAI è – mediamente – molto più attenta che in passato a fornire una programmazione che risponda alle attese dell'arco più ampio possibile di spettatori, con tutte le sue differenziazioni. Ne deriva una elasticità che valorizza tutte e tre le reti e – nello stesso tempo – rende l'offerta RAI più capace di misurarsi con la fluidità che caratterizza in questa fase le scelte del pubblico. Per usare una metafora calcistica, andiamo in gol non solo con il centravanti, vale a dire con la rete ammiraglia; ci sono giorni della settimana segnati

da impennate delle altre due reti. Una conseguenza non trascurabile di questo processo di adeguamento è la ripresa di RAIDUE che, dopo anni di declino, ha invertito la tendenza e mostra oggi chiari segni di vitalità e di rinnovata attenzione da parte del pubblico.

Farebbero bene a riflettere su tali dati quanti straparlano su questi argomenti e – magari – sentenziano sul cannibalismo fra le reti RAI. Se coloro che commentano la tv avessero un decimo della professionalità di coloro che la fanno, sarebbe un bel passo avanti per tutti. Non è cannibalismo; è consapevole differenziazione della programmazione. Noi RAI abbiamo comunque realizzato, nella messa a punto dell'offerta editoriale e nella programmazione, un controllo molto più attento, consapevole e sofisticato che in passato. È quanto serve in una fase di grandi mutamenti che riguardano tanto i contenuti quanto i comportamenti soggettivi degli utenti. Mi auguro perciò che le misure strutturali e organizzative che abbiamo preso a questo fine non vengano revocate da coloro che ci seguiranno.

Per completare il quadro, ricordo le innovazioni che abbiamo introdotto o programmato nell'offerta informativa. Con i palinsesti autunnali ha preso il via TGR-Buongiorno regione: mezz'ora di trasmissione, dalle 7,30 alle 8, dal lunedì al venerdì, che realizza finalmente l'impegno preso anni fa a raddoppiare il tempo quotidiano a disposizione delle Regioni, impegno finora inevaso per il notevole onere finanziario che comporta. I risultati sono molto incoraggianti. Nelle quattro Regioni finora investite (Piemonte, Lombardia, Lazio, Campania) c'è stato quasi un raddoppio degli ascolti (da 120.000 a 216.000), con un incremento dello *share* del 3,66 per cento.

Una significativa innovazione riguarda anche l'informazione del Tg3, che ha avviato «lineanotte» dalle 24 all'1, con una riorganizzazione complessiva della seconda serata della rete. I risultati di ascolto sono positivi; ma, soprattutto, positiva risulta l'occasione di sperimentare innovazioni nelle modalità dell'informazione che avranno ricadute nel tempo sull'insieme dell'offerta RAI. Infine, nel prossimo anno, la novità forse più grande: la proposta in prima serata di RAIUNO di un *magazine* informativo a cura del Tg1. L'informazione in prima serata sulla rete ammiraglia è una sfida di grande impegno per tutta l'azienda.

Per quanto riguarda il digitale terrestre, tre anni fa, quando si pronunciavano queste parole, si piombava in mezzo a una fittissima nebbia, sia dal punto di vista tecnologico, sia dal punto di vista editoriale. Oggi, sotto l'aspetto tecnologico, abbiamo compiuto il primo, importantissimo passo. Dalla metà di ottobre, in Sardegna è stato attuato lo *switch off*; le trasmissioni, cioè, non sono più in analogico, ma in digitale terrestre. Il passaggio è avvenuto senza particolari difficoltà e senza eccessivi disagi per gli utenti. Si tratta di un'esperienza preziosa, che consente di affrontare con maggiore serenità e sicurezza le tappe successive del salto tecnologico per il quale disponiamo ormai di un calendario preciso, finalmente definito dal Governo in questi ultimi mesi.

Quanto alle scelte editoriali, ai canali già attivati da qualche anno (RAI News 24 e i due culturali RAI Edu 1 e RAI Edu 2), ne sono stati aggiunti tre: RAI Gulp per ragazzi, RAI Sport Più e RAIQUATTRO. È in fase di messa a punto RAICINQUE, che valorizzerà il grande patrimonio degli archivi. Ci sono, poi, i canali digitali distribuiti dal satellite (Cinema, Extra, Gambero rosso, Premium, Smash, Yoyo) attraverso un accordo con Sky che scade il prossimo anno e dovrà essere ridefinito considerando le nuove prospettive. Fra digitale satellitare e digitale *free*, la RAI produce dunque già oggi 13 canali. Saranno necessari potenziamenti (in particolare per il canale *all news*), aggiornamenti e razionalizzazioni; ma già oggi si delinea un *bouquet* abbastanza ricco da proporre agli utenti con il passaggio al digitale, in aggiunta alla programmazione dei canali generalisti.

Per quel che riguarda gli ascolti delle tv digitali (prendo a campione i dati di domenica 30 novembre, l'unica domenica che abbiamo a disposizione), sommando il satellitare e il terrestre, la RAI è saldamente al terzo posto dopo i programmi di Sky e Fox. In assoluto, la media giornaliera è di circa 110.000 ascoltatori (contro 600.000 per Sky e 200.000 per Fox); ma in alcune fasce orarie si giunge a raddoppiarli (anche gli altri, naturalmente, secondo le fasce orarie, crescono rispetto alla media). Percentualmente, sul totale della platea televisiva, gli ascolti del digitale RAI si aggirano oggi intorno all'1 per cento, contro una media Sky del 5 per cento e una media Fox dell'1,7 per cento. Siamo agli inizi di un impegno che dovrà intensificarsi nei prossimi anni, ma i dati sono già apprezzabili e quantificabili.

Per avere un termine di confronto, si consideri che la BBC, indiscutibilmente all'avanguardia in questo campo, considera di straordinaria importanza l'aver portato gli ascolti del digitale *free* vicini al 5 per cento del totale. L'orizzonte è dunque di queste dimensioni. La RAI si è messa in cammino con determinazione. Possono verificarsi anche positive sorprese. Sono ad esempio molto buoni gli ascolti per RAI Gulp e soprattutto per RAIQUATTRO. Sorprendente – anche se da sottoporre a ulteriori attente verifiche – è il vero e proprio *exploit* negli ascolti dei canali digitali *free* che si riscontrano in Sardegna dopo lo *switch off*. Nel mese di novembre per gli ascolti dei canali digitali *free* in Sardegna si è toccato il 4 per cento, contro lo 0,5 per cento di un anno fa. A trainare è soprattutto RAIQUATTRO, che supera il 3 per cento.

PRESIDENTE. Presidente Petruccioli, mi scusi per l'interruzione, ma la Presidenza della Camera ci ha comunicato che a breve i Commissari deputati potranno raggiungerci vista l'interruzione delle votazioni in Assemblea.

Pertanto propongo di sospendere i nostri lavori per alcuni minuti così da dar tempo ai colleghi di raggiungerci in modo da poter ascoltare almeno l'ultima parte del suo intervento. Mi rendo conto che è irrituale, ma dato che si tratta di una richiesta ufficiale, le chiedo di avere qualche minuto di pazienza.

PETRUCCIOLI. Non c'è alcun problema, Presidente.

PRESIDENTE. Inoltre, considerato che gli imprevisti impegni dell'Assemblea della Camera non hanno consentito ai colleghi deputati di partecipare alla seduta fin dall'inizio, è opportuno – come del resto avevamo già stabilito – che la Commissione svolga esclusivamente l'attività auditiva e conoscitiva; dunque non è consentita alcuna dichiarazione di altra natura.

PETRUCCIOLI. Comunque ricordo che ho depositato il testo scritto del mio intervento a disposizione di tutti i Commissari.

PRESIDENTE. Sospendo brevemente la seduta.

I lavori, sospesi alle ore 15,10, sono ripresi alle ore 15,25.

PRESIDENTE. Riprendiamo i lavori della Commissione. Invito il presidente Petruccioli a proseguire il proprio intervento.

PETRUCCIOLI. Come ho già detto, il testo scritto del mio intervento è stato distribuito ed è a disposizione di tutti i Commissari. La prima parte, che ho svolto, fotografa la situazione, mentre la parte finale contiene considerazioni più personali, diciamo soggettive.

Concludo il mio discorso mettendo in evidenza i problemi che emergono dall'esperienza di questi tre anni e mezzo. Un più ampio bilancio l'ho steso nel mese di aprile e lo troverete nel fascicoletto, reso pubblico a suo tempo, che mi permetto di lasciare agli uffici della Commissione, a disposizione di quanti ne fossero interessati.

All'inizio abbiamo avuto un Direttore generale gravato dall'ipoteca dell'incompatibilità. Dopo otto mesi, l'incompatibilità è stata formalmente sancita a seguito di un complesso procedimento avviato dal Presidente del consiglio d'amministrazione RAI che ha coinvolto l'Agcom e il Consiglio di Stato. Abbiamo dovuto, in corso di mandato, nominare dunque un nuovo Direttore generale e non è stato semplice. Poi c'è stata una lunga disputa sulla revoca e la sostituzione del consigliere di amministrazione nominato dall'azionista; disputa che ha visto il susseguirsi della sostituzione e poi del reintegro del sostituito, con una serie di pronunciamenti del Tar del Lazio e del Consiglio di Stato altalenanti e anche contrastanti.

In secondo luogo, lo stato giuridico della RAI è dominato dall'incertezza e dalla confusione: da una parte si chiede alla RAI di essere un'azienda e di comportarsi come tale; dall'altra la si considera un segmento delle pubbliche amministrazioni. La RAI è sottoposta alla giurisdizione della Corte dei conti e rientra nei vincoli stabiliti per le pubbliche amministrazioni nelle leggi. È così accaduto per i limiti nel trattamento economico dei dipendenti o nella stipula di contratti, ad esempio con artisti, fissati in una legge finanziaria. Ogni volta si corre a cercare di evitare le conseguenze più palesemente assurde di questo stato di cose, ma la sicu-

rezza e la rapidità delle decisioni aziendali ne risultano seriamente compromesse.

In terzo luogo, il rapporto tra la RAI e la politica è in grandissima sofferenza. La politica, al di là di rituali dichiarazioni di rispetto e di periodici impegni a fare passi indietro, esprime sprezzo e fastidio per la RAI. Gli argomenti addotti sono che il servizio fornito non sarebbe soddisfacente. Sono l'ultimo a negare limiti e carenze e la necessità di superarli. Con altrettanta sincerità, però, dichiaro di essermi convinto che il fastidio e l'ostilità della politica sono, nella gran parte dei casi, originati dall'autonomia e dalla professionalità che la concessionaria è ancora in grado di esprimere e dalla ricerca di comportamenti tributari e servili. Le vicende di cui siamo stati testimoni in questi anni lo confermano. Oltre al tiro alla fune, avventato e alla fine vano sulla revoca di un consigliere, penso al deviante e deprimente dibattito al Senato del settembre dell'anno scorso, alle rissose e inconcludenti sortite della Commissione di vigilanza nella passata legislatura e anche alle vicende lunghe, travagliate e non ancora concluse che hanno accompagnato in questa legislatura la costituzione e l'avvio dei lavori di questa Commissione.

Dal nostro punto di vista, non abbiamo riscontrato in questi passaggi quella attenzione verso il servizio pubblico e verso la RAI che è giusto da parte nostra attendersi e che sarebbe doveroso assicurare da parte della politica. Quelle che normalmente vengono presentate come crisi o tempeste della RAI, sono in realtà scontri politici non sempre di buona lega, che prendono la RAI come pretesto o come terreno di scontro, incuranti dei danni che ad essa provocano.

Sulla base di queste constatazioni vanno indicate due esigenze a mio avviso più che mature, anzi due necessità assolute. Innanzitutto è chiaro a tutti, al di là di ogni ragionevole dubbio, che va ridefinito non solo l'assetto della *governance* RAI, ma l'intero sistema di controlli, di vigilanza e di garanzie che è arrivato ad una *impasse* senza via d'uscita. Inoltre, la distrazione e l'inadempienza della classe politica nei confronti della RAI rinvia ad una questione fondamentale, tanto incombente quanto ignorata. Prima di indugiare su altre questioni (la privatizzazione, la vendita di una o due reti e simili), la classe politica dovrebbe dare una risposta precisa ad una domanda cruciale: in Italia si vuole ancora, e perché, un servizio pubblico radiotelevisivo? Se sì, con quali finalità, quale missione, quali compiti? Quindi con quale dimensione, quale organizzazione e quali risorse? Se non affronta la questione a questo livello, la classe politica si rivela incapace di svolgere un'effettiva funzione dirigente nazionale. Nei quattro anni precedenti l'insediamento dell'attuale consiglio di amministrazione, gli organi amministrativi della RAI sono stati completi per soli 18 mesi. Per i restanti due anni e mezzo erano dimissionari o qualche consigliere o il Presidente. Noi, in questi tre anni, abbiamo cercato di restare ben ancorati alla specifica responsabilità di amministratori, come prescritto dalle leggi e dal codice civile, abbiamo affrontato turbolenze e strattoni con compostezza e dignità. Grazie a questo comportamento è stato possibile assicurare una relativa serenità e distensione, un minimo

di continuità e stabilità nella vita dell'azienda che abbiamo avuto il compito di amministrare. Allo stesso fine è volta anche questa ultima, consapevole e accorata mia riflessione.

PRESIDENTE. La ringrazio, presidente Petruccioli, e cedo la parola al direttore generale, dottor Cappon.

CAPPON. Rivolgo anzitutto un saluto al presidente Villari ed a tutta la Commissione in questa prima occasione d'incontro a distanza di tanto tempo. Non ho preparato un intervento scritto, quindi vi chiedo di essere pazienti; ovviamente mi riservo di fornire ulteriori elementi anche quantitativi in risposta ad eventuali domande.

Desidero fare alcune riflessioni in più rispetto a quelle che esaurientemente ha svolto il presidente Petruccioli sullo stato della RAI come azienda, giacché questo mi compete in qualità di responsabile manageriale.

Per prima cosa vorrei ribadire un elemento noto, di cui si parla, ma del quale non c'è ancora, secondo me, piena consapevolezza: il contesto televisivo è profondamente mutato e sta continuando a mutare profondamente. Cito solo due aspetti per far capire la dimensione di questo cambiamento. Negli ultimi tre anni, come diceva il presidente, RAI e Mediaset hanno perso 7-8 punti percentuali di ascolto (soprattutto Mediaset, ma anche la RAI) a vantaggio delle altre offerte digitali, non solo il satellite ma anche il digitale terrestre, che sta progressivamente crescendo. Per quindici anni RAI e Mediaset hanno avuto complessivamente un ascolto compreso tra l'89 e il 91 per cento: formavano quel complesso definito, con connotazione non positiva, come «Raiset», che sembrava immutato e immutabile e che invece sta già cambiando. Come ha detto il presidente, il panorama è cambiato.

Il secondo spunto di riflessione, importante per far comprendere come in questo periodo ci siamo confrontati con un'industria che non è quella a cui molti ancora pensano, è dato dalle risorse pubblicitarie della RAI, che sono inferiori a quelle del 2000 e da allora non hanno mai più raggiunto quel livello. Sono quindi sistematicamente inferiori rispetto a quelle di ben otto anni fa. Ciò ha imposto ovviamente una gestione molto più complessa, perché negli anni precedenti al 2000 le stesse risorse pubblicitarie crescevano del 10 per cento l'anno.

Penso che questo possa far capire la dimensione e l'ampiezza del mutamento ed anche la sua velocità, se vogliamo, perché l'accelerazione di questo processo è degli ultimi tre o quattro anni, non di più.

Questo è lo scenario nel quale abbiamo affrontato il nostro lavoro e la nostra responsabilità. Ben consapevoli di tale situazione, abbiamo operato, naturalmente secondo la complessità tipica della nostra azienda, attraverso la redazione di un piano industriale che identificava il cambiamento come tema su cui fare perno per una visione del futuro industriale della RAI. Su questa base, è stata fatta la scelta strategica di considerare il digitale terrestre come piattaforma di elezione per una televisione genera-

lista e si è deciso quindi di spingere su questo settore, nonché di puntare sul *web* come elemento di forte integrazione. Inoltre, si è iniziato a definire gli elementi della correzione economico-finanziaria, indispensabile per evitare il deterioramento dell'equilibrio finanziario di lungo termine della RAI.

Successivamente, abbiamo definito il piano editoriale. Il rinnovamento dell'offerta editoriale va incontro ad un altro tema che è sullo sfondo di una televisione pubblica negli anni *post* 2000, non solo in Italia ma dovunque, cioè quello di una rilegittimazione del servizio pubblico, in un mondo estremamente mutato e con offerte molto più ampie di quelle del passato.

Credo che abbiamo agito con determinazione e anche con tempestività, tenuto conto che si trattava di affrontare per la prima volta, dopo molti anni, temi strategici dal punto di vista industriale per la RAI.

Passo ora ad illustrare lo stato dell'azienda dal punto di vista economico. Come ha detto il Presidente, abbiamo chiuso l'anno scorso con un sostanziale pareggio di bilancio. Quest'anno, seppure in una situazione di oneri eccezionali per i diritti sportivi (che come è stato ricordato, erano nell'ordine di 150 milioni di euro circa), puntavamo a chiudere l'anno con un risultato di perdita modesta, riuscendo forse ad avvicinarci di nuovo al pareggio. Poi è piombata la crisi a tutti nota. In questi ultimi due mesi, la raccolta pubblicitaria registrerà una riduzione, rispetto alle nostre aspettative, tra i 40 e i 50 milioni di euro. Questo però non si tradurrà in un corrispondente peggioramento del risultato, poiché stimiamo una perdita contenuta intorno ai 30-35 milioni di euro.

Nonostante tutto ciò, ed anche tenendo conto della flessione pubblicitaria, se saranno rispettate le scadenze dei pagamenti del canone da parte del Tesoro, contiamo di chiudere anche quest'anno con una posizione finanziaria positiva.

La RAI non ha debiti finanziari e, lo ripeto, mantiene questa posizione da cinque anni. Non so quante grandi aziende di questo Paese si trovino in questa situazione finanziaria. Mi sento perciò di dire che la caratteristica dell'azienda è la solidità, sia pure nelle situazioni difficili che abbiamo descritto. Credo che abbiamo dimostrato che, nonostante la complessità della macchina e la dimensione estremamente grande e difficilmente manovrabile dell'azienda, gestire si può. I fenomeni si possono affrontare.

La crisi della Lehman Brothers si è verificata a fine settembre. Il 7 ottobre, ho dato disposizione alle strutture di iniziare un immediato piano di risparmi, segnalando la gravità della situazione. Ho perfino ricevuto qualche commento ironico per un certo presunto allarmismo, per una certa intemperività, commenti che i fatti hanno provveduto a smentire. Non si può dire quindi che non reagiamo rapidamente.

In questo modo, già con le azioni poste in essere nell'ultimo scorcio dell'anno, siamo in grado di assorbire probabilmente i tre quarti o i quattro quinti di questi minori introiti pubblicitari, non a danno del conto economico: prevedevamo di chiudere a meno 25 e, nonostante i minori in-

cassi pubblicitari pari a 50 milioni di euro, chiuderemo a meno 30-35. Una «reazione lampo»! Ovviamente, anche nel 2008 avremo qualche sofferenza, ma sarà estremamente limitata rispetto alle dimensioni della crisi. Gestire, quindi, si può.

In questi anni abbiamo ottenuto risultati importanti sotto tanti punti di vista, ma ne cito due in particolare perché penso abbiano carattere strutturale. Mi riferisco innanzitutto alla situazione dell'organico della RAI, che è oggetto di commenti disparati e solitamente non positivi. Indicherò alcuni fatti. Nell'ultimo triennio, il costo complessivo del lavoro RAI (compresi i precari e i contratti a tempo indeterminato) è cresciuto dell'1,5 per cento all'anno, cioè meno del tasso medio di inflazione del periodo, che è aumentato fino ad arrivare al 3,5 per cento. Nel triennio precedente, il costo del lavoro RAI cresceva invece del 4 per cento all'anno, con un tasso di inflazione dell'1-2 per cento.

L'organico è in diminuzione: negli ultimi tre anni è diminuito del 2,5 per cento, che diventa del 3,5 per cento, se consideriamo anche il vasto mondo dei precari. Questa riduzione sta avvenendo per di più attraverso il progressivo assorbimento nell'organico di centinaia di precari, la cui crescita negli ultimi anni, anche in relazione a molte situazioni non pienamente regolari, costituisce un problema storico, ultradecennale della RAI.

Abbiamo quindi bloccato la formazione di nuovo precariato, passando da 300 nuovi contratti all'anno a 40, per esigenze identificate e nominate una per una.

Abbiamo ricavato spazio per avviare per la prima volta, dopo quindici o vent'anni, un concorso pubblico per la selezione di neolaureati, secondo rigidi criteri di merito, con una commissione valutatrice esterna alla RAI.

Abbiamo ridotto il fenomeno tipico e complesso dei cosiddetti dirigenti senza piena collocazione e con grande fatica e impegno, insieme al consiglio di amministrazione, abbiamo ottenuto una riduzione di quasi il 70 per cento di questi casi, rispetto a due o tre anni fa. Non si è potuto arrivare al 100 per cento, ma certo il numero è drasticamente diminuito.

Sul tema difficile del precariato anche in relazione all'applicazione della legge dell'anno scorso sul tempo determinato, abbiamo concluso un importante accordo sindacale sia con i giornalisti sia con gli altri lavoratori che ci porterà ad assorbire gran parte dell'organico a tempo determinato, riportando a livelli fisiologici tale fenomeno. Questo è un impegno per noi molto difficile e oneroso, una sfida, ma che pensiamo di gestire cercando di limitare strutturalmente tale fenomeno alle vere esigenze di ciclo di un'industria televisiva, che inevitabilmente necessita anche di una certa elasticità, quindi di personale assunto non a tempo indeterminato. Questo strumento, però, è stato ampiamente piegato ad altre esigenze da almeno vent'anni. Stiamo quindi risolvendo – o meglio, largamente assorbendo – il «debito occulto», se mi consentite questa espressione, del precariato, senza far crescere l'organico, anzi riducendolo del 2 o 3 per cento in tre anni. Questo credo sia un grande risultato.

L'altro elemento che vorrei sottolineare è l'azione calmieratrice esercitata sui costi esterni. Il mondo televisivo ha indotto aspettative di crescita dei diritti o dei compensi artistici assolutamente non allineate alle reali possibilità di questo sistema. Prendiamo in considerazione i diritti sportivi, ad esempio. Abbiamo chiuso due o tre grandi contratti, negli ultimi mesi, con riduzioni (ovviamente la situazione del mercato ci ha aiutato) anche del 50 per cento, rispetto a quello che noi o altri operatori televisivi dovevamo pagare, per gli stessi diritti, negli anni precedenti.

Si pensi anche ai compensi artistici, che in effetti sono un tema molto difficile da affrontare, perché è chiaro che lo spettacolo si fa con i personaggi, non con gli sconosciuti. Eppure, in alcune circostanze, siamo riusciti ad ottenere riduzioni dei compensi anche del 20-30 per cento, rispetto ai contratti precedenti. Questa linea prosegue, ovviamente intensificata rispetto al passato, ma era già stata definita. Nei mesi scorsi, abbiamo avuto incontri collegiali con gli agenti, con i produttori televisivi e con gli artisti, proprio per ribadire tale tema.

In sostanza, già consapevoli della difficoltà, abbiamo mantenuto una rotta di cui credo si comincino ora a misurare i risultati in vari settori. Ovviamente, la «gelata» – come l'ha definita il presidente – degli ultimi due mesi e le conseguenti prospettive molto incerte (per usare un eufemismo) per il 2009 impongono di raddoppiare questo impegno, cosa che abbiamo fatto con prontezza. Quando piove, si devono aprire gli ombrelli e, in alcuni casi, se l'acquazzone è violento, si devono indossare anche impermeabile e calosce. Questo stiamo facendo e continueremo a fare nelle prossime settimane.

Certo, non si tratta di un'attività semplice: Buongiorno regione, la fascia di approfondimento regionale del mattino, di cui parlava il Presidente, non solo è partita con grande successo in quattro grandi regioni italiane, ma ha anche consentito di sperimentare per la prima volta modelli produttivi, composizioni di squadre, orari, maggiorazioni e quant'altro che rompono schemi ed abitudini che in RAI vigevano forse da decenni. Questo perché il vincolo economico è stato posto come insuperabile.

Naturalmente, ciò non avviene con facilità, non avviene senza contrasto o scioperi, ma, proprio per quell'analisi che abbiamo fatto all'inizio, se non cambia anche il modo di organizzare e produrre la televisione, siamo convinti che il servizio pubblico è a rischio, a prescindere da altre considerazioni.

Altro grande tema è il rinnovamento dell'offerta su numerosi fronti, come ha ricordato il presidente. Mi sento di affermare che due anni e mezzo fa la RAI sul digitale terrestre non esisteva, aveva una copertura di rete assai inferiore a quella di Mediaset (e forse nemmeno piena) e due canali utili, ma totalmente sperimentali, che ottenevano un ascolto misurabile in centinaia di persone. Dopo un anno e mezzo, abbiamo chiuso quei canali sperimentali e ne abbiamo aggiunti tre sostanzialmente nuovi (perché Sport Più si può considerare tale, come ricordava il presidente); stiamo progettando RAICINQUE. Per dare una misura dell'effetto (anche qui, mi rifaccio a dati che il presidente ha citato), l'ascolto dell'offerta

free RAI sul digitale terrestre in un anno si è decuplicato, in termini numerici.

Nel caso della Sardegna, il fenomeno di RAIQUATTRO è considerato addirittura clamoroso e non solo da noi, ma anche dai vertici di altri grandi gruppi televisivi italiani: RAIQUATTRO è arrivata al doppio di ascolti di La7, per intenderci, pur essendo partita a luglio, con un *budget* credo pari ad un decimo. Naturalmente, tutto ciò è da consolidare, ma non mi sembra che questo risultato sia di poco conto.

Sull'estensione della rete stiamo già investendo; la Sardegna è stata interamente coperta, ma certamente l'impegno nella copertura rete – secondo il calendario per aree, recentemente varato dal Ministero dello sviluppo economico, che ci vede consenzienti come logica di estensione – è assai rilevante; immaginiamo investimenti dell'ordine di 250-280 milioni di euro. Riteniamo che si tratti di un progetto di rilevanza nazionale, per il quale è legittimo attendersi anche forme – parziali, magari – di copertura pubblica.

Un altro elemento che vorrei ricordare, sempre sul tema del rinnovamento, è il *web*. Quello della RAI è molto poco conosciuto e molto poco citato, dal momento che su di esso siamo intervenuti relativamente da poco. Quest'anno il portale RAI, che ha accesso a 500 siti, arriverà ad un miliardo di pagine viste; in particolare, a partire da luglio, grazie soprattutto alle Olimpiadi, abbiamo nettamente orientato l'offerta non solo ad una vetrina di tutto quello che c'è in RAI, ma a quello che potremmo definire un videoportale (cioè orientato al prodotto tipico della televisione, che è l'audiovisivo). Dal 20 gennaio il nuovo videoportale RAI avrà la possibilità del *simulcast* su tutta la produzione RAI *free*, ovvero quella libera da vincoli contrattuali sui diritti: sia le tre grandi reti, sia tutte le altre offerte che abbiamo, su tutte le diverse piattaforme, saranno accessibili gratuitamente ai cittadini, attraverso un meccanismo – che stiamo sperimentando – molto semplice e anche molto bello. Inoltre, vi saranno 11 canali *ad hoc* (piccoli palinsesti *web*) e, oltre al *podcasting*, sulla radio, un *video on demand* potenziato e rafforzato, oggi in fase di definizione.

BUTTI (*PdL*). Sui film?

CAPPON. Sul materiale in genere: ad esempio, si potranno vedere i programmi dei periodi precedenti; il tutto sarà articolato, ovviamente, secondo una linea editoriale che vuole sostanzialmente cambiare l'offerta, passando da vetrina di tutto quello che c'è (in cui ci si va a cercare ciò che interessa) alla possibilità di autogestione di questo menu (ci sarà, infatti, una possibilità di personalizzazione), già orientata al modello che sta esplodendo sul *web* (come i video su YouTube).

PETRUCCIOLI. Non dimentichiamo di citare il progetto per i nuovi talenti.

CAPPON. Siamo partiti su questo punto con due grandi iniziative, la prima delle quali è quella relativa ai sei canali in *simulcast* sulle Olimpiadi in diretta (non solo i nostri, ma anche quelli di altre televisioni, quindi chiunque poteva accedere contemporaneamente, attraverso il portale RAI, ai sei canali sulle Olimpiadi, mentre queste si svolgevano).

Vi è poi il progetto sui nuovi talenti, ossia la possibilità per tutti di trasmetterci – tramite video e filmati – progetti o proposte artistiche. Ciò al fine di creare, attraverso questo sistema sul *web*, un'interattività con i nostri utenti e, soprattutto, per costituire un archivio libero ed aperto, accessibile a tutti.

Credo che questi elementi sul rinnovamento siano particolarmente importanti; tuttavia vorrei formulare qualche ulteriore considerazione sul tema delle risorse, perché stiamo attraversando un periodo particolare, vicino alla fine dell'anno, in cui si deve definire il livello del canone. Siamo certamente consapevoli della situazione (ho appena citato la gelata, che non è della RAI, ma di tutto il Paese, forse mondiale): è un periodo di difficoltà, ma – nonostante sia stato già detto molte volte – non posso fare a meno di ribadire che tutto ciò che stiamo facendo avviene anche attraverso risorse pubbliche che sono ai livelli più bassi non solo in termini di canone unitario, ma di importo complessivo fra le grandi televisioni europee.

Questo è un dato. Naturalmente, se ci saranno metodi per recuperare l'evasione, che noi stessi abbiamo intenzione di contrastare (il consiglio ha discusso già da tempo la questione, trasmettendo le proprie conclusioni a tutte le istituzioni), saremo ben felici di recuperare risorse, magari anche alleggerendo il canone o tarandolo per fasce sociali e livelli di reddito (secondo quanto il legislatore stabilirà). Tuttavia, anche in questo contesto, credo che un incremento del canone, quale quello di cui, ad esempio, si parla, non sia assolutamente incongruente con quanto stiamo facendo. Ho già detto oggi, anche se forse non sono stato ben interpretato, che da tre anni facciamo una contabilità separata, che ci è stata richiesta dall'Agcom, per definire il bilancio del settore pubblico e del settore commerciale della RAI, secondo schemi che altri hanno definito in base alle linee dei principi contabili internazionali, certificati da società internazionali, approvati da altri che non siamo noi (cioè dall'*Authority* indipendente).

Ebbene, questa contabilità separata da tre anni certifica che, contrariamente a quello che purtroppo si continua a dire impropriamente e con non piena conoscenza della situazione reale, non è il canone pagato dai cittadini a finanziare programmi come «L'isola dei famosi», ma è piuttosto quest'ultimo programma a finanziare l'offerta di servizio pubblico. La quantità di offerta di servizio pubblico non coperta da risorse pubbliche ha una dimensione oscillante, negli anni, ma che è all'incirca dell'ordine di 200 milioni di euro. Sulla base di ciò, ritengo che un incremento del canone unitario sia del tutto ragionevole.

Questa mattina si è tenuta la conferenza stampa sugli *spot* che trasmettiamo per la campagna abbonamenti. Ebbene, va tenuto presente

che l'offerta RAI tradizionale di cui si parla generalmente (RAIUNO, RAIDUE e RAITRE) è soltanto un frammento minimo di tutto ciò che la RAI offre ai cittadini. Su questo foglio da cui sto leggendo, che lascerò alla Commissione, vi è l'elenco di tutte le offerte della RAI. Le prime tre sono RAIUNO, RAIDUE e RAITRE. Ad esse si aggiungono il satellitare *free* con quattro canali, il satellitare *pay* con sei canali, il digitale terrestre *free* con due canali, la banda larga (che ha offerte specifiche con canali dedicati e creati *ad hoc* per Fastweb, Alice e Tiscali; 10 o 11 canali fatti apposta per il *video on demand* su banda larga). Vi è l'offerta *web*, di cui ho già parlato, che ha, oltre al *simulcast show*, 11 offerte specifiche e ora anche il *video on demand*. La radiofonia, oltre alle tre radio, ha i canali di pubblica utilità e il GR Parlamento. L'offerta internazionale, che probabilmente va migliorata ed orientata meglio, comunque esiste ed impegna significative risorse dell'azienda.

Non bisogna poi dimenticare il Televideo e le Teche. Queste ultime, come ho dichiarato questa mattina, non sono soltanto un progetto tecnologico e culturale, ma anche un'offerta reale al Paese, poiché sono consultabili da qualunque cittadino (ad esempio, a Roma presso la nostra biblioteca), dalle associazioni culturali che lo richiedono e rappresentano un materiale di riferimento sempre più richiesto per ricerche sia scientifiche che storiche.

Abbiamo un'orchestra che viene giudicata da tutti, in termini di qualità, la seconda d'Italia. Abbiamo l'offerta cinematografica, che anni fa non c'era. La distribuzione della RAI è stata premiata proprio in questi giorni, perché per vendite al botteghino, attraverso il sistema distributivo RAI, è stata la terza in Italia, subito dopo le grandi multinazionali. Come preannunciato, lascio alla Commissione questo documento. (*Il dottor Cappon consegna agli atti della Commissione copia del documento citato*).

Tutta questa offerta, di cui si parla poco, su cui non ci sono polemiche e su cui non vi sono dibattiti, vale da sola almeno 400 milioni di euro in termini di investimento annuo della RAI; al momento è in crescita ed assorbe migliaia di risorse in termini di organico, sia nostre che del sistema indotto. Si tratta di un'offerta che integra quella principale, ma che è in costante crescita; non bisogna infatti dimenticare che è da questa offerta di cui non si parla che escono prodotti come «Gomorra», RAI-QUATTRO, il successo di Radio 2 con Fiorello. E si tratta di un'offerta realizzata con risorse prevalentemente pubbliche.

Credo che nel giudicare questa azienda e nel valutare – come doverosamente devono fare gli organi parlamentari – gli indirizzi, le scelte e le impostazioni per il futuro si debba partire, in primo luogo, da una conoscenza reale ed informata. Noi tentiamo appunto di fare questo, di offrire una conoscenza degli effettivi elementi che caratterizzano il settore. Occorre avere altresì la consapevolezza che è un errore continuare a guardare la RAI con occhiali di un periodo che non esiste più; ciò non solo perché la RAI è cambiata, ma anche perché in questo modo si determina un errore nel valutare le prospettive effettive del servizio pubblico: la RAI infatti è cambiata, la RAI è già nel futuro.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente della RAI Petruccioli e il direttore generale Cappon per la loro disponibilità.

Dichiaro conclusa l'audizione, rinviando il dibattito sull'audizione stessa, nonché la trattazione degli altri argomenti iscritti all'ordine del giorno, ad altra seduta.

CONVOCAZIONE DELLA COMMISSIONE

PRESIDENTE. Avverto che la Commissione tornerà a riunirsi, compatibilmente con gli impegni delle Assemblee, mercoledì 10 dicembre alle ore 14.

I lavori terminano alle ore 15,50.

