



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 3

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

AUDIZIONE DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO DEL  
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DELLA RAI,  
FABRIZIO SALINI

7<sup>a</sup> seduta: giovedì 15 novembre 2018

Presidenza del Presidente BARACHINI

## I N D I C E

## Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . . Pag. 3

## Audizione dell'amministratore delegato del Consiglio di amministrazione della RAI, Fabrizio Salini

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . . Pag. 3, 12, 13  
 MARGIOTTA (PD), senatore . . . . . 13  
 GARNERO SANTANCHÈ (FdI), senatrice . . . . . 13  
 CASINI (Aut (SVP-PATT,UV)), senatore . . . . . 14  
 DE PETRIS (Misto - Leu), senatrice . . . . . 15  
 FORNARO (LEU), deputato . . . . . 16  
 GIACOMELLI (PD), deputato . . . . . 17  
 PICCOLI NARDELLI (PD), deputata . . . . . 18  
 VERDUCCI (PD), senatore . . . . . 19  
 MOLLICONE (FDI), deputato . . . . . 20  
 TIRAMANI (LEGA), deputato . . . . . 21  
 GASPARRI (FI-BP), senatore . . . . . 22, 32, 33  
 RUGGIERI (FI), deputato . . . . . 23  
 GALLONE (FI.BP), senatrice . . . . . 24  
 MULÈ (FI), deputato . . . . . 25  
 CAPITANIO (LEGA), deputato . . . . . 26  
 AIROLA (M5S), senatore . . . . . 27, 32  
 DI NICOLA (M5S), senatore . . . . . 28  
 PARAGONE (M5S), senatore . . . . . 29

\* SALINI, amministratore delegato del Consiglio di amministrazione della RAI . . . . . Pag. 3, 30, 32 e passim

**N.B.** L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dall'oratore.

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Forza Italia-Berlusconi Presidente: FI-BP; Fratelli d'Italia: FdI; Lega-Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: L-SP-PSd'Az; MoVimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico: PD; Per le Autonomie (SVP-PATT, UV): Aut (SVP-PATT, UV); Misto: Misto; Misto-Liberi e Uguali: Misto-Leu; Misto-MAIE: Misto-MAIE; Misto-Più Europa con Emma Bonino: Misto-PEcEB; Misto-PSI: Misto-PSI.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega - Salvini Premier: Lega; Partito Democratico: PD; Forza Italia - Berlusconi Presidente: FI; Fratelli d'Italia: FdI; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto-MAIE-Movimento Associativo Italiani all'Estero: Misto-MAIE; Misto-Civica Popolare-AP-PSI-Area Civica: Misto-CP-A-PS-A; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Noi con l'Italia-USEI: Misto-NcI-USEI; Misto-+Europa-Centro Democratico: Misto-+E-CD.

*Interviene il dottor Fabrizio Salini, amministratore delegato del Consiglio di amministrazione della RAI, accompagnato dai dottori Fabrizio Ferragni, Nicola Claudio, Giovanni Parapini, Giuseppe Pasciucco e Stefano Luppi.*

*I lavori hanno inizio alle ore 14,05.*

*(Si approva il verbale della seduta precedente).*

#### *SULLA PUBBLICITÀ DEI LAVORI*

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna, per quanto concerne l'audizione all'ordine del giorno, sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso, la trasmissione diretta sulla *web tv* della Camera dei deputati e sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Avverto che della seduta odierna, limitatamente all'audizione all'ordine del giorno, verrà redatto anche il Resoconto stenografico.

#### **Audizione dell'amministratore delegato del Consiglio di amministrazione della RAI, Fabrizio Salini**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dell'amministratore delegato del Consiglio di amministrazione della RAI, Fabrizio Salini.

Ricordo che nella riunione del 25 ottobre scorso dell'Ufficio di Presidenza integrato dai rappresentanti dei Gruppi si è stabilito all'unanimità come organizzare i nostri lavori. Il dottor Salini avrà a disposizione 20 minuti circa per un intervento introduttivo; seguiranno i quesiti da parte dei Gruppi che avranno a disposizione un'ora complessiva di tempo, così ripartita: Movimento 5 Stelle, Lega, Partito Democratico e Forza Italia dieci minuti ciascuno; Fratelli d'Italia, Autonomie, Misto Senato e LEU Camera cinque minuti ciascuno. Successivamente il dottor Salini avrà la possibilità di replicare ai quesiti.

Do il benvenuto al dottor Salini e gli cedo dunque la parola.

*SALINI.* Signor Presidente, commissari, vi ringrazio per l'opportunità che mi viene data di riferire a questa Commissione su tematiche di carattere strategico per la RAI in un quadro di estrema delicatezza per il futuro posizionamento dell'azienda nel sistema italiano delle comunicazioni. Questa, infatti, è per me la prima occasione di incontro con questa Com-

missione, con cui vorrei costruire uno stretto rapporto di collaborazione, fondamentale per la RAI in questa stagione di profonda evoluzione dello scenario di riferimento.

Prima di esaminare i temi su cui sono stati chiesti dal Presidente specifici approfondimenti, vorrei fare alcune riflessioni sulla odierna fase evolutiva del mercato delle comunicazioni e sugli obiettivi che la RAI si pone, elementi su cui stiamo lavorando nella definizione del nuovo piano industriale.

Per quanto riguarda l'evoluzione del mercato, sono, a mio avviso, tre le principali tendenze in atto: il cambiamento delle abitudini di consumo; l'evoluzione dei modelli di *business* e lo scenario competitivo. Per quanto concerne il cambiamento delle abitudini di consumo, credo che il tema possa essere sintetizzato evidenziando come nel mondo si consumano sempre più video, ma sempre più in mobilità e in modalità *on demand*. Questo processo trasforma il profilo del telespettatore medio in un modello più dinamico, interattivo e multi piattaforma.

Per quanto riguarda, invece, l'evoluzione dei modelli di *business*, credo che il tema di maggior rilievo sia quello del passaggio progressivo a un'offerta personalizzata, costruita per soddisfare le esigenze di ogni utente, che rende la capacità creativa di generare contenuti fortemente identificativi quale importante differenziale competitivo.

Lo scenario competitivo, invece, obbliga i servizi pubblici a confrontarsi con una nuova tipologia di *competitor*, i *tech giant* globali, che si distinguono per un'elevata disponibilità finanziaria e competenze distintive nella creazione di offerte inclusive. In tale contesto, i servizi pubblici devono fronteggiare la duplice sfida di adempiere agli obblighi di servizio pubblico e competere con nuove offerte *Over-The-Top* (OTT) dei *player* di mercato.

Proprio sul tema dell'informazione e sul cambiamento dell'utenza vorrei fare un rapido e specifico approfondimento. Registriamo un mutamento articolato su quattro fattori che riteniamo fondamentali e sui quali il servizio pubblico è già al lavoro. Il primo riguarda per l'appunto il cambiamento dell'utente, sempre più *cross mediale*, anche se la TV resta ancora il principale *media* di riferimento. Per dare solo qualche valore, evidenzio che il 60 per cento degli italiani ha sviluppato in modo stabile un approccio *cross mediale* all'informazione. Il secondo punto riguarda la crescita di utenti *Digital first* e, nello specifico, gli utenti *under 35*, che accedono alle notizie via *mobile* e attraverso i *social media*. Anche in questo caso è da segnalare che il telegiornale è diventato un appuntamento meno rilevante nelle abitudini degli *under 35* rispetto al resto della platea televisiva. Il terzo punto riguarda l'informazione digitale, che diventa sempre più multi formato, rendendo necessario adeguare il linguaggio in base ai diversi ambiti di fruizione. Di fatti, la disponibilità di molteplici *device* e piattaforme genera accessi più frequenti e frammentati all'informazione nel corso di diversi momenti della giornata. In particolare, assistiamo a un picco di visione delle notizie sul *desktop* nel *daytime* (che va dalle ore 10 alle 17, coincidente con l'uso principalmente in ufficio), pas-

sando a un picco di visioni da *tablet* nel *prime time* (dalle ore 20 alle 24, in questo caso coincidente prevalentemente con il tempo libero).

Il quarto e ultimo punto riguarda la sfida dell'autorevolezza, che vede la credibilità delle fonti ancora patrimonio dei mezzi tradizionali. *Internet* si consolida come fonte, ma viene percepita in generale come meno credibile dei *media* tradizionali. Infatti, i canali nazionali in chiaro si caratterizzano per un'alta credibilità percepita rispetto agli altri.

Con questo scenario, vorrei richiamare la vostra attenzione su due elementi decisivi nella definizione del futuro della RAI: le risorse e le frequenze. Sulle risorse, i ricavi da canone che affluiscono a RAI ammontano attualmente a circa 1 miliardo e 775 milioni di euro, corrispondenti a una quota dell'85 per cento delle somme pagate dagli utenti (76 euro sui 90 totali). La quota rimanente del 15 per cento include il prelievo forfetario del 5 per cento introdotto nel 2015, la tassa di concessione governativa e l'IVA. Alla luce delle previsioni della proposta di legge di bilancio 2019, che prevede la stabilizzazione dell'importo del canone a 90 euro e l'attribuzione alla RAI solo del 50 per cento dell'extragettito, tale valore è destinato a rimanere sostanzialmente invariato nei prossimi anni. Una tale impostazione, oltre a portare strutturalmente in negativo il segno del conto economico, rende critico il reperimento delle risorse necessarie alla copertura dei costi dei progetti previsti dal contratto di servizio. L'impatto del 50 per cento dell'extragettito è, infatti, valutabile per RAI in un calo delle risorse di circa 93 milioni di euro, tenuto conto del previgente quadro normativo che attribuiva alla RAI l'intero extragettito. Tale nuovo contesto rende, ovviamente, molto complesso per la RAI mettere in atto le trasformazioni verso i nuovi scenari. Al fine di attuare una seppur parziale compensazione di tale importo, stiamo operando un aperto confronto con il Governo, soprattutto con il MISE nostro interlocutore, per l'applicazione del contratto di servizio.

Siamo fiduciosi che si possa giungere, con un contestuale impegno da parte della RAI all'ottimizzazione e alla razionalizzazione delle sue risorse, a un punto di equilibrio.

Per quanto riguarda le frequenze, nell'ambito del tavolo di coordinamento TV 4.0, la RAI sta proponendo soluzioni tecniche che, tutelando la continuità e la qualità tecnica del servizio in concessione, nonché l'economicità dell'utilizzo delle risorse provenienti dal canone, possano assicurare un'efficace e ordinata evoluzione del sistema televisivo, nel rispetto assoluto degli obblighi internazionali e degli obblighi risultanti dall'asta delle frequenze in banda 700 megahertz.

I punti di riferimento di tali soluzioni possono essere così riepilogati: assoluto rispetto degli obblighi internazionali e dell'obiettivo temporale di liberazione della banda 700 megahertz a beneficio del 5G, dettato dall'asta delle frequenze; garanzia di continuità del servizio pubblico radiotelevisivo e della sua qualità tecnica, in particolare, per quanto riguarda l'informazione regionale, attraverso l'assegnazione di frequenze libere da interferenze e capace di assicurare una copertura fino al cento per cento della popolazione. Il terzo punto prevede un uso efficiente del denaro dei citta-

dini, contenendo gli investimenti necessari da parte di RAI ed evitando alle famiglie l'ingente spesa per l'adeguamento delle antenne.

Si renderanno così disponibili risorse perché la RAI possa investire nel posizionamento e nella distribuzione su reti IP con un grande progetto di costruzione delle infrastrutture digitali del futuro.

Al quarto punto, la disponibilità complessiva di mux nazionali e locali in misura tale da garantire pluralismo e concorrenza nel sistema televisivo, nelle nuove condizioni determinate dallo sviluppo digitale e con un uso efficiente dello spettro che ottimizzi i vantaggi per i cittadini e rispetti i criteri di economicità e mercato. Quinto e ultimo punto: sviluppo della radiofonia digitale garantendo ad essa adeguate risorse frequenziali.

Passando ai temi sui quali il Presidente ha chiesto specifici approfondimenti, ritengo che il primo tema da trattare sia il quarto nell'ordine, vale a dire quello in cui si chiede alla RAI di riferire – cito testualmente – sugli «indirizzi e le linee editoriali aziendali che la nuova *governance* della RAI intende assumere, nel rispetto degli obblighi imposti dal contratto di servizio». Partirei da questo punto perché il contratto rappresenta il principale punto di riferimento nello sviluppo del nostro mandato di amministratori.

L'elemento chiave da mettere in evidenza è quello della differenziazione/specificità. Il contratto ha l'obiettivo di rendere sempre più marcata la differenziazione del servizio pubblico rispetto agli altri operatori. Basti pensare, ad esempio, a norme che sono specifiche per la RAI, quali l'inserimento nel perimetro della missione del servizio pubblico, oltre alla radiofonia e alla televisione, della multimedialità con l'obiettivo di favorire il processo di alfabetizzazione digitale del Paese; lo sviluppo di progetti di innovazione editoriali, quali un canale in lingua inglese e un canale dedicato alle istituzioni; il rafforzamento di specifici obblighi quali l'estensione della diffusione dell'offerta al cento per cento della popolazione; l'ampliamento delle misure di tutela verso specifiche categorie; l'impegno a favorire la crescita del sistema audiovisivo italiano attraverso la definizione di investimenti specifici verso i produttori indipendenti e lo sviluppo di *format* originali; l'incremento delle previsioni per la trasparenza nella gestione, con un nuovo schema di separazione contabile che possa informare puntualmente sull'impiego delle risorse pubbliche; il rispetto della parità di genere.

Come ben sapete, il contratto è decisamente più ampio. Qui mi sono limitato a una rapida elencazione solo di alcune delle principali norme che sono specifiche per la RAI. Per quanto riguarda, invece, le questioni più di carattere gestionale, ritengo opportuno mettere in evidenza come il contratto impegni la RAI a definire una serie di piani e progetti di carattere strategico. Mi riferisco, più in particolare, al piano industriale, al piano editoriale, al piano di riorganizzazione delle *news* e allo sviluppo di nuovi progetti (quali il succitato canale in inglese, il canale dedicato alle istituzioni e la tutela delle minoranze linguistiche).

L'impegno a definire questi piani di carattere strategico offre alla RAI l'opportunità di ripensare se stessa all'interno del nuovo contesto di-

digitale e di rimodulare la propria offerta per garantirle centralità anche nella nuova arena competitiva. Non bisogna stravolgere quanto, piuttosto, far evolvere la RAI da tradizionale *broadcaster* a vera *digital media company*, sempre nel pieno rispetto della missione di servizio pubblico. È un percorso impegnativo e pervasivo, ma comunque ineludibile per poter affrontare in modo efficace le sfide del mercato e, più in generale, le sfide che il futuro ci riserva.

Nei mesi scorsi sono state avviate attività su tutti i fronti. Abbiamo iniziato a prefigurare diverse alternative di linee di sviluppo e diverse ipotesi di interventi che stiamo valutando e analizzando in modo molto approfondito. I lavori sono in corso di svolgimento e saranno portati all'attenzione del Consiglio di amministrazione che sarà chiamato a esprimere la propria valutazione sulle diverse proposte.

Vorrei condividere con voi, però, alcune direttrici strategiche di fondo che ispireranno il piano industriale, il piano editoriale e il piano di riorganizzazione delle *news*. Al primo punto, la centralità e il potenziamento dell'offerta digitale e il rilancio del portale informativo *web*. Al secondo punto, il superamento delle logiche di verticalizzazione nell'ideazione e nello sfruttamento del prodotto, a favore di un approccio realmente multiplatforma che garantisca il pieno sfruttamento delle sinergie *cross* mediali. A seguire poi la riarticolazione complessiva dell'offerta televisiva e radiofonica, il rafforzamento delle competenze ideative interne, la valorizzazione del presidio territoriale garantito dalle sedi regionali e la razionalizzazione dei costi di produzione.

Si tratta, come anticipato, di aspetti di rilevante complessità strategica destinati a delineare il futuro del servizio pubblico che richiedono pertanto una tempistica idonea per una loro adeguata definizione e valutazione. Tenuto conto della situazione venutasi a determinare al vertice della RAI, abbiamo portato la questione all'attenzione del MISE, attraverso la specifica Commissione paritetica prevista dall'articolo 22 del contratto. La Commissione, composta da otto membri (quattro designati dal Ministero e quattro designati dalla RAI), ha, infatti, l'obiettivo di definire «le più efficaci modalità operative di applicazione e di sviluppo delle attività e degli obblighi previsti nel contratto, in coerenza con l'evoluzione dello scenario di riferimento, e gli opportuni interventi per risolvere difficoltà di applicazione e di interpretazione eventualmente emergenti». In tale contesto, la Commissione stessa ha ritenuto di intervenire con una rimodulazione delle tempistiche, prevedendo un ulteriore periodo di sei mesi per la presentazione dei piani e dei progetti sopra richiamati.

Tornando all'elencazione dei quesiti formulati dal presidente Baracchini, passo al punto che riguarda il tema delle «nomine dei direttori di rete, di canale e di testata». Cerco di sintetizzare il percorso seguito per le nomine di alcuni direttori di testata effettuate due settimane fa.

Il punto di partenza è costituito dal fatto che l'evoluzione in corso richiede il rinnovo di linguaggi, programmi e generi, che costituiscono gli strumenti attraverso i quali la RAI racconta il Paese. È possibile af-

frontare questo percorso attraverso il rafforzamento dell'identità del servizio pubblico, da attuare con la riscoperta dei propri valori fondanti.

Questo obiettivo si concretizza non soltanto nella ricerca di nuovi ascolti, in particolare nell'ambito delle fasce più giovani della popolazione, ma soprattutto nella crescita di un'autentica e riconoscibile qualità diffusa dell'offerta. In tale contesto e su tali presupposti è stata effettuata un'ampia ricognizione delle risorse interne per identificare figure professionali aventi lo *skill* adeguato ad assumere il ruolo di direttore.

Questa ricognizione è avvenuta sia sul complesso degli attuali direttori e vice direttori editoriali sia su altre figure interne di elevato potenziale. Abbiamo rivolto il nostro sguardo anche fuori dall'azienda, il tutto nel rispetto delle prerogative dell'amministratore delegato e in coerenza con i criteri procedurali di trasparenza e autonomia delineati dalla giurisprudenza costituzionale e dal contratto nazionale di lavoro giornalistico. In tal senso, credo che il parere favorevole espresso da tutti i comitati di redazione delle testate coinvolte testimoni l'apprezzamento sul metodo e sulle scelte effettuate.

Dall'analisi dei profili, le scelte per le varie posizioni sono state orientate su figure ritenute, non solo capaci di poter governare le testate su cui siamo intervenuti, ma anche di condividere il progetto di cambiamento di cui abbiamo parlato e, quindi, di introdurre con il loro operato una diversità di approccio che permetta un efficace e adeguato perseguimento di un modello innovativo rispetto a quelli finora adottati.

Le figure professionali individuate potranno, infatti, costituire la base fondante, così come previsto dal contratto di servizio 2018-2022 tra la RAI e il Ministero dello sviluppo economico. È proprio per la definizione di questo piano che abbiamo ritenuto di procedere in via preventiva attingendo soltanto all'interno dell'azienda, per non precludere alcun potenziale intervento – cito testualmente il contratto di servizio – «di ridefinizione del numero delle testate giornalistiche».

Per il momento, abbiamo provveduto alla nomina dei direttori di alcune testate. In questo stesso spirito, quello che ci porterà alla definizione del piano editoriale e degli altri progetti strategici previsti dal contratto di servizio, si sta valutando se e come procedere alla nomina dei direttori di altre testate e di altre strutture aziendali.

Altro punto da approfondire attiene agli «elementi informativi sulle produzioni esterne della RAI, nonché sui bilanci e sui controlli delle spese delle diverse sedi regionali della RAI». Si tratta di tematiche di rilevante complessità, anche tecnico-operativa, per le quali – se siete d'accordo – credo possa essere più utile poter disporre di un quadro di insieme per poi procedere, in funzione delle vostre richieste, ad effettuare più specifici e puntuali approfondimenti.

Partirei da un tema di cui si discute molto, vale a dire quello degli appalti esterni. Abbiamo seguito il seguente approccio tecnico: i canali considerati sono le reti generaliste e quelle tematiche che realizzano anche programmi di utilità immediata, ad esempio RAI 5, RAI YoYo e RAI Gulp. Non abbiamo considerato i prodotti audiovisivi, quali *fiction*, ci-



nema e documentari, perché per questi abbiamo specifici obblighi di investimento a beneficio dei produttori indipendenti. Allo stesso modo non abbiamo considerato lo *sport*, in cui è preponderante il costo dei diritti, e l'informazione, che realizziamo tutta all'interno dell'azienda.

Il valore delle commesse in cui sono coinvolte società di produzione esterna ammonta complessivamente a circa 131 milioni di euro nel 2017. Tale importo include sia il valore dei contratti specifici con la società di produzione esterna sia tutti gli altri costi esterni connessi al programma (costi esterni editoriali e costi esterni di produzione). Più nello specifico, dei 131 milioni di euro complessivi, il valore dei contratti verso le società esterne di produzione per l'appalto (appalto totale o parziale, unitamente all'acquisto del *format*) ammonta a circa 75 milioni di euro nel 2017. I restanti 56 milioni di euro si riferiscono a costi per il reperimento delle risorse artistiche e a costi di natura produttiva non compresi nell'appalto (regia, conduzioni, studi, scenografia).

Tali valori devono essere posti a confronto con la spesa complessiva in programmazione sostenuta per gli editori prima citati e pari a circa 540 milioni di euro nel 2017. Tale importo considera i costi complessivi editoriali ed i costi esterni e industriali di produzione TV.

Da tale confronto emerge, come primo dato, che il valore dei costi esterni delle commesse in cui sono coinvolte società esterne (in regime di appalto totale o parziale) rappresenta circa il 24 per cento dei costi complessivi della programmazione (131 milioni di euro su 540). In realtà, tale dato incorpora, come illustrato poc'anzi, anche i costi esterni che sarebbero comunque sostenuti dall'azienda anche in caso di internalizzazione completa della commessa. Mi riferisco, in particolare, ai costi per il reperimento delle risorse artistiche (i costi per conduttori e per gli ospiti sono necessariamente costi esterni), ai costi per la realizzazione della scenografia e, da ultimo, ai costi per i servizi produttivi che, in una logica di *make or buy*, si acquisiscono sul mercato in base alla saturazione delle risorse interne e che comunque rappresentano fattori produttivi direttamente controllati dalla RAI e non intermediati da soggetti esterni.

Pertanto, se si considerasse esclusivamente il valore dei contratti verso le società di produzione esterna, con l'esclusione di tutti i costi connessi a fattori produttivi che in ogni caso si dovrebbero reperire sul mercato, l'incidenza dei costi degli appalti sui costi complessivi della programmazione RAI si ridurrebbe a circa il 14 per cento (valore dato dal rapporto tra 75 milioni di euro e 540 milioni di euro quale spesa complessiva per la programmazione).

Oltre a quanto esposto, vi ricordo che la RAI investe circa 200 milioni di euro in *fiction* e cartoni, circa 250 milioni di euro in cinema d'acquisto e produzione e 180 milioni di euro nella programmazione sportiva (diritti sportivi e connessi costi editoriali e di produzione TV).

Per quanto concerne invece il tema delle 21 sedi regionali (19 Regioni, oltre alle due Province autonome di Trento e Bolzano) abbiamo considerato i seguenti costi: costi esterni, sia di funzionamento e supporto che di programmazione, inclusa quella riferita alle minoranze linguistiche;

costi esterni riferibili alla TGR; costo del personale di sede (giornalisti, dirigenti, impiegati e operai). Il valore complessivo ammonta a circa 225 milioni di euro nel 2017.

Per quanto concerne i quattro centri di produzione TV, il valore complessivo risulta pari a 440 milioni di euro, compresi i costi di supporto e quelli della produzione *news*.

Ho ritenuto opportuno fornirvi i dati di quadro per consentirvi poi di definire con maggiore puntualità le analisi più specifiche che vorrete effettuare.

La quarta questione richiesta riguarda il tema dei concorsi, della scuola di giornalismo di Perugia e l'esigenza di valorizzare le professionalità interne all'azienda. È un punto che viene trattato anche dal contratto di servizio che, all'articolo 24, comma 1, stabilisce che la RAI debba definire un apposito piano di gestione e sviluppo delle risorse umane volto, tra l'altro, a «valorizzare il merito e la capacità professionale di tutto il personale dell'azienda», a curare «la formazione permanente di tutto il personale» e a prestare «particolare attenzione al reclutamento e alla formazione dei giovani, che si impegna a valorizzare anche attraverso specifici progetti per ciascuna professionalità». Sono convinto che questa previsione rappresenti un'importante opportunità per la RAI.

Il costo del fattore lavoro incide per una quota pari al 37 per cento dei nostri ricavi e anche per questo motivo dobbiamo valorizzarlo al massimo.

A tale riguardo inevitabilmente un elemento importante è rappresentato dalle azioni di contrasto al precariato. Dal 2008 al 2017 sono stati stabilizzati oltre 3.000 precari, prevalentemente risorse già impegnate con contratto a tempo determinato, ma anche collaboratori impegnati con contratto di lavoro autonomo. Per il 2018 era prevista la stabilizzazione di altre 150 risorse. Ho ritenuto di imprimere una forte accelerazione a questo processo; pertanto, le stabilizzazioni che verranno fatte entro l'anno, al massimo entro gennaio 2019, arriveranno a quota 500 e tutto il restante personale utilizzato con contratti di lavoro a termine – si tratta di circa 250 risorse – verrà stabilizzato al massimo al compimento dei 24 mesi di impiego nel corso del 2019 e del 2020.

Insomma, nella consapevolezza che il fenomeno del precariato è complesso e che ha radici lontane ed estese e che non si limita ai soli contratti a termine, resta comunque una considerazione di fondo: una situazione palesemente patologica che vedeva oltre 3.000 precari utilizzati in modo continuativo ogni anno è stata ricondotta entro limiti del tutto fisiologici, mantenendo stabile il costo del lavoro, che da 10 anni è fermo intorno al miliardo di euro (per la precisione 1,9 miliardi nel 2008 e 983 milioni nel 2017). Nello stesso periodo di tempo i ricavi della RAI sono diminuiti da 3,2 miliardi di euro a 2,6.

Resta da affrontare il tema dei lavoratori autonomi – finora ne sono stati stabilizzati circa 200 – per i quali c'è un tavolo aperto con le organizzazioni sindacali per individuare maggiori forme di tutela e per prevedere ulteriori percorsi di stabilizzazione. Tuttavia, il piano di gestione e

sviluppo delle risorse umane dovrà accompagnare tutte le azioni che sono necessarie in un percorso di transizione verso un modello di moderno *broadcaster* digitale, in grado di cogliere le sfide della multimedialità e dell'innovazione.

Stiamo lavorando su questo piano previsto dal contratto muovendo da alcuni passaggi chiave.

Innanzitutto, è necessario coltivare i talenti e valorizzare il merito. La stabilizzazione dei precari ha finora rallentato la ricerca e l'acquisizione di nuovi talenti, ma in queste settimane stiamo inserendo in azienda, con contratto di apprendistato professionalizzante, oltre 300 giovani *under 30* vincitori di selezioni pubbliche per ingegneri, tecnici, impiegati e assistenti ai programmi.

Un altro passaggio chiave consiste nel curare la formazione, assicurando *standard* elevati: quest'anno abbiamo coniato lo *slogan* «le persone al centro» e composto un catalogo con 145 iniziative formative tra quelle in aula e quelle *e-learning* accessibili su ogni *device*. Abbiamo l'obiettivo di aumentarle, puntando anche in questo caso su nuovi talenti, su *compliance* e sicurezza e, non ultima, sulla *leadership* al femminile.

Puntiamo poi a garantire un sistema integrato di informazione e servizi. Conoscere l'azienda, comunicare con l'azienda, essere informati sulle iniziative dell'azienda, rompere in sostanza il muro della burocrazia e avere un sistema multidirezionale per la comunicazione interna è l'obiettivo del nostro portale *intranet*, rinnovato profondamente quest'anno e sul quale continueremo ad applicarci.

Si devono, inoltre, conoscere le persone che compongono l'azienda: una sezione del portale *intranet* è dedicata al *curriculum on line* aperto a tutte le realtà del gruppo RAI. *One Company one CV* serve a conoscere meglio le nostre persone, a definire percorsi formativi di tipo sartoriale, a favorirne lo sviluppo e la mobilità interna.

Vogliamo poi perseguire l'obiettivo di un nuovo modello di relazioni industriali. Siamo senz'altro indietro rispetto alla costruzione di un modello di relazioni industriali moderno, in grado di bilanciare i valori che provengono dalla nostra storia con l'esigenza di innovazione che il contesto competitivo ci obbliga ad attuare. C'è un conservatorismo che dobbiamo superare e che stiamo provando a superare.

Individuare nell'etica e nella responsabilità gli elementi caratterizzanti e imprescindibili di una gestione corretta e consapevole: questo è un obbligo che abbiamo verso le nostre persone e su cui l'attenzione sarà massima.

Per quanto riguarda più specificatamente il tema del concorso giornalisti del 2014, inizio col dire che il bando prevedeva 100 posti, da assegnare attraverso un percorso articolato in due fasi: una prima prova preselettiva per individuare, tra tutte le candidature pervenute, i 400 da sottoporre alle prove di selezione distinte in prove pratiche e di teoria. Dopo la prova preselettiva, i 400 candidati individuati si sono ridotti a 392 poiché sei sono risultati assenti alla convocazione e due si sono ritirati nel

corso delle prove. La graduatoria dei 392 è stata pubblicata il 15 ottobre 2015 e il bando prevedeva un periodo di validità di tre anni.

I 100 vincitori (106 per effetto degli *ex aequo*) sono stati inseriti in azienda tra il 2016 e i primi mesi del 2017. Il meccanismo della selezione non consentiva, al di là dei 100 vincitori, di distinguere i restanti candidati tra idonei e non idonei; pur tuttavia, nel 2017 il direttore generale dell'epoca decise lo scorrimento della graduatoria fino al numero 196, operazione che si è completata nelle scorse settimane.

Voglio precisare che il futuro sarà sempre indirizzato verso la trasparenza, verso le pari opportunità di accesso, con un unico e vero inderogabile obiettivo: ricercare l'eccellenza dei nostri futuri colleghi.

Per il momento, almeno fino a dopo la presentazione del piano editoriale da parte dei nuovi direttori di testata, non abbiamo particolari esigenze di integrare il numero dei giornalisti, che presenta, anche per il 2019, un tasso di *turn over* molto ridotto, ma comunque abbiamo valutato l'opportunità di procedere a una proroga del periodo di validità della graduatoria ai fini della copertura di eventuali nuove esigenze, questo senza pregiudicare l'inserimento degli allievi formati alla Scuola di giornalismo radiotelevisivo di Perugia.

Fondata dalla RAI e dall'Università di Perugia, la nostra scuola promuove dal 1992 l'accesso dei giovani laureati alla professione giornalistica. La scuola ha una doppia finalità: formazione di giornalisti professionisti e pubblicisti, anche per l'acquisizione di crediti formativi previsti dalla vigente normativa, e la formazione di nuovi giornalisti che tramite concorso pubblico effettuano il periodo di praticantato, riconosciuto dall'Ordine.

Per anni la scuola di giornalismo radiotelevisivo ha formato giovani professionisti di straordinario valore. La scuola rappresenta un centro di eccellenza che ha consentito alla RAI di acquisire professionisti eccellenti. Ma dal 2014 le uniche assunzioni giornaltiche effettuate dalla RAI hanno riguardato esclusivamente i partecipanti al concorso nazionale, a cui questi giovani non hanno potuto partecipare e, di fatto, si è bloccato l'inserimento in azienda degli allievi della scuola. Si tratta ad oggi di 74 giovani professionisti, per i quali dobbiamo porci il problema: probabilmente rappresentano delle eccellenze, come i loro predecessori, che la RAI ha contribuito a formare e sui quali la RAI ha investito, ma se non affrontiamo la loro posizione sono destinati a rimanere fuori dal servizio pubblico.

Spero di aver fornito gli elementi essenziali sui punti richiamati dal presidente Barachini. Resto ovviamente a vostra disposizione per le vostre richieste di integrazione e di chiarimento.

PRESIDENTE. Come anticipato ad inizio di seduta, era stato concordato di iniziare il dibattito dai Gruppi meno consistenti per passare successivamente ai Gruppi più consistenti. Dato però che fra non molto al Senato inizierà il *question time*, vorrei sapere come la Commissione voglia orientarsi. Se cioè è opportuno che i senatori che intendono partecipare

al *question time* intervengano prima o se intendono chiedere una sospensione.

MARGIOTTA (PD). Signor Presidente, io devo partecipare al *question time* per svolgere il mio intervento. Se tuttavia mi concedete di intervenire per pochi minuti ora non ho necessità di chiedere alcuna sospensione.

PRESIDENTE. Procediamo allora in questo modo. Se poi qualcuno avrà necessità di altro tipo le valuteremo.

Prego senatore Margiotta.

MARGIOTTA (PD). Ringrazio il dottor Salini che ha toccato i punti sui quali avevo intenzione di porre le mie domande e sui quali vorrei chiedere un supplemento di approfondimento.

Il primo punto riguarda il piano editoriale e la riforma *all news*. I colleghi che nella precedente legislatura erano membri, insieme a me, di questa Commissione sanno che abbiamo dedicato tantissime sedute e tantissimo tempo al cosiddetto piano Gubitosi, licenziandolo alla fine con un parere positivo, perché ci sembrava ben articolato, anche se – come ogni cosa – perfettibile. Il cambio di direttore generale, l'insediamento di Campo Dall'Orto e la nomina di Verdelli rallentarono questa azione, su cui pure la Commissione bicamerale (quindi il Parlamento) si era espressa. Successivamente, con il nuovo direttore, suo predecessore, di fatto la questione non è stata affrontata ma, come lei sa, è un obbligo previsto nel contratto di servizio. Lei ha detto che lo farà; vorrei sapere se è già in grado di fornirci qualche elemento in più rispetto al lavoro che intende svolgere.

Quanto alla questione del personale, ho trovato molto soddisfacenti le sue osservazioni sui precari e sulla scuola di Perugia, su cui molto insistetti nella scorsa legislatura. Vorrei capire se l'auspicio che lei ha formulato nella relazione – che condivido pienamente – possa essere meglio precisato anche con riferimento ai tempi.

Per quanto riguarda le direzioni di reti, ci ha riferito quali sono i criteri a cui si ispirerà. Mi consentirà la battuta: sono criteri – com'è naturale e comprensibile che sia – sufficientemente larghi, ma non mi aspettavo il contrario. Anche in questo caso, vorrei sapere se sui tempi è in grado di dire qualcosa in più o se non c'è ancora nulla di definito.

Ringrazio tutti i colleghi che mi hanno consentito di anticipare il mio intervento.

GARNERO SANTANCHÉ (Fdi). Dottor Salini, la ringrazio per essere venuto oggi a illustrarci la sua visione e le trasformazioni di questo settore che tutti conosciamo. Ci rendiamo conto che la RAI avrebbe bisogno di essere – prendo a prestito il termine che lei ha usato – meno «conservativa». Dico anche che dovrebbe essere più moderna, tenendo conto dei *player* con i quali si deve confrontare.

Ritengo anche, dottor Salini, che lei sia l'uomo più potente nella storia della RAI, perché è stato nominato dopo che c'è stata una grande trasformazione, nel senso che lei è oggi l'amministratore delegato, mentre prima eravamo abituati ad avere un direttore generale. Faccio l'imprenditore nella vita e so bene la differenza che c'è tra un amministratore delegato e un direttore generale.

Come vedo questo cambio di passo? Lo vedo nel processo della decisione, perché per lei decidere sarà molto meno complicato rispetto a un tempo in virtù della riforma che è stata attuata. Potremmo discutere se sia positiva o negativa, ma oggi faccio la fotografia del potere che questa riforma le attribuisce, dal momento che si è deciso di mettere al vertice della RAI un amministratore delegato. Confido – purtroppo fino ad ora sono stata disattesa – nella rapidità delle sue decisioni.

Perché dico che oggi ho una preoccupazione? È vero che avete chiesto al MISE di prorogare di sei mesi i vostri piani industriali, ma ne sono passati altri due e, al di là delle quattro nomine che dopo molte discussioni sono state fatte, mi ritrovo oggi la stessa azienda di ieri: ritrovo il capo del digitale (settore in cui lei ha speso molto la sua visione della RAI), il capo del personale e il capo della pubblicità. Peraltro, se vogliamo discutere anche della pubblicità RAI, c'è un po' di preoccupazione e ha ammesso lei stesso che ci sono cali di fatturato. Ritrovo inoltre il capo dell'ufficio legale e il capo delle relazioni esterne.

Questo mi aspetto da lei, dottor Salini, nella sua qualità di amministratore delegato: avere un'azienda che è diversa. Due mesi sono già passati e ne rimangono soltanto quattro; oggi l'azienda è la stessa di prima a dispetto del cambiamento che era stato annunciato. Le chiedo quindi quando dobbiamo aspettarci questo cambiamento. Quali sono i tempi che lei immagina servano per poter avere una RAI del cambiamento?

Lei ha spiegato come vi si arriverà, ponendo molto l'enfasi sui costi e sulla stabilizzazione del personale, che sono tutte osservazioni giustissime, ma non ho colto (forse sarà un mio demerito) la visione della RAI, che è la prima azienda culturale della nostra nazione. Vorrei che ci dicesse dove vuole portare questa RAI, perché dalla sua relazione devo dire che non l'ho capito e non ho avuto la percezione del cambiamento che tutti invece ci aspettiamo.

CASINI (*Aut (SVP-PATT, UV)*). Ringrazio anch'io il dottor Salini e svolgo alcune rapide osservazioni. A me è sembrato che le considerazioni che ha fatto l'amministratore delegato siano state serie e responsabili. D'altronde, è una persona che sa di televisione, conosce il settore e credo sia stimata anche per questo.

Un solo piccolo rilievo, ma poi dirò anche quello che penso di questo rilievo: lei ha fatto riferimento alla valutazione della professionalità e al merito che deve essere il punto di riferimento interno, ma le uniche nomine che sono state fatte immediatamente sono state quelle dei direttori dei telegiornali. Francamente non credo che le valutazioni siano state pertinenti al merito e alla considerazione degli ascolti che questi telegiornali

avevano realizzato. Dottor Salini, poiché è da qualche anno che frequento il Parlamento ed è sempre capitata la stessa cosa, sarei assai ipocrita se mi stupissi e le dicessi: che scandalo! Avete cambiato i direttori dei telegiornali che facevano buoni ascolti. Non lo dico perché le maggioranze *pro tempore*, da quando sono in Parlamento, credo abbiano fatto sempre la stessa cosa. Per cui, da questo punto di vista, la maggioranza giallo-verde si è assestata esattamente sulla linea di tutte le altre.

C'è però un problema e questo lo sottolineo con grande serietà. Lei subito dopo ha detto che l'orientamento dell'azienda – lo condivido – deve essere ed è quello di valorizzare tutte le risorse interne, anche perché la RAI, per ovvie ragioni, non si può permettere di fare qualcosa di diverso. Ora io le chiedo cosa pensa dei direttori di telegiornali e, tanto per non far nomi, cito il TG1, il TG2 e il suo predecessore, che sono sostanzialmente senza alcun incarico. Credo che, da questo punto di vista, se la nuova RAI vuole creare una discontinuità e una serietà di comportamenti, queste persone dovrebbero essere utilizzate per l'interesse dell'azienda. Naturalmente deciderà lei dove, come e quando, però credo che sia un problema di principio non banale.

In secondo luogo, sottolineo il tema dell'attenzione alle minoranze linguistiche, che il Gruppo delle autonomie in cui milito ha a cuore. Lei ha fatto riferimento alla Provincia di Bolzano e di Trento e questo è un fatto importante.

C'è poi il tema del concorso dei giornalisti del 2015. Francamente ho capito ciò che avete fatto. Lei naturalmente non si è legato le mani e forse fa anche bene a dire cosa comporta effettivamente questa proroga nel valore della graduatoria. Credo sia importante riservare grande attenzione al processo di selezione che è già stato fatto, ha avuto dei costi e ha coinvolto centinaia di persone. Pertanto, auspico che la RAI vada avanti in questa direzione.

DE PETRIS (*Misto-LeU*). Presidente, ringrazio il dottor Salini.

Anche se credo l'abbiano fatto per tradizione tutti i nuovi nominati ai vertici della RAI, apprezzo che abbia detto che valorizzerà le risorse interne, perché ci sono grandi professionalità ed eccellenze. Questa, purtroppo, è una tradizione, ma in RAI è anche tradizione, ogni volta che c'è un avvicendamento e, dunque, nuove nomine, che ci si impieghi molto tempo per riuscire a valorizzare effettivamente le professionalità di coloro che rimangono. In passato è anche accaduto che si diceva di voler valorizzare le risorse interne mentre poi per le testate si nominavano degli esterni. È accaduto anche questo.

Lei, però, sulla questione delle nomine già effettuate per quanto riguarda i direttori dei TG e, in prospettiva, i direttori di rete, ha fatto un breve cenno al fatto che le tre nomine attuali sono funzionali alla riduzione del numero delle testate, già discussa nell'ambito della Commissione di vigilanza la scorsa legislatura. Vorrei, quindi, sapere se si tratta solo di un cenno fugace, se lei intende procedere in proposito e come intende farlo.

Sulle vicende dei costi, ha già detto che ci fornirà dei documenti più precisi. Però, in particolare, questo riguarda molto anche i notiziari regionali e le testate regionali. Anche nell'ottica della domanda che le ho già rivolto, al di là dei costi, per meglio valorizzare il lavoro e le informazioni regionali, che sono preziosissime per la RAI, le chiedo come intende efficientare e procedere anche a un sistema di razionalizzazione proprio in quell'ambito.

FORNARO (*LEU*). Presidente, ringrazio anche io il dottor Salini per la sua relazione.

In cinque minuti non potrò fare un'ampia riflessione sulle questioni che lei ha posto dunque procederò per schemi con domande secche, che avrebbero bisogno di ben altra premessa.

Vengo al primo tema, che spero di non dover più ripetere in questa legislatura. Parlo della ricezione del segnale. È una questione che, come lei sa, è legata al contratto di servizio al 100 per cento ed è stata oggetto di una lunga discussione in questa Commissione. Le segnalo che la situazione sul territorio è molto deficitaria. Ci sono intere parti – io vengo dal Piemonte e cito l'esperienza di questa Regione – che hanno difficoltà a vedere l'intero *bouquet* dei canali RAI. Altre addirittura non ricevono alcun segnale, mentre altre ancora hanno problemi legati a ricezione mista sui segnali dei TG regionali.

Rivolgo a lei e al Presidente l'esplicita richiesta di dedicare una seduta a questo tema, che non è secondario. Possiamo parlare, infatti, di programmi, di direttori e di testate, ma se non si vedono i canali viene tutto meno.

In secondo luogo, ho notato due assenze nella sua relazione. Mi riferisco al ruolo che lei vede all'interno della RAI dell'informazione regionale, anche in considerazione del patrimonio che credo la RAI abbia, a differenza di tanti altri, molto diffuso e radicato sul territorio. Il secondo tema assente è collegato a questo e riguarda il futuro. Nel suo disegno della RAI che ruolo hanno i centri di produzione, quelli maggiori come Milano e quelli minori, ma comunque importanti, come Torino e Napoli? Le chiedo inoltre un approfondimento tecnico, anche in forma scritta, sul tema delle frequenze che presenta elementi di carattere tecnico che vanno sciolti per i non addetti ai lavori. Mi pare che su ciò ci sia una questione che potrebbe determinare problemi seri alla RAI nei prossimi anni.

L'ultimo tema riguarda le nomine. Esprimiamo apprezzamento per la scelta di valorizzare le risorse umane e le diamo atto che ha compiuto uno sforzo encomiabile per individuare un quadro di criteri. Non ho nessun motivo per dubitare della sua impostazione. Tuttavia, dall'esterno è stata percepita una spartizione tra i partiti di maggioranza e, da questo punto di vista, non c'è nessun segnale di cambiamento. Frequento il Parlamento da molti meno anni del presidente Casini, ma seguo la politica da qualche anno e non mi scandalizzo. Però, il grido «Fuori i partiti dalla RAI» non mi sembra che abbia avuto una conseguenza in questa prima tornata.



Le faccio una domanda finale un po' da *gossip*, anche se non sono un appassionato del genere, ma spesso leggiamo queste cose sui giornali o *online*. Ebbene, in queste settimane abbiamo letto di un *pressing* politico insistente per la nomina a direttore di rete di Casimiro Lieto, autore di numerosi programmi RAI. La domanda è molto diretta: questo *pressing* è arrivato anche a lei?

GIACOMELLI (PD). Signor Presidente, come ha sottolineato la collega Garnerò Santanchè, noi siamo qui a svolgere oggi un'audizione che non è rituale, perché si tratta dell'audizione del primo amministratore delegato della RAI. E io ne sono molto contento, perché ovviamente ho sostenuto quella legge, che noi abbiamo voluto. Nello specifico, credo che il primo amministratore delegato, il dottor Salini, per il suo profilo e il suo *curriculum* meriti anche da chi non fa parte della maggioranza un'apertura di credito e di fiducia.

Naturalmente, il cambiamento di ruolo implica anche diverse responsabilità, di cui credo il dottor Salini sarà perfettamente consapevole. Mentre, infatti, il direttore generale portava proposte che dovevano essere approvate, l'amministratore delegato può decidere; il che ha effetti molto positivi in termini aziendali, ma presenta alcune complicazioni che – immagino – si saranno già manifestate.

Vado rapidamente alle questioni che ha proposto lei, dottor Salini: le risorse e le frequenze. Sulla prima, sento nuovamente parlare di extragettilo. Signor Presidente, io qui inviterei la Commissione a un lavoro *bipartisan* molto serio, perché il tema non è di interpretazione politica ma giuridica. Nella prima applicazione il canone in bolletta ebbe dal Ministero dell'economia e delle finanze la definizione di extragettilo per l'evasione che si recuperava. Noi la contestammo già allora, perché non si trattava di un extragettilo che arrivava in modo eventuale, ma di un recupero del gettito che era stato evaso. L'accordo, però, era che ciò sarebbe valso in prima applicazione, cioè nel primo triennio; ora, siamo in presenza della programmazione successiva, non possiamo parlare più di extragettilo.

Ciò mi preoccupa perché, quando abbiamo avuto in audizione il ministro Tria, ho ascoltato parole non chiarissime al riguardo da parte del Ministro dell'economia. Mi sembra che il dottor Salini abbia paventato (o abbia elementi per ritenere) che rimanga in vita questa mostruosità giuridica, cioè l'extragettilo, che è semplicemente un modo, da parte del Ministero dell'economia e delle finanze, per utilizzare risorse che, invece, sono finalizzate.

Quindi, credo che la Commissione di vigilanza, al di là delle parti politiche – perché questa non è una questione politica – debba porre una questione. Si deve, infatti, chiedere alla RAI di svolgere fino in fondo gli obblighi del contratto servizio, ma si deve anche garantire che vi siano le risorse.

Sulle frequenze, concordo con l'esigenza di fare qualche riflessione più specifica. Ho seguito molto il tema, quando abbiamo trattato l'impostazione del 5G; qui mi limito a dire questo, dottor Salini: poniamo anche

l'attenzione sull'esigenza di un riordino di efficienza gestionale nei mux RAI. Se verificassimo l'efficienza con cui essi sono gestiti o con cui sono organizzati, ho la sensazione che qualche margine di miglioramento lo troveremmo.

Quindi, discutiamo pure se la norma nella stabilità precedente crei o non crei problemi: io non credo, ma sono pronto a misurarmi su questo. Poniamo, però, il tema, collegato anche alla questione della ricezione, di una gestione efficace ed efficiente dello spettro, che è risorsa limitata.

Su quello che ha detto il dottor Salini, invece, io avrei solo tre domande da porre. Ho seguito il dibattito sul contratto di servizio, naturalmente, e sono molto orgoglioso dei tre punti innovativi in esso inseriti rispetto al passato. Pur apprezzando la riserva di tempo che ci siamo presi, evidentemente, per il piano editoriale complessivo, vorrei capire qualche sua ulteriore idea su questi tre punti specifici. Il primo è l'impegno per la coproduzione di *format* originali, che io trovo un punto qualificante rispetto allo scenario globale complessivo, ma sul quale non mi dilungo; il secondo è la ridefinizione del perimetro del servizio pubblico, anche con il riordino di reti e canali. Qui si parla di reti e canali non generalisti, ma un suo non immediato predecessore ipotizzò anche l'idea di andare oltre. Ebbene, vorrei capire se vi è già una sua riflessione in ordine a questo aspetto.

Il terzo e ultimo punto riguarda la situazione dei produttori indipendenti ma, più in generale, delle società di produzione. Il cambiamento delle modalità di fruizione, al quale lei ha fatto cenno, l'affermarsi degli OTT ma anche una certa globalizzazione del linguaggio, che porta a uniformare la visione culturale, rischiano di concentrare in poche mani (tutte non italiane) il controllo delle società dei produttori indipendenti, che prima o poi si trovano quasi tutti di fronte al bivio, se vogliono crescere, di cedere il controllo ad altre società che, in genere, sono tutte non italiane.

Questo, evidentemente, può compromettere in radice anche la questione delle quote, della quale tutti noi siamo molto orgogliosi. La questione delle quote, infatti, risiede esattamente nella tutela e nella promozione di una visione culturale, di una modalità narrativa, di un'originalità di interpretazione. Ma se, alla fine, la regia delle società di produzione sta tutta fuori dal perimetro nazionale, tutto questo ha un senso relativo e noi rischiamo di dare contributi a soggetti diversi da quelli che immaginiamo.

Rispetto a tale questione, immaginando che in RAI vi sia ancora una divisione tra RAI Fiction e RAI Cinema (e questo è tutto quello che fin qui si ha), vi è un ruolo più incisivo che il servizio pubblico può giocare nell'interesse generale, non tanto in una visione autarchica quanto nel fornire gli strumenti alle società di produzione italiane per stare nel mercato globale?

PICCOLI NARDELLI (PD). Dottor Salini, vorrei essere rassicurata da lei, in nome di quel rapporto di leale collaborazione di cui ha parlato

all'inizio della sua audizione, a proposito dell'autonomia che, io credo, ella dovrà difendere nell'azienda RAI. E vado a spiegarle il perché.

Troppo spesso noi ci riempiamo la bocca con l'affermazione che la RAI è la prima azienda culturale del Paese. Eppure, ci troviamo oggi – e dico oggi perché ne abbiamo discusso in Commissione cultura, scienza e istruzione alla Camera proprio questa mattina – di fronte a una proposta, l'Atto Camera n. 395, presentata dal Presidente della Commissione stessa, che è componente del Movimento 5 Stelle, che prevede l'istituzione di una Commissione, su proposta dal Ministro dello sviluppo economico, per la divulgazione dell'informazione scientifica al fine di selezionare le migliori forme di diffusione della più recente informazione culturale e scientifica a favore della collettività da trasmettere attraverso il canale radiotelevisivo pubblico.

Come lei può immaginare, dottor Salini, questo ricorda cose passate. Per questo, io credo che la RAI debba ribadire il compito che ha, le professionalità di cui lei ha parlato e sostenere fortemente l'indipendenza del vostro lavoro.

VERDUCCI (PD). Signor Presidente, ringrazio l'amministratore delegato al quale rinnovo auguri di buon lavoro e che ringrazio anche per aver voluto, nel suo intervento, seguire la traccia del contratto di servizio. Per noi il contratto di servizio racchiude i valori e le aspirazioni del servizio pubblico. In esso vi sono anche i nostri valori costituzionali, quelli ai quali il servizio pubblico deve attenersi in maniera prioritaria.

Servizio pubblico è, innanzitutto, informazione e, allora, io le chiedo delle garanzie in questo suo mandato. Informazione significa autonomia rispetto all'invadenza dell'esecutivo. Significa un rapporto virtuoso con il Parlamento e con questa Commissione, come lei ha detto. Significa pluralismo. Noi veniamo da giorni molto brutti, durante i quali addirittura un Vice Presidente del Consiglio, cioè un esponente massimo dell'Esecutivo, ha attaccato in maniera durissima i giornalisti, con parole vergognose e irripetibili. Giornalisti che fanno il loro dovere, sacrosanto, di raccontare e di denunciare, come è giusto che sia.

Così come vediamo anche, in maniera allarmante, che i dati che ci vengono forniti segnalano sempre più uno spostamento abnorme dell'informazione a favore della maggioranza di Governo. Così come le segnalo anche il ruolo della RAI, e suo in particolare, in quella riforma tanto spesso agognata dei *talk show*, che rappresentano tanta parte dell'informazione in TV. Ebbene, dai nostri *talk show* sta scomparendo il contraddittorio, quando, invece, dovrebbe essere regola deontologica, non solo per un giornalista ma anche per un politico, confrontarsi con un suo pari. Voglio sapere da lei che cosa pensa su questo punto e se su di esso si impegnerà.

Signor amministratore delegato, lei ha inserito nel contratto di servizio un tema che a noi sta particolarmente a cuore, quello che riguarda il contrasto alle *fake news*, perché queste sono mistificazione e manipolazione, cioè il contrario di un'informazione oggettiva.

Noi abbiamo ritenuto la nomina di Foa a presidente della RAI, non solo illegittima per la rottura istituzionale che ha causato, ma anche indegna per essersi egli dimostrato più e più volte un rilanciato di notizie non vere, di *fake news*. Troviamo quindi in tale nomina una vera e propria contraddizione in termini con quell'articolo 25 – che anche lei, dottor Salini, ha richiamato – che richiede alla RAI di avere degli organismi che si occupino, non solo di contrastare le *fake news*, ma anche di educare i giornalisti interni a fare in modo che questa mistificazione e manipolazione non ci sia. Vorrei sapere di più da lei su questo.

Sono contento, poi, che lei abbia citato il tema del lavoro. Non è un caso che nel contratto di servizio noi abbiamo inserito un intero capitolo riguardante il personale, gli interni e la loro valorizzazione, temi su cui il Partito Democratico si è molto speso. Invitando ad implementare quello che già si sta facendo, c'è però un nodo non ancora risolto per quanto concerne gli atipici, gli autonomi e la loro stabilizzazione, su cui le chiediamo certezze.

Da ultimo, lei ha citato la questione della nomina dei direttori dei TG. Non entro nel merito parlando delle persone – naturalmente sono tutti ottimi professionisti – ma le dico che coloro che sono stati allontanati, non solo sono anch'essi degli ottimi professionisti che reclamano il ruolo che meritano, com'è stato detto, ma hanno avuto ascolti che mai si erano visti prima. A questo proposito, le imputiamo il fatto che questo allontanamento e questo cambio sia avvenuto senza che si sappia qual è il progetto editoriale, qual è l'idea e a che punto è il piano dell'azienda per la riforma delle *news*.

Quando avvengono nomine avulse dai progetti, si ha sempre l'impressione che non siano nomine virtuose, ma piuttosto esclusivamente di potere ed è stato citato qui il gravissimo tema della spartizione che c'è stata tra le forze di Governo.

L'auspicio, dottor Salini, è che il Consiglio di amministrazione non faccia lo stesso errore per quanto riguarda i direttori di rete, che stanno realizzando ottimi risultati in termini di ascolti, come probabilmente mai era accaduto prima: si dia dunque un giudizio e si faccia una valutazione solamente quando ci sarà un piano editoriale, un piano industriale, un piano complessivo che riguarda l'azienda e che lei è tenuto a dare al Parlamento e ai cittadini italiani.

MOLLICONE (*FdI*). Ringrazio il dottor Salini per aver accettato di venire ad illustrare il piano aziendale dinanzi alla Commissione parlamentare per la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

Comincio col fare una considerazione brevissima. Mi dispiace dirlo, ma dal racconto del collega che mi ha preceduto è sembrato quasi che la RAI precedentemente fosse libera da lottizzazioni e da indirizzi politici: mi fa un po' sorridere quanto ha detto, soprattutto se si pensa che alcuni esponenti del Partito Democratico all'epoca uscirono addirittura dal Gruppo per la lottizzazione dell'ex *premier* Renzi.

Chiusa la parentesi politica e venendo invece alle questioni tecniche, ho due domande da porre. Si è parlato del potenziamento digitale e *cross-mediale*, della verticalizzazione dei palinsesti. Rispetto a questo noi abbiamo un esempio eclatante a livello mondiale: mi riferisco all'affacciarsi anche sul mercato italiano di Netflix, che sta esplodendo, portandosi dietro nuovi fenomeni come Apple, Amazon e Fox. Quest'ultimo, in particolare, può essere un caso di studio assolutamente di riferimento per la RAI. Lo dico perché, essendo la RAI multirete, con RAI Cinema, RAI Fiction e RaiPlay, ci sarebbero tutte le condizioni per creare con un'unica regia e un'unica gestione, una sorta di Raiflix ad abbonamento – permettemi di chiamarla così – al fine di potenziare la produzione italiana a favore del mercato europeo.

La nuova RAI, la *next* RAI oppure, per dirla in italiano, la prossima RAI, potrebbe sviluppare forse una vocazione per catturare tutti quegli utenti che stanno passando adesso dai canali RAI a Netflix, perché c'è questa tendenza.

La seconda domanda riguarda proprio RAI Fiction: forse uno dei motivi di questa debolezza dipende proprio dallo scarso pluralismo produttivo che l'attuale direzione di RAI Fiction sta manifestando nei confronti delle società di produzione, sempre le stesse, che non fanno altro che costringere gli altri produttori ad andare o verso i concorrenti RAI o addirittura all'estero, pur realizzando prodotti di grande qualità.

Per questo sono a chiedere al nuovo amministratore delegato, a partire proprio da RAI Fiction, la garanzia di pluralismo anche nelle forniture delle produzioni, perché così deve essere in una grande *corporation*.

Per quanto riguarda in generale il piano di sviluppo e ovviamente il piano industriale, comprendiamo che la sintesi è nemica dell'approfondimento e della narrazione. Siamo convinti – e su questo le concediamo un'apertura di credito – che ci si possa poi incontrare per un nuovo confronto quando ci sarà un piano più definito e, magari, anche qualche nome nuovo. In effetti, e mi rivolgo ai colleghi del Partito Democratico, il nostro auspicio è che il Governo del cambiamento – lei è un tecnico, dottor Salini, ma lo dico anche rispetto al Consiglio di amministrazione – finalmente cambi alcune strutture e alcune gestioni.

TIRAMANI (*Lega*). Signor Presidente, ringrazio il dottor Salini per la relazione. Non ritengo che egli debba rispondere di eventuali nomine politiche, come quella del presidente Foa, né sulle *fake news*, ma non voglio entrare nel dibattito politico, anche perché sarà una sua scelta assoluta.

Noi puntiamo l'attenzione su alcune questioni.

Innanzitutto, si è parlato a lungo di contratto di servizio e noi vorremmo focalizzare l'attenzione su una struttura particolare della RAI, vale a dire la struttura di pubblica utilità che si occupa di viabilità, di trasporto, ma anche di funzioni fondamentali per i disabili: penso alla programmazione con i sottotitoli per i non udenti e anche a tutto quello che viene messo a disposizione attraverso il Televideo. È qualcosa che

in questi anni è sempre stato trascurato, per cui chiedo ai vertici aziendali se non ritengano utile investire sul potenziamento di questa struttura, se sono previsti investimenti per il suo sviluppo e se si ritiene conveniente delocalizzare alcune funzioni in altre sedi RAI per valorizzarle al meglio, come abbiamo detto.

Allo stesso tempo, visto che lei, dottor Salini, ricopre la funzione di amministratore delegato, le chiedo se non sia opportuno trasformare una struttura così importante prevedendo una direzione a suo diretto riporto, perché secondo noi la funzione è simile a quella di RAI Parlamento.

Al di là di questa specificità, che riteniamo comunque molto meritevole, vorremmo capire anche qual è l'intenzione che avete sulle sedi regionali, che garantiscono con i TGR una copertura sull'informazione, anche se crediamo sia riduttivo offrire solo questo servizio. Bisognerebbe studiare meglio la possibilità di realizzare delle produzioni locali e quindi di sviluppare al meglio le sedi. Com'è stato detto prima da un collega – io porto l'esempio territoriale del centro di produzione di Torino – ogni centro di produzione ha delle peculiarità: penso alla sede di Roma, che si occupa principalmente dell'intrattenimento di prima serata, mentre lo sport è del centro di produzione di Milano, la *fiction* di lunga serialità del centro di produzione di Napoli, così come al centro di Torino ci si dedica prevalentemente al segmento *kids* per i bambini.

Anche in questo caso però, avendo tutte le sedi delle utilità da parecchio tempo – penso alle convenzioni con la città di Torino che dà in concessione degli spazi a titolo gratuito, penso agli studi Lumiq – mi chiedo perché non si possano sviluppare al meglio queste potenzialità invece di esternalizzare sistematicamente il settore delle *fiction*. Noi crediamo che ci siano troppi operatori inutilizzati, quando si potrebbero invece usare al meglio le risorse interne, magari impiegando una parte del *budget* che destiniamo all'esternalizzazione per lo sviluppo delle *fiction* interne.

Bisogna anche capire che autonomia si vuole riconoscere ai centri territoriali e al centro di produzione di Torino, magari in collaborazione con la Direzione RAI Fiction, e predisporre una pianificazione produttiva stabile e di sviluppo pluriennale per tutti i centri di produzione. Credo che questo sia legittimo e debba essere fatto.

GASPARRI (*FI-BP*). Dottor Salini, le sottopongo due questioni molto rapide, la prima di natura editoriale. Per quanto riguarda Fazio, abbiamo espresso perplessità anche in precedenti gestioni. È vero che lei lo ha ereditato, ma la domenica la RAI registrava molti più ascolti con la *fiction*, arrivando al 35 per cento di *share* con quelle di maggiore pregio e, come minimo, al 16-17 per cento. Fazio è sempre rimasto al di sotto di questa soglia, senza parlare di costi, società di produzione autonoma e contenuti.

Fazio è diventato il portavoce delle cause sbagliate, a nostro avviso, perché appena arrestano, anche se in maniera molto blanda, il sindaco di Riace Lucano, lo invita in trasmissione.

Poi è il portavoce del portavoce del Governo, perché sere fa si è messo a disposizione, dopo l'ennesima *gaffe* di Casalino (vi è quella antica del 2004, ma quelle contemporanee non sono da meno), per fare una sorta di ufficio stampa dell'ufficio stampa del Governo. Riteniamo che non sia questo il compito di una trasmissione di presunta informazione che va in onda la domenica in prima serata.

Rispetto alla vicenda Cottarelli, ho dovuto rivolgere un'interrogazione al Governo per scoprire che Cottarelli, che ormai praticamente è un politico ed è stato quasi Presidente del consiglio (meno sconosciuto peraltro di Conte, quando fu incaricato), prende 6.500 euro a puntata; certo, sono per gli studenti ricercatori della sua università, non per lui, ma Fazio darebbe 6.500 euro a quei ricercatori se non ci fosse Cottarelli ospite? È ovvio che saranno devoluti a questo scopo, ma è sempre Cottarelli il tramite, che peraltro ha dovuto negoziare con i produttori il permesso di andare in onda su altre reti, come fosse Gianna Nannini o Joe Cocker. Noi contestiamo l'impostazione generale dell'ufficio stampa dell'ufficio stampa del Governo, il portavoce del portavoce.

Come seconda questione lei dice che mancano le risorse e che non basta il canone. Nel 2012 la RAI fa il 75 per cento di sconto sulla pubblicità; nel 2013 fa l'81 per cento di sconto, nel 2014 l'84 per cento (lei non c'entra ovviamente, essendo appena arrivato), nel 2015 l'86,4, nel 2016 l'86,7 per cento e nel 2017 l'88 per cento. Questo vuol dire che al prezzo di uno *spot* se ne fanno dieci: non è uno sconto, ma si hanno nove *spot* regalati. Riduca gli sconti (che è anche *dumping*), visto che nel contratto di servizio fatto in passato (sono tutte cose che lei eredita, ma è l'amministratore delegato con poteri ampi) le ricordiamo che abbiamo inserito un riferimento molto preciso al fatto che non sono consentite pratiche di *dumping* (non è scritto così, ma il senso è quello). Servono le risorse? Smettetela di svendere la pubblicità, facendo anche pratica di *dumping*. Il precedente direttore generale (non era amministratore) ci disse che si stava adeguando, ma anche dai dati più recenti, per economia di tempo, risulta che l'aumento dei listini è stato poi vanificato da riduzioni vistose di prezzo. Il 90 per cento di sconto è una svendita del prodotto pubblicitario. È vero che mettere una pubblicità vicino a Fazio può danneggiare il prodotto, ma ci sono anche programmi migliori a cui accostare la pubblicità. Faccia meno sconti e meno *dumping*.

Pongo un problema formale: questa pratica è in contrasto con il contratto di servizio. Su questo vogliamo risposte reali, altrimenti assumeremo le iniziative che il contratto di servizio ci consente di assumere presso l'AGCOM e chiederò alla Commissione di Vigilanza di occuparsene in maniera autonoma, come abbiamo fatto con il contratto di servizio.

RUGGIERI (FI). Signor Presidente, ringrazio il dottor Salini per la sua presenza qui oggi e mi complimento per la sua relazione che, a mio avviso, era assolutamente godibile. Buon lavoro, perché l'attende un compito importantissimo.

Cercherò di osservare i tempi televisivi, anche considerato che le mie osservazioni sono state assorbite dall'onorevole Giacomelli e parzialmente dal senatore Gasparri alle quali mi associo.

Ho soltanto due richieste da rivolgerle: le chiedo innanzitutto se se la sente di impegnarsi, in virtù di quello che ha detto nella sua ottima relazione, a escludere che le future nomine possano riguardare soggetti esterni alla RAI.

Le chiedo inoltre se se la sente di impegnarsi (questo è un punto che mi sta molto a cuore), in quei casi dove il *format* non obblighi a fare il contrario ed eccezion fatta per la comunicazione istituzionale, a salvaguardare, oserei dire «imporre» negli approfondimenti di informazione un contraddittorio fisso, senza il quale non ci può essere la puntata ideata. Questo, infatti, è un problema che sta tramutando conduttori e autori di informazione e approfondimento, che pesa moltissimo, sostanzialmente in agenti, per cui si «smerciano» ospitate, esattamente come in altri ambiti si sono smerciati contratti artistici. Siccome l'informazione è molto importante e decisiva e sono contentissimo che lei abbia sottolineato – sono assolutamente d'accordo – la prevalenza ancora attuale della TV su tutte le altre piattaforme di informazione, credo che chi lavora in televisione sia volentieri esentato dal dover «mercanteggiare» – uso la parola tra virgolette – le quote di apparizione televisiva per movimenti politici.

GALLONE (*FI-BP*). Ringrazio anch'io il dottor Salini e lo ringrazio anche per la sua pazienza, avendo aspettato per questa audizione i nostri tempi parlamentari.

Mi riallaccio all'intervento del collega Mollicone. Da qualche tempo sono diventata una fruitrice di RAI Play perché mi piace moltissimo. Ne parlavo proprio l'altro giorno: ho accantonato Netflix e ho cominciato a vedere RAI Play, insieme a me mia figlia che ha ventidue anni. Mi ha fatto molto piacere ascoltare l'avvio della sua audizione, quando ha parlato dei cambiamenti delle abitudini di consumo, dell'evoluzione dei modelli e dello scenario competitivo, perché secondo me il futuro è questo. Oggi RAI Play è il presente ed il passato della RAI, per cui con grande piacere ho potuto condividere con mia figlia alcuni momenti passati: abbiamo potuto rivedere «La freccia nera», «Cuore» o altre trasmissioni del passato. È bellissimo, in particolare per noi che non possiamo seguire in tempo reale la programmazione TV. È un servizio veramente utile poter andare a rivedere quello che la RAI ha trasmesso e vedo anche che i giovani vi si appassionano.

Quello che vorrei chiedere, in conformità con l'altro intervento, è: quali prospettive e quali scenari ci sono? Dove reperire le risorse per poter pensare a una programmazione originale RAI, perché quello sarebbe secondo me il futuro? Il futuro è qua, perché esiste la piattaforma digitale ed esiste sicuramente anche un *team* di persone che se ne stanno occupando.



MULÈ (FI). Dottor Salini, ho apprezzato la tecnicità del suo intervento e l'approccio con il quale ha illustrato le linee guida a cui si conformerà il suo mandato.

Proprio perché lei tecnicamente è una figura fondamentale, essendo amministratore delegato dell'azienda, vorrei riportarla al suo ruolo: in ogni azienda l'amministratore delegato (lei in questo ha un passato glorioso ed entrambi veniamo da esperienze aziendali) ha un ruolo di snodo che obbedisce a un mandato che evidentemente arriva dall'azionista di controllo. Quando il suo azionista di controllo dichiara alcune cose sui giornalisti, nella maniera in cui lo ha fatto (condivisibile o meno, il giudizio appartiene a ogni parte politica) e con i toni a cui ha ritenuto di ricorrere, le chiedo, essendo l'amministratore delegato di un'azienda che ha più di 1.800 giornalisti a tempo determinato, se il suo azionista di controllo le abbia comunicato prima le sue intenzioni e se abbia condiviso quelle dichiarazioni nei confronti dei giornalisti. Glielo domando dal momento che dalla Presidenza della Repubblica, dall'AGCOM, dall'Autorità di garanzia e dalle Presidenze di Camera e Senato sono arrivate parole, se non di censura, di biasimo nei confronti di queste espressioni. Lo dico pensando all'approccio cauto che i giornalisti della RAI magari si aspettano dal loro amministratore delegato.

In tal senso ho apprezzato quello che ci ha raccontato sulla scelta delle nomine fatte nelle direzioni di testate e avrei una curiosità, che è politica prima ancora che aziendale: come avete individuato nella figura di un quadro, un caporedattore, il direttore del TG1, avendo a disposizione centinaia di nomi? Avete fatto una selezione interna? Sono stati proposti autonomamente dei nomi? Siete ricorsi a una società di cacciatori di teste? Avete fatto una *short list*? Com'è che da questo mazzo alla fine esce quel nome, evidentemente un talento, quale si dimostrerà essere il direttore del TG1? Glielo chiedo dal momento che lei ha rivendicato – e non ho motivo di dubitarne – una selezione che è stata scevra da altro tipo di meccanismi.

A maggior ragione, a un amministratore delegato mi viene da chiedere una cosa perché ai miei tempi, fino a pochi mesi fa, quando un direttore di un giornale non adempiva al mandato o cambiava la linea editoriale o si rendeva immeritevole della fiducia dell'editore, veniva licenziato. Nel caso dei direttori della RAI che si sono avvicinati nessuno è stato licenziato. Devo ritenere, quindi, che si tratta di figure che lei ritiene fondamentali ancora per lo sviluppo dell'azienda. Mi sarei aspettato che, in maniera coeva rispetto alla loro rimozione, fosse arrivato un incarico che, invece, non c'è.

Quando dice che sarà molto complesso operare le trasformazioni necessarie rispetto a quanto prevede attualmente il bilancio mi preoccupa perché, avendo totalmente rispetto della sua professionalità, riconosco che è una posizione di tipo diplomatico e mi fa chiedere se questa complessità ha un termine oltre il quale lei non può andare e se, data la serietà che la contraddistingue, pone dei paletti rispetto a un termine per l'accettazione di risorse che non vengono date che non può superare.

Intervengo brevemente su altre questioni. Chiedo se, anche in maniera scritta, ritiene di chiarire meglio il discorso del concorso a graduatoria dei 196 che vanno a scivolamento perché su quello io e molti altri colleghi siamo abbastanza pressati da richieste provenienti dall'esterno e da chi è in graduatoria. Adesso si sostiene che dal 15 ottobre scorso la graduatoria non è più valida. Se si può chiarire tale aspetto, le sarei davvero molto grato.

Chiedo poi di riservare un po' d'attenzione ai residenti negli Stati Uniti perché sono stati cancellati dei programmi RAI dai palinsesti delle piattaforme che offrivano questi servizi negli Stati Uniti. Inoltre, da 10 dollari mensili si è passati a pagare 60 dollari mensili. C'è una questione aperta e chiedo se, magari anche in un secondo momento, si possa arrivare a chiarirla.

Rispetto al pluralismo, la invito ad approfondire gli ultimi dati arrivati e relativi alla presenza nei telegiornali della TV pubblica nel periodo che va dal 27 ottobre al 2 novembre. Ci dicono che il tempo riservato al Governo è pari al 45 per cento, mentre quello riservato alle opposizioni va dall'1 per cento per Fratelli d'Italia, al 9 per cento per Forza Italia. Mi sembra si evidenzino uno squilibrio rispetto al quale forse è il caso che intervenga, tralasciando il discorso dei *talk-show*.

CAPITANIO (*Lega*). Presidente, ringrazio il dottor Salini per la presenza.

Sinceramente ho trovato la relazione esaustiva e di prospettiva per alcune svolte che sinceramente ci attendiamo dalla principale azienda culturale italiana. Portare finalmente in RAI un canale solo in inglese, spingere sui temi dell'innovazione e della digitalizzazione, spingere sulla crossmedialità e puntare a un'informazione vera e certificata sono sicuramente delle prospettive non facili da perseguire e di cui si parla da anni. Si discute da tempo di portare un'offerta completa dell'informazione su piattaforma che metta insieme l'informazione televisiva, radiofonica e quella su portali *internet*. Noi speriamo che ci sia un'accelerazione soprattutto dal punto di vista dell'informazione che faccia la differenza tra l'informazione di qualità e le *fake news*.

Appreziamo la volontà di inserire in azienda giovani formati. A proposito delle scuole di formazione, chiediamo un'attenzione maggiore non solo perché si prosegua con le esperienze, ma si pensi eventualmente anche di duplicare i centri sul territorio, magari dando la possibilità a tanti altri giovani anche nel nord Italia di poter frequentare questi centri di formazione.

Valutiamo positivamente la digitalizzazione e l'innovazione. Ci aspettiamo che anche nei futuri palinsesti si possa scorgere un segno di questo indirizzo con programmi mirati che parlino il linguaggio dei giovani e che aiutino anche a sostenere battaglie fondamentali come la formazione dei nativi digitali e la formazione dei cittadini che ancora non sono digitali. Basta guardare le cifre su quanti italiani hanno in Italia un'identità digitale. Sono poco meno di 3 milioni su oltre 60 milioni di ita-

liani. È sicuramente una battaglia da intraprendere e serve una forte azione di formazione e culturale.

Condividiamo le considerazioni sulla credibilità dei giornali. A questo punto, proprio perché lei ha sottolineato l'importanza di fornire sempre più notizie certificate, per esempio si potrebbe pensare di rivalutare le edizioni che sono state soppresse del TG2 della mattina e della notte e di valutare anche la realizzazione finalmente, nel segno della regionalizzazione che lei auspicava, di una redazione del TG2 anche a Milano.

Appreziamo anche la scelta dei presidi regionali e poi, visto che molte delle domande sono già state anticipate dai colleghi – mi spiace che in alcuni interventi si sia mascherata la volontà della Commissione per la vigilanza sulla RAI di sostituirsi al ruolo del consiglio di amministrazione, però questo nella politica ci sta – le chiedo in ultima battuta, per quanto riguarda i programmi dell'accesso, se le modalità rimarranno confermate, se il *format* sarà quello attuale e se si intende potenziare questo strumento di partecipazione.

AIROLA (*M5S*). Presidente, sono contentissimo di incontrare l'amministratore delegato Salini.

Ho fatto parte anche nella scorsa legislatura di questa Commissione e ho lavorato molto sulla RAI e, quindi, posso capire in quale situazione si sia trovato anche nel fare le nomine, per esempio, senza piano editoriale e industriale perché il precedente direttore generale Orfeo non li ha fatti; né sono stati portati a termine quelli di Campo Dall'Orto, creando così il mistero Campo Dall'Orto, che è stato messo e tolto dal PD. Sulle domande del PD, quindi, le risposte già ci sarebbero.

È chiaro che per questa azienda è fondamentale diventare una *media company* ma lei si ritrova con un grandissimo ritardo accumulato dai precedenti dirigenti. Il tema centrale, quindi, piuttosto che lo *spoiling* dei vecchi dirigenti, è quello delle risorse umane su cui mi concentrerei per avere un avvicendamento non solo a livello tecnico ma a livello dirigenziale e alto dirigenziale con una visione premiale, per migliorare e cambiare la *performance* della RAI. Abbiamo visto per anni le *Happy Five*, le cinque società. Poi questa situazione è un po' cambiata, ma non abbastanza. Ciò mi induce a parlare della trasparenza, che è fondamentale, senza dimenticare però la formazione, che è altrettanto importante.

Se riusciremo ad ottenere una trasparenza su tutto – con ciò intendo dire se è chiaro quali società vengono finanziate, con quanti soldi, quanto prendono i vari direttori, quanto costano le trasferte – se avremo una RAI con una trasparenza precisa come quella della BBC, che spesso si cita, allora tante cose si risolveranno da sole. Senza una buona trasparenza è difficile raggiungere dei buoni risultati.

Non dimentichiamoci, infine, la radio, che è stata piuttosto trascurata ultimamente, ma neppure l'equità nel trattamento, per esempio, di chi ha espletato il concorso e che è in graduatoria in attesa di entrare, mentre chi frequenta la scuola di Perugia entra direttamente. Ci vuole equità nella gestione del personale; mi riferisco anche agli appalti e agli operatori.

Ultimamente è stato fatto un bando, bocciato dal Consiglio di Stato, per le società di appalto e per le *troupe* delle *news*. Un dipendente esterno ha gli stessi diritti, nel mansionario, di un dipendente interno. Questo non bisogna dimenticarlo. Non si può far lavorare quaranta ore un dipendente esterno e invece otto ore un dipendente interno.

Da ultimo, le chiedo se intende continuare a utilizzare il *job posting* per le nomine dei direttori di rete.

DI NICOLA (M5S). Signor Presidente, ringrazio il dottor Salini, al quale auguro davvero, da grande tifoso del servizio pubblico, un buon lavoro, perché egli ha davanti una scommessa e grandissime attese, non solo da parte della politica, ma soprattutto dei cittadini e degli utenti, per un rinnovamento e un rilancio profondo e spedito del servizio pubblico. Quindi, a lei va veramente il mio augurio, personale e quello del Movimento che insieme qui rappresentiamo.

Sono soddisfatto della relazione che ha svolto, anche nei tempi ristretti, perché ha toccato argomenti importanti, che lasciano ben sperare e intravedere un progetto di cambiamento e di utilizzo di tutte le tecnologie a disposizione. Da questo punto di vista, la sua biografia professionale è una garanzia perché sono sicuro che quanto oggi ella ci ha illustrato, magari con qualche difficoltà, perché la RAI è un'azienda complicata, sicuramente lo vedremo realizzato.

Mi sono piaciuti i richiami alla radio, per non citare, naturalmente, il *web*, e gli altri punti già ripresi dai colleghi. Mi piace il richiamo alle sedi regionali, che io considero un aspetto centrale, per quello che rappresentano per l'azienda in termini di potenzialità di produzione culturale e informativa. Non vi è, infatti, un giornale in Italia che abbia mediamente tra i dieci e i trenta redattori in ogni Regione italiana. Quindi, se questa azienda si concentra su se stessa e investe veramente su quelle risorse, io non riesco a immaginare quali bellezze, in termini di produzione di informazioni e di cultura, possa riuscire a produrre.

Ella ha fatto un richiamo all'alfabetizzazione digitale e sa che noi abbiamo molto a cuore questo tema. Spesso in questa Commissione sono stati fatti richiami al maestro Manzi, che ha accompagnato l'Italia industriale (gli anni Sessanta li ricordiamo tutti) sulla strada dell'alfabetizzazione. Sono sicuro che lei saprà scommettere e vincere su questo tema.

Faccio un richiamo all'informazione. Per quanto concerne l'informazione, noi stiamo ripetendo che vogliamo un'informazione libera, equilibrata, che risponda alle esigenze tratteggiate nel contratto di servizio pubblico. Quando dico ciò è perché da noi non riceverà una sola telefonata, come non riceveranno telefonate i direttori di testata o i capi redattori. Inoltre, questo discorso che facciamo sull'informazione noi lo estendiamo a tutta l'azienda.

Da questo punto di vista non la invidio, perché il compito è impegnativo. Mi piacerebbe, però, che ella raccogliesse la sfida che sinceramente lancia in questo momento a lei, che si avvia su un percorso impegnativo; ed è la sfida della libertà. Lei gioca una scommessa e io sono sicuro che,

con grande libertà e per l'indipendenza professionale che ha, saprà scommettere su se stesso e sull'indipendenza dell'azienda. Questo perché quest'azienda è veramente una grande risorsa per il Paese e perché i cittadini da troppo, ma veramente troppo tempo, aspettano quel cambiamento. Se lei sarà (come io sono sicuro) capace di avviare tale cambiamento, troverà sicuramente, nel sottoscritto e nel MoVimento 5 Stelle, una forza politica in grado di darle tutto il sostegno, soprattutto il sostegno a svolgere liberamente il suo impegno professionale negli interessi esclusivamente dell'azienda e del servizio pubblico.

PARAGONE (M5S). Signor Presidente, faccio rapidamente alcune considerazioni. È vero che oggi c'è il debutto, non tanto del dottor Salini, ma proprio della figura dell'amministratore delegato, che avrà come caratteristica quella della rapidità delle decisioni. Nessuna rapidità, però, potrà mai compensare la mancanza di visione che ha caratterizzato altre direzioni che, ai loro tempi, dovevano fare delle scelte.

Un esempio su tutti è quello della stagione di Gubitosi (che, a quanto pare, è uomo buono per tutte le stagioni e per tutti i posti, visto che ora è in predicato di guidare TIM), la stagione in cui si doveva compiere il cosiddetto balzo della rana per arrivare ad una proiezione industriale della quale oggi si sente la necessità.

Quindi, sicuramente al dottor Salini spetta una scelta politica che dovrà prendere con rapidità decisionale. Una su tutti è la famigerata sfida di Netflix, visto che è stata citata anche nell'intervista, che ho avuto modo di leggere, del dottor Salini al «Corriere della Sera». RaiPlay dovrebbe essere il cantiere di questo nuovo racconto, che non è strettamente cinematografico ma non può più essere soltanto televisivo. RaiPlay potrebbe, e dovrebbe, diventare un po' l'*hub* di un soggetto produttivo che va a miscelare le tradizioni di RAI Cinema e RAI Fiction. Questo perché il punto vincente di Netflix non è soltanto la piattaforma, ma il tipo di scrittura e la semantica utilizzata, che hanno coinvolto ed attratto diverso pubblico e diverse generazioni. Questa deve essere una sfida importante e le domando se, e come, intende declinarla operativamente.

Su direzione e scelte interne, io ho sentito il presidente Casini parlare di Orfeo come risorsa della RAI. Ora, io non so se sia una risorsa della RAI, ma i mondiali di calcio e Fazio sono soltanto le due spie rosse più evidenti della questione. A proposito di Fazio, poi, è una questione di trasparenza ed anche una questione di meritocrazia, perché mancano alcuni passaggi: non ha ascolti, eppure va in onda in prima serata.

Io gli auguro tutto il bene possibile, ma vorrei vedere una trasmissione di segno opposto con una narrazione che abbia un eguale sforzo produttivo. Tra l'altro, io non riesco a capire la collocazione dei blocchi pubblicitari, che mi sembrano maliziosamente messi per giocare sugli interstizi degli ascolti. Per quanto concerne poi la trasparenza il programma è prodotto dalla stessa società del conduttore e dell'autore. Magari su questo punto Orfeo potrà darci, quando vorrà lui, una spiegazione.

Ho poi sentito parlare di pubblicità. A tal proposito, se la RAI viene accusata di *dumping* (anche se, forse, con il 18 per cento di raccolta pubblicitaria questa non è la parola più esatta), io credo che il problema sia legato proprio alla distribuzione e alla gestione della raccolta pubblicitaria e, quindi, allo strapotere dei centri *media* e all'intermediazione nella raccolta e nella vendita pubblicitaria, dove mi sembra che la RAI, e non solo la RAI, siano penalizzate rispetto a Mediaset.

Quanto ai centri di produzione, sono tutti abbastanza in sofferenza. Io ho conosciuto da vicino il centro di produzione della RAI di Milano, dove oggi c'è un solo dirigente e ci sono poche produzioni: la produzione più impegnativa è «Che tempo che fa». E pensare che Milano dovrebbe essere il luogo in cui il racconto dell'economia e della finanza potrebbe essere centrale.

Sulle produzioni televisive, rilevo come MasterChef abbia stimolato un tipo di economia (dalla formazione professionale, addirittura alla vendita di cucine) e sia diventato anche un *brand* che ha stimolato l'economia reale. Quindi, se la televisione può coniugare ascolti e produzione di economia, si potrebbe pensare ad un artigiano come *partner* di racconto per realizzare una trasmissione come MasterChef, che non si occupi di *cooking*, ma sia una MasterChef della RAI, ovviamente con un racconto seducente come seducente è stato il racconto di MasterChef.

Per fare questo, però, servono investimenti veri. Non possiamo pensare di fare una trasmissione con pochi soldi. Se MasterChef è diventata una trasmissione di successo, infatti, è perché vi sono stati investiti parecchi soldi. Però, dati alla mano, in virtù del volano che ha creato per l'economia reale (ed ecco dove la RAI diventa veramente televisione di servizio), è stata una trasmissione vincente sotto ogni punto di vista.

*SALINI*. Innanzitutto voglio ringraziare tutti coloro che sono intervenuti per le domande e per le riflessioni assolutamente stimolanti.

Parto dal discorso del digitale, chiamiamolo così, quindi dalle sollecitazioni e dalle suggestioni che sono venute relativamente alla piattaforma digitale RaiPlay. La RAI potrà accogliere la sfida della trasformazione solo se punterà decisamente, fortemente ed esclusivamente sulla centralità del contenuto. Dicendo questo cerco di riassumere buona parte delle questioni che sono state poste qui oggi.

Perché parlo di centralità del contenuto? Perché è partendo dal contenuto che oggi potremo riuscire ad alimentare la nostra piattaforma RaiPlay, oltre al fatto che quella derivazione di contenuto andrà a finire anche sulle nostre reti tradizionali.

Abbiamo davanti a noi una sfida, quella del *format* originale, cui mi sembra abbia fatto riferimento l'onorevole Giacomelli. Io mi impegno a portare o a valorizzare all'interno della RAI risorse e strutture che inizieranno a creare, ideare e produrre *format* che siano in grado, non solo di portare valore ai contenuti RAI, ma possibilmente anche di viaggiare all'estero.

Trovo assolutamente negativo – forse è un termine troppo forte, ma ho ribadito il concetto in più occasioni – che in Italia non si producano *format* originali di intrattenimento o che magari si contino sulla punta delle dita. Ci sono Paesi come la Scandinavia, Israele e la Turchia che esportano anno dopo anno *format* originali: perché questo non si debba fare in Italia, non dico sia un mistero, ma è comunque una domanda che ci dobbiamo porre. Da questo punto di vista la RAI deve essere il motore principale per l'avvio di questa industria. Lo faremo, così come lo stiamo facendo per RAI Fiction e per RAI Cinema: avremo una struttura e un'area che si occuperanno esclusivamente dei *format* di intrattenimento e questo è un primo punto.

Al di là del fatto che Raiflix è un nome stimolante, devo aggiungere che ad oggi credo sia riconosciuto da tutti che la nostra piattaforma Rai-Play è un ottimo strumento di servizio. Rispetto a questo, però, ho già avviato una fase ulteriore, ovvero di contenuto originale destinato esclusivamente alla piattaforma: in ogni caso, il percorso della catena del contenuto – già dai prossimi mesi, ma in prospettiva – non potrà non partire *in primis* da quella piattaforma. Tutti i contenuti, ripeto, verranno valorizzati partendo dalla nostra piattaforma digitale: su questo c'è il mio personale impegno e, quindi, anche l'impegno dell'azienda. Come ho già detto, abbiamo avviato un processo da questo punto di vista e ciò richiama anche la diversificazione degli altri nostri prodotti. Se inizieremo a pensare – e inizieremo a farlo – a modelli produttivi diversi e a contenuti in qualche modo anche diversi, è evidente che anche i soggetti coinvolti, le società di produzione, non potranno che ampliarsi. Se io oggi trovo un ritardo lo trovo proprio nel fatto che in tanti generi la RAI è praticamente assente.

Pensiamo ai prodotti cosiddetti *scripted* che oggi ottengono successo anche sulle piattaforme digitali. Probabilmente, oggi la RAI ha profondamente bisogno di questi prodotti: senza voler entrare troppo nel dettaglio – mi serve però per chiarire ulteriormente il mio pensiero – mi riferisco a *comedy*, a *sitcom*, a formati brevi e alternativi. Solamente partendo dall'individuazione, dall'ideazione e dalla creazione di nuovi generi potremo arrivare quindi ad una diversificazione e ad un aumento delle realtà produttive, ideative e creative, che è quello che oggi probabilmente, anzi sicuramente, manca in RAI, ma anche nel nostro tessuto di produzione indipendente.

Che cosa farà la RAI per la produzione indipendente italiana? Farà assolutamente questo: commissionerà nuovi generi, nuovi formati e nuovi linguaggi.

Per quanto riguarda il tema del personale e dei precari, cui ha fatto riferimento il senatore Margiotta, è un percorso che stiamo definendo d'intesa con il sindacato. Il nostro impegno è quello di trovare soluzioni efficaci, ovviamente in tempi ragionevoli e brevi. Chiaramente il nostro compito primario e principale sarà sempre e comunque quello della ricerca dell'eccellenza e del merito.

Quanto alla scuola di Perugia, cui ho accennato anche durante la mia relazione, sicuramente dovremo trovare una soluzione anche per le eccel-

lenze di Perugia, un meccanismo che non vada a pregiudicare altri percorsi per l'ingresso in RAI.

Sui temi cui ha accennato il senatore Verducci, per quanto riguarda il lavoro atipico c'è assolutamente molto da fare, anche se, come ho ribadito nella relazione, per quanto riguarda i contratti a termine siamo quasi giunti ad una soluzione definitiva.

Per quanto concerne l'equilibrio dei nostri conti, in questo momento la RAI si trova a non avere una certezza su quanto dovrà derivare dal cosiddetto extrageggiato e questo è un punto che abbiamo sottoposto al Ministero, ma spero che nell'*iter* parlamentare si addivenga ad una soluzione. Il fatto che vi siano 93 milioni in meno non previsti nei nostri piani pluriennali può avere una ripercussione negativa anche nello sviluppo dei piani industriali ed editoriali cui accennavo prima nella relazione, per cui auspichiamo un ripensamento rispetto alla norma.

AIROLA (*M5S*). A questo proposito, posso dire che la mia collega della Camera Mirella Liuzzi mi ha parlato di un cambio sull'extrageggiato.

SALINI. Per quanto riguarda il tema della pubblicità cui ha fatto riferimento il senatore Gasparri, credo che sul discorso degli sconti sia stata diffusa una certa vulgata dal mercato. Frequento da un po' il settore televisivo e, di conseguenza, anche quello pubblicitario, e la pratica degli sconti (80, 90, 95 per cento) è ormai quasi accettata dal mercato pubblicitario. Per quanto riguarda però la RAI, mi riferisco sicuramente all'ultimo anno, i prezzi medi anche per secondo degli *spot* sono decisamente superiori rispetto a quelli del principale concorrente, ma anche della concorrenza più in generale, per cui non ravvedo assolutamente nessuna attività di *dumping* per RAI pubblicità. Verificheremo i dati, ma sulla base di quelli che abbiamo a disposizione non ci risulta assolutamente: il prezzo medio del costo dello *spot* e del costo al secondo degli *spot* RAI è decisamente superiore a quello dei nostri principali *competitor* sul mercato pubblicitario.

GASPARRI (*FI-BP*). Voi avete anche il canone, tanto per ricordarlo. Nella bolletta gli altri non avevano niente.

SALINI. Era solo per fare un confronto *spot* contro *spot*.

Rispetto alle nomine e relativa tempistica, ho letto più volte e anche oggi è emerso che probabilmente si è aspettato un po' troppo tempo per addivenire alle prime nomine. Per esperienza credo che, quando si entra in un'azienda che sostanzialmente non si conosce (e parliamo di un'azienda complessa e articolata come la RAI), il primo compito di un amministratore delegato sia quello di iniziare a conoscere a fondo non solo l'azienda, ma anche le persone che la compongono. Da qui è derivata un'estensione dei tempi, che non giudico assolutamente eccessiva, per quanto riguarda l'individuazione delle figure che sono state poi designate alla guida e alla direzione delle testate.



Per quanto riguarda invece le direzioni di rete, anche in questo caso ho voluto concentrare prima la mia conoscenza verso il mondo che forse conoscevo meno, quello giornalistico e delle testate, avendo sicuramente più confidenza con il mondo dei contenuti e con le reti. Ritengo che un cambio repentino e immediato anche delle direzioni di rete, così come delle testate, non avrebbe portato alcun beneficio all'azienda, non fosse altro che per il fatto che i direttori di rete sono i detentori della programmazione, dei palinsesti e dei contenuti che andranno a configurare l'offerta televisiva da qui almeno fino a primavera inoltrata. Con loro si è instaurato un rapporto di collaborazione. È evidente che stiamo valutando e sto valutando profili interni all'azienda che possano, dal mio punto di vista, valorizzare ulteriormente e condividere un percorso, soprattutto in previsione dei piani editoriali, con l'amministratore delegato e con il Consiglio di amministrazione nel migliore dei modi. Per quanto riguarda i nomi ne ho sentiti tantissimi. Ciò che posso assicurare è che li ho solamente letti e non vi sono state sollecitazioni o suggerimenti. Come voi avete sottolineato, il mio è un compito affascinante, ma anche gravoso e per la parte gravosa mi assumo l'intera responsabilità delle scelte che andrò a fare per quanto riguarda le nomine.

Ho sentito anche nei vostri interventi alcuni passaggi con cui si chiedeva un cambio rapido della *governance*. Ribadisco quello che ho detto prima: se si entra in un'azienda, bisogna conoscere l'azienda, conoscere le persone, valutarle e poi, sulla base di questo, prendere delle decisioni. Se così non fosse stato avrebbe significato che il mio ingresso nella RAI era accompagnato da uno schema già predefinito che posso assicurarvi non avevo, continuo a non avere e non avrò.

Rispetto a Fazio, il programma «Che tempo che fa» ha un costo che probabilmente non è comparabile a quello di una *fiction* e mantiene un ascolto che, in questa stagione, è intorno al 14-15 per cento. Di contro, si può dire che non solo il costo di una *fiction* è superiore (la giro anche dall'altra parte), pur se solitamente una *fiction* può avere un'utilità ripetuta. Credo che i due generi e le due tipologie di prodotto, proprio per questo motivo, non si possano comparare.

GASPARRI (*Fdl*). Rimettiamo la *fiction* allora!

SALINI. Se rivedremo la norma sul cosiddetto extragettito, faremo sicuramente più *fiction*, ma non necessariamente al posto di Fazio.

Per quanto riguarda tempi e obblighi previsti nel contratto di servizio, mi sono insediato i primi di agosto; nel precedente contratto di servizio la scadenza rispetto alla presentazione dei piani industriali era – vado a memoria – intorno al 6 settembre. Ho ritenuto non solo obbligatorio chiedere una proroga, ma ribadisco un concetto che ho sottolineato prima: dal mio punto di vista – la dico tutta – anche sei mesi per un piano industriale e un piano editoriale di un colosso articolato come la RAI sono pochi. Solamente pensare che in un mese, peraltro in agosto, avessi potuto portare

a compimento un piano industriale sarebbe stato poco serio: di qui la richiesta di una proroga.

Per quanto riguarda l'avvicendamento nelle testate e le ricollocazioni, ho avuto già modo di sentire gli ex direttori. Abbiamo tempo quaranta giorni per trovare un'adeguata ricollocazione.

Rispetto alle *fake news*, l'informazione RAI da sempre è un'informazione equilibrata, autorevole ed è sempre stata garanzia di equilibrio. Possiamo contare sui nostri giornalisti per quanto riguarda l'autorevolezza e potete contare anche sul sottoscritto che sarà un cane da guardia nel caso in cui ciò non dovesse accadere, ma non ho dubbi che sia così.

Per quanto riguarda il format dei *talk show* informativi, anche qui faccio un passo di lato: ho sempre pensato, anche da utente, che la RAI dovesse aumentare i suoi spazi informativi. Vi è decisamente una carenza in questo ambito e forse abbiamo lasciato un po' campo libero anche alla concorrenza. Questo per la RAI non è solo un terreno da coltivare, ma anche una sfida da mettere in campo. Quindi ampliamento degli spazi informativi, programmi di informazione, di attualità, di approfondimento, di inchiesta: questi sono alcuni degli aspetti che entreranno veementemente nel piano editoriale. È evidente che ci sono programmi che privilegiano – alcuni li abbiamo già in onda – la formula di intervista *one to one* mentre altri – non è solo un auspicio, ma un desiderio e un mio impegno – privilegeranno il confronto e il dibattito aperto tra tutte le forze e aree politiche in campo. Su questo c'è un mio personalissimo impegno.

Per quanto riguarda la ricezione del segnale, mi impegno a fornire un approfondimento. Per quanto concerne invece l'informazione regionale, è un nostro tratto unico e distintivo. Noi siamo un *broadcaster* che ha una ricchezza immensa nell'informazione regionale. Abbiamo redazioni, uomini, giornalisti e presenza praticamente diffusa in tutta Italia. Quindi, non ci sarà solo massima valorizzazione, ma in prospettiva la presenza sul territorio e nuovi scenari digitali dovranno assolutamente incontrarsi perché questo farà anche la differenza quando parliamo di RaiPlay. La differenza forse non sarà nemmeno sui contenuti di intrattenimento o classici, ma la potremo fare su tutti gli elementi, generi e tipologie che la RAI ha già in corpo, come: informazione, informazione regionale e servizi di pubblica utilità. Questo è ciò che credo debba dare un'offerta digitale del servizio pubblico.

Quanto poi alla valorizzazione dei centri di produzione, ho omesso nel passaggio iniziale alle risposte che la valorizzazione delle produzioni interne dovrà passare anche, ovviamente, per la valorizzazione di centri di produzione come Torino, Milano e Napoli perché, altrimenti, la mia premessa di incrementare la produzione interna e il contenuto proveniente da RAI non troverebbe applicazione perché, se ci concentrassimo banalmente solo su Roma, non avremmo spazi e modi per produrla.

Per quanto riguarda la riduzione delle testate, il piano *news* è stato avviato circa un mese fa. Lo stiamo valutando. Penso però che, rispetto ai piani precedenti che sono stati illustrati (che credo risalgano a quattro anni fa), lo scenario sia nel frattempo mutato. Secondo me, quindi, anche

con riferimento al piano *news*, alla riorganizzazione e razionalizzazione delle *news*, non si potrà che partire dal portale digitale di informazione. Forse una delle colpe è il ritardo che la RAI ha accumulato sul digitale, ma soprattutto sull'informazione digitale. Credo che ciò sia inaccettabile. Oggi abbiamo un sito RAI News che assolutamente ha bisogno di essere non solo rilanciato ma arricchito e deve scalare le classifiche con molta rapidità perché siamo quasi in zona retrocessione.

PRESIDENTE. Ringrazio il nostro ospite per la sua disponibilità e dichiaro conclusa l'audizione odierna.

*I lavori terminano alle ore 16,20.*

