

**COMMISSIONE PARLAMENTARE**

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

---

**21° RESOCONTO STENOGRAFICO**

DELLA

**SEDUTA DI MARTEDÌ 14 MAGGIO 2002**

---

**Presidenza del Presidente Claudio PETRUCCIOLI**

---

## INDICE

## Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE .....Pag. 3 |

## Audizione del Direttore generale della RAI

PRESIDENTE ..... Pag. 3, 4, 6 e passim  
 BERTUCCI (*Forza Italia*), *deputato* ..... 8  
 BUFFO (*Dem. Sin-L'Ulivo*), *deputato* ..... 26  
 CAPARINI (*Lega Nord Padania*), *deputato* . 21, 22  
 CARRA (*Margherita-DL-L'Ulivo*), *deputato* . 18, 24  
 DEL TURCO (*Misto-SDI*), *senatore* ..... 5, 17  
 FALOMI (*Dem. Sin-L'Ulivo*), *senatore* ..... 6, 9,  
 22 e passim  
 GENTILONI SILVERI (*Margherita-DL-L'Ulivo*), *deputato* ..... 19, 34  
 GIANNI Giuseppe (*CCD-CDU*), *deputato* .. 26  
 GIORDANO (*Rifondazione Comunista*), *deputato* ..... 15  
 GIULIETTI (*Dem. Sin.-L'Ulivo*), *deputato* .. 10  
 IERVOLINO (*UDC:CCD-CDU-DE*), *senatore* 28  
 LAINATI (*Forza Italia*), *deputato* ..... 24, 25  
 LANDOLFI (*Alleanza Nazionale*), *deputato* . 8, 15,  
 22 e passim  
 LAURIA (*Margherita-DL-L'Ulivo*), *senatore* . 25  
 MERLO (*Margherita-DL-L'Ulivo*), *deputato* . 23  
 MONCADA LO GIUDICE (*UDC:CCD-CDU-DE*), *senatore* ..... 15, 31  
 PECORARO SCANIO (*Misto-Verdi-U*), *deputato* ..... 13, 15

SACCÀ dott. Agostino, *direttore generale della RAI* ..... Pag. 3, 5, 9 e passim

*La seduta inizia alle ore 14,10.*

*Interviene il Direttore generale della RAI, dottor Agostino Saccà.*

*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.

**Audizione del Direttore generale della RAI**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del Direttore generale della RAI, dottor Saccà.

Specifico che due soli argomenti saranno oggetto d'interesse di questa audizione: la questione dell'assegnazione dell'appalto per i sondaggi della RAI al gruppo Nexus e un comunicato pubblicitario radiofonico. Do la parola al dottor Saccà che ringrazio per aver aderito all'invito della Commissione.

*SACCÀ, direttore generale della RAI.* Per quanto riguarda l'assegnazione dell'appalto per i sondaggi, l'Azienda RAI, almeno negli ultimi 12 anni, nel rifornirsi di questo servizio, ha fatto sempre ricorso legittimamente alla trattativa privata perché il regolamento aziendale prevede richieste d'offerta – cosa diversa dalle gare pubbliche europee, essendo una Spa – regolate da una procedura molto rigorosa, oppure trattative private. In caso di richiesta di sondaggi elettorali, il regolamento aziendale consente che il Direttore generale possa decidere di procedere a trattativa privata. Quindi, in passato l'Azienda ha ritenuto di doversi avvalere di questa procedura e lo ha fatto legittimamente. È stato, quindi, affidato ad Abacus (che collabora, peraltro, con la RAI dal 1992) negli ultimi 6 anni. Per questo tipo di sondaggi elettorali il primo contratto a trattativa privata fu fatto dal Direttore generale Iseppi nel 1996. Alla scadenza si rinnovò il contratto ad Abacus a trattativa privata con le stesse condizioni del contratto precedente, maggiorate dell'inflazione. Quest'anno la scadenza di questa prestazione è stata sottoposta all'attenzione della Direzione generale, la quale ha deciso di fare ricorso non alla trattativa privata, come voleva la tradizione, ma ad una richiesta pubblica di offerte, dando alla Direzione acquisti della RAI, come indicazione, di chiamare in gara le

più importanti aziende italiane del settore per fatturato e per esperienza consolidata. È stata attivata la gara che, secondo le procedure aziendali, si articolava in un esame articolato in quattro particolari punti, effettuato da una Commissione composta da sei persone, rappresentative degli uffici di tutte le Direzioni interessate ai sondaggi: il Direttore delle testate regionali (trattandosi di elezioni amministrative); il responsabile del *marketing* strategico (Piero Zucchelli, il più esperto della RAI in questo tipo di prestazioni); il vicedirettore del *marketing* strategico, un rappresentante dell'Ufficio legale e un rappresentante dell'Ufficio acquisti, tutti di livello dirigenziale. Questa è una Commissione altamente qualificata dal punto di vista professionale nonché molto rappresentativa. Le società chiamate in gara sono state Abacus, DOXA, HDC, Datamedia in consorzio con CIRM, IPSOS, Explorer, People, SVG, UNICAB Italia, che rappresentano il 95 per cento del mercato italiano. Le valutazioni sull'offerta sarebbero state effettuate su questo tipo di esame: aver partecipato a serate elettorali ovvero dimostrare di avere capacità di fornire i dati secondo esigenze del mezzo televisivo nel rispetto delle differenti tecniche previste (sondaggi, *exit poll*, proiezioni); capacità previsionale nelle differenti tecniche utilizzate nella fase elettorale e pre-elettorale; costo e valutazione della consistenza aziendale, risorse, mezzi impegnati e qualificazione del personale impiegato. Questa è la griglia di valutazione delle offerte.

Su richiesta del Consiglio di amministrazione è stato dato poi un punteggio ad ognuno di questi parametri per rendere ancora più obiettiva la valutazione, non necessaria perché il regolamento aziendale era comunque rispettato. In questo caso specifico si è inteso essere ancora più rigorosi per cui si è applicato un punteggio ad ognuna di queste griglie (30 per cento la prima; 30 per cento la seconda; 30 per cento la terza; 5 per cento la quarta, ritenendo che quest'ultima voce avrebbe avvantaggiato troppo un consorzio, assolutamente maggioritario, come quota di mercato). La Commissione ha lavorato per quindici ore; ha redatto un verbale della riunione ed all'unanimità ha deciso che, per mezzi impiegati soprattutto e per prezzo (i dati lo confermano), la migliore offerta era quella del consorzio NEXUS.

PRESIDENTE. Da diverse parti è stato segnalato che, in concomitanza con i GR, è stata trasmessa una pubblicità di una videocassetta che raccoglie discorsi di Benito Mussolini, pubblicata dal periodico «Il Borghese». Il testo di tale messaggio è il seguente: «Attenzione: per non dimenticare, parla Mussolini. Con »il Borghese«, tutti i discorsi del Duce. Una collezione da non perdere. *Film* verità in edizione restaurata, senza censure. Parla Mussolini, da molti ancora oggi ritenuto il più grande statista italiano».

È stato sollevato il problema da più parti del contenuto di questa pubblicità che, soprattutto nella parte finale, è stata considerata esorbitante rispetto alla promozione commerciale, contenendo un giudizio di carattere storico-politico che, ad opinione degli interessati, è meritevole di censura anche dal punto di vista delle leggi vigenti nel nostro Paese.

A questo si aggiunga che successivamente sono state avanzate richieste di informazione in merito alle modalità con le quali vengono stipulati i contratti; su chi ricade in linea generale la responsabilità in relazione al contenuto del messaggio pubblicitario e, infine, se i responsabili delle testate giornalistiche hanno o meno il diritto di intervenire sui contenuti dei messaggi pubblicitari stessi.

In sostanza, dottor Saccà, queste sono le domande poste.

*SACCÀ, direttore generale della RAI.* Innanzitutto devo dire che lo spot è stato pianificato solo per due giornate, il 7 e l'8 maggio 2002, con un totale di 10 messaggi, alle ore 7, 8 e 9 su Radio 1 e alle ore 7,30 e 8,30 su Radio 2. Sono stati cinque i passaggi giornalieri. È evidente che, nello stesso spazio, il messaggio sarà passato per due volte, dal momento che nel documento in mio possesso leggo che il messaggio è passato 10 volte, ma per 5 volte all'interno di uno spazio pubblicitario ripetuto due volte.

Devo aggiungere che la RAI ha un codice deontologico in materia di pubblicità. La responsabilità di controllare il contenuto dei messaggi pubblicitari e di stabilire l'opportunità o meno della loro trasmissione è affidata ad un apposito ufficio di RAI Trade, il quale si attiene al codice deontologico che ho testé citato. L'articolo di tale codice deontologico che potrebbe riguardare la pubblicità è l'8.1 che recita: «La pubblicità per i prodotti dell'editoria deve evitare l'uso di toni scandalistici, giudizi sommari, incitazioni ed affermazioni congetturali. Non è consentita la pubblicità per i prodotti dell'editoria che abbiano un contenuto volgare, licenzioso o violento».

A parere dell'ufficio di RAI Trade che supervisiona i messaggi, nel caso specifico non ricorreva la violazione di detto articolo.

*DEL TURCO (Misto-SDI).* Non si tratta nemmeno di giudizi sommari?

*SACCÀ, direttore generale della RAI.* Arrivo al punto. Leggo quanto ha scritto l'ufficio: «Non vi è tono scandalistico o incitazione. Non vi è un giudizio o una affermazione congetturale in quanto i termini "molti", "pochi" e l'espressione "molti ritengono che" sono relativi e di opinabile quantificazione. In particolare la valutazione, quando sono in discussione temi di natura storica, politica e sociale, non può che essere oggettiva, a meno che non sussistano elementi certi di conclamata falsità o di contravvenzione alle norme che, nel caso, non sono state riscontrate dalla competente struttura di RAI Trade».

In sostanza, l'ufficio di RAI Trade intende dire che l'espressione «molti possono ritenere in Italia che Mussolini è stato un grande statista» può essere un dato in qualche modo oggettivo.

Per quanto riguarda l'ipotesi della possibile esaltazione del passato regime, l'ufficio legale mi fa notare che la legge sull'attuazione della XII disposizione transitoria della Costituzione, nella parte in cui regola-

menta l'apologia del fascismo, stabilisce che: «Alla stessa pena di cui al primo comma soggiace chi pubblicamente esalta esponenti, principi, fatti o metodi del fascismo oppure le sue finalità antidemocratiche».

Nel caso specifico, secondo l'ufficio legale, non vi è esaltazione di esponenti, principi, fatti o metodi del fascismo, ma una molto opinabile – a mio giudizio, è moltissimo opinabile – affermazione nei confronti di una figura storica discussa e discutibile della nostra storia passata.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Saccà.

FALOMI (*DS-U*). Come ha fatto lo stesso direttore Saccà, comincio il mio intervento partendo dalla questione dei sondaggi demoscopici e, in particolare, dalla loro assegnazione al gruppo Nexus.

Innanzitutto vorrei che la Commissione acquisisse una serie di documenti, quali il testo del capitolato d'appalto ed i verbali, compreso quello conclusivo, della commissione aggiudicatrice.

Insisto con una certa forza a tal riguardo, non perché penso che la Commissione si debba occupare della materia degli appalti, ma per la particolare delicatezza che riveste la questione in oggetto.

Sappiamo che i sondaggi possono alterare gli orientamenti politici dei cittadini, falsare il confronto tra le forze politiche e determinare un clima politico piuttosto che un altro. A tal proposito abbiamo come esempio le recenti elezioni presidenziali della Francia, dove la certezza offerta dai sondaggi sulle personalità politiche che sarebbero arrivate al ballottaggio ha probabilmente determinato la dispersione del voto su molti candidati minori. Voglio solo ricordare che Le Pen ha preso un numero di voti inferiore, in cifra assoluta, rispetto a quello ottenuto nelle precedenti consultazioni. È chiaro che questo elemento incide – per carità, non dico che sia l'elemento esclusivo – sulla qualità del confronto politico, sul clima e può anche incidere sugli orientamenti degli elettori.

Per questo motivo e con una certa pignoleria insisto sul fatto che siano messi a disposizione della Commissione i documenti in questione nella loro integrità. In sostanza, vogliamo essere certi che un tema così delicato sia stato affrontato con tutti gli accorgimenti necessari per garantire indipendenza, qualità professionale, esperienza sul campo, persone, strutture, organizzazioni e costi.

Tra le condizioni di offerta avanzate dalla RAI che lei, dottor Saccà, ha elencato in modo sommario, non ho sentito menzionare una condizione che reputo molto importante. Mi riferisco alla condizione di assoluta indipendenza da interessi politici, in ragione di quanto ho posto in premessa, che reputo questione dirimente. Se non vi è la garanzia di indipendenza politica, ritengo che la concessione dell'appalto debba essere revocata.

Gli elementi – li chiamo in questo modo – che ho a mia disposizione, sulla base di quanto è stato pubblicato da diversi organi di informazione, mi inducono ad affermare che non si rileva, tra i criteri oggetto di valutazione, la garanzia di indipendenza politica. Sappiamo tutti che il consorzio è sotto il pieno controllo di Luigi Crespi, Presidente ed amministratore

delegato di HDC. Di costui gli organi di informazione hanno riportato tanti dati che ripropongo in questa sede. Voglio anche citare testualmente alcune parole pronunciate da Umberto Bossi: per esempio, nel corso della trasmissione televisiva mandata in onda da Antenna 3, nel dicembre 1996 Umberto Bossi disse di lui che dava dati fasulli, ripreso anche da Gianfranco Funari, perché un tempo falsificava sistematicamente i dati, lavorando spesso per Berlusconi.

Il secondo elemento che vorrei fosse messo in evidenza all'interno del ragionamento sulla garanzia dell'indipendenza politica è il seguente: Datamedia ha cercato di entrare nell'Assirm, Associazione che raccoglie le imprese che si occupano di ricerche e di sondaggi. Questa associazione impone anche un codice deontologico piuttosto rigido alle imprese. Questo tentativo di Datamedia di entrare nell'ASSIRM è fallito, non avendo preso nemmeno un voto a sostegno del suo ingresso in questa associazione. Qualche motivazione, quindi, deve pur esserci. Datamedia - questo è il terzo elemento - ha organizzato, attraverso la società *Marketing Place* (anche questa notizia è apparsa da tempo sulla stampa e non è mai stata smentita), la campagna di comunicazione di Silvio Berlusconi e di Forza Italia per le politiche del 2001. Un altro aspetto che, a mio avviso, segnala un certo intreccio tra interessi economici e politici riguarda l'ingresso di Efim banca nella società HDC, così come riportato dai giornali. Il 20 novembre 2001 viene data notizia dell'ingresso, in rappresentanza del gruppo Efim banca, di Urbano Livolsi nel Consiglio di amministrazione di HDC. Costui è noto per essere stato nel 1995 al timone della Fininvest nonché per essere l'uomo chiave della nascita e della quotazione in borsa di Mediaset. Inoltre, bisogna rilevare che Efim banca si mostra particolarmente generosa dal punto di vista finanziario nei confronti del gruppo HDC perché compra per 11 miliardi di vecchie lire l'11 per cento di HDC, dando di fatto una valutazione incredibile di questa società: 27 volte il margine operativo lordo. Non solo, presta 25 miliardi ad HDC, sotto forma di obbligazioni da convertire in azioni al momento della quotazione in borsa di HDC che sembra prevista per il 2004; un rischio di questi tempi abbastanza serio, vista la situazione nella quale si trova la Borsa.

Un ulteriore fatto che intendo segnalare a proposito di indipendenza politica riguarda quanto riportato dal settimanale «L'Espresso» il 21 febbraio 2002; secondo una notizia, infatti, Datamedia ha avuto dalla Presidenza del Consiglio un *budget* di 600 milioni annui per tenere d'occhio gli umori del Paese, quindi, per fare ricerche e sondaggi in tal senso.

Ho indicato soltanto alcuni degli elementi che ho potuto rilevare dai dati riportati dagli organi di informazione che, a mio avviso, gettano più di un'ombra sull'indipendenza politica del gruppo HDC di Luigi Crespi. Per questo insistiamo sul requisito dell'indipendenza politica di coloro che vengono chiamati a svolgere un compito molto delicato.

A proposito di criteri, voglio avanzare una seconda domanda, motivo per il quale voglio leggere le carte: nell'offerta che avete avanzato non mi risulta abbiate chiesto - i dati che lei ha appena fornito confermano tale ipotesi - ai partecipanti che i loro istituti non fossero controllati da altre

società che hanno interessi in altri settori della comunicazione che possono dipendere da movimenti politici, in modo diretto o indiretto: se ricevo una commessa da un partito politico di diverse decine di miliardi per svolgere una determinata attività (per esempio, affissione dei manifesti) l'elemento di indipendenza politica viene inficiato anche se non implica automaticamente la non indipendenza politica. Tali informazioni costituiscono, però, requisito della netta separazione degli istituti di ricerca da altri interessi che possono influenzare, direttamente o indirettamente, il loro operato. La loro indipendenza – ribadisco – è uno dei requisiti importanti che, a mio avviso, devono essere richiesti. Un altro elemento tra i criteri richiamati fa riferimento all'esperienza di cui queste società godono.

Tutti noi ricordiamo il clamoroso *flop* delle bandierine di Emilio Fede, su indicazione di Datamedia, in occasione delle elezioni regionali del 1995 così come ricordo l'abbaglio di CIRM nel 1996, in una trasmissione del Circuito Cinque Stelle con Funari e Cursi, in occasione delle elezioni politiche del 1996, che dava per vincente il centrodestra quando i dati hanno dimostrato il contrario; errori ovviamente possibili, comunque di un certo peso.

LANDOLFI (AN). Vi è stato anche quello di Abacus sul *referendum*.

BERTUCCI (FI). Quello del TG1 che mandò in onda la notizia in base alla quale era stato raggiunto il *quorum*.

PRESIDENTE. Abbiamo completato il panorama degli errori.

FALOMI (DS-U). Ciò che voglio dire è che vorrei si tenesse presente il contesto e le condizioni in cui avvengono o no questi errori: una cosa è se il contesto è quello prima ricordato a proposito di Datamedia e di CIRM; altro è il contesto in cui si passa da 90 a 60 mila sezioni elettorali; in cui si introduce la normativa sulla «pulizia» delle liste; si introducono cioè fattori non previsti nelle norme. D'altro canto, in un contesto molto più semplice e più facile, sono stati commessi, a mio parere, due clamorosi *flop*. Si è tenuto conto di questo e, nel caso contrario, come mai non lo si è fatto?

Inoltre, ho appreso la notizia dell'assegnazione dell'appalto a Nexus da Televideo il 9 maggio: vi era scritto che il consorzio aveva offerto le migliori condizioni economiche e le migliori garanzie. Non so se lei può garantire che il consorzio vincente non abbia avuto in alcun modo notizia dei termini economici del vecchio contratto Abacus. Mi spiego meglio: il vecchio contratto Abacus era pubblico o no? Questo è un fatto importante perché incide sull'offerta.

C'è un ulteriore problema sull'offerta economica.

Ritengo di rilevante importanza l'azione di sondaggio che riguarda gli intervistatori e i rilevatori perché il loro numero, la loro qualità professionale e la rete organizzativa hanno un certo peso.

Mi incuriosisce il fatto che il criterio è stato fortemente depotenziato, perché altrimenti – si dice – si sarebbe favorito qualche altro. Confesso che non comprendo bene la questione e vorrei che lei, dottor Saccà, me la chiarisse. Penso che la qualità, il numero e la struttura organizzativa dei rilevatori e degli intervistatori siano essenziali ai fini del successo o meno di una azione di rilevazione e di sondaggio.

Le chiedo per quale motivo è stato attribuito – e non mi convince – un peso così scarso a questo aspetto che invece è un punto chiave di qualunque...

*SACCÀ, direttore generale della RAI.* Per non favorire Datamedia, perché è la più grande.

*FALOMI (DS-U).* È strano. Parlo di addetti ai sondaggi e non del fatto che Datamedia sia la più grande società come gruppo. Evidentemente è stata favorita.

*SACCÀ, direttore generale della RAI.* La consistenza aziendale sulle risorse, perché lei ha parlato di risorse, è questa.

*FALOMI (DS-U).* Certo, ma – mi consenta direttore – si tratta di formule molto vaghe. Parlo di un aspetto molto preciso. Mi riferisco al numero dei rilevatori e degli intervistatori, alla loro qualità, alla loro dislocazione sul territorio.

Inoltre, le domando se, nella valutazione dei costi, è stato chiesto alle società concorrenti se applicano o meno l'accordo previsto per gli intervistatori e per i rilevatori firmato tra la ASSIRM e la CGIL-NIDIL per quanto riguarda le paghe minime. Se non viene rispettato quel livello minimo nei contratti di lavoro, è chiaro che i costi possono essere abbattuti in modo pesante.

Quindi, vorrei che lei chiarisse questi aspetti. Vorrei leggere tutte le carte per capire se contengono le risposte alle osservazioni svolte.

Come ha detto il direttore Saccà, era legittimo scegliere l'affidamento diretto e penso – per esempio – che gli affidamenti della Presidenza del Consiglio siano avvenuti a trattativa diretta, ma era del tutto legittima anche un'altra procedura. Siamo, quindi, parlando di due procedure entrambe legittime. È stata scelta una e, quindi, voglio conoscerne gli elementi. La differenza che intercorre tra le due procedure sta nel fatto che in una l'azienda si assume in modo più diretto la responsabilità per la scelta compiuta, mentre nell'altra si cerca di adottare un criterio di oggettività. Allora scegliamo questo criterio, se è proprio quello che l'azienda vuole adottare.

Desidero, pertanto, conoscere le carte relative al criterio della oggettività. Vorrei sapere che cosa è stato fatto e capire se tutto è avvenuto con la massima oggettività o meno.

Svolgo l'ultima considerazione in merito alla questione dello *spot*. Sono esterrefatto delle risposte che ho sentito dare in questa sede e non

riesco nemmeno a commentarle. Sembra tutto normale e regolare e, quindi, vuol dire che può andare tranquillamente in onda qualcosa di simile a quello per cui stiamo discutendo, perché si rispettano il codice deontologico e le leggi esistenti in materia. Quindi, sarà del tutto normale e pacifico se qualcuno domani affermerà che Stalin è stato un grande personaggio e se la maggioranza o una parte degli italiani ritiene che sia stato un grande statista. È un fatto del tutto normale che potrebbe accadere.

Ripeto, sono esterrefatto delle risposte che sono state date, perché il problema verte su quali responsabilità si assumono l'azienda, il direttore e il Consiglio di amministrazione nei confronti dell'episodio in questione e su quanto l'ufficio legale o RAI Trade hanno deciso. Vorrei sapere se il direttore e il Consiglio di amministrazione condividono o meno il giudizio dato, se ritengono che si possa tranquillamente ripetere per il futuro ciò che è accaduto.

GIULIETTI (*DS-U*). Sarò breve, perché il senatore Falomi ha svolto una serie di osservazioni che condivido pienamente e che non ripeterò.

Per quanto riguarda la questione dello *spot* di Mussolini, mi preoccupa la valutazione che è stata data e mi chiedo per quale motivo non vi è stato un intervento immediato per revocarlo...

PRESIDENTE. Mi sono al riguardo informato e posso dire che non era più in programmazione.

GIULIETTI (*DS-U*). Presidente, non mi riferisco all'intervento di questa Commissione. Dico soltanto che, poiché alcuni passanti hanno potuto ascoltare per radio lo *spot*, potrebbero averlo sentito anche alcuni dirigenti della RAI, per cui non credo occorresse alcuno intervento esterno.

Per semplificare il suo lavoro, Presidente, affermo solo che mi sembra sbagliato discutere a tal proposito in questa Commissione, perché quello *spot* doveva essere bloccato spontaneamente.

Si tratta non di stabilire se sia discutibile o meno oggi, ma del fatto che era discutibile alla fonte. Quello *spot* non doveva proprio essere trasmesso. Dico questo perché sono convinto che, nei luoghi della comunicazione, dell'informazione, della narrazione e del racconto, vi debba essere la più ampia libertà.

Vorrei capire bene il funzionamento della commissione aggiudicatrice e non mi riferisco solo allo *spot* su Mussolini. Ritengo preoccupante ogni idea che tenda ad omologare Mediaset e RAI in modo crescente, preoccupazione che ho visto manifestata anche dal consiglio della RAI. Un altro esempio è dato dallo *spot* di TIM e premetto che in tale caso non entrano in gioco le persone che non hanno niente a che fare con la vicenda, né la bravura dei singoli, perché altrimenti certe affermazioni ed atteggiamenti potrebbero apparire contro alcune persone (è questo un ragionamento molto arretrato).

Quando vedo in televisione che uno *spot*, realizzato per TIM in uno studio Mediaset, va in onda contemporaneamente con lo stesso logo sia

sulle reti RAI che sulle altre, mi preoccupo per una questione che riguarda la fine della competizione, una idea che sta nello spirito dei tempi che non ci sono più aziende diverse, ma c'è l'inserzionista che determina l'omologazione del marchio. Si tratta di un elemento di rischio d'impresa e non di un problema politico.

In questo senso mi interessa capire il funzionamento della commissione competente presso la SIPRA e conoscere quali sono gli strumenti della rilevazione. I tempi cambiano e si tratta del problema della rilettura non della norma costituzionale ma di una norma propria della competizione tra aziende diverse. Quanto più esiste il rischio di accordo di cartello, che dovrebbe essere invisibile a chiunque abbia in qualche modo un minimo di idea di competizione tra le imprese, quanto più c'è il sospetto di omologazione tanto più va allontanato e non avvicinato.

Per quanto riguarda il polo unico dei sondaggi, devo dire che nutro al riguardo preoccupazioni. In materia di appalti non ho competenze ed è già intervenuto il senatore Falomi. Il direttore Saccà - e non ho alcun motivo per non credergli - afferma che tutto è regolare e ci mancherebbe altro. Per arrivare a questa soluzione tutto non può che essere più che regolare e non ho alcun dubbio in contrario. Il problema che pongo, infatti, non è di natura né amministrativa né giudiziaria, perché non mi compete. Non mi interessa se qualcuno vuole proporre ricorso, perché non è questo il mio mestiere ed altri se ne occupano.

Mi pongo un'altra questione. Domando come si possa dare anche l'impressione, in situazioni di conflitto esistente - lo ha ammesso la stessa maggioranza tanto è vero che, sia pure a rilento, ha proposto la legge al Senato - che ci sia una centrale operativa del sondaggio che lavora per il Governo, per la concorrenza e per la RAI. È sbagliato ancor prima per l'immagine della stessa impresa.

Sono convinto che l'appalto non possa che essere regolare, anche se l'intervento del senatore Falomi ha sollevato alcune questioni che mi sembra giusto affrontare attraverso l'acquisizione del relativo materiale. Tuttavia mi sorprende quando sento chiedere, con quel cinismo tipico di questa stagione, se si voleva forse impedire alla povera azienda in questione di competere. Non voglio essere preso in giro. Mi sembra il caso dell'appalto ai cavalieri del lavoro, quando qualcuno domandava se forse si voleva loro impedire di vincere l'appalto sullo Stretto.

Non stiamo parlando di un proletario della comunicazione a cui si è voluto impedire la partecipazione alla gara. Il problema è ben altro e lo dico perché non dobbiamo prenderci in giro. Il problema è che il contesto è peggiore del testo se, nelle stesse ore, il Presidente del Consiglio lancia un durissimo appello ad un piano per la comunicazione pubblica e, dalla Bulgaria, indica chi gli piace e chi non gli piace, contesta i sondaggi a lui sfavorevoli e in modo ripetuto, insieme ad alcuni suoi uomini, domanda per quale motivo i sondaggi sono in contro tendenza rispetto ad altri, come se l'idea fosse che il sondaggio ha una unica centrale di comando per cui, se non piace, o si compra o si rompe il termometro.

È un problema politico e non un problema della magistratura. Si tratta di una serie di atti di contestazione che poi casualmente portano alla vittoria di Datamedia. Metto semplicemente i fatti in fila.

Crespi medesimo ingaggia la battaglia dei numeri frontalmente con gli altri e vince il sondaggio. Non contesto nulla. Mi permetterò solo di inviare una cassetta al direttore Saccà che avrà certamente visto. Esiste un problema dell'autonomia e si poteva tranquillamente affermare che Pagnioncelli non è piaciuto come non è piaciuto il metodo precedente e non piace neanche dare il sospetto che si voglia fare un favore. Quindi, si deve procedere in altro modo, rete per rete. C'erano mille soluzioni diverse. Mi chiedo se lei abbia visto quella splendida cassetta, quel fuori in onda, in cui Crespi si congratula con Fede, il quale in questo caso rappresenta l'elemento moderato del dibattito. Quest'ultimo, infatti, dice di non esagerare in questo clima di entusiasmo. Sarebbe opportuno esaminare in sede di Commissione alcune delle espressioni colorite usate. A me personalmente piacciono; amo molto la fantasia e l'effervescenza ma io sto parlando di politica. Non pongo alcuna domanda ma una serie di fatti incontestabili che si sono determinati per cui casualmente si arriva alla situazione attuale. Tra l'altro, non citerò i colleghi parlamentari del Polo poiché sono molto attento a non riferire colloqui privati ma so per certo che il mal di pancia vi è stato, vasto, ed in più direzioni su questa vicenda. Ciò che mi interessa sapere è se esiste la disponibilità a rivedere il contratto poiché ritengo pericoloso per il Paese dare l'impressione che sia una sola la fonte dei sondaggi. Ritengo che ciò sia di assoluta gravità e non ha nulla a che fare con l'aspetto della liceità. È inaudito che si arrivi ad un solo polo che misura il termometro. Lo ritengo indegno per un Paese in cui esiste competizione di mercato e politica.

Mi rivolgo a qualche amico che oggi ha un'opinione differente dalla mia e che, se domani dovesse dissentire, deve farvi attenzione oggi perché nel passato ha già preso il messaggio mediatico sulla testa di fronte a situazioni analoghe. Quindi, sconsiglierei a tutti di ridere sul polo unico dei sondaggi o della pubblicità perché vuol dire consegnare a qualcuno un interruttore e poterne diventare vittima se un domani non si condividesse più la medesima idea o se si volesse manifestare autonomia. Ritengo tale situazione molto grave.

È stata posta da qualche consigliere qualche eccezione prima dell'apertura delle buste o no? Esiste la convinzione a rivedere profondamente, non attraverso i ricorsi, la situazione? Chiedo cioè un atto autonomo del Direttore generale e del Consiglio al fine di aprire una discussione e superare il problema relativo a questo contratto. Ritengo talmente grave tale situazione che occorre un gesto che parta dall'interno dell'azienda. Vorrei sapere se vi è già stato un passaggio consiliare; se si è proceduto ad un esame; se si è verificato un qualche dissenso da parte dei consiglieri su questa vicenda; in caso contrario, prenderemo atto dell'unanimità di consensi dei consiglieri. Infine, come intendete affrontare la situazione? Poiché ritengo la situazione inerente ai sondaggi di assoluta gravità - mi auguro di sbagliarmi e che nelle prossime ore non vi sia nessun

polo unico dei centri di costo delle risorse pubblicitarie – vorrei sapere se gli atti relativi alla vicenda, essendo pubblici e prodotti anche per essere portati all'attenzione dei Presidenti dei due rami del Parlamento, sono reperibili. Questa volta non vi è una gara d'appalto *in itinere*; non vi sarà neanche il dibattito sulla liceità di un appalto. Quando si dovrà decidere sui centri di costo, nessuno potrà dire che vi è stato un appalto perché dovranno essere sottoposti a votazione. Qualora si arrivasse ad una unicità delle risorse, saremmo in presenza di una rottura senza precedenti delle regole materiali e non della comunicazione. In questo caso credo che non potremmo fare semplicemente una pacata audizione all'interno della Commissione di vigilanza.

PECORARO SCANIO (*Misto-Verdi-U*). Signor Presidente, alcune perplessità ed osservazioni sono già state sollevate dagli altri colleghi. Quanto alla vicenda dello *spot* radiotelevisivo vorrei dire al Direttore generale che, a mio parere, le spiegazioni date dall'Ufficio legale sono peggiori dello *spot*: uno *spot* può sfuggire; possono verificarsi degli errori ma costruire addirittura una legittimazione giuridico-formale su un'affermazione obiettivamente sbagliata quale quella di definire che in questo Paese – che fino a modifica della Costituzione e delle leggi, è antifascista; in cui la ricostruzione del Partito fascista è un reato; in cui l'apologia del fascismo è un reato – molti ritengono condivisibile quanto espresso nello *spot*, è veramente troppo. Se poi alcune forze politiche intendono intraprendere un percorso in Parlamento per cambiare la situazione di fatto possono farlo perché la legge, anche quella costituzionale, è modificabile, ma è una cosa diversa: bisogna evidentemente assumersi la responsabilità politica di una scelta diversa anche perché finora anche le forze italiane di destra, destra moderata, riformista o altro, si ritengono non seguaci del fascismo. Mi sembra, quindi, vi sia un ampio spettro teoricamente, in alcuni casi anche praticamente, antifascista. Il fatto che la definizione che molti ritengono che sia un grande statista sia non apologetica è tutto da dimostrare poiché, a mio parere, è un dato non obiettivo nel modo più assoluto, peraltro falso: dato lo schieramento delle forze politiche italiane, solo pochissimi ritengono che Mussolini sia un grande statista. Il fatto che sia stato un uomo politico italiano è un dato oggettivo; altra cosa è attribuirgli la qualità di grande statista poiché un giudizio obiettivamente positivo contenuto nello *spot* è del tutto evidente. Chiedo pertanto la rimozione di chi ha espresso questo parere e ha costretto il Direttore generale della RAI a riportare un parere del genere in Commissione di vigilanza. Sarebbe stato possibile dire che è stato commesso un errore o così via. Esprimere tale parere significa che dopodomani, se qualcuno manda lo *spot* su Hitler, attribuendogli la qualità di grande statista – anche lui è stato uno statista; un dittatore assassino ma sicuramente ha governato uno Stato – qualche ufficio legale di un'azienda pubblica, non dell'organizzazione del Fronte Nazionale o di qualche gruppo dell'estrema destra, potrà mettere per scritto che un'affermazione del genere è addirittura non apologetica. Non so che altro doveva essere trasmesso per esprimere un giudizio

negativo. Non ritengo che dobbiamo dire alla RAI di trasmettere *spot* che ogni giorno ricordino i guasti del fascismo o della guerra. Non diciamo di dover eccedere nella retorica antifascista ma il timore è che si arrivi alla situazione opposta per cui l'ufficio legale della RAI può fare una simile dichiarazione.

Ringrazio il Direttore per aver riportato testualmente il parere espresso perché avrebbe potuto anche consigliare di redigerne un altro, ritenendolo impresentabile in Commissione. Tale atteggiamento, quindi, costituisce un elemento di trasparenza. In molti casi ho dovuto correggere delle risposte fornitemi dagli uffici preposti quando ero Ministro. Credo che qualche provvedimento debba essere adottato soprattutto per il futuro e per ribadire che esistono leggi dello Stato ed una Costituzione repubblicana. Chi vuole aprire un dibattito contro l'antifascismo lo deve fare con regole trasparenti e attraverso un confronto in Parlamento. È assurdo cercare di inserire in modo surrettizio, come elemento obiettivo, un concetto che invece è di parte.

Si è parlato molto in materia di sondaggi. Mi associo alla forte preoccupazione manifestata non sulla regolarità delle formule, ma sulla forte opportunità politica che uno stesso istituto svolga sondaggi per una forza politica, per la Presidenza del Consiglio ed anche per la RAI. Non dovete raccontare ciò in questa sede dove è normale che ci siano tensioni politiche, ma riferitelo ad un gruppo di persone che sono al riguardo indifferenti e non hanno un coinvolgimento. Si tratta obiettivamente di una vera e propria forzatura.

È stato detto che, nella vostra lettera di invito, è stato usato un termine specifico e non generico e proprio di tutte le società. Si tratta di un termine utilizzato da Datamedia per i sondaggi che effettua per Mediaset. Al riguardo sussistono varie perplessità. Se si vuole avere un sistema di libera concorrenza – ricordo che Datamedia sta acquisendo la CIRM – bisognerà porre in sede politica questo dato di fatto per evitare la creazione di un'unica concentrazione che si occupa dei sondaggi. Non dobbiamo, come spesso è accaduto in passato, accorgercene troppo tardi. La legge deve essere rispettata al fine di ottenere regole.

Non stiamo parlando di concezioni particolari della sinistra, ma di capisaldi del capitalismo democratico secondo cui, se tre capitalisti stanno insieme, non si fanno concorrenza ma cercano di accordarsi per fare un monopolio. La tendenza dell'impresa non è la concorrenza ma è cercare, se possibile, di eliminare il concorrente per raggiungere una situazione di monopolio. È necessario che esistano uno Stato e le regole. Stiamo parlando di Adam Smith e non – per esempio – di Marx che sostiene teorie più avanzate.

La RAI, come servizio pubblico e come azienda pubblica, deve contribuire a far sì che siano molti gli istituti che effettuano i sondaggi e che lavorino in un regime di concorrenza; se l'appalto in questione rischia di aggravare una situazione di concentrazione, lo ritengo un fatto negativo per la concorrenza, che non avviene nemmeno nell'interesse di creare un sistema liberale in cui ci siano soggetti diversi che fanno le scelte.

Bisogna interrogarsi per quale motivo, al di là della regolarità dell'appalto, uno stesso istituto che fa sondaggi per Forza Italia, per il Polo, per la Casa delle libertà e lavora per la Presidenza del Consiglio, li faccia anche per la RAI. Dovrebbe obiettivamente apparire a tutti un eccesso, ed anche ai colleghi della maggioranza, pervasi dal sacro furore di smantellare tutto quanto appartiene al passato. Peraltro, Abacus non è stata mai considerata una società in qualche modo legata al centro-sinistra, accusa rivolta invece ad altre società, e bisogna anche considerare il fatto che Renato Mannheimer lavora per il programma «Porta a Porta» e non mi sembra sia considerato particolarmente schierato.

MONCADA LO GIUDICE (*UDC:CCD-CDU-DE*). È schierato!

LANDOLFI (*AN*). Stiamo parlando di fatti che non c'entrano assolutamente niente.

PECORARO SCANIO (*Misto-Verdi-U*). Al di là della regolarità delle formule, come Commissione di vigilanza non possiamo non prestare attenzione sul fatto che si sta creando una grande concentrazione. Si avverte l'esigenza che, da questo punto di vista, il pluralismo sia in qualche modo favorito.

Non sto usando un linguaggio – per così dire – bellico, ma sto solo dicendo che forse è il caso che la RAI garantisca un maggiore pluralismo.

GIORDANO (*RC*). Ho inviato una lettera al Presidente della Commissione in merito al messaggio pubblicitario in questione.

Mi sconcertano le dichiarazioni fatte in questa sede dal Direttore generale della RAI e soprattutto mi sconcertano le giustificazioni stilate al riguardo dall'ufficio legale.

Mi chiedo se, nel codice deontologico citato dal dottor Saccà, sia compreso o meno il vincolo costituzionale; nel caso in cui non sia compreso, mi destano una certa preoccupazione le modalità con le quali si determinano le indicazioni a carattere deontologico.

Finora non era mai successo un caso come quello che stiamo discutendo. Direttore Saccà, le premetto che non sto attribuendo a lei o alla direzione della RAI il fatto di aver usato l'espressione «grande statista». Sto solo affermando che per la prima volta, nel circuito della RAI, è stato trasmesso un messaggio pubblicitario contenente l'affermazione che Mussolini è stato un grande statista. Francamente lo trovo incredibile e non posso non metterlo in relazione anche al fatto che forse questa Commissione avverte un clima, un contesto di segno diverso.

Trovo anche sgradevole che prima qualche esponente del centro-destra, su una vicenda che mi sembra del tutto ovvia, abbia avuto da obiettare. Credo che dovremmo essere tutti concordi nell'affermare che la Costituzione non può in alcun modo essere violata. Al contrario, la Costituzione da questo punto di vista è stata violata.

Le motivazioni giuridiche apportate creano – per questo sono inquietanti – un precedente. Non si può impunemente affermare che Mussolini è stato un grande statista, perché si tratta di una affermazione dalla conclamata falsità.

Insisto sul fatto che il problema riguarda il vincolo costituzionale. Per questo motivo trovo incredibile che il revisionismo storico sia affidato ad un messaggio pubblicitario.

Non chiedo a lei, dottor Saccà, di assicurare la Commissione che questo tipo di pubblicità non sarà mai più trasmessa sulle reti della RAI. Sarei molto più contento se lei potesse affermare con certezza – mi accontenterei di questo – che è stato un errore aver mandato sulle reti della RAI il messaggio pubblicitario che Mussolini è stato uno dei più grandi statisti della nostra epoca.

La seconda considerazione che vorrei svolgere riguarda la questione dell'appalto concesso alla società Datamedia. Non voglio in questa sede discutere a tal proposito, perché non è mio compito e non conosco nei dettagli le modalità e le procedure delle gare d'appalto. Non desidero discutere in merito alla concessione a Datamedia dal punto di vista legale. Le faccio solo notare, dottor Saccà, che qualcosa risalta agli occhi in maniera inequivocabile.

Vorrei sapere come si fa a non cogliere un nesso tra le critiche rivolte dal Presidente del Consiglio sulle rilevazioni demoscopiche prodotte dalla RAI fino a questo momento e il fatto che, subito dopo, è stato cambiato l'istituto che si occupa dei sondaggi. Mi chiedo come non si veda – lo dico per sollevare un problema di autonomia – il problema della evidente e clamorosa non autonomia dell'istituto di sondaggio, che è lo stesso che lavora per il Presidente del Consiglio, per il Polo e per Forza Italia. Ricordo che alcuni uomini che lavorano in quell'istituto hanno anche lavorato nelle aziende del Presidente del Consiglio.

Non pongo la questione da un punto di vista regolamentare dell'appalto. È evidente, però, che in questa materia così delicata esiste un problema di uniformità e di concentrazione. Lo dico su tutti i fronti del pluralismo e non solo su quello del pluralismo tra maggioranza e opposizione.

Onorevole Landolfi, il problema riguarda il pluralismo in tutti i sensi, anche nel senso trasversale; riguarda tutte le forze politiche presenti nel Parlamento italiano. Si rileva una stretta identificazione tra questo istituto di sondaggi e la personale campagna pubblicitaria di promozione della Presidenza del Consiglio. Si avverte una forte identificazione che viene utilizzata politicamente non solo contro le opposizioni ma qualche volta, a seconda della contingenza politica, anche per bilanciare le prese di posizione.

Per questo motivo una certa preoccupazione investe il quadro politico nel suo complesso e trovo francamente sconcertante il fatto di essere passati al monopolio informativo e dei sondaggi.

DEL TURCO (*Misto-SDI*). Ho qualche difficoltà a parlare di aste perché ho visto morire un partito per un eccesso di interesse a questo tema. Non sono un esperto di aste; non sono in grado di dire quanto ci sia di illecito in questa procedura utilizzata e, se devo dare retta alle osservazioni del Direttore generale, nulla di illecito c'è in questa storia. La questione che poniamo è di altro tipo e riguarda le garanzie della dialettica politica tra maggioranza ed opposizione in questo Paese. Mi rifaccio all'ultima parte dell'intervento del collega Giordano per cui se fossi un parlamentare del Polo mi preoccuperei delle caratteristiche della concorrenza interna alle coalizioni: si configura un meccanismo perverso di potere del sistema mediatico italiano che non può non preoccupare tutti quanti. Non parlo nemmeno della lesione dei meccanismi della concorrenza perché per questo esiste un'apposita autorità. Non è questa Commissione che deve occuparsi di questo aspetto. Se esiste una lesione dei meccanismi della concorrenza, l'autorità che si occupa di questa tematica della vita democratica del Paese se ne interesserà sicuramente. Non mi soffermerò neanche sulle caratteristiche di chi ha vinto: sono un compagno di merenda di Piepoli perché una volta ogni due mesi lo incontro in un ristorante romano. Questo è il mio unico rapporto con questo signore. Non mi sento quindi di dire che ha vinto la gara un pericoloso antidemocratico. Il meccanismo che emerge da questa asta però, all'indomani dell'infelice espressione del Presidente Berlusconi a proposito dei sondaggi che ogni tanto la RAI pubblicizza, dà un'idea del rapporto tra Governo, RAI e questo meccanismo molto discutibile. Vorrei tanto che su questo si riflettesse perché non mi sembra che la Commissione di vigilanza possa sostenere una discussione su questo argomento, immaginando una sorta di patrocinio per questo o per quella società di sondaggi. La cosa non mi riguarderebbe in ogni caso.

Sono invece sconcertato da un ufficio legale di una grandissima azienda di comunicazione che pretende di avere una grandissima autorevolezza politica oltre che emettere giudizi storici. Ciò è di una gravità straordinaria intanto perché ero convinto che quella pubblicità fosse un pezzo della polemica interna ad Alleanza Nazionale perché l'ultima personalità politica italiana che ha tirato fuori un giudizio storico su Mussolini è stato Fini, la cui revisione condivido. Questa pubblicità a me sembrava una esplicita polemica nei confronti di una operazione di revisione culturale e storica fatta dal Presidente di Alleanza Nazionale che pareva essere il tratto conclusivo di un percorso cominciato a Fiuggi e che riguardava tutti quanti noi. Personalmente appartengo a quella parte della sinistra italiana che considera salutare per il Paese il fatto che si normalizzi una destra che non ha più alcun rapporto con l'esperienza del fascismo in tutte le versioni. Il fatto che venga dalla RAI un messaggio opposto a questo processo, di legittimazione di una revisione della figura di Mussolini, è di una gravità incredibile; il fatto che sia un ufficio legale a certificare la liceità di ciò, lo trovo addirittura orribile. Ha ragione il collega Falomi quando dice che forse si sta dando inizio a gare di revisione storiche su Mao Tse Tung, Stalin, Freda? La storia italiana del '900 in questi anni può di-

ventare soggetto di un messaggio pubblicitario, come è successo altre volte, che serve per mandare messaggi di altro tipo. Ognuno può inventarsi una rivista, persino un ciclostilato, ne fa pubblicità mandando così un messaggio politico.

Se assolvessimo questo tipo di messaggio con una dichiarazione che conferma l'inesistenza di problemi, apriremmo una stura dalla quale la Direzione generale della RAI o la stessa RAI non uscirebbe più. Ciò che vogliamo dire al direttore Saccà è che non censurare questo passaggio dell'attività di produzione pubblicitaria della RAI vuol dire aprire una ferita profonda che non riguarda il giudizio storico. In questa Commissione non vi è alcuno che non si vergognerebbe di dire che quel giudizio è sbagliato (per fortuna dico io) salvo Rauti. Ha qualcosa a che spartire con chiunque di questa Commissione? Se non si fa questa dichiarazione oggi, Presidente Petruccioli, il rischio è che dobbiamo riunirci ogni volta di fronte a messaggi di questa natura che rischiano di fare della RAI una cloaca della storia o dei processi storici e non una grande e libera azienda che svolge un ruolo importante nel mondo della comunicazione.

Aggiungo solo che anche a me ha colpito l'aspetto che ha colpito il collega Giulietti: il fatto che TIM usi un messaggio pubblicitario, unificando il mezzo attraverso cui lo manda in onda (la RAI) per mettere insieme anche il logo Mediaset, è da me considerata una attività intelligente della nuova proprietà TIM che ha deciso di fare un'operazione politica interessante. Non voglio giudicarla dal punto di vista industriale: sono un parlamentare, il mio compito è comprenderne le ragioni politiche. Forse sarebbe il caso di guardare come già il *budget* pubblicitario della TIM ha cambiato direzione nel corso di questi ultimi mesi e scopriremmo che probabilmente una parte del *budget* destinato alla RAI sta prendendo altre strade. Capiremmo allora anche di più le ragioni retrostanti. Questa strada non conviene a nessuno. L'attuale Governo gode di una grande maggioranza ed un consenso popolare straordinario. Perché ha bisogno di questo? Perché il dibattito tra maggioranza ed opposizione si deve nutrire di questi veleni? Chi glielo fa fare al Governo e per quale ragione l'opposizione si deve incanaglire, inseguendo questi fatti? Avanzo tali richieste con grande umiltà perché se ci guardassimo negli occhi alla fine scopriremmo di esser più d'accordo di quanto in realtà non riusciamo a dire.

CARRA (*MARGH-U*). Il dato forse più sorprendente di questa discussione è l'estrema leggerezza o il pesante burocratismo contro il quale ci siamo imbattuti all'inizio dell'illustrazione del direttore Saccà, rispetto ad episodi che sono stati da tutti i miei colleghi definiti molto gravi per quello che sono e per i precedenti che possono comportare. La vicenda dello *spot* radiofonico è, a mio parere, grave, come è stato grave l'effetto annuncio della mozione presentata la scorsa settimana dai colleghi della maggioranza con la quale si chiedeva la sospensione di alcune trasmissioni di approfondimento. Episodi gravi, perché fanno pensare che la volontà di una parte sia già divenuta realtà.

Il senatore Del Turco ricorda quante siano le questioni aperte sul piano storico e quanto sia ingiusto lasciare ai pubblicitari un lavoro di revisione storica, ciò mentre in Italia di revisioni storiche siamo particolarmente parsimoniosi e forse anche un po' in ritardo. A meno di non affidare a scrittori di *spot* pubblicitari la revisione del numero delle vittime dell'Olocausto o le responsabilità del conflitto in Medio Oriente, forse è opportuno che su questo punto invece che con «leggerezza kunderiana» si proceda con più serietà e con gli strumenti della ricerca.

Per quanto riguarda l'appalto delle aziende di sondaggio, il senatore Falomi ha informazioni di prima mano, molto più approfondite delle nostre. Mi sembra dunque del tutto inutile tornare sulle sue osservazioni. Ho sentito ripetere e sottolineare da Saccà che l'azienda si è attenuta anche in questo caso al criterio dell'oggettività. Obietto che l'asta o la gara o il modo di assegnazione hanno piuttosto risentito di un criterio politico e lui lo sa benissimo tanto è vero che abbiamo letto sui giornali una dichiarazione del dottor Crespi, titolare di Datamedia, il quale, all'indomani dell'assegnazione, ha dato la stessa risposta di Saccà dopo la sua nomina a Direttore generale della RAI: ho votato per Forza Italia, ma sono un uomo di sinistra. Quindi, mi sembra che in questo caso il criterio dell'oggettività debba cedere il passo al criterio politico.

Per quanto riguarda il «polo unico» dei sondaggi al quale ha fatto riferimento il collega Giulietti, è abbastanza curioso che proprio oggi sia apparsa una interessante proposta di risoluzione di un collega della maggioranza il quale, rifacendosi a quanto da tempo scrive il direttore de «Il Foglio», ci sollecita ad affidare le trasmissioni più significative della RAI ad una pluralità di conduttori. Non vedo per quale motivo, nella attuale situazione politica italiana, debba essere accettata l'ipotesi di lottizzare anche i conduttori delle trasmissioni. In tal modo si arriverebbe probabilmente a infoltire gli ospiti delle trasmissioni di approfondimento, perché ogni partito, o coalizione cercherebbe di imporre un conduttore «di fiducia».

Per l'attività demoscopica si dovrebbe forse ricorrere non ad un polo unico dei sondaggi, ma operare una divisione della attività stessa tra istituti che abbiano una sufficiente distanza dai partiti e possibilmente anche una distanza culturale tra essi stessi, al fine di avere un quadro il più possibile ampio, anche per adempiere al criterio di oggettività.

GENTILONI SILVERI (*MARGH-U*). Confesso di aver sottovalutato la vicenda dello *spot* pubblicitario su Mussolini, perché mi sembrava più che altro un incidente di percorso. Tuttavia, la discussione che oggi pomeriggio si sta svolgendo in Commissione fa rilevare che forse questa sottovalutazione è stata un errore.

L'incidente, sebbene sia in sé marginale, solleva una questione che marginale non è, in particolare nell'attuale momento storico e politico. Questo incidente deve essere, infatti, inquadrato in un contesto di tentativi di revisione della storia del nostro Paese, oggetto di discussioni e forti polemiche in occasione della celebrazione del 25 aprile.

Anch'io sono rimasto colpito dalle argomentazioni dell'ufficio legale della RAI, anzi devo dire che non ho capito bene se siano state formalmente rese al Direttore generale e se possiamo acquisirle. In tutta sincerità mi sembra si tratti di argomentazioni dalle quali prendere le distanze. Condivido su questo punto quanto hanno affermato i colleghi Del Turco, Pecoraro Scanio e Carra.

Per quanto riguarda la questione relativa alla società Datamedia, innanzitutto ritengo veramente importante e condivido pienamente la richiesta rivolta dal collega Falomi di acquisire tutti i relativi documenti, quindi i verbali ed il famoso capitolato, della commissione esaminatrice. Tuttavia, non mi inerpicherei sulla strada - lo suggerisco anche alla azienda RAI - della difesa del carattere di gara pubblica della procedura seguita per due motivi.

Innanzitutto la RAI non è tenuta a seguire questo tipo di procedura e a tal riguardo mi soffermerò in altro momento. In secondo luogo, se entriamo in una dinamica del genere, ossia se analizziamo con il criterio delle cosiddette gare ad evidenza pubblica - il direttore Saccà ha affermato che non si è trattato di una trattativa privata - tutti i documenti, ho l'impressione, ma spero di essere smentito, che non troveremo un capitolato; non sono perfino certo dell'esistenza dei criteri menzionati dal direttore Saccà, se non in seguito ad una qualche eccezione sollevata da qualche membro nel Consiglio di amministrazione.

Temo anch'io, come il senatore Falomi, che qualcuno fosse a conoscenza, seppure credo non fosse un dato pubblico, dell'entità del contratto in vigore in precedenza. Probabilmente non possiamo essere certi che qualcuno dei concorrenti non abbia conosciuto - ad esempio - la decisione di riaprire i termini della gara molti giorni prima rispetto ad altri. Posso dire che nella veste di amministratore pubblico, sia pure di una città, mi è capitato di fare molte gare ad evidenza pubblica e vi assicuro che la procedura che - a mio avviso - è stata giustamente seguita dalla RAI non assomiglia a quella di una gara ad evidenza pubblica. Quindi, sconsiglio di vederla in quest'ottica anche se, trascinati, lo faremo; esamineremo, infatti, tutti i fogli per rilevare se i termini sono stati rispettati, se i verbali della commissione sono in regola e in che modo è avvenuta l'assegnazione.

Se non ho inteso male, nella giornata di domani si riunirà il Consiglio di amministrazione della RAI che avrà come punto all'ordine del giorno la verifica delle risultanze della commissione e l'eventuale assegnazione dell'appalto. È probabile, quindi, che il Consiglio di amministrazione abbia un ruolo in questa vicenda, se il Presidente ha inserito all'ordine del giorno di domani la verifica dei criteri seguiti e dell'operato della commissione in questione.

Ricordo che il presidente della RAI Baldassarre, nel corso di una delle sue prime audizioni in questa sede, ha dichiarato di voler adottare per l'azienda le rigorose procedure ed i criteri di verifica e controllo della Corte dei conti. Penso sia questo un errore, perché si renderebbe un pessimo servizio alla RAI applicando per molte commesse ed iniziative indu-

striali un criterio di vigilanza *iper* pubblico quale quello tipico di molte pubbliche amministrazioni, dal quale peraltro molte di esse cercano spesso di difendersi trattandosi di un criterio paralizzante.

Non avrei nulla in contrario se qualcuno scegliesse di fare una gara ad evidenza pubblica. Ho promosso gare ad evidenza pubblica proprio sui sondaggi nella città in cui ero assessore. Vi posso assicurare che erano stati presentati capitolati composti di 60 pagine; d'altro canto, una gara con quei crismi ha bisogno di certe caratteristiche. Se la RAI si comporta come un'azienda non è strano. Il problema è di carattere politico-istituzionale, di buon senso: a mio avviso, di questo si tratta visto che si diceva da tre mesi che questa gara di consultazione sarebbe andata in questo modo. Una delle ipotesi che si sostengono è che Datamedia sarebbe una società come un'altra; certo, lavora anche per Forza Italia o per Berlusconi. Penso che anche questo non sia esatto: tanti lavorano per tanti altri. Anche altri istituti che hanno partecipato a questa competizione hanno lavorato per Forza Italia. Non è un'esclusiva di Datamedia ma la caratteristica del gruppo guidato da Crespi e di Crespi medesimo è evidente. Crespi ha curato la campagna elettorale di Berlusconi; non ne era un fornitore.

Mi è successo lo stesso per la campagna elettorale, meno fortunata, di Rutelli: ho organizzato parecchi dibattiti anche dopo le elezioni in cui su alcuni dei biglietti di invito del convegno vi era scritto: curatore della campagna elettorale di Berlusconi. Se potesse oggi Crespi straccerebbe quei *dépliant* perché deve sostenere che la sua è un'azienda come un'altra. Può l'azienda RAI assegnare al curatore della campagna elettorale di Berlusconi l'appalto dei propri sondaggi? Il fatto che questa decisione abbia suscitato reazioni abbastanza sbalorditive in giro vi sembra un'anomalia? Ripreso dal «*Financial Time*» leggo quanto segue da un editoriale dal titolo: «La casa della tirannia» (un titolo quasi esagerato) che parla di noi: «La Commissione parlamentare che deve decidere sul destino dei quattro programmi giornalistici probabilmente si opporrà alla loro sospensione ma Berlusconi guadagnerà influenza in RAI, grazie ad un'altra strada: la RAI ha appena assegnato i suoi sondaggi ad una società che lavora, indovinate un po'... per Berlusconi». Tale sensazione non è altrettanto chiara per la RAI?

Poiché il Consiglio di amministrazione della RAI domani discuterà, verificherà i risultati e i giudizi della Commissione, vorrei capire che tipo di verifiche potrà fare; se il Consiglio di amministrazione è sovrano nell'operare queste verifiche o se può annullare le decisioni prese dalla Commissione.

CAPARINI (*LNP*). Signor Presidente, sono sconcertato da alcune affermazioni dei colleghi circa una presunzione di colpa o di illecito da parte dei responsabili della RAI, rappresentati qui dal direttore generale, dottor Saccà, che vi ricordo, svolgono un ruolo tecnico. Sono state fatte una serie di valutazioni politiche che prescindono e che non possono essere chieste ad una commissione che valuta in base ad un capitolato d'appalto, in base a specifiche prettamente tecniche. In più, vorrei riportare il

dato significativo che Datamedia ricerche, nel momento in cui ha vinto l'appalto per la RAI per tre anni più altri tre, ha comunicato che non parteciperà più a sondaggi politici.

FALOMI (*DS-U*). No, non pubblicherà sondaggi.

CAPARINI (*LNP*). Questo sembra essere un dato significativo che dà comunque – in questo senso bisogna dare atto alla società che non era tenuta a far questo – il quadro di un'azienda attenta a questo tipo di problematiche. Al di là di alcune pesanti dichiarazioni espresse in questa Commissione – che quindi necessiteranno di un suffragio da parte di chi le ha sostenute; in caso contrario, credo che la stessa RAI ne prenderà atto come dovuto – invito i colleghi a prestare attenzione ai ruoli e agli interlocutori e a valutare nello specifico i rispettivi compiti. Non siamo una Commissione di inchiesta e mi sembra che fino ad ora ci siamo comportati più come tale.

LANDOLFI (*AN*). Mi permetto di contestare l'ultima osservazione dell'onorevole Caparini a proposito della commissione di inchiesta. In realtà, non lo sembriamo neppure poiché una tale istituzione è seria, basata sul rapporto domande-risposte. Qui siamo alle allusioni; ad una terminologia che non dovrebbe avere luogo in una sede parlamentare. Quando l'onorevole Gentiloni Silveri sconsiglia di parlare di gara ad evidenza pubblica perché ci trascinerebbe su un certo terreno, senza poi concludere la frase o quando l'onorevole Carra chiede se Datamedia è ancora pagata dal Presidente del Consiglio, lasciando intravedere quale turpe mercimonio ci sia tra gli interessi di partito del Presidente del Consiglio e quelli aziendali della RAI, siamo tutt'altro che in presenza di una commissione di inchiesta. Siamo – ribadisco – alle allusioni, alle mezze parole. Ritengo che la Commissione parlamentare di indirizzo e di vigilanza debba vigilare sugli indirizzi che formula alla concessionaria. Trattiamo di materia gestionale. Di fronte a sentori o sensazioni o notizie di illiceità commesse da parte dei dirigenti RAI, esistono altri istituti diversi dalla sede parlamentare. Per esempio, l'autorità giudiziaria, la Corte dei conti; tutto tranne che insistere sulle allusioni o sulle mezze frasi perché non lo ritengo degno di una sede parlamentare. Ritengo, pertanto, che l'odierno dibattito sia un fuor d'opera, che esula completamente dalle funzioni della Commissione che è di indirizzo e di vigilanza.

FALOMI (*DS-U*). Stiamo parlando di pluralismo.

LANDOLFI (*AN*). Qui si è parlato di altro, si è parlato di aspetti gestionali che è cosa diversa. Noi siamo parlamentari e abbiamo altri strumenti, oltre la Commissione, per far valere le nostre ragioni. In ogni caso, non si può in questa sede fare allusioni o pronunciare mezze frasi. È scorretto e sconveniente.

Per questo motivo, signor Presidente, non ho domande da rivolgere al Direttore generale. Mi auguro che in futuro non si svolga più una seduta come quella odierna, perché stiamo assistendo ad una specie di inquisizione quando potremmo utilizzare altri strumenti, che pure rientrano nelle facoltà di un parlamentare, per far valere le proprie ragioni o per ripristinare quei diritti che si ritengono violati. Le gare d'appalto o gli aspetti gestionali non sono materia che rientra nelle competenze di questa Commissione.

MERLO (*MARGH-U*). Sarò molto breve, perché non voglio ripetere considerazioni già svolte da altri colleghi.

Devo dire, a differenza dell'onorevole Landolfi, che gli onorevoli Carra, Gentiloni Silveri e Falomi non hanno fatto allusioni. Anzi, mi sembra che l'onorevole Gentiloni abbia posto questioni molte concrete inerenti lo *spot* apologetico su Mussolini e l'assegnazione dei sondaggi ad una azienda di proprietà del Presidente del Consiglio. Se non approfondiamo questi due aspetti, non capisco quale possa essere il lavoro di una Commissione di vigilanza.

Direttore Saccà, le pongo solo una questione perché la ripetitività annoia. Domenica scorsa, nell'edizione delle ore 20 del TG1, ho ascoltato quattro interviste nelle quali si commentava il primo anno del Governo Berlusconi; si è purtroppo trattato di interviste di maggioranza nelle quali, in sostanza, è stato espresso un giudizio positivo, se non esaltante, del primo anno della nuova legislatura. A questo punto possiamo fare anche il bilancio del primo anno della politica dell'informazione.

Al di là dei singoli aspetti che quest'anno hanno caratterizzato le politiche del settore, mi sembra siano emersi alcuni elementi preoccupanti inerenti alcuni impegni precisi che in questa sede hanno assunto il Presidente della RAI e lo stesso Direttore generale attorno a tre aspetti che interferiscono direttamente con gli argomenti oggi affrontati. Questi aspetti sono la garanzia del pluralismo con piogge di risoluzioni, il rispetto dell'autonomia decisionale ai vertici della RAI e la garanzia della non interferenza della politica nella gestione concreta di palinsesti, orientamenti, programmi, testate e nomi, in sostanza la non subalternità rispetto a Mediaset o la non commistione.

Rivolgo una domanda banale ma ritengo importante avere al riguardo una risposta chiara. Al di là degli impegni importanti che sottoscrivo - l'ho anche detto durante l'audizione del presidente Baldassarre - e dei pronunciamenti altrettanto importanti assunti in questa sede dal Presidente, al di là delle circolari interne e alla luce degli ultimi comportamenti, vorrei sapere se il vertice RAI ha oggi la concreta possibilità di assolvere ad un ruolo che non sia di mero braccio esecutivo della maggioranza di Governo e di realizzare una gestione che non sia *bipartisan* con il polo privato rappresentato da Mediaset.

Alla luce degli argomenti affrontati, credo che la risposta del Direttore generale debba essere non solo chiara ma anche chiarificatrice.

LAINATI (*FI*). L'onorevole Merlo ha affermato che la società che ha vinto la gara per i sondaggi demoscopici è di proprietà del Presidente del Consiglio. Spero si sia reso conto di quanto sia inverosimile la sua affermazione, che ovviamente è destituita di qualsiasi fondamento. È un vero e proprio errore.

Come rappresentante di Forza Italia desidero associarmi al disagio, che forse è qualcosa di più, manifestato in modo molto efficace dall'onorevole Landolfi. Abbiamo ascoltato affermazioni che – a nostro avviso – sono assolutamente inquisitorie, ingiustificate e probabilmente anche estranee alla cornice nella quale si muove questa Commissione parlamentare di vigilanza.

Nessuno dei rappresentanti dell'opposizione ha ricordato quella considerazione apparsa su tutti i giornali del nostro Paese ed anche stranieri all'indomani delle elezioni del 13 maggio del 2001: il gruppo Datamedia aveva elaborato ed annunciato una proiezione demoscopica che – guarda caso – si è poi manifestata quella più veritiera.

FALOMI (*DS-U*). Dava 20 punti in più a Berlusconi.

LAINATI (*FI*). Senatore Falomi, lei ha fatto riferimento all'anno 1995, ed è possibile che le innovazioni nella ricerca scientifica e tecnologica abbiano permesso anche cambiamenti di capacità (li chiamiamo in questo modo). Ha poi affermato impropriamente – adesso mi consentirà di replicarle a tono – che l'attuale Ministro delle riforme istituzionali ha espresso nel 1996 certe valutazioni nei confronti del presidente del Gruppo HDC.

Senatore Falomi, dobbiamo parlarci in modo chiaro. È inutile nascondersi dietro un dito. Se volessimo scendere su questo terreno potrei citarle tutte le frasi che nel 1996 gli esponenti dell'Ulivo hanno detto contro uno dei partiti che allora componevano il Polo della Libertà, poi diviso – mi riferisco al CCD, poi diventato UDR e poi Udeur – e con altrettanta disinvoltura è entrato a far parte negli ultimi due anni e mezzo della scorsa legislatura della maggioranza con numerosi esponenti al Governo. Se vogliamo metterci a fare il gioco delle dichiarazioni nella dialettica politica probabilmente non finiremo mai di discutere.

Per quanto riguarda l'affermazione dell'onorevole Carra, che mi ha lasciato abbastanza sconcertato, posso assicurarlo che il mio partito gli fornirà, a termini di legge, quando verrà presentato il bilancio, tutto quanto inerente alla consulenza del gruppo HDC per quanto riguarda il 2001, così anche lui si metterà in fila se vorrà chiarire la questione.

CARRA (*MARGH-U*). Non mi ci metterò di certo; comunque la ringrazio.

LAINATI (*FI*). Le spiego meglio: se si fanno delle affermazioni poi si potrebbe anche pensare di avere esagerato.

PRESIDENTE. Mettersi in fila non è un insulto, onorevole Carra.

LAINATI (FI). Io non insulto mai nessuno. Ne ho sentite di tutti i colori. Mi sembra che sia stato alzato un polverone eccessivo sullo *spot* del periodico «Il Borghese». Le risposte date dal Direttore generale mi sembrano assolutamente normali. Non dobbiamo fare un dibattito storico sul passato. Immagino che il buon senso del direttore generale lo convincerà a fare in modo che una vicenda di questo tipo non si verificherà più, però rendiamoci conto che stiamo parlando di uno *spot* radiofonico di un settimanale andato in onda per un brevissimo periodo. Mi sembrano molto più grandi le polemiche sollevate che il consenso che immagino non abbia avuto.

LAURIA (Mar-DL-U). Signor Presidente, per quanto riguarda lo *spot* mi sembra che il Direttore generale abbia considerato opinabile le valutazioni sia di RAI 3 sia dell'ufficio legale anche se non può prendere le distanze in maniera netta da questo che spero sia un infortunio. Onestamente, non mi sono piaciute le risposte di questi uffici. Ciò fa pensare che la soglia di vigilanza democratica, di buon senso spesso non è all'altezza della situazione. Al di là di quello che il Direttore ed il Consiglio di amministrazione ritengono, speriamo che episodi del genere non abbiano a ripetersi. Mi meraviglio per il disagio degli amici della Casa delle Libertà per l'altra questione sollevata. A me pare più che legittimo che la Commissione di vigilanza della RAI, a fronte di una gara, svolga una riflessione: il deputato Gentiloni Silveri ha dichiarato che poteva anche affidarsi a questa società il ruolo di sondaggista con un appalto a trattativa privata. La questione non riguarda la liceità o no dell'atto o se alcuni soggetti di questa società sono vicini o no all'attuale Presidente del Consiglio; non è un reato ma una scelta esserlo. Saranno le convenienze economiche ed aziendali e neanche questo può essere delegittimato.

La questione sta nell'opportunità da parte di un'azienda pubblica di utilizzare al meglio uno strumento così delicato: la formazione del consenso nel mondo contemporaneo passa attraverso fatti che possono scivolare nella manipolazione; quindi la formazione diventa deformazione e consenso elettorale. Non entriamo nel merito della liceità ma dell'opportunità. Non vi è alcun dubbio che può essere causa di un altro conflitto di interessi il fatto che un'azienda, notoriamente vicina al Presidente del Consiglio, abbia avuto in esclusiva l'esecuzione dei sondaggi per diversi anni. Questo è un patto inopportuno che riguarda alcune garanzie *erga omnia* e non di una parte politica, che la Commissione deve controllare.

Quindi invito il Consiglio di amministrazione ed il Direttore generale ad assumere una iniziativa in tal senso affinché dia più garanzie e più voci in un settore così delicato, per esempio la suddivisione per reti o per diversi soggetti così che questo *vulnus* sia superato perché questo fatto riguarda tutti. In regime di concorrenza all'interno della RAI, i soggetti tenuti ad operare o fornire materiali, sapendo di poter essere smentiti, devono porre attenzione a questo tema: invito, pertanto, il Direttore generale

a rappresentarsi e a rappresentare questa esigenza di tutela. Il nostro è stato un dibattito che riguarda un diverso conflitto di interessi ed una violazione dei principi essenziali di opportunità.

GIANNI Giuseppe (*CCD-CDU*). Signor Presidente, potrei condividere il problema dell'opportunità o no ma credo siamo notevolmente in ritardo perché, una volta che il bando è reso pubblico, diventa legge: chiunque partecipi si attiene a quella legge. Il fatto che possa esserci una questione di opportunità è un fatto diverso ma, una volta che la RAI ha scelto di non affidare a trattativa privata, in via diretta all'uno o all'altro, tale compito e di indire una gara d'appalto, diventa difficile tornare a parlare di opportunità o no se non vi è all'interno del bando di gara un meccanismo che lo renda possibile. Se il bando non esiste il problema non si pone affatto. In tal caso, l'argomentazione dell'opportunità diventa di primaria importanza.

Condivido le affermazioni di Lainati sullo *spot*: siamo fuori tempo massimo per discutere di questi argomenti che ormai appartengono ad una storia che non c'è più. Aver puntato il dito su questo aspetto poteva servire a sollevare un polverone per niente; oggi non esiste più neanche il Movimento sociale-Fiamma Tricolore. Credo sia importante l'argomentazione di opportunità, cui faceva riferimento il nostro collega Lauria; una opportunità che deve essere oggetto di riflessione non perché l'azienda sia vicina al Presidente Berlusconi o ad altri; non per via di un'operazione di qualcuno che lavorò per Berlusconi Presidente. Questo sarebbe un fatto gravissimo. Sarebbe altrettanto grave se Gentiloni non potesse più esercitare il suo ruolo di preparatore di campagne elettorali per Rutelli ed altri.

Se c'è un bando, credo non possa essere oggetto di ragionamento, perché esso stesso diventa legge. Nel caso in cui non vi sia, ritengo si possa eventualmente affrontare un ragionamento generale per rivedere la situazione e cominciare dall'inizio; se magari qualcuno parlerà di rivisitazione, io invece parlo di lottizzazione, ma anche questa può essere una scelta politica.

In presenza del bando la commissione o il Direttore generale non possono essere attaccabili per aver scelto di non procedere più con l'affidamento diretto e per aver indetto una gara d'appalto dove tutti i partecipanti partono dalla stessa posizione. È chiaro che poi che c'è chi vince e chi perde.

BUFFO (*DS-U*). Mi dispiace che l'onorevole Landolfi si sia allontanato dall'Aula dopo essersi preso la briga di contestare il linguaggio inappropriato - a suo dire - che sarebbe stato adoperato oggi da alcuni colleghi. Ricordo che il ministro Gasparri, pur rivestendo una carica istituzionale, in alcune interviste ha dichiarato che, se Michele Santoro ed Enzo Biagi cercano «la bella morte», sarà loro concessa. Mi stupiscono, quindi, i richiami dell'onorevole Landolfi che reputo inappropriati: il linguaggio usato è stato appropriato e misurato. Non è stata fatta alcuna allusione e sono state pronunciate parole chiare e dirette.

Mi associo alle richieste avanzate da alcuni commissari di esaminare le carte circa la scelta di Nexus. Vi sono aspetti, infatti, che riguardano il pluralismo. In questa sede trattiamo la materia democratica. Democrazia non vuol dire solo andare a votare ogni 5 anni, ma significa separazione di poteri, autonomia del servizio pubblico radiotelevisivo, garanzia di un rapporto trasparente tra potere politico, affari e comunicazione, che è bene avere sempre tutti presente.

Sebbene sia stata già formulata da altri membri della Commissione, mi sento di rivolgere al Direttore generale una domanda. Vorrei sapere se il servizio pubblico radiotelevisivo può assegnare l'attività demoscopica ad una società che fa sondaggi per il Capo del Governo. Penso di no e allo stesso modo la pensano il «*Financial Time*» ed altri importanti organi di stampa.

Mi interessa in modo particolare la risposta del direttore Saccà, a prescindere dal partito politico cui è legato, anche perché vorrei confrontare le sue affermazioni con quelle rese con molta enfasi, in questa sede, dal presidente Baldassarre sull'autonomia della RAI dal potere politico e sull'intenzione dell'azienda di competere con Mediaset. Quanto è accaduto potrebbe essere in un certo senso divertente, se non fosse invece un fatto serio e grave.

Devo aggiungere una considerazione rispetto a quanto è stato affermato sulla proprietà di Datamedia e sul consorzio cui tale società partecipa. Al riguardo c'è molto da argomentare. Parlando di comunicazione, se si rileva un rapporto di proprietà, come nel caso del conflitto di interessi, molti di voi sostengono che non sussiste alcun problema; se invece il rapporto è di «affettuosa amicizia» o di dipendenza, in questo caso il problema non c'è perché la questione si pone solo se c'è la proprietà. Ho conosciuto Luigi Crespi molto prima di tutti voi e ricordo il suo lavoro aziendale prima di intrecciare un rapporto con Berlusconi; non si tratta certamente di materia di cui si debba occupare la nostra Commissione, ma sarebbe interessante immaginare cosa potrebbe oggi essere Datamedia senza il rapporto che la lega al presidente Berlusconi.

Siete uomini di mondo e sapete che non si tratta solo di un problema di proprietà. Peraltro, la proprietà esplicita per voi non rappresenta un problema se addirittura il Capo del Governo è proprietario di reti televisive. Sapete che non sono solo questi i legami che creano dipendenza e che limitano l'autonomia.

Per quanto riguarda la questione dello *spot* pubblicitario su Mussolini, il collega Lainati ha affermato che «fortunatamente» è andato in onda solo per due giorni. Vorrei sapere per quale motivo è stato usato l'avverbio fortunatamente. Forse vuole significare che quello *spot* andava male, se fortunatamente è stato trasmesso solo due giorni, ed allora esiste un problema perché è stato un modo per esaltare Mussolini; se la RAI trasmette lo *spot* e si afferma in questa sede che andava bene mentre andava male per la Costituzione, per la concorrenza, per la credibilità della azienda e del servizio pubblico, penso che i due fatti non coincidono. Al-

lora questo *spot* andava «bene» o «male»? Assisteremo alla trasmissione di altri messaggi del genere?

Se non si parla in modo chiaro, si fa un cattivo servizio non solo alla nostra Costituzione ma anche alla azienda pubblica e alla sua credibilità.

Scusate, ma devo aggiungere che il Movimento sociale-Fiamma tricolore esiste e in alcune regioni è alleato con la Casa delle libertà.

IERVOLINO (*UDC:CCD-CDU-DE*). Signor Presidente, debbo dire che sono abbastanza sconcertato per il modo in cui si è svolta oggi la seduta della Commissione. Ho sempre apprezzato il lavoro che hanno svolto in questa sede i colleghi Gentiloni, Falomi e Giulietti, sempre molto attenti a tutto ciò che avviene in RAI. A questo punto, proprio per loro profonda conoscenza della realtà della azienda, vorrei loro domandare quando è stato pubblicato il bando, se lo hanno letto e se ne avevano contezza.

PRESIDENTE. Non esiste un bando.

SACCÀ, *direttore generale della RAI*. Presidente, nel corso del mio intervento risponderò a tal riguardo.

IERVOLINO (*UDC:CCD-CDU-DE*). Vorrei sapere da voi, che avete contezza di tutto ciò che avviene nell'azienda RAI, se eravate a conoscenza di quanto è avvenuto. Vi chiedo per quale motivo non si è intervenuti prima che il misfatto, se di misfatto si può parlare, si fosse consumato.

Poiché il senatore Falomi, esperto del settore, ci ha parlato di Data-media, HDC, Crespi ed altri cognomi, personaggi o ditte, di cui non so alcunché, vorrei dire che ho capito che lo scopo era quello di arrivare al peccato originale, cioè la ingombrante presenza di Berlusconi sull'attività del Governo e delle attività economiche in questa nazione. Per quanto ci ha detto il direttore Saccà, ritengo che la gara sia stata più che trasparente. Ho apprezzato i criteri seguiti per i punteggi. Chi di noi non è stato amministratore non sa che, attraverso i criteri, si rende la gara il più trasparente possibile e rispetto a questo non vi è alcunché da dire.

Lo *spot* su Mussolini è stato enfatizzato un po' troppo. Sembra quasi di essere alla vigilia di un'altra marcia su Roma: signori, il fascismo è passato. Siamo in una democrazia matura; forse si poteva essere più attenti sulla vicenda ma non enfatizziamola più di tanto perché stiamo facendo più pubblicità così di quanto ne abbia fatto lo *spot* stesso.

PRESIDENTE. È mio dovere chiarire alcuni aspetti perché non mi sfugge che alcune osservazioni svolte da alcuni colleghi sulla seduta della Commissione ed in generale sui suoi lavori almeno in parte possono coinvolgere le responsabilità del Presidente. Si è impegnato in modo particolare su questo aspetto il collega Landolfi che, per essere stato anche lui Presidente di questa Commissione, mi obbliga a considerare con particolarissima attenzione le sue osservazioni.

Quanto ai compiti che spettano alla Commissione così come li intendo e credo sulla base ampiamente dimostrabile di quello che la legge prevede e prescrive, ricordo che siamo Commissione di vigilanza e di indirizzo. Non possiamo intervenire sui fatti gestionali; non possiamo e non dobbiamo intervenire su fatti puntuali che riguardano la programmazione, le nomine e così via; non possiamo dare indicazioni, dettare indirizzi, imporre soluzioni agli organi della RAI sulla gestione e sulla programmazione. Possiamo emanare indirizzi e vigilare, sulla base della legge generale, sulla loro attuazione. Siamo in una situazione nella quale il settore è in grandissimo fermento per molti motivi: abbiamo anche un obbligo di carattere istituzionale e lavoriamo per conto del Parlamento. Ci troviamo in un crocevia dove confluiscono diverse correnti, influssi e dobbiamo avere una funzione di avvistamento. La seduta odierna è particolarmente significativa da questo punto di vista. Non siamo una Commissione di inchiesta ma dobbiamo tenere sott'occhio tutto del servizio pubblico. Se fosse stato presente avrei fatto osservare all'onorevole Landolfi che ha detto che esistono altri strumenti per conoscere i fatti riguardanti il servizio pubblico che a pensarci bene altri strumenti non ci sono. Anche quando sono presentate interrogazioni sulla RAI esse arrivano qui anche perché non si saprebbe chi può essere chiamato a rispondere sulla RAI. Non si dà che il Governo ed il Ministro delle comunicazioni possano rispondere sulla RAI in Parlamento perché la legge lo dichiara incompetente in materia. È competente il Parlamento ma chi può svolgere per il Parlamento la funzione di avvistamento, quindi di conoscenza, quindi di domanda? Un collega ha parlato sullo *spot* pubblicitario di misure che il Consiglio di amministrazione o il direttore generale dovrebbero prendere. La Commissione di vigilanza non può fare questo né può chiedere misure ma è suo dovere conoscere come vanno i fatti, anche per prendere coscienza di fenomeni e processi in corso che non hanno alcun precedente come quelli oggi al nostro esame; quindi informazione, trasparenza e documentazione, anche qualora dovessimo prendere atto che la soluzione del problema in esame non ricade nell'ambito delle nostre possibilità di intervento come secondo me dobbiamo prendere atto che non possiamo risolvere alcuni dei problemi che giustamente nel corso della discussione sono emersi. Una quantità di questioni riguardanti aspetti legislativi non possono essere risolti da noi. Un problema molto importante emerso è che nel campo dei sondaggi devono essere studiate, vagliate ed approvate normative *antitrust*. Naturalmente non possiamo farlo noi ma vi sono legislatori qui presenti che possono attivare delle iniziative parlamentari. Nel campo della pubblicità si stanno verificando fenomeni nuovi. Anch'io sono stato colpito dall'emersione recente di una fenomenologia di messaggi pubblicitari, la cui responsabilità non riguarda né la RAI né Mediaset, essendo stata decisa dall'inserzionista ed elaborata da una società di produzione pubblicitaria, mi riferisco alla pubblicità di TIM. Per la prima volta almeno in questo Paese riscontriamo un intreccio tra pubblicità e programmazione televisiva ordinaria nel senso che il protagonista, promotore di un determinato prodotto, è un programma televisivo di bandiera, di

una delle due parti, che naturalmente viene trasmesso su tutto il sistema. Non si può di certo condannare tale fenomeno ma abbiamo un nuovo problema. È evidente che non sfuggirà al direttore generale ma a chiunque altro che la trasmissione della RAI con quel messaggio – che ovviamente non può non avvenire perché l'inserzionista paga e quindi si darebbe la zappa sui piedi nel non trasmetterlo – pubblicizza una produzione del suo concorrente. È una questione nuova. Non so ancora cosa si farà ma nella nostra funzione di avvistamento mettiamo a fuoco questo problema.

Detto questo, pur avendo limiti di intervento e di indirizzo, la Commissione il cui scopo è la conoscenza non ha alcun limite nel richiedere di essere informata su tutto. Del resto, quanto volte anche colleghi di altre parti politiche hanno chiesto informazioni in materia di appalti. Non pretendiamo di dire come debba essere fatto l'appalto, ma desideriamo solo avere notizie al riguardo – questo è il punto – e possiamo agire in tale modo, anche perché rientra nei compiti di una Commissione parlamentare.

Per quanto riguarda il messaggio dello *spot* pubblicitario, ricordo che «il Borghese» è una testata giornalistica che ha un suo orientamento ideologico. Mi sento di segnalare che il messaggio, in particolare nella sua ultima parte dove si usa il termine «molti», ha certamente un contenuto politico.

Devo far osservare che nella stampa tutti gli editori e i direttori responsabili si tutelano – ricordo che ho svolto questo lavoro per molti anni – nei confronti degli inserzionisti, riservandosi il diritto di valutare i messaggi pubblicitari e di rifiutare la loro trasmissione quando abbiano contenuti di carattere politico. Del resto, una sfumatura di genere è contenuta anche nelle norme deontologiche.

Vi assicuro è che in una qualsiasi testata giornalistica un messaggio come quello di cui stiamo discutendo non sarebbe stato pubblicato senza passare al vaglio del direttore responsabile o del redattore capo. Suggerisco alla RAI – sono affermazioni che credo possiamo rendere – di definire per il futuro, per quanto riguarda i messaggi pubblicitari, una norma di garanzia che consenta ai responsabili editoriali di agire qualora sia segnalato un messaggio avente un contenuto politico improprio.

Per quanto concerne la società che si occupa dei sondaggi, faccio mia la richiesta del senatore Falomi di acquisire tutta la documentazione relativa alla vicenda nel suo complesso che – ancora nessuno ha fatto questa affermazione e quindi, se sbaglio, il direttore Saccà dovrà correggermi – non ha avuto un andamento lineare. Si tratta di un fatto spiegabile con il cambio del consiglio di amministrazione e la nomina del nuovo direttore generale; ci troviamo in una fase di passaggio per cui non c'è da scandalizzarsi se capitano situazioni del genere. La vicenda è partita secondo quella che è la prassi consolidata ed è stato dato per scontato l'affidamento a trattativa privata; quando la questione è passata una prima volta al vaglio del consiglio di amministrazione, sarebbe stata apportata una correzione.

A questo punto mi interessa, oltre la documentazione, che si chiariscano in modo migliore quali sono i servizi esclusivi che la RAI chiede

a Datamedia ed anche alle altre aziende, e quali sono – penso siano utili – i vincoli o le limitazioni che pone ai contraenti per quanto riguarda lo svolgimento delle loro attività professionale a favore di altri eventuali clienti, come – per esempio – partiti o uomini politici.

Sono tutte informazioni che ritengo necessario acquisire.

MONCADA LO GIUDICE (*UDC:CCD-CDU-DE*). Avevo scelto di non intervenire e credo di essere stato l'unico a non chiedere di parlare. Tuttavia, non posso ora astenermi dal farlo perché sono in totale disaccordo con una delle ultime affermazioni rese dal Presidente.

Credo sia nostro diritto-dovere chiedere alla RAI la documentazione relativa alle modalità con le quali è stato assegnato l'appalto, ma desidero rimanga a verbale il mio totale dissenso di acquisire agli atti della nostra Commissione i verbali della commissione aggiudicatrice. Ritengo che questo sia un processo intentato nei confronti di alcuni colleghi giornalisti sui quali, fino a prova contraria, va mantenuta tutta la nostra stima.

Sono d'accordo con il Presidente che la RAI debba fare chiarezza in relazione all'appalto e sulle motivazioni che l'hanno spinto a redigere una lettera piuttosto che un'altra. Ritengo, però, che sia compito di un pubblico ministero chiedere gli atti della commissione aggiudicatrice.

PRESIDENTE. Senatore Moncada, le ricordo che in passato questa Commissione, sotto le precedenti Presidenze, ha acquisito i verbali di organi della RAI con una certa frequenza. Le assicuro che gli archivi sono ricchi di documentazione del genere.

SACCÀ, *direttore generale della RAI*. Comincio l'intervento dalla questione dello *spot* pubblicitario.

Ho inteso raccontare come burocraticamente si è sviluppato l'episodio ed ho detto che presso RAI Trade vi è un ufficio legale che esprime valutazioni attenendosi ad un codice deontologico.

L'ufficio legale, al quale ho chiesto di esprimere un giudizio sulla liceità della trasmissione del messaggio pubblicitario in questione, ha fornito un parere argomentato e non riscontrato alcuna illiceità.

Il senatore Falomi vuole conoscere il giudizio del direttore generale a tal riguardo. Ritengo assolutamente inopportuno che lo *spot* in questione sia andato in onda. Non avrei mai autorizzato la sua trasmissione se ne fossi venuto a conoscenza, anche perché contiene false affermazioni.

Il linguaggio pubblicitario è iperbolico e non può che essere tale. Nel caso in esame si rileva una falsificazione, perché si può affermare che Mussolini sia stato un uomo politico abile e straordinario, ma non un grande statista. Lo statista è colui che fa del bene al popolo che amministra e governa. Su un ventennio iniziato con la privazione delle libertà politiche e conclusosi con una guerra disastrosa e con leggi razziali, si può dire di tutto tranne che abbia portato del bene al nostro Paese. Chi lo ha governato non solo non è stato un grande statista, ma non è stato neanche uno statista. Quindi, era falsa quella affermazione.

La direzione generale ha provveduto a dare disposizione al capo dello *staff* di convocare una riunione con chi gestisce questo tipo di controlli per far sì che in futuro tali controlli non siano burocratici. In caso di dubbio si potrà ricorrere alla direzione generale.

Effettivamente in questo caso vi sono stati leggerezza e burocraticismo. L'importante però è che episodi di questo tipo non si ripetano in futuro anche perché l'effetto suggestivo della pubblicità, sommato a quello del mezzo pubblico, può portare a conclusioni assolutamente false nel radioascoltatore meno avvertito. Questa è la mia opinione per cui, a nome della RAI, mi scuso.

Vorrei, inoltre, precisare alcune cose perché si parte da presupposti sbagliati: innanzitutto, non è stato dato l'appalto in esclusiva dei sondaggi a Nexus, che è CIRM e Datamedia. CIRM e Datamedia hanno vinto una gara per gli *exit poll* elettorali e le proiezioni elettorali, divisi nel seguente modo: Datamedia fa gli *exit poll* e CIRM le proiezioni. Quindi Abacus, Explorer ed altre società saranno libere in un'azienda libera e pluralista di fare sondaggi per il TG3, TG1, per Santoro. Non vi è alcun vincolo tanto che il giorno dopo la gara ho chiamato il responsabile di Abacus, Pagnoncelli, ringraziandolo per il tono molto civile e sportivo con cui ha incassato la sconfitta e gli ho ricordato che l'azienda è grande, che fa tante ricerche, tanti lavori e sondaggi e che è giusto che un'azienda come Abacus, nostro primario esclusivo fornitore nel settore degli *exit poll* e delle proiezioni, deve essere tenuta in assoluta considerazione. Non perde quello che ha; anzi, vista la serietà con cui ha lavorato e con cui ha reagito, l'azienda considera Abacus una società di grandissima affidabilità.

Il timore che il sondaggista unico possa influenzare l'opinione pubblica non esiste perché Datamedia elaborerà soltanto gli *exit poll* elettorali. Se lo farà bene rimarrà; altrimenti si potrà disdire il contratto come lo si poteva fare nei confronti di Abacus quando ha sbagliato il risultato del *referendum*. Il dottor Pagnoncelli, con grande sensibilità, ha dato all'azienda le proprie dimissioni dall'incarico. Allora ero responsabile del *marketing* strategico e l'azienda ha ritenuto che non fosse giusto accettarle così come ero io responsabile del *marketing* strategico quando ho rinnovato per un anno il contratto ad Abacus, senza indire la gara perché, viste le elezioni politiche molto vicine, non ritenevo di dover sottoporre a *stress* l'azienda.

Certamente esistono dei vincoli; quanto a me, non riterrò opportuno che CIRM e Datamedia facciano anche sul TG5 sondaggi come succedeva in passato per Abacus che proiettava gli stessi sondaggi sul TG5; allo stesso modo ritengo che Datamedia non debba avere rapporti con il concorrente su questa materia. La sensibilità di Datamedia, nel dichiarare oggi che non pubblicherà sondaggi politici, è figlia della sensibilità professionale e della cultura di impresa che pure le persone che la rappresentano dimostrano di avere, secondo la RAI, ma anche di un atteggiamento dell'azienda che ritiene che una certa esclusiva, anche se non codificata o

scritta nel contratto, è qualcosa che per questioni di stile, di garbo vada assolutamente conservata.

Ricordo che non ha vinto Datamedia ma un consorzio, formato da CIRM e Datamedia; che CIRM è una società di sondaggi che, per quanto libera ed indipendente come devono esserle tutte per principio, è comunque il sondaggista esclusivo del gruppo Espresso-La Repubblica e non del gruppo Mondadori. Per quanto sappiamo, non è controllata da HDC. Credo esista solo un accordo per creare delle associazioni di impresa. A noi non risulta un controllo di HDC su CIRM anche perché, nel fare l'iscrizione all'albo prima e nel partecipare ad una richiesta d'offerta, secondo il regolamento RAI, ciò risulterebbe. La RAI d'altronde non fa gare ad evidenza pubblica; altrimenti il concorrente, decidendo in tempo reale, massacrerebbe la RAI. Per fortuna, la RAI è una Società per azioni che opera in regime privatistico anche se con la dovuta attenzione gestendo un servizio pubblico per il quale riceve il canone. Guai se la RAI si desse il regolamento delle gare pubbliche europee. Avremmo deciso di non stare sul mercato, perdendo 15 punti nello spazio di sei mesi.

Quanto alla questione dell'opportunità, potrei cavarmela rispondendo con una battuta. La trattativa privata, vista in una certa logica, potrebbe essere considerata come un interesse a dare una certa cosa a quell'individuo. La gara pubblica o comunque la richiesta d'asta potrebbe essere considerata come un valore nel quale si rispettano i principi della trasparenza e dell'uguaglianza di tutti i soggetti.

Non vorrei che per alcuni i loro interessi diventino valori ed i valori degli altri diventino interessi. Questo non è giusto nei confronti dell'azienda e delle persone, di cui l'azienda gode piena fiducia. Il direttore dell'Ufficio acquisti è un signore portato alla RAI da Cappon dall'IRI, con un *curriculum* serissimo ed i suoi colleghi lavorano in questo campo per capacità professionale, con serietà (conoscete, per esempio, Angela Buttiglione) ed hanno attuato la gestione senza alcun intervento né prima, né durante e né dopo della direzione generale.

Non me la cavo - per così dire - con una battuta ed entro nel merito del problema dell'opportunità. Le opportunità sono molte e poteva esserci anche una politica. Devo fare una precisazione. Bisogna prestare una certa attenzione, perché non è possibile che diventi un problema il fatto di aver lavorato per un Presidente del Consiglio che si chiama Berlusconi, per cui una società iscritta all'albo dei fornitori della RAI non può partecipare ad una richiesta d'offerta. Se invece un collega si mette in aspettativa dalla RAI per dirigere la campagna elettorale dell'onorevole Romano Prodi e poi ritorna in azienda e riceve la direzione di una testata, ciò non crea problemi di opportunità.

Credo non esistano problemi di opportunità. È giusto che un collega intelligente e capace abbia avuto un momento di pausa nel quale ha rivelato la sua passione. Ci mancherebbe altro che in un Paese democratico non fosse possibile chiedere alla azienda un periodo... (*Commenti del senatore Falomi*). Mi scusi, senatore Falomi, ma i principi sono principi sempre. Non voglio essere polemico.

GENTILONI SILVERI (*MARGH-U*). Era da licenziare.

SACCÀ, *direttore generale della RAI*. Non era da licenziare ed è stato giusto riammetterlo per la sua professionalità. Il consiglio ed il direttore generale dell'epoca hanno letto soltanto il *curriculum*. Ci mancherebbe altro.

In ogni caso, dobbiamo stare attenti quando trattiamo di princìpi. Almeno a questo tento di ispirare il lavoro della direzione generale, per quello che posso fare. I princìpi valgono sempre e non solo in un caso e non in un altro. In un Paese democratico, libero e pluralista deve sempre valere il principio di non essere impediti nello sviluppo della propria attività professionale, imprenditoriale o privata a causa delle proprie convinzioni politiche o per il fatto di aver lavorato per Tizio o per Caio.

Due erano le opportunità che si scontravano e si confrontavano nella vicenda in esame. Da una parte vi era la libertà di impresa, assolutamente tutelata dalla Costituzione, e dall'altra un problema di opportunità politica. Se facciamo una richiesta di offerta, non possiamo escludere da essa una società regolarmente iscritta dall'albo dei fornitori della RAI e in possesso di tutte le carte in regola. Sono state fatte tutte le evidenze commerciali per rilevare la proprietà.

Avremmo dovuto scegliere di mantenere la formula della trattativa privata escludendo, però, non solo Datamedia ma anche tutte le altre cinque aziende dalla possibilità di confrontarsi in una libera competizione. Avremmo dovuto conservare ad Abacus una sorta di privilegio o di privativa, come avveniva sotto i sovrani, per cui avrebbe continuato a svolgere sempre i sondaggi.

Abbiamo ritenuto che fosse un giusto valore da affermare procedere, anche in questo caso, con una richiesta di offerta per avere una maggiore garanzia rispetto ai problemi che sentivamo sarebbero stati sollevati. Non potevamo però eludere il problema. È necessario essere fedeli al vincolo costituzionale, che stabilisce la libertà di impresa e la necessità di mettere tutti i concorrenti sullo stesso piano.

Per la RAI sono importanti le dichiarazioni rese da Datamedia, perché confermano che questa società sente il valore del servizio pubblico, si trova in un territorio dove la neutralità è fondamentale e sa che, se non dovesse essere esercitata, sono previste le condizioni per la rescissione dal contratto.

Per quanto riguarda la trasparenza dei servizi, crediamo di avere dato un segnale di trasparenza proprio facendo la gara, perché di gara si tratta, anche se non ad evidenza pubblica.

In merito all'*iter* e alla procedura seguita, signor Presidente, non è esatto affermare che si è partiti con la trattativa privata; non si è mai pensato di farla. La sua, Presidente, è una informazione errata. Si è partiti da subito con l'asta. Ho informato il consiglio di amministrazione proprio perché ritenevo necessario farlo, trattandosi di una materia importante e delicata quale quella degli *exit pool*. Il consiglio ha chiesto maggiori misure prudenziali rispetto al regolamento aziendale, che sono state eserci-

tate. Abbiamo, infatti, sospeso l'apertura delle buste proprio perché il consiglio aveva richiesto una maggiore prudenza.

Per quanto riguarda l'efficacia, la gara è stata fatta e gli uffici stanno assegnando l'incarico, anche perché le elezioni si svolgeranno il 26 maggio e, se vogliamo fare il nostro servizio, ci sono tempi da rispettare. Questo rientra, però, nelle competenze del direttore generale, perché l'importo è inferiore alla somma di cinque miliardi e, quindi, non deve intervenire il consiglio. Si tratta comunque di una questione all'ordine del giorno del consiglio di amministrazione di domani, nel quale si procederà alla verifica dei risultati e delle procedure seguite.

Attenzione però: non eravamo tenuti a rispettare la richiesta del consiglio. Se avesse irrigidito le nostre procedure, si sarebbe corso il rischio di applicare la procedura a tutti. Abbiamo proceduto in quella direzione pur consapevoli del rischio che avrebbe corso l'azienda nel caso di irrigidimento delle procedure, come sta già avvenendo in altri casi. Bisogna stare attenti, perché si potrebbe perdere.

Credo di avere risposto a tutte le domande che mi sono state rivolte.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Saccà per le risposte che ci ha fornito, che ci hanno chiarito alcuni aspetti della vita dell'azienda RAI, molto utili al nostro lavoro.

Dichiaro chiusa l'audizione.

*La seduta termina alle ore 16,50.*

