SENATO DELLA REPUBBLICA CAMERA DEI DEPUTATI

XIV LEGISLATURA

COMMISSIONE PARLAMENTARE

PER L'INDIRIZZO GENERALE E LA VIGILANZA DEI SERVIZI RADIOTELEVISIVI

45º RESOCONTO STENOGRAFICO

DELLA

SEDUTA DI MARTEDÌ 29 LUGLIO 2003

Presidenza del Presidente PETRUCCIOLI

TIPOGRAFIA DEL SENATO (500)

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE . . . . . *Pag.* 3

Audizione del Direttore di RADIO UNO e del Direttore di RADIO DUE e RADIO TRE

PRESIDENTE . . . . . *Pag.* 3, 5, 9 e *passim*
BUTTI *(Alleanza Nazionale), deputato* 15, 16
CARRA *(Margherita-DL-L'Ulivo), deputato* . 9, 10
FALOMI *(Dem. Sin.-L'Ulivo), senatore* . .11, 12, 13
GENTILONI SILVERI *(Margherita-DL-L'Ulivo), deputato* . . . . . 13, 14, 15 e *passim*
LAINATI *(Forza Italia), deputato* 4
SOCILLO dott. Bruno, direttore di RADIO UNO . . . . . *Pag.* 5, 12, 18
VALZANIA dott. Sergio, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE . . . . . 8, 10, 12 e *passim*

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

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

Intervengono il direttore di RADIO UNO, dottor Bruno Socillo, e il direttore di RADIO DUE e RADIO TRE, dottor Sergio Valzania.

I lavori hanno inizio alle ore 14,10.

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.

COMUNICAZIONI DEL PRESIDENTE

PRESIDENTE. Vorrei fornire preliminarmente due informazioni, la prima delle quali riguarda l'onorevole Bertucci, che in data 22 luglio 2003 ha rassegnato le sue dimissioni da Presidente della Sottocommissione permanente per l'accesso. Nella lettera di dimissioni non sono contenute le motivazioni, ma credo siano collegate alle sue recenti decisioni politiche che evidentemente non possiamo fare altro che registrare. Ho voluto dare subito questa notizia perché è evidente che nella prima seduta alla ripresa dei lavori la stessa Sottocommissione dovrà provvedere all'elezione di un nuovo Presidente, quindi sarà bene che coloro che ne fanno parte, e comunque tutti i Gruppi della Commissione, prendano contatti e assumano gli orientamenti utili a riempire il vuoto che si è determinato.

Inoltre, a seguito del passaggio del deputato Bertucci al Gruppo Misto, il Gruppo parlamentare di Forza Italia ha designato l'onorevole Lainati Capogruppo in seno alla Commissione. Mi congratulo con lui vivamente e gli auguro buon lavoro.

Audizione del Direttore di RADIO UNO e del Direttore di RADIO DUE e RADIO TRE

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del direttore di RADIO UNO, dottor Bruno Socillo, e del direttore di RADIO DUE e RADIO TRE, dottor Sergio Valzania.

Nella giornata odierna, con l'ultima seduta prima della sospensione dei lavori parlamentari per la pausa estiva, completiamo il ciclo di audizioni nel quale ci siamo impegnati con i responsabili dell'informazione, in modo particolare della RAI. Domani è in programma la visita all'ultimo

centro di produzione, quello di Napoli. Vorrei far rilevare che nel corso degli ultimi due mesi la Commissione parlamentare ha raccolto un'ingente quantità di informazioni e di notizie attraverso le audizioni e le visite. È evidente che il materiale che abbiamo raccolto dovrà essere oggetto di riflessione ed eventualmente di deliberazioni, di iniziative ulteriori della Commissione alla ripresa dei lavori.

Alcune richieste sono già state segnalate sia nel corso dei lavori della Commissione, sia in sede di Ufficio di Presidenza, in particolare è stata evidenziata l'opportunità di una verifica sia con i responsabili dell'andamento della pubblicità, sia con il Direttore Generale, tanto per le questioni riguardanti i centri di produzione, quanto per quelle attinenti ai palinsesti e a tutti gli aspetti che sono stati rilevati nel corso delle audizioni.

L'audizione odierna dei direttori Socillo e Valzania si inserisce in questo quadro; il primo dirige l'informazione radiofonica ed il secondo invece il resto della programmazione radiofonica, quindi a rigore la loro non sarebbe da inserire nel quadro delle audizioni delle testate giornalistiche, però abbiamo avvertito la necessità di ascoltarli insieme, anche perché i dati sugli ascolti della radio relativi al primo semestre 2003, che sono stati resi pubblici all'inizio di luglio, presentano alcuni aspetti preoccupanti nell'insieme. Quindi ci è sembrato giusto affrontare anche la questione degli ascolti radiofonici nel suo complesso.

LAINATI *(FI)*. Nel ringraziarla per gli auguri di buon lavoro, desidero fare presente a lei, signor Presidente, ed ai colleghi l'oggettiva difficoltà nel contesto della quale avviene questa importante audizione. L'approssimarsi della pausa estiva ed il sovrapporsi degli impegni parlamentari – quando dico parlamentari intendo i lavori dell'Aula e delle varie Commissioni – hanno reso la parte finale del mese di luglio come un colossale imbuto nel quale tutto è stato inserito, tant'è che diventa impossibile essere presenti contemporaneamente in più luoghi.

Mi permetta, signor Presidente, di farle presente che in questo momento nell'Aula di Montecitorio sono in corso i lavori, non vi è alcuna sospensione in atto; si stanno votando delle mozioni per cui il sottoscritto dovrebbe essere in quella sede e non qui. Inoltre, sempre per quanto riguarda la mia persona, ma riguarda anche altri colleghi, da tre minuti sono riunite le Commissioni cultura e trasporti della Camera per esaminare il disegno di legge Gasparri.

Faccio queste osservazioni per evidenziare che mi pare assai difficile, nel momento in cui sono in atto questi rilevanti momenti del lavoro parlamentare, poter audire persone così importanti come i nostri ospiti di oggi. Inoltre, dato il rilievo dell'argomento – come lei giustamente ha ricordato nella sua introduzione – che essi dovranno affrontare, mi permetto di farle notare l'oggettiva difficoltà di portare avanti un'audizione quando mancano quasi tutti i commissari. Quindi, senza voler mancare di rispetto ai presenti, vorrei farle presente questa oggettiva difficoltà.

Come giustamente lei ha ricordato, domani i membri della Commissione – o, meglio, quelli che potranno, non certo il sottoscritto visto che ci

saranno votazioni nell'Aula della Camera – si recheranno al centro di produzione di Napoli, per cui mi pare tecnicamente impossibile chiedere agli autorevoli direttori di venire eventualmente domani. Quindi non posso che esprimerle un certo disappunto, pur ribadendo che non è certo colpa sua se si verifica questo accavallarsi di impegni. Tra l'altro, il sottoscritto, insieme agli altri colleghi deputati, tra poco dovrà recarsi nell'Aula della Camera per partecipare alle votazioni; non potremo quindi esprimere le nostre valutazioni sulle importanti considerazioni che i nostri ospiti – immagino – svolgeranno.

PRESIDENTE. Più che una proposta, la sua mi sembra una manifestazione di disappunto – come lei ha precisato – e una raccomandazione alla Presidenza, che io raccolgo in questi termini: iniziamo questa audizione, dando la parola al direttore Socillo e al direttore Valzania, che esprimeranno, secondo la prassi vigente in questa Commissione, le loro valutazioni e forniranno i loro giudizi sintetici sull'esperienza che hanno condotto. Successivamente, apriremo la discussione, ma senza concluderla. Del resto, di questa audizione viene redatto il resoconto stenografico, quindi – visto che non ci riuniremo nuovamente prima del 20 settembre – sarà cura degli Uffici e mia personale inviarne copia a tutti i colleghi, in modo che, quando proseguiremo questa audizione per concluderla, tutti saranno a conoscenza delle considerazioni espresse in questa sede dai direttori Socillo e Valzania.

In tal modo, onorevole Lainati, anche se non superiamo del tutto le difficoltà oggettive che lei ha segnalato, nessuno dei membri della Commissione viene privato dell'occasione di esprimere le proprie valutazioni su quanto verrà detto oggi.

Preciso che personalmente non sarei stato contrario a rinviare sia questa audizione, sia la visita di domani al centro di produzione di Napoli, ma da varie parti – sia qui, sia a Napoli – mi è stato segnalato che tale rinvio sarebbe stato considerato una forma di sottovalutazione, di disattenzione verso la radiofonia e la sede di Napoli. Dato che l'ultima cosa che voglio è alimentare il sospetto di questa distrazione, ho ritenuto opportuno mantenere l'appuntamento odierno, anche chiedendo di interrompere le vacanze al direttore Socillo, che ringrazio in modo particolare, e forse anche al direttore Valzania.

SOCILLO, direttore di RADIO UNO. Signor Presidente, sarò brevissimo, per consentire ai parlamentari di formulare le loro domande, nonostante l'esiguità dei tempi a disposizione.

Inizio la mia esposizione dalla sollecitazione contenuta nelle sue parole sugli ascolti. Occorre fare una premessa, a mio giudizio, perché la lettura dei dati a volte è stata interpretata e addomesticata a seconda delle esigenze, per cui si corre il rischio di non avere più consapevolezza di quale sia il quadro generale: nel giorno medio, dei circa 35 milioni di persone che ogni giorno ascoltano la radio in Italia, circa 7.200.000 si sintonizzano su RADIO UNO, che resta quindi la testata *leader*, con un di-

stacco di quasi 2 milioni di ascoltatori rispetto a RADIO DEEJAY. È vero che ci sono anche altre forme di rilevazione dei dati di ascolto (ad esempio quella settimanale, che è basata sul ricordo), in riferimento alle quali vengono formate altre graduatorie, però faccio presente che quello che ho citato è il dato tenuto presente, ad esempio, per vendere la pubblicità.

Esistono però motivi di preoccupazione da parte mia e della RAI in generale, perché il dato relativo al secondo ciclo del 2003, pur dimostrando un sostanziale miglioramento rispetto al primo ciclo, non ha evidenziato un recupero soddisfacente, rispetto alla perdita di ascolto denunciata nel primo ciclo di rilevazione nel 2003. Tra l'altro, pesa anche la considerazione che in quel periodo c'è stato il conflitto in Iraq, con i suoi sviluppi successivi, per il quale RADIO UNO e, in generale, l'informazione radiofonica della RAI hanno schierato più di dodici inviati, oltre a tecnici e strutture al seguito, garantendo una copertura che sicuramente nessun'altra radio italiana è riuscita ad assicurare.

Il fatto che la ripresa sia stata più debole di quella che ci attendevamo ci ha spinto a chiedere all'azienda RAI di compiere un'accurata indagine di mercato, per verificare se esistono punti di debolezza e di non corrispondenza della nostra offerta rispetto alle richieste che vengono dalla società, e di analizzare la vocazione di ognuna delle RADIO RAI.

Faccio presente che il paragone con radio di diversa ispirazione è quanto meno spurio. RADIO DEEJAY, che – a seconda di come si leggono i dati – viene presentata come la prima o la seconda radio in Italia, fa intrattenimento. Ben diverso è il *core business* di RADIO UNO, il cui indirizzo fornito dall'azienda è quello di occuparsi prevalentemente di informazione; infatti, credo che nella programmazione delle 24 ore di RADIO UNO ci sia solo un'ora di musica.

Ovviamente, ci sono diversi modi di fare informazione. Rispetto a come l'ho trovata un anno fa, quando assunsi la direzione di RADIO UNO, l'informazione è rimasta sostanzialmente uguale, non sono stati modificati i responsabili delle fasce più importanti e i principali conduttori dei giornali radio e delle trasmissioni. Evidentemente, occorre un cambiamento, anche se mi permetto di sollevare un dubbio (confortato in questo non dal mio parere, che potrebbe essere interessato, ma anche da quello di altri operatori, soprattutto privati) sull'attendibilità dei dati di rilevazione AUDIRADIO.

Lunedì scorso ho partecipato al Consiglio di Amministrazione di AUDIRADIO e in quella sede tutte le emittenti presenti, quindi non solo quelle RAI ma anche i grandi *network* privati e le piccole emittenti locali, hanno convenuto che la rilevazione, così com'è stata strutturata fino adesso, sembra non essere più rispondente ai mutati costumi e alle nuove abitudini di ascolto che si sono palesati insieme ai cambiamenti della società italiana. Forse anche il questionario che viene proposto non è più molto rispondente alla realtà, grandemente modificatasi, del panorama radiofonico italiano. In particolare, le piccole e medie emittenti regionali hanno protestato con il Garante, oltre che con il direttore di AUDIRADIO, per le improvvise ed inspiegabili oscillazioni di ascolto. Per noi l'oscilla-

zione peggiore è stata del 9 per cento, ma per queste emittenti le oscillazioni variano anche dal 35 al 40 per cento, creando molti problemi, anche perché molte di esse vivono esclusivamente di pubblicità.

In sede di Consiglio di Amministrazione di AUDIRADIO, si è verificato che il margine di errore consentito a questo tipo di rilevazione è troppo elevato: in sostanza, è accettato un margine di errore fino al 25 per cento (quindi un'oscillazione improvvisa del 9 per cento rientra nell'ambito di errore possibile), senza che questo possa essere imputato ad alcunché. È un margine di oscillazione importante che non accontenta nessuno, né i grandi *network* privati che vendono pubblicità né RADIO RAI. La mia presenza in questa sede ne dà il segnale. Questo tipo di variazioni ha conseguenze sul flusso economico degli introiti pubblicitari dell'emittente ma ha anche rilevanza politica. Si sta pertanto provvedendo ad un cambiamento che dovrebbe rendere il sistema di rilevazione più tarato con domande, requisiti più consoni al tipo di realtà nella quale ci troviamo a vivere. Si tenga presente che la rilevazione non riesce per il momento a coprire l'ascolto automobilistico, una fetta importante dell'ascolto radiofonico. Si provvederà pertanto ad effettuare una gara per la riassegnazione delle società incaricate tramite un capitolato ed una specifica diversi.

Nel frattempo non siamo stati con le mani in mano. Abbiamo già preventivato una serie di nuove iniziative per l'apertura della stagione autunnale: Renzo Arbore rientrerà alla radio, con un programma d'informazione – non certo una riedizione di «Quelli della notte» – sulla storia della canzone italiana, sull'anniversario degli ottant'anni della radio che verranno celebrati proprio il prossimo anno. Stiamo concludendo importanti contratti con commentatori di prestigio sia per l'informazione sportiva sia per quella più direttamente politica o di cronaca. Mi permetto di essere riservato su tali aspetti perché le trattative sono ancora in corso e non sono autorizzato a diffondere nomi fino a quando non vi sarà una bozza di contratto, a parte quello con Renzo Arbore, in stato di avanzata determinazione.

RADIO UNO continuerà a svolgere la sua missione, ad occuparsi cioè del settore sociale, del servizio pubblico in senso stretto. Forse per colpa mia, sono stato personalmente oggetto di alcune polemiche su un presunto tentativo di ridurre gli spazi dedicati ai disabili, alle categorie meno protette, agli immigrati, al problema dell'emancipazione femminile solo perché, dovendo lanciare una serie di nuove proposte a settembre, ho fermato la normale programmazione estiva delle trasmissioni già esistenti, trasferendo quegli spazi in un orario più pregiato, mantenendo lo stesso numero di minuti dedicati a queste problematiche all'interno di «Baobab», nostro contenitore pomeridiano, lanciando invece per il mese di settembre una rinnovata edizione di quanto già esisteva, oltre ad una fascia quotidiana dedicata, per esempio, ai problemi dei disabili, tanto che quindici giorni fa, a Torino, alla cerimonia dell'insediamento della sede permanente di confronto sulla programmazione sociale della RAI, tutte le associazioni delle categorie protette, per esempio quella degli handicappati, hanno riconosciuto che la programmazione della radio è quella che più

si avvicina alle esigenze manifestate da queste categorie. Quindi, pur in questo difficile tentativo, cerchiamo di coniugare l'obiettivo di mantenere ed aumentare gli ascolti di RADIO UNO, testata *leader,* con la missione che ci viene affidata di servizio pubblico – che giustifica la presenza del canone – e che ci viene spesso ricordata in molte occasioni, tenendo presente che è un'equazione piuttosto complessa da portare a termine. Però, riteniamo che stiamo facendo tutto questo nella forma più completa possibile, avendo dato spazio anche a realtà femminili o a problemi di carattere europeo che non avevano avuto grandi possibilità di diffusione all'interno della programmazione di RADIO UNO.

Concludo il mio intervento, dichiarando la mia disponibilità a rispondere ad eventuali domande, sottolineando comunque che, anche per quanto riguarda l'equilibrio, l'obiettività dell'informazione all'interno di RADIO UNO, nei GR, anche i dati ottenuti dall'azienda o su mia sollecitazione di una *auditing* interna per verificare i risultati, dimostrano una ripartizione di sostanziale equilibrio tra le due coalizioni, tenendo presente che nella precedente legislatura i dati a mia disposizione, quelli cioè ufficiali dell'azienda, suddividevano i tempi concedendo un terzo al Governo, un terzo alla maggioranza ed un terzo all'opposizione. I dati a mia disposizione, raccolti da me e da un ente terzo, da strutture aziendali preposte, rilevano – ripeto – un sostanziale equilibrio tra le due coalizioni come presenze, minutaggio ed argomenti trattati, senza distinzione tra maggioranza e Governo. In qualche caso ovviamente ciò avviene con la presentazione di un nuovo provvedimento, ma sul bilancio generale vi è un sostanziale equilibrio tra le due coalizioni, a dimostrazione che lo sforzo di tutti a RAIUNO è quello di mantenere l'impegno preso di mandare in onda un GR completo, equilibrato e pluralista, da quando ho assunto la direzione del canale e delle testate giornalistiche. Può non piacere ma lo sforzo è stato obiettivamente perseguito.

VALZANIA, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE. RADIO DUE e RADIO TRE sono le due facce della medaglia che costituisce l'offerta culturale di RADIO RAI, dove RADIO TRE è orientata verso la cultura intesa in senso classico mentre RADIO DUE è orientata verso la cultura del mezzo radiofonico, che intende fornire alla RAI un rapporto con la parte più vitale del pubblico per sviluppare le sperimentazioni di linguaggio, per quanto possano essere fatte, nell'idea che il servizio pubblico significhi anche fare prodotti di eccellenza che condizionino il mercato. Mi pare che un riferimento importante sia quello concernente gli ascolti. Quindi parliamo di quelli. Ho il fascicolo appena uscito relativo al primo semestre 2003, che raccoglie i risultati delle 37.000 telefonate che sono state fatte per comporre la prima *tranche* dei rilevamenti dell'anno 2003. Ho i confronti con il primo ed il secondo semestre 2002, per *share* ed ascolto medio.

Per RADIO TRE nel primo semestre 2002 – quindi un anno fa – lo *share* era al 2,6 per cento; passa al 2,7 per cento nel secondo semestre dell'anno scorso e rimane attualmente al 2,7 per cento. L'ascolto medio

– cioè il numero di ascoltatori spalmati sulla giornata, come se l'ascolto fosse fisso, costante – è di 116.000, che risulta essere il più alto degli ultimi dieci anni, perché poi manca documentazione. Quindi direi che per RADIO TRE non ci sono reali problemi di ascolto.

Per RADIO DUE il discorso è un po' più complesso, perché l'ipotesi di lavoro con cui fu riorganizzata la divisione radiofonia dopo un anno dalla sua creazione si basava sul presupposto che RADIO DUE dovesse intercettare un ascolto prevalentemente giovanile, intendendo per giovanile il comparto di mercato di ascoltatori dai 25 ai 44 anni. Questa intenzione però era coniugata con quella di non perdere ascolto, quindi di mantenere uno *share* costante ma di spostarlo all'interno del mercato. Ora, se si tratta di mantenere lo *share* costante, il primo semestre 2002 vede RADIO DUE al 6,1 per cento, il secondo semestre registra una piccola flessione (5,8 per cento), mentre il primo semestre 2003 torna al 6,1 per cento, quindi assolutamente uguale all'anno scorso.

Però devo dire che RADIO DUE, anche se attualmente nella fascia di età 25-44 è più piccola, nel rapporto di tre a due, di RADIO UNO, ha all'incirca le stesse componenti (forse qualcosa di più, comunque componenti analoghe di un pubblico di 25-44 anni di età); l'affollamento su quel *target*, che è anche quello più richiesto dai pubblicitari, ha fatto sì che l'ascolto non crescesse quanto avremmo voluto.

RADIO DUE può senz'altro vantare il più grande successo come programma radiofonico, dai tempi della fine del monopolio, con «Viva Radio Due» di Fiorello e un'altra serie di attività che sicuramente, da «Il ruggito del coniglio» a «Caterpillar», fanno parte dell'immaginario collettivo radiofonico italiano. Questo è stato conseguito mantenendo sempre una costanza di ascolto. Ho guardato anche alcuni dati precedenti: per RADIO DUE nel 2001 i dati si attestavano a circa il 5,9 per cento, nel 2000 ugualmente intorno al 5,9 per cento. Quindi gli ascolti, da quando sono direttore, comunque da quando è stata operata la divisione fra reti e la creazione di RADIO UNO tutta come informazione, sono sostanzialmente costanti. Si potrebbe parlare all'infinito ma non credo sia questa l'occasione.

PRESIDENTE. Avrete occasione, non oggi ma quando riprenderemo l'audizione, di rispondere alle domande che verranno poste.

Sospendo brevemente l'audizione per consentire lo svolgimento degli altri due punti all'ordine del giorno.

I lavori, sospesi alle ore 14,45, sono ripresi alle ore 14,50.

PRESIDENTE. Riprendiamo l'audizione.

CARRA *(MARGH-U)*. Noi consideriamo molto grave la crisi di RADIO RAI. In questo caso non si contrappone un competitore come Mediaset; spero perciò che, oltretutto, alla RAI i nostri colleghi della maggioranza siano più rilassati nell'affrontare questo argomento. I maggiori competitori di RADIO RAI sono i gruppi «L'Espresso» e «Il Sole 24 Ore» e

altre aziende private. Mi limito appunto a sollevare alcune questioni, alle quali vorrei che i dirigenti della RADIO RAI avessero tutto il tempo di rispondere, quando sarà il momento.

Innanzi tutto, come abbiamo ascoltato da entrambi, da alcuni anni l'organizzazione di RADIO RAI è cambiata. Non do giudizi su tale cambiamento, però chiedo a voi se questa nuova organizzazione funziona o meno. Ad esempio, se – come ci è stato riferito poco fa dal direttore Valzania – RADIO TRE attinge ad un pubblico diverso da quello di RADIO DUE, mi chiedo come faccia un solo direttore ad occuparsi di entrambi. Questa è una domanda, non una constatazione.

Ho ascoltato i dati che ci ha riferito il dottor Valzania; io ne ho altri, ma non vorrei che passassimo la giornata a discutere, come si fa qualche volta con i risultati elettorali, quando tutti rivendicano di aver vinto. In ogni caso, la crisi di RADIO UNO mi sembra sia sotto gli occhi di tutti: secondo i dati in mio possesso (forse voi li contesterete), risulta che c'è stato un calo di ascolti, nel primo semestre di quest'anno, del 6,6 per cento per RADIO UNO, del 7,5 per cento per RADIO DUE, del 5 per cento per RADIO TRE e del 12 per cento per Isoradio, per un totale dell'11,3 per cento in meno.

VALZANIA, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE. Ma questi dati si riferiscono al giorno medio, allo *share* o al numero di ascoltatori?

CARRA *(MARGH-U)*. Al giorno medio. Ora, non vi pare che la crisi di ascolti del 2003 sia senza precedenti, da quando è nata la radio?

Inoltre, non vi sembra che il crollo dei ricavi, in un momento di crescita in controtendenza del mercato pubblicitario radiofonico rispetto a quello televisivo, sia fortissimo? Si parla di 59 milioni di euro di pubblicità per il 2003, contro i 66 milioni del 2002, i 76 milioni del 2001 e i 90 milioni del 2000, mentre c'è una tendenza in positivo delle radio private.

Si aggiunga una certa omologazione dei canali, probabilmente per motivi di organizzazione. Non so quante sinergie ci siano con i canali televisivi, che in termini di ascolto possono essere utili; sappiamo – mi sembra che il direttore Valzania ne abbia parlato prima – che ci sono state delle buone occasioni in questo senso, in passato, e che queste sono mancate negli ultimi tempi.

Noi che siamo fervidi ascoltatori di RADIO RAI facciamo sempre fatica ad ascoltarla, perché non riusciamo a sintonizzarci. Mi viene detto che, mentre permangono i problemi nel captare la modulazione di frequenza, le onde medie sono in via di smantellamento.

Mi sembra che le radio private investano circa il 20 per cento del loro fatturato solo per la promozione; non so a quanto ammontino i vostri investimenti a tal fine.

Sappiamo che i vostri competitori generalmente erano – adesso lo sono un po' meno – radio destinate al cosiddetto pubblico giovanile; mi risulta che l'età media dei dipendenti delle linee editoriali è assai elevata in radio e non so quanto questo possa aiutare.

Considerate la flessione dei ricavi, l'alto prezzo degli *spot* radiofonici RAI non può che favorire un ulteriore peggioramento, e questo è un problema che la SIPRA dovrebbe esaminare meglio.

Vorrei fare un'altra riflessione sui costi. Se non ricordo male, i dipendenti di RADIO RAI non sono molti (poco più di 800) e comunque i costi per i lavoratori e quelli complessivi non crescono dal 1998. Ciò significa che è già in atto una politica efficace di contenimento dei costi. A questo punto, se la crisi aumenta, voi cosa fate? A quali interventi strutturali e radicali state pensando?

Infine, considerato che la quota del canone attualmente è molto modesta, in quali termini secondo voi può essere eventualmente accresciuta per aiutare a risolvere la crisi di RADIO RAI?

FALOMI *(DS-U)*. Non sono molto soddisfatto delle considerazioni che sono state proposte dal dottor Socillo, in particolare su RADIO UNO e sull'informazione della radio. Ricordo che il dottor Socillo, quando si insediò a capo del GR, sottolineò un dato che a mio avviso è estremamente importante, cioè che l'informazione è il terreno principale della competizione con le radio private, diventate estremamente più aggressive su questo terreno. E il canale finalizzato per missione all'informazione è proprio quello che subisce i colpi più pesanti.

Si tratta di un aspetto molto preoccupante, che non può essere nascosto con considerazioni sull'attendibilità metodologica dei sistemi di rilevazione dell'ascolto. Secondo me, tra l'altro, anche il sistema dell'Auditel è da rivedere, perché presenta molti elementi di inattendibilità. Quindi, non sono affatto contrario alla possibilità di rivedere il sistema di rilevazione, anzi sarebbe sicuramente un bene se li rivedessimo tutti e se fossero gestiti da un ente terzo. Ma le questioni metodologiche producono errori che valgono per tutti: se questi sistemi sono inadeguati a cogliere i mutamenti delle qualità e delle caratteristiche dell'ascolto radiofonico, è evidente che questa non capacità riguarda l'insieme del sistema delle radio, che però hanno andamenti diversi. Se ci sono degli errori, questi si riproducono per tutti; non accade certo che un errore si manifesti per una radio e non per un'altra.

Inoltre, il fatto che dal 2002 al 2003 vi siano state grandi variazioni nelle qualità dell'ascolto nell'arco di pochi mesi non credo sia un dato su cui si possa far leva. Il dato di un calo abbastanza consistente dell'ascolto rimane: si contano 7.200 mila ascoltatori in media; nel 2000, 7.860. Quindi si registra una diminuzione di oltre 600 mila ascoltatori. È ancora più pesante se si considera la rilevazione nell'arco di sette giorni. Questo è un dato grave che difficilmente può essere contestato rispetto ad una valutazione che condivido: sul terreno dell'informazione la RAI deve poter vincere la sfida con le radio private perché dispone di strutture, uomini e mezzi che sicuramente le strutture private non hanno. È pertanto grave che proprio il canale deputato all'informazione subisca questo pesante crollo. Non riesco a darmi una spiegazione tanto più visti i momenti particolari in cui si è determinato un aumento dell'ascolto in generale e della RAI in

particolare; penso alla vicenda della guerra in Iraq, in cui sia prima che durante, nonostante il dispiegamento dei mezzi, RADIO UNO sembra avere perso la partita perché si sono registrati cali significativi.

SOCILLO, direttore di RADIO UNO. Con brevi momenti di recupero.

FALOMI *(DS-U).* Piccola cosa rispetto a momenti che determinano un ascolto piuttosto consistente.

Nel piano editoriale che il dottor Socillo presentò era previsto un potenziamento dell'offerta d'informazione. Voglio capire in che cosa si è tradotto concretamente, fermo restando che non si è potenziato il pubblico che ascolta l'informazione, se il potenziamento dell'offerta dell'informazione non entra in contrasto con la scelta qui ipotizzata di inserire elementi d'intrattenimento in un canale *all news;* nessuno pensa che un canale possa trasmettere solo ed esclusivamente informazioni ma il problema è capire se la scelta della trasmissione con Arbore cancella momenti dell'informazione. Il problema è se ciò comporta il ridimensionamento anziché il potenziamento dell'informazione con tutte le conseguenze che un eventuale ridimensionamento dell'offerta informativa comporta.

Un altro aspetto è la cosiddetta riqualificazione della figura del conduttore: la riconoscibilità del conduttore dà la cifra, è un elemento importante d'identità di un GR. Inoltre, in un momento di crisi, cambiare anche la sigla del GR non mi è parsa una scelta felice. In una situazione difficile abbandonare il vecchio marchio è un elemento che può accrescere ulteriormente le difficoltà d'identità piuttosto che rafforzare la riconoscibilità.

Vorrei inoltre capire se è vero che spesso vengono utilizzati anche precari per svolgere la funzione di conduttore. Bisogna infatti verificare il loro livello di preparazione e se la loro esperienza è sufficiente per svolgere questo tipo di lavoro.

Nel corso del dibattito al Senato sul disegno di legge Gasparri, di fronte alle contestazioni mosse al provvedimento circa l'obbligo per la RAI di mettere in piedi otto nuovi canali televisivi digitali entro il 31 dicembre di quest'anno, la risposta del relatore è stata quella di utilizzare risorse che provengono dalla vendita di immobili, tra cui di tutte le strutture che servono a trasmettere in onde medie e corte. In termini economici cosa può dare la vendita di queste strutture, stante un certo livello di risorse necessarie a mettere in piedi i canali digitali televisivi?

VALZANIA, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE. I siti di Roma delle trasmissioni in onde medie e corte sono quasi tutti in disuso.

FALOMI *(DS-U).* Sul pluralismo e l'equilibrio tra le due coalizioni il problema non è valutare semplicemente la distribuzione del tempo anche se non lo si può misurare con il bilancino nei GR perché non siamo in campagna elettorale, e del resto nessuno lo pretende. Il punto è che con-

tinuiamo a considerare il Governo come distinto dalla maggioranza e a confrontare maggioranza ed opposizione. In realtà, il sistema attuale è di impacchettamento delle posizioni politiche per cui parla uno del Governo, uno dell'opposizione e uno della maggioranza su un determinato argomento. Il rapporto sostanziale quindi è di due a uno, non di uno a uno. E questo accade regolarmente nei telegiornali e nei GR.

PRESIDENTE. Il direttore Socillo ha detto che, mettendo insieme Governo, maggioranza ed opposizione, il risultato non è pari ad un terzo ciascuno, ma alla metà circa ciascuno.

FALOMI *(DS-U)*. Come accade normalmente in televisione. Tra l'altro, la Commissione dovrebbe regolare tale sistema che fa riferimento ad un modello francese, dove nel terzo qualcuno include tutte le istituzioni (Governo, Presidenza della Repubblica, Presidenza delle Camere, Presidenza della Commissione Europea) mentre qualcun altro solo il Governo. Tenendo conto che il sistema politico vigente è di tipo maggioritario, dove nel Governo sono rappresentati i *leader* di tutti i partiti di maggioranza, è evidente che il rapporto tra maggioranza e Governo non può essere più quello del passato.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Signor Presidente, così come non condivido un'impostazione secondo cui – ne abbiamo discusso con il direttore del TG1, se i colleghi ricordano – «siccome gli ascolti vanno bene, va tutto bene», non credo che si possa dire «siccome gli ascolti vanno male, va tutto male». Tuttavia ho l'impressione che nell'audizione di oggi ci sia stato presentato un quadro a dir poco minimizzatore della crisi di RADIO RAI e temo che questa minimizzazione, una specie di «va tutto bene», sia molto pericolosa per un'azienda.

Prima il collega Carra citava il numero dei dipendenti di RADIO RAI dicendo che non sono tantissimi, però stiamo parlando di un'azienda che ha 850 dipendenti in un mercato che non è duopolistico, blindato come quello della televisione, è un mercato tutto sommato libero, in cui ci sono più soggetti, in cui i *competitor* di RADIO RAI hanno un quinto, addirittura un decimo in qualche caso, dei dipendenti di RADIO RAI.

Quindi, la crisi degli ascolti di RADIO RAI (non voglio suscitare allarmismi), se non viene presa sul serio dal vertice aziendale in generale – perché non riguarda solo i direttori – e dai responsabili direttamente, è foriera anche di notizie non buone per l'azienda. Io sinceramente ho l'impressione che sia stata molto sottovalutata, dall'introduzione che ho ascoltato, in particolare dal direttore di RADIO UNO, anche perché non credo che serva a nessuno, se c'è la segnalazione di una febbre alta, prendersela con il termometro. Tutti possono fare disquisizioni sulla attendibilità o meno dei criteri di rilevazione radiofonici, televisivi, dei sondaggi, però sono sempre stati questi e sono sempre stati accettati e oggi – lo dico al dottor Socillo – mettere in discussione l'attendibilità di queste rilevazioni può avere delle conseguenze anche negative sui mercati pubblicitari.

Teniamo conto che la raccolta pubblicitaria, per quanto modesta nella radiofonia (comunque non è modestissima, nel senso che stiamo sempre parlando di parecchie decine di milioni di euro), è influenzata dall'attendibilità dei criteri di rilevazione. Quindi se noi dicessimo che l'Auditel o l'AUDIRADIO non funzionano, i primi a creare problemi sarebbero gli inserzionisti, in una situazione che, proprio a causa della crisi degli ascolti di RADIO RAI, è già allarmante.

Vi segnalo che i dati Nielsen relativi ai primi cinque mesi dell'anno in corso, gennaio-maggio, indicano una flessione degli introiti pubblicitari su RADIO RAI dell'8 per cento rispetto all'anno scorso, in presenza di una tendenza del mercato di lievissima flessione e di una tendenza della televisione RAI, che pure noi molto spesso segnaliamo essere grave e allarmante, la crisi della raccolta SIPRA, che è di meno 5 per cento. Quindi SIPRA in generale è in difficoltà; la parte televisione di SIPRA è a meno 5 per cento e la parte radio a meno 8 per cento nei primi cinque mesi, a conferma della difficoltà di questa situazione. Io penso quindi che non possa essere presa sottogamba, come è stato fatto purtroppo in questa audizione.

Ritengo che il cuore della malattia – questa è una valutazione mia e di molti addetti ai lavori – sia esattamente nell'area che dovrebbe essere il traino di RADIO RAI, cioè nelle notizie. Tra l'altro non ho capito bene il motivo, considerato che non mi sembra ci sia una crisi generale dell'informazione, delle *news* radiofoniche, tant'è vero che se si guardano gli ascolti, sia nel giorno medio che nei sette giorni, si nota che alcune delle crescite più rilevanti proporzionalmente riguardano radio di informazione. Adesso non vorrei fare pubblicità, ma Radio 24 ha una crescita in termini percentuali del 14 per cento e in termini assoluti di 200.000 ascoltatori sul semestre, che non sono un dato irrilevante.

VALZANIA, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE. Non si può dire che sia una grossa componente del mercato.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U).* Comunque continuo a non capire perché RADIO RAI non abbia un canale *all news* di radio (da profano lo chiamo in questo modo). Temo che le formule siano rimaste piuttosto ambigue. Sappiamo di chi sono figli gli attuali tre canali radiofonici; poi, ad un certo punto, si decise di dedicarne uno prevalentemente all'informazione; ho l'impressione che questo passo sia stato fatto soltanto fino ad un certo punto.

Concludo sul tema del pluralismo. Io non discuto i dati; ho qualche dato anch'io e non corrisponde a quello che prima veniva citato. Tuttavia la risposta è molto semplice. Adesso la presenza silente del dottor Malesani ci ha abbandonato, ma la cosa migliore è renderli pubblici. Mi rivolgo soprattutto al presidente Petruccioli.

PRESIDENTE. Almeno che vengano trasmessi a noi.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Visto che su mia sollecitazione il presidente Petruccioli rivolse questa domanda al dottor Saccà circa sette-otto mesi fa e poi la reiterò anche al direttore generale Cattaneo, non si capisce perché se, come il dottor Socillo ci ha confermato, la RAI effettua il monitoraggio anche dei giornali radio oltre che dei telegiornali, questa Commissione debba ricevere i dati dei telegiornali e non quelli dei giornali radio. Non si comprende il motivo. Perché contano poco o perché c'è un obbligo di riservatezza particolare sulla radio? Anche perché – non ho voglia di polemizzare con il dottor Socillo – sono dati che non conosco, che non sono pubblici.

Il collega Falomi prima parlava del famoso «panino», cioè l'abitudine che sta un po' dilagando in RAI, che fu inventato negli scorsi cinque anni, ma lasciamo perdere chi ne fu l'ideatore.

BUTTI *(AN)*. Invece ci interessa.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Dicesi «panino» la tecnica per la quale in un pezzo politico del giornale radio o del telegiornale parlano nell'ordine il rappresentante del Governo, il rappresentante dell'opposizione e il rappresentante della maggioranza, a chiudere. Secondo questa tecnica, il rappresentante dell'opposizione fa la parte del prosciutto in mezzo al «panino». Siccome questa tecnica sembra diffondersi, mi domando se c'è una direttiva – lo chiedo al direttore Socillo – formale o informale, una sorta di tam tam per cui i suoi redattori, quando fanno un pezzo di politica, devono praticare la tecnica del «panino». Se c'è, vorrei capire a quali principi si ispira, perché l'ordine sia questo; se tale direttiva non c'è, allora ovviamente questo mi rincuora. Comunque, a parte gli scherzi, penso che vada fugato il dubbio che ci sia un'indicazione che il servizio su argomenti politici debba essere trattato in questo modo.

Per quanto riguarda la questione del pluralismo, signor Presidente, credo che dovremmo prendere spunto da queste audizioni per fare in modo che, una volta per tutte, la RAI ci invii i dati. Inoltre, ritengo che queste audizioni – e da tale punto di vista, ripeto, noto una certa sottovalutazione nella giornata di oggi – debbano dare il senso della gravità della crisi in atto e dimostrare la necessità che i vertici aziendali si preoccupino della radio, perché (al di là del fatturato della radio nell'ambito del fatturato complessivo della RAI) il valore simbolico e informativo della RADIO RAI non credo possa essere sottovalutato da nessuno.

BUTTI *(AN)*. Signor Presidente, inizio il mio discorso dalla coda dell'intervento dell'onorevole Gentiloni Silveri. Vorrei dire qualcosa anche sull'intervento del collega Falomi – mi spiace che non sia più presente – relativamente al pluralismo e alle percentuali da bilancino che siamo soliti rilevare, in questo caso, nei giornali di RADIO RAI. Forse i colleghi hanno ragione, signor Presidente: prima o poi, bisognerà arrivare ad una definizione di questa prassi del 33 per cento ciascuno.

PRESIDENTE. Sono stato il primo a dirlo in questa Commissione.

BUTTI *(AN)*. Questa simbiosi mi sembra preoccupante, signor Presidente, perché continuo ad essere d'accordo con lei!

Però, non è giusto pensare che, dal 1996 al 2001, questa era una prassi portante nel sistema degli ascolti, per cui era da osservare attentamente, e invece dal 2001 in poi non è più accettabile. Bisogna veramente mettersi d'accordo.

Peraltro, i dati che abbiamo rilevato, che sono ufficiali, dimostrano il contrario. Certo, possiamo discutere quanto vogliamo sul sistema di rilevazione dei dati AUDIRADIO, perché di fatto è un'indagine che si basa sulla memoria, per cui vince chi più investe, come diceva giustamente prima il collega Carra. È molto probabile che le emittenti private investano molto di più perché possono farlo e questo non può essere imputato né al direttore Valzania né al direttore Socillo; tra l'altro, possono farlo anche su giornali di nicchia, periodici o settimanali. Sono preoccupatissimo, ad esempio, del fatto che una radio privata, che chiaramente fa riferimento – anche nella comunicazione – al gruppo editoriale «l'Espresso», sia così importante dal punto di vista dei dati di ascolto.

Ribadisco, però, che il fatto di avere invertito la tendenza, non ricorrendo più alla divisione del 33 per cento ciascuno, ma giungendo ad un sostanziale equilibrio del 50 per cento ciascuno – come dimostrano i dati – non può essere considerato un punto di demerito per il direttore dei giornali di RADIO RAI, anche se evidentemente possiamo non essere molto felici, dal nostro punto di vista.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Ma ha visto i dati?

BUTTI *(AN)*. Ho visto i dati, che sono confermati soprattutto dalle affermazioni del direttore; ma non è una novità che i dati in vostro possesso differiscano dai nostri.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Quelli della televisione li abbiamo, quelli della radio no.

BUTTI *(AN)*. Basta chiederli.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. A chi?

BUTTI *(AN)*. Comunque abbiamo quelli che risultano dall'audizione, per cui non ci sono problemi.

La crisi di RADIO RAI è stata riconosciuta anche dai direttori Socillo e Valzania (forse più dal primo), però dobbiamo considerare che quello della radio è stato sempre un andamento altalenante. Provenendo da quel settore, posso affermare che è molto più difficile fare radio che non televisione.

Peraltro, ci sono diversi fattori che incidono su questo andamento altalenante. Innanzi tutto, l'offerta è aumentata ed è sempre più dettagliata. Ad esempio, prima è stata citata Radio 24 (non le stiamo facendo pubblicità, è anche una buona radio), de «Il Sole 24 ore», che fa riferimento ad una nicchia non solo anagrafica, ma squisitamente di settore.

Chiedo al direttore Socillo di fornirci una spiegazione ulteriore, nella sua replica, sull'incarico affidato ad un'agenzia per fare finalmente del *marketing* serio ed individuare il *target* futuro per quanto concerne gli ascolti di RADIO RAI, fermo restando che – come è stato ricordato – la vocazione di RADIO RAI non è certamente quella di RADIO DEEJAY, RTL o RDS. Ci siamo riempiti tante volte la bocca della bellissima espressione di «servizio pubblico» e mi sembra che la differenza sostanziale tra l'emittenza privata e RADIO RAI sia sostanzialmente questa, ancor di più che nella televisione.

Chiedo ai direttori se si sta facendo qualcosa per il segnale di RADIO RAI, che è veramente pietoso in alcune zone d'Italia, ad esempio in alcune aree della Lombardia e del Meridione d'Italia, come ho verificato recentemente.

Per quanto riguarda il digitale, vorrei capire come vi state attrezzando nel campo della sperimentazione, degli investimenti e dei programmi. Il direttore Socillo ha già dato una risposta sulle trasmissioni dedicate al sociale; ho letto anch'io qualche dichiarazione polemica e, per la verità, ho letto anche le pronte risposte della direzione.

Già qualche collega ha affrontato l'argomento delle accuse rivolte recentemente dall'USIGRAI a RADIO UNO per aver fatto ricorso a giornalisti precari, a tempo determinato: non è un fatto gravissimo, però mi piacerebbe conoscere la posizione dei nostri ospiti.

Per quanto riguarda le accuse di appiattimento sulle posizioni del centro-destra, mi sembra evidente che ciò non sia vero: in passato ho letto le dichiarazioni di qualche collega poco informato in tal senso.

Pongo infine una questione tecnica. Recentemente, sono state cambiate alcune sigle (ricordo ad esempio quella di Onda verde o del meteo): mi interessa conoscere i criteri che hanno spinto in questa direzione.

PRESIDENTE. Il dottor Malesani, che nel frattempo è rientrato, sa bene che non solo ho presentato delle richieste scritte per ricevere i dati, ma gli ho proposto anche di organizzare (con la Commissione o anche solo l'Ufficio di Presidenza) un incontro presso la direzione della RAI, per valutare insieme ad essa quali dati sono disponibili nella loro documentazione interna e quali possono trasmetterci. Quindi anche questo aspetto verrà affrontato.

La replica sarà effettuata alla fine del dibattito ma, dato il lungo intervallo di tempo, do la parola ai nostri ospiti se intendono fornire sin da ora qualche precisazione.

SOCILLO, direttore di RADIO UNO. Per quanto riguarda la raccolta pubblicitaria i dati forniti sono leggermente diversi: a maggio risulta un incremento piuttosto sostenuto.

GENTILONI SILVERI *(MARGH-U)*. Il riferimento temporale va dall'inizio di gennaio al mese di maggio; sono cinque mesi.

VALZANIA, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE. Per i primi quattro mesi i dati riportavano meno quindici.

PRESIDENTE. Ciò significa quindi che se la perdita era maggiore nei primi mesi si è poi registrato un recupero.

SOCILLO, direttore di RADIO UNO. Faccio presente che ciò è accaduto in un panorama di crollo generalizzato della vendita pubblicitaria per tutta la radiofonia, frutto di una situazione che fa parte di un discorso che sarà ripreso in sede di replica.

Quanto all'utilizzo dell'organico precario, faccio presente che alcuni di questi hanno circa dodici anni di militanza nella radiofonia e non li si può definire inesperti; tendenzialmente RADIO UNO si trova in uno stato di sofferenza dal punto di vista dell'organico. La dotazione dell'organico, stabilita in un accordo USIGRAI, con la riunificazione dei canali, per motivi di vario tipo (compresi alcuni spiacevoli e dolorosi decessi come quello ultimamente di Sandro Ciotti), registra un ridimensionamento dell'organico di dodici unità. Quando divenni direttore eravamo a meno nove. Si è proceduto a varie assunzioni ma purtroppo alcuni pensionamenti, decessi, trasferimenti al settore televisivo hanno fatto sì che ci ritroviamo con un debito di organico di dodici unità. Questo ha anche fatto sì che abbia utilizzato tutti i precari storici della RAI, che stanno per essere o sono già stati assunti nell'arco degli ultimi mesi, oltre in effetti a quelli che restano, alcuni dei quali alla loro prima utilizzazione.

Quanto ai dati, non ho sottovalutato il sistema né ho detto che il termometro non funziona quando non fa più comodo. Da tutti i partecipanti al Consiglio di amministrazione dell'AUDIRADIO, di cui la metà è formato da rappresentanti dell'UPA, investitori pubblicitari, è stato detto che il margine di errore previsto è eccessivo e può provocare disastri. Comunque non credo di avere dato l'impressione di avere sottovalutato il sistema, tanto che ho chiesto all'azienda di svolgere un'indagine per valutare se vi sono punti di sofferenza. Purtroppo, un difetto dell'AUDIRADIO è che non dà analisi di flusso: non dice che un determinato numero di persone ha cambiato canale per ascoltare un'altra emittente ma fornisce un numero senza dare spiegazioni. Anche se so che l'azienda dispone di dati di rilevazione non dotati della sistematicità necessaria per considerarli scientificamente validi, non potrei, anche se ne sarei ben contento, divulgarli perché tale compito spetta al dottor Malesani, direttore delle Relazioni istituzionali, ed alla direzione.

PRESIDENTE. Il dottor Socillo ha usato un'espressione che sottolinea l'assoluta necessità di dare corso all'indagine sui precari. Mi congratulo per questo ossimoro da lei formulato: laddove si parla di «precari storici» vuol dire che il problema è molto serio.

VALZANIA, direttore di RADIO DUE e RADIO TRE. Avremo modo di riparlarne ma mi interessa mettere a fuoco che si è parlato, forse troppo, di grande crisi degli ascolti della radio, utilizzando a volte dei dati che non sono quelli utilizzati dal mercato. Come certamente sanno tutti quelli che si occupano di televisione e di mezzi di comunicazione, il dato vero è lo *share*: cioè la percentuale che sull'universo degli ascoltatori un'emittente, o un gruppo di emittenti, ha rispetto al pubblico.

Per non allarmare nessuno, faccio presente che la pubblicità risente molto degli allarmismi. I dati semestrali degli ultimi anni di RADIO RAI sono: per il 2000, il 21 ed il 29 per cento; per il 2001, il 21,2 e il 21,7 per cento; per il 2002, il 21,9 ed il 21,5 per cento; per il 2003, rilevazione molto anomala, il 20,2 percento, con un'oscillazione contenuta in un punto e mezzo percentuale, meno del margine di errore generalmente stimato da chi fa le rilevazioni. È quindi possibile che gli ascolti siano sempre stati assolutamente uguali e che vi sia stato solo questo errore nel sistema. È chiaro che il gioco e le regole sono queste: i punti si segnano in questo modo ma abbiamo perso la partita per otto a sette e non per venti a zero.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Socillo ed il dottor Valzania per il loro contributo e rinvio il seguito dell'audizione ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 15,30.

€ 1,00