



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 47

COMMISSIONE PARLAMENTARE

per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

INDAGINE CONOSCITIVA SUI MODELLI DI *GOVERNANCE*
E SUL RUOLO DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO,
ANCHE CON RIFERIMENTO AL QUADRO EUROPEO
E AGLI SCENARI DEL MERCATO AUDIOVISIVO:
AUDIZIONE DI CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI,
DELL'ASSOCIAZIONE PRODUTTORI AUDIOVISIVI (APA)
E DEL MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO (MIA)

66^a seduta: mercoledì 26 maggio 2021

Presidenza del presidente BARACHINI

I N D I C E

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE:

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

Audizione di Confindustria radio televisioni, dell'Associazione produttori audiovisivi (APA)
e del Mercato internazionale audiovisivo (MIA)

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore Pag. 3, 5,
18 e passim

MOLLICONE (FdI), deputato 14

ROMANO (PD), deputato 16

MARROCCO (FI), deputata 17

MILAZZOTTO, Direttrice del Mercato inter-
nazionale audiovisivo (MIA) Pag. 4, 18SIDDI, Presidente di Confindustria Radio Te-
levisioni 5, 19LEONE, Presidente dell'Associazione produt-
tori radiotelevisivi (APA) 11, 22

Sui lavori della Commissione

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore Pag. 25, 26

MOLLICONE (FdI), deputato 25

FEDELI (PD), senatrice 26

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Forza Italia Berlusconi Presidente-UDC: FIBP-UDC; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva-P.S.I.: IV-PSI; 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-IDEA e CAMBIAMO: Misto-IeC; Misto-Liberi e Uguali-Ecosolidali: Misto-LeU-Eco; Misto-Movimento associativo italiani all'estero: Misto-MAIE; Misto+Europa - Azione: Misto+Eu-Az.

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; Italia Viva: IV; Coraggio Italia: CI; Liberi E Uguali: LEU; Misto-Noi Con l'Italia-USEI-Rinascimento ADC: M-NCI-USEI-R-AC; Misto: Misto; Misto-L'Alternativa C'è: Misto-L'A.C'È; Misto-Centro Democratico: Misto-CD; Misto-Facciamo Eco-Federazione Dei Verdi: Misto-FE-FDV; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Azione+Europa-Radicali Italiani: Misto-A+E-RI; Misto-MAIE-PSI: Misto-MAIE-PSI.

Interviene il Presidente di Confindustria radio televisioni, dottor Francesco Angelo Siddi, accompagnato dal Direttore generale, dottor Rosario Alfredo Donato, il Presidente dell'Associazione produttori radio-telesivi (APA), dottor Giancarlo Leone, e la Direttrice del Mercato Internazionale audiovisivo (MIA), dottoressa Lucia Milazzotto, accompagnata dalla responsabile dell'Ufficio stampa, dottoressa Antonella Madeo.

I lavori hanno inizio alle ore 13,35.

(Si approva il processo 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, in diretta, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Avverto che dell'audizione odierna verrà redatto e pubblicato il Resoconto stenografico.

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

Audizione di Confindustria radio televisioni, dell'Associazione produttori audiovisivi (APA) e del Mercato internazionale audiovisivo (MIA)

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo, sospesa nella seduta del 18 maggio.

È oggi prevista l'audizione di Confindustria radio televisioni, dell'Associazione produttori audiovisivi (APA) e del Mercato internazionale audiovisivo (MIA). Saluto e ringrazio il dottor Francesco Angelo Siddi, presidente di Confindustria radio televisioni, collegato in videoconferenza, accompagnato dal direttore generale, dottor Rosario Alfredo Donato, collegato anche lui in videoconferenza. Do il benvenuto anche al dottor Giancarlo Leone, presidente dell'Associazione produttori ed audiovisivo (APA), collegato in videoconferenza, e alla dottoressa Lucia Milazzotto, direttrice del Mercato internazionale audiovisivo (MIA), accompagnata dalla responsabile dell'ufficio stampa, dottoressa Antonella Madeo, per la disponibilità a intervenire nel prosieguo dell'indagine conoscitiva in ti-

tolto, con la quale con la Commissione intende approfondire il ruolo e la funzione del servizio pubblico radiotelevisivo come principale veicolo di diffusione delle produzioni audiovisive, verificando l'efficacia dell'assetto normativo italiano che disciplina il mercato audiovisivo anche in relazione alle direttive e alle altre iniziative in materia dell'Unione europea.

Ricordo che, secondo quanto stabilito dalla Giunta per il Regolamento del Senato, in considerazione della situazione di emergenza epidemiologica in corso, per l'audizione odierna è consentita la partecipazione con collegamento in videoconferenza ai lavori dei componenti della Commissione.

Cedo quindi la parola alla dottoressa Lucia Milazzotto per la sua esposizione introduttiva. Seguiranno ovviamente gli altri interventi e poi i quesiti dei Commissari.

MILAZZOTTO. Innanzitutto desidero ringraziarvi perché è l'occasione per parlare del MIA, che è una realtà che esiste da cinque anni ed è il Mercato internazionale audiovisivo che è organizzato dall'ANICA (Associazione nazionale dell'industria cinematografica e dell'audiovisivo) e dall'APA (Associazione dei produttori audiovisivi), con il sostegno del MiBACT, dell'ICE e quindi del Ministero degli affari esteri e della cooperazione e del Ministero dello sviluppo economico.

Dal nostro punto di vista il MIA è un mercato, quindi una fiera dedicata a tutto l'audiovisivo, inteso come cinema, serialità, *fiction*, documentario, *format* e animazione, con l'obiettivo di potenziare le relazioni internazionali delle nostre imprese, tutte, e l'esportazione di prodotto. In questi termini il MIA in questi cinque anni ha contribuito, come piattaforma d'incontro e acceleratore di sviluppo economico, nelle relazioni tra gli operatori esteri e gli operatori nazionali. Quindi, in qualche modo, ha potuto osservare le evoluzioni del mercato di questi ultimi anni, che sono stati importanti in termini soprattutto di capacità competitiva del nostro prodotto, che sicuramente ha visto un ampliamento degli strumenti messi a disposizione dalle istituzioni rispetto al potenziamento della capacità competitiva e anche una rinnovata capacità creativa che ha portato un nuovo slancio anche verso le coproduzioni internazionali e la nostra capacità esportativa.

Rispetto a questo, vista la materia, è ovviamente importantissimo il ruolo del servizio pubblico, come lo è in tutti i territori europei, nel sostegno delle produzioni audiovisive tutte e quindi della produzione e del contenuto audiovisivo: statisticamente tra il 70 per cento e l'80 per cento del contenuto che noi presentiamo al MIA, che è nell'ordine di circa 500 prodotti ogni anno tra prodotti in sviluppo e in lavorazione e prodotti finiti, vede una partecipazione del servizio pubblico e della Rai.

In ambito europeo il tema del servizio pubblico, come sicuramente sapete molto bene, è dibattuto ed è molto importante perché garantisce il potenziamento dell'industria creativa nazionale e quindi relazioni di *business* internazionali sempre più forti, perché è il maggior alleato della produzione nazionale anche nei rapporti con l'estero. Quindi, il MIA la-

vora con diverse direzioni Rai: Rai Fiction, la nuova Rai Doc, la rinnovata Rai Format, ovviamente Rai Com, come strumento di vendita all'estero, ed evidentemente anche Rai Cinema. Rispetto a questo nostro punto di osservazione e anche rispetto al punto di osservazione che abbiamo sugli altri servizi pubblici in ambito europeo, i temi sicuramente ricorrenti nella discussione di tutti i *broadcaster* e di tutti i servizi pubblici rimane legata al nuovo contesto competitivo, che vede dei nuovi *player* che sono globali, tendenzialmente con delle strategie sovranazionali, che impostano dei rapporti con le industrie creative nazionali fortemente modificati. Diventa quindi essenziale il ruolo del servizio pubblico per garantire una crescita opportuna dell'industria creativa e un'opportuna differenziazione di prodotto anche verso quelle fasce di pubblico che tendono ad essere più distratte da piattaforme intra-settore, che sono i nuovi *competitor*, e sicuramente da nuovi strumenti extra-settore, come i *social*, i nuovi strumenti e il *gaming*.

Ancora più strategico diventa quindi il ruolo del servizio pubblico per rafforzare un contenuto che abbia un'identità forte da un punto di vista culturale e che si presenti differenziato per le varie fasce d'età, che poi è l'operazione che man mano tutti i servizi pubblici, inclusa la Rai, stanno facendo verso la differenziazione del prodotto, le relazioni internazionali e il dotarsi di strumenti digitali: quella cioè di avere una capacità di offrire il prodotto con una fruizione non necessariamente lineare. Ho concluso la mia esposizione introduttiva.

PRESIDENTE. La ringrazio, dottoressa Milazzotto.

Cedo ora la parola al presidente di Confindustria radio televisioni, dottor Francesco Angelo Siddi.

SIDDI. Signor Presidente, ringrazio lei e la Commissione per l'invito odierno. Noi interveniamo volentieri, sia pur nella consapevolezza che, dovendo rappresentare il sistema radiotelevisivo italiano nella sua dualità tra pubblico e privato, la nostra esposizione risentirà su alcuni aspetti del fatto che ci sono questioni attinenti direttamente alla vita delle imprese nella loro differente collocazione, quella pubblica e quella privata.

L'indagine avviene in un momento che è sicuramente particolare per il sistema radiotelevisivo nel suo complesso, non tanto perché si avvicina il tempo del rinnovo delle nomine nel servizio pubblico, quanto perché, in termini di sistema e di valutazione del sistema nel suo complesso, dobbiamo analizzare l'allargamento del mercato di riferimento in tutte le sue declinazioni multimediali e in rete ai *competitor* con cui oggi tutte le televisioni si confrontano. Questa è una questione cruciale e di vitale importanza del sistema dei *media* e del radiotelevisivo, non solo in Italia, ma credo in Europa.

In questo contesto il sistema duale italiano ha dimostrato fin qui una buona efficacia di iniziativa, di presenza e di attività. Anche il servizio pubblico, pur esposto a tante osservazioni critiche (più di tutti gli altri evidentemente, proprio per la sua natura di servizio pubblico), come appare

chiaro a tutti, deve svolgere un ruolo di equilibrio e di *benchmark*, che è la scelta fatta a suo tempo dal legislatore italiano e peraltro da molti altri Paesi europei.

Il punto è capire come andare avanti oggi, con il modello italiano, con modelli che riprendono il sistema inglese o con modelli di BBC attenuati – come li chiamo io – in cui i privati e il pubblico hanno diversamente organizzato il sistema, come la Francia e la Germania che al servizio pubblico attribuiscono un modello attenuato rispetto ai ricavi pubblicitari. Questo è abbastanza simile in qualche modo a quello inglese primario della BBC, differente da Channel 4, che invece può trasgredire e andare oltre nel campo della pubblicità.

Affronto subito questa questione perché l'equilibrio delle risorse è un tema fondamentale sul quale impostare qualsiasi politica di azienda. Quando parliamo di servizio pubblico pensiamo al servizio pubblico che deve garantire una serie di obbligazioni, fissate dallo Stato attraverso la convenzione da accennare ben nel dettaglio dai contratti di servizio, e dall'altra parte al bisogno di assicurare un equilibrio di sistema nel Paese.

Lo Stato italiano ha fatto uno sforzo enorme, pochi anni fa, individuando una sicurezza di entrate da canone, portandole in bolletta; subito dopo, per far fronte ad esigenze di sistema complessivo e di vitalità dei *media* italiani, ha sottratto una quota di quelle risorse per destinarle al Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione e ha lasciato inalterato il capitolo pubblicità, sia pure in una forma anch'essa attenuata rispetto alla possibilità che il mercato offre, lasciando alla Rai precise barriere, ma continuando a considerare il finanziamento duplice pubblicità e canone (quest'ultimo per oltre il 70 per cento).

Probabilmente occorrerà partire da qui, ovvero dal canone cui è affidato il principale sostentamento del servizio pubblico rispetto agli obblighi che il legislatore gli vuole attribuire, per trovare il modo di fare maggiore chiarezza e accentuare, attraverso la fonte di finanziamento, il carattere di servizio pubblico che la Rai deve garantire. Ciò vuol dire assicurare alla Rai risorse certe e solide, quindi evidentemente tutto il canone; occorrerà trovare altre strade per finanziare quelle emergenze necessarie che anche noi abbiamo sostenuto in quella fase. Si trattava di sostenere soprattutto le TV locali – non dimentichiamolo – e di recuperare quote anche per tutto il resto del sistema dei *media*. Nel frattempo, la legge ha attribuito al servizio pubblico ulteriori competenze e obblighi, financo ad intervenire sulla sua capacità autonoma di programmazione, limitando di fatto una parte delle sue risorse o comunque vincolandola nella destinazione già in origine.

Se questa è la realtà, è evidente che occorre guardare alla Rai come a un'azienda che deve diventare modello dal punto di vista organizzativo, produttivo, dal punto di vista della sperimentazione e dell'innovazione, perché può contare anche su questo importante sostentamento pubblico definito e certo, benché oggi sostanzialmente ancora non lo sia. Abbiamo infatti visto che resta il tema dell'extragetito. Dobbiamo guardare bene agli scenari e, per quanto ci riguarda, limitare il nostro intervento sulla *gover-*

nance al minimo, perché questo è un compito che non può essere affidato alle imprese, anche quelle commerciali: non spetta a noi dire come deve essere fatta la *governance*. Siamo disponibili a rispondere alle domande e ad esprimere le nostre opinioni sulla base dell'esperienza. Magari manderemo anche un testo scritto, perché resti agli atti della Commissione.

Abbiamo accennato ad altri sistemi europei quali, ad esempio, la BBC, che è un'azienda finanziata solo dal canone, mentre Channel 4 è *no profit* e finanziata solo dalla pubblicità: le modalità sono diverse, ma ponevamo un accento sul tema delle risorse perché, così come costruito, per certi versi il sistema italiano vede la Rai in un rapporto diretto sia con i cittadini italiani, dai quale trae le sue principale risorse, sia con il mercato che consente al sistema pubblico – credo sia stata questa la ragione – di misurarsi anche su tutti i dati della competizione o della presenza nel sistema radiotelevisivo; quindi, non solo sull'ascolto, ma anche sulle politiche commerciali e industriali. Essere presenti nella pubblicità da questo punto di vista può dare l'idea che si è più capaci di essere industriali e al contempo rappresentare i cittadini. Da questo punto di vista la Rai dovrebbe essere *benchmark* sempre; non sempre ci riesce, ma ci prova. Come richiesto dalla normativa nazionale e comunitaria, i compiti del servizio pubblico italiano sono stabiliti nel dettaglio – lo abbiamo ricordato poco fa – dalla convenzione e dai contratti di servizio. Probabilmente è lì che andranno fatte modulazioni più attente.

Non voglio parlare di *governance*, intendendo con ciò vertici ed altro, ma per un modello organizzativo industriale diverso, che formalmente spetterebbe agli organi gestionali dell'Azienda, non sarebbe male se arrivasse un indirizzo anche da chi è detentore della rappresentanza parlamentare dei cittadini, perché forse alcuni modelli sperimentati dovrebbero essere corretti. Mi chiedo ad esempio come sia possibile che la Rai, casa madre, usufruisca del canone e lo percepisca in forma diretta e, contemporaneamente, ci siano convenzioni pubbliche, con i Ministeri, che debbono passare per una società *in house* della stessa Rai, e magari si sottraggono risorse per questa operazione tecnico-amministrativa: penso soprattutto ad alcuni aspetti della questione degli italiani all'estero, che in questi giorni sono tornati molto a galla. Questi sono però aspetti che riguardano più l'organizzazione aziendale che l'organizzazione di base, la legge e gli equilibri che la stessa deve stabilire. Probabilmente su questo punto ci sono aspetti di riforma interna, che si incrociano con gli aspetti della riforma di carattere generale. A noi interessa l'aspetto di carattere generale e il ruolo di equilibrio che il sistema pubblico può svolgere nel mercato radiotelevisivo, rispondendo alle esigenze di tutela di istanze, a cui da solo il mercato non può provvedere.

Ritorno dunque agli obblighi più stringenti previsti per la produzione audiovisiva nazionale ed europea, che ci sono anche per i privati, ma chiaramente sono più stringenti per il servizio pubblico della Rai, che credo porti il merito, insieme a tutti gli altri operatori, di aver concorso in questi anni a salvare il cinema italiano. Per i contenuti che risultano accessibili a determinate categorie più deboli e marginali, nonché per i contenuti edu-

cativi, culturali e per le minoranze linguistiche, si tratta di obblighi che derivano dalla convenzione e dal contratto di servizio e quindi è giusto che vengano sostenuti in maniera forte dal canone. Anzi, forse ciò va maggiormente evidenziato, in un processo di riforma in cui sia sempre più chiaro che il canone tiene in vita il servizio pubblico e le produzioni da servizio pubblico. Si tratta di un capitolo rimasto permanentemente aperto e oggetto di discussione pubblica, in tutti gli ambiti della partecipazione al dibattito del Paese.

Il tema di garantire risorse adeguate, ma eque, mi pare che sia centrale in ogni proposta. È diventata attuale, negli ultimi tempi, soprattutto la questione extragettilo sì o extragettilo no. L'extragettilo in teoria non esiste, perché l'extragettilo è anch'esso un'invenzione extra-giuridica, che va adottata per corrispondere ad esigenze di emergenza – si pensi al tema delle TV locali – di cui probabilmente lo Stato deve farsi carico in altre forme, a meno che non si cambi la natura del canone.

Se però il canone viene riportato interamente nel sistema Rai, evidentemente può consentire una riforma del servizio pubblico, per quanto riguarda la sua collocazione sul mercato in maniera diversa. Nulla può impedire che, assicurate le risorse certe nella misura puntuale e necessaria per il servizio pubblico, si risolvano anche le questioni aperte sul mercato pubblicitario. Sapete che i contenziosi sulle quote della pubblicità sono andati avanti per anni: li risolviamo canale per canale, fascia oraria per fascia oraria, oppure complessivamente? È un discorso che non si è mai chiuso; di tanto in tanto si trova un equilibrio, ma è sempre fonte di competizione. Nel momento in cui la risorsa pubblicitaria non è più così ricca, come lo era venti anni fa, lo scenario è cambiato, gli *over the top* (OTT) fanno ormai la parte del leone, c'è l'irruzione di questi nuovi soggetti nel mercato, soprattutto operatori stranieri (che qui non lasciano quasi nulla, neanche le tasse), il tema si pone in maniera molto più evidente. In quel caso spetta però al legislatore e a un confronto sociale e pubblico capire come andare avanti.

È evidente che se il servizio pubblico è in grado di sostenersi da sé solo con il canone, però ha bisogno anche di stare sul mercato della pubblicità, per misurarsi dal punto di vista industriale e della competizione più larga e aziendale. Probabilmente si possono misurare ambiti differenti, pensare ai grandi eventi che rimangono o alla pubblicità di grande valore. Rimaniamo dentro il servizio pubblico, ma probabilmente un rafforzamento del canone può consentire di liberare risorse per il resto del sistema, dalle TV locali al resto del sistema radiotelevisivo, fino ai *new media* e così via. Questo però è un discorso che va visto alla luce dei dati, che abbiamo e che tutti sono in grado di leggere, sul mercato e i suoi andamenti. Non entriamo nelle polemiche sulle tariffe, se abbassarle o meno, perché in questo momento non è il caso. Ora è invece il caso di ridefinire l'ambito delle risorse in maniera equilibrata e chiara, che consenta di rafforzare il sistema duale italiano, nella bellezza e anche nella forza in cui si è manifestato in questi decenni.

Al di là delle polemiche che hanno contraddistinto lo scontro tra pubblico e privato, in realtà tutto il sistema radiotelevisivo italiano in questo scontro è cresciuto in qualità e in capacità industriale, organizzativa e innovativa. Oggi, peraltro, è protagonista del processo innovativo più delicato, quello del DVB-T2, della nuova stagione del digitale e dell'ingresso nella fase dell'ibridazione totale, con la diffusione su tutti i canali di tutti i contenuti, mantenendo però la forza che l'editore radiotelevisivo può garantire ai cittadini, in termini di affidabilità, di credibilità e di qualità. Si ha un bel dire che tutti possono fare tutto, ma non è così, perché alla fine si afferma la forza dei «marchi», ma in realtà sarebbe meglio dire delle imprese che investono seriamente, non solo sulla tecnologia fine a se stessa, ma sui contenuti e sulle persone. Da questo punto di vista ci sono grandi opportunità per un soggetto, come la Rai, che è sicuramente in grado di stare in una competizione globale se solo lo si vuole liberare da una serie di lacci e laccioli, concedendogli la possibilità di essere impresa fino in fondo e non di esserlo a giorni alterni e doversi ancora occupare dell'analisi della sua organizzazione tecnico-amministrativa. Questo diventa anche la scusa per cui a volte alcune cose non si riescono a fare con la dovuta efficacia.

È necessario quindi che le risorse della Rai, non solo quelle di oggi, ma anche quelle future, siano certe per assolvere i compiti in termini di prospettiva e nel confronto con tutti gli operatori nazionali e multinazionali, osservando anche qui che il servizio pubblico, così come gli operatori privati, oggi soffre per lo sbilanciamento esistente nel mercato dal punto di vista delle risorse, della tassazione e degli obblighi sociali ed economici, che vanno a totale vantaggio, determinando uno squilibrio pazzesco, degli *over the top* (OTT). Il loro peso è noto a tutti e non per nulla l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom) è intervenuta più volte con i suoi mezzi e l'Unione europea sta intervenendo con le direttive sui *media* e sui servizi audiovisivi.

Sulla gestione della struttura organizzativa, affinché il servizio pubblico possa mantenere la propria salienza nel contesto allargato del mercato, suggeriamo di valutare con attenzione la possibilità di predisporre strutture gestionali e organizzative più adatte alla conformazione di *media company*. Senza entrare nel dettaglio, che penso sia competenza di altri e giustamente non può essere nostra, per chi opera in questo campo è evidente che, pensando agli obiettivi di un'azienda pubblica chiamata a garantire l'esecutività di progetti che stanno nell'ambito di contratti almeno quinquennali (le convenzioni sono decennali e i contratti quinquennali), probabilmente anche un mandato più lungo, da tre a cinque anni, consentirebbe agli amministratori della Rai di rispondere maggiormente alle responsabilità loro affidate e di essere giudicati in un arco di tempo che consenta di misurare non solo l'*audience* del giorno, che dovrebbe valere di meno come giudizio finale, ma la visione e la capacità di realizzare un progetto in un arco di tempo dato. In tre anni, però, oggettivamente, si possono generare solo discussioni, che si fermano lì, piuttosto che risultati.

È un punto che, a nostro avviso, aiuterebbe qualsiasi azienda ad essere più efficace, ancor più un'azienda che deve corrispondere ad obblighi di servizio pubblico e che ha bisogno di essere liberata dai continui rumori di fondo che non le permettono di operare secondo gli obiettivi confermati e gli obiettivi che riesce a darsi dal punto di vista della propria autonomia gestionale, che sono poi stati condivisi dall'editore che allo stato attuale è il sistema pubblico italiano, attraverso il Parlamento, e sul piano operativo attraverso il Governo.

Riteniamo che la Rai debba essere messa in grado fino in fondo di essere *benchmark* di servizio per tutto il settore. Le attività svolte anche in relazione agli obblighi di servizio, affidate in quote minori anche ai privati, hanno dimostrato che questo è indispensabile affinché la produzione audiovisiva italiana possa essere valorizzata anche sui mercati esteri. A tal riguardo il Parlamento potrebbe dare sulla Rai un indirizzo maggiore in sede di adozione dei provvedimenti. Ciascuna azienda su questo termine si regola in relazione alla propria capacità economica, finanziaria e così via; il sistema fa altrettanto e spesso, per realizzare importanti produzioni che hanno grandissimi costi, occorre affrontare la questione della gestione dei diritti per l'estero. Probabilmente su alcune produzioni primarie sarebbe fondamentale che la gestione dei diritti, anche per l'estero, fosse in capo all'editore del servizio pubblico, perché in tal modo il servizio pubblico potrebbe mantenere la titolarità dei diritti per raggiungere tutto il suo pubblico nel mondo. La Rai ha infatti anche il dovere di assicurare le informazioni e il meglio dell'Italia per gli italiani all'estero, in tutto il mondo, ma a volte è quasi incapace di competere, perché alcune produzioni non le può più usare nella sua relazione con gli abbonati all'estero. Non dimentichiamo che sono tantissimi coloro che nel mondo (soprattutto italiani, ma non solo, perché si tratta anche di amanti della lingua italiana) hanno un abbonamento alla Rai, magari non direttamente ma indirettamente, e ricevono il segnale radiotelevisivo con i programmi che la Rai può trasmettere sul piano internazionale.

Voi siete la Commissione di vigilanza e ricordo che la Rai è al centro di una polemica sulla questione della cancellazione della trasmissione «La giostra del gol» dalla programmazione degli italiani all'estero. Io non voglio fare il difensore d'ufficio della Rai, ma la questione non riguarda solo «La giostra del gol» o le partite in diretta. Alcuni pretenderebbero il campionato in lingua italiana su Rai Italia o sui canali della Rai. Ritengo che vi sia un mercato dei diritti sportivi che funziona in un certo modo e non c'è stato un intervento di tutela del legislatore per garantire una quota del servizio a beneficio di tutti i cittadini italiani nel mondo. Come fa la Rai a comprare quei diritti a prezzi che non siano eccessivi? Bisognerebbe fare delle valutazioni che consentano alla Rai di svolgere una funzione di distensione e anche di allargamento della propria base, sfruttando la sua enorme capacità produttiva, per raggiungere quasi tutti, non solo in Italia, ma nel mondo. Ciò non solo perché in Italia oggi è un obbligo di legge, ma perché storicamente anche nel mondo la Rai è strutturata in questo modo.

Pertanto oggi vogliamo rilevare che nonostante le crisi economiche degli ultimi anni, con una forte contrazione degli investimenti pubblicitari, le televisioni italiane hanno continuato ad essere il motore dello sviluppo dell'industria dell'audiovisivo italiano con un apporto che rimane, anche in questo momento di difficoltà e di crisi, di oltre un miliardo di euro annuali. Si tratta di investimenti calcolati solo sulla base degli obblighi imposti dalla legge e non tengono conto degli altri milioni versati ogni anno dagli editori radiotelevisivi alla SIAE e alle altre società di *collecting* per sostenere il sistema e altri investimenti per attività complementari, quali la promozione e la distribuzione delle opere e il doppiaggio.

La priorità delle linee editoriali dei canali ha consentito di realizzare opere cinematografiche, serie TV e programmi di intrattenimento che hanno avuto grande successo anche a livello internazionale, portando l'industria italiana dei contenuti a un livello di qualità comparabile con la parte migliore della produzione internazionale. L'equilibrio pubblico-privato che il sistema italiano ha concretamente e spontaneamente delegato oggi si potrebbe arricchire di un'opportunità in più, se aiutato da una legislazione in grado di chiarire proprio quegli aspetti che negli ultimi anni sono stati motivo di contrasto. In questo momento non sono più motivo di contrasto, ma oggetto di un'autoregolazione, che però va definita in termini di maggiore chiarezza, intervenendo in maniera trasparente e senza timore sul capitolo risorse e affidando nitidamente al canone, che deve andare per intero al servizio pubblico, la gran parte dell'obbligo che attiene al servizio pubblico. Auspichiamo davvero che questo possa consentire davvero di innestare quelle novità, organizzative, industriali e di alta amministrazione, che l'azienda deve tenere insieme a tutta la capacità editoriale che le è universalmente riconosciuta in Italia e nel mondo.

In conclusione, Presidente, restiamo a disposizione per fornire documentazioni e integrazioni e consegnare il testo del scritto dell'intervento che ho appena svolto. (Manifesto rispetto per il Parlamento e i suoi organi perché chi opera in nome del popolo italiano merita sempre rispetto.)

LEONE. Signor Presidente, onorevoli deputati e senatori, cercherò di essere breve, quindi parlerò a braccio, in modo tale da lasciare spazio, se lo ritenete opportuno, a eventuali domande. Cercherò anche di essere propositivo, interpretando la lettera di convocazione: da una parte, mi è chiaro che si tratta di un'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del servizio pubblico; dall'altra, occorre anche approfondire come si stia interpretando il suo essere il principale veicolo di diffusione delle produzioni audiovisive e anche verificare l'efficacia dell'assetto normativo.

Passo subito ad alcune proposte molto pratiche. Ricordo innanzitutto che l'Associazione produttori audiovisivi (APA) – che rappresento – raggruppa tutti i principali produttori di serialità, animazione, documentari e ovviamente di film, sebbene il cinema sia soprattutto rappresentato dall'Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive multimediali (ANICA). Il mondo della serialità e dell'animazione rappresenta

circa un miliardo di euro di investimenti l'anno e questi produttori sono i fornitori di contenuti per le emittenti nazionali.

Per l'APA, che presiedo, la riforma della Rai è necessaria e non può essere un mero *lifting*, com'è successo con la riforma del 1993 che prevedeva i cinque consiglieri d'amministrazione nominati dai Presidenti delle Camere, o con l'operazione di facciata dell'ultima legge, quella attualmente in vigore. La Rai al momento deve infatti rispondere a due istituzioni: Parlamento e Governo. Al primo deve rispondere indirettamente, per la nomina ad esso conferita dei quattro consiglieri, oltre al ruolo rilevante di indirizzo e controllo di questa Commissione; al secondo, perché ovviamente ne è azionista, tramite il MEF, che, oltre a esprimere la nomina del Presidente, sebbene sia vincolata al vostro voto qualificato, sceglie anche l'amministratore delegato. Credo allora nella necessità e nel valore di un controllo pubblico attribuito al Parlamento, nelle forme che si intenderanno individuare, a partire dal ruolo della stessa Commissione bicamerale, che non mi sento di mettere in discussione, come invece a volte ho sentito.

Riteniamo altresì necessario recidere il cordone ombelicale tra il servizio pubblico e il Governo. Come fare? Tra le tante ipotesi, che sono state anche inserite in alcune proposte di legge, una delle quali tra l'altro della senatrice Fedeli, vi è quella di conferire le azioni della Rai SpA a una fondazione, che dovrà a sua volta avere come fonte di nomina le istituzioni più qualificate (Presidenti di Camera e Senato, Corte costituzionale) e le organizzazioni culturali (ce ne sono un'infinità, c'è solo l'imbarazzo della scelta). La fondazione, secondo noi, a sua volta deve nominare un numero ristretto di amministratori qualificati (non più di tre o cinque), della RAI SpA sulla base di criteri che, per quanto soggettivi, rispondano a profili di altissimo merito.

Scusatemi se entro in questo dettaglio, ma ritengo che quella presente sia l'occasione per poterci confrontare anche rispetto a proposte che in questo momento sono all'attenzione delle Camere. Sia la fondazione sia la Rai dovrebbero avere mandati più congrui – e mi pare che su questo siamo tutti d'accordo – rispetto agli attuali tre anni per gli amministratori (penso ad almeno cinque anni) e, ove possibile, svincolati nella tempistica di inizio e fine mandato tra fondazione e Rai SpA. Questo per quanto riguarda la *governance*.

Vengo invece al tema del rapporto tra la Rai e lo scenario audiovisivo. La Rai è considerata da molti, a torto o ragione, la più importante industria culturale del Paese. Come fare per confermare questo assunto? Lo è davvero ancora? Probabilmente sì, ma in parte e solo modificando molte delle attuali tendenze negative. Parto dalla convinzione, alla luce della mia ultratrentennale presenza alla Rai con ruoli apicali fino a pochi anni fa, che le attività di servizio pubblico si dividano sostanzialmente in due grandi aree, riconosciute anche dal contratto di servizio: da una parte, l'informazione, lo sport e l'approfondimento; dall'altra, i contenuti culturali (intesi come audiovisivo, cinema, serialità, documentari e animazione). Si tratta quindi di due grandi blocchi, senza per questo discono-

scere l'importanza dell'intrattenimento, che tiene in modo rilevante la sfera della programmazione comunque prevista dalla separazione contabile tra uso del canone e della pubblicità.

Non intervengo sull'informazione, lo sport e l'approfondimento: non è questo il tema di oggi. Sulla produzione audiovisiva invece ho da dire: se la Rai è e vuole continuare ad essere volano dell'industria culturale, non deve venire meno alla sua missione. Il servizio pubblico, come quello dei principali Paesi europei, svolge la sua attività di produzione di contenuti prevalentemente con gli operatori del settore, ovvero i produttori dipendenti; in questo senso, la Rai investe in modo prevalente su tutto l'audiovisivo (film, serie, documentari e animazione) per circa 300 milioni di euro l'anno, pari a circa il 15 per cento di tutto il suo fatturato. Per noi non è tanto, se si considera che la BBC investe il 50 per cento del proprio fatturato, tra l'altro solo da canone, in contenuti audiovisivi di produzioni indipendenti.

La Rai, secondo l'APA, sta perdendo progressivamente peso specifico nel suo ruolo di volano dell'industria culturale, perché investe sempre meno nell'industria culturale dei contenuti, nonostante quest'anno abbia ottenuto 84 milioni, stornati parzialmente dal cosiddetto extragettilo, con l'aspettativa generale, da parte di tutti gli utenti del mondo, che servissero per investire sul prodotto e non per migliorare il proprio conto economico.

Faccio un esempio per tutti a questa Commissione: le produzioni di serialità nel 2021 registreranno una contrazione del 20 per cento degli investimenti rispetto al 2020, anno già non facile, come vi è ben noto. Lo scollamento tra il piano economico e quello finanziario di Rai Fiction rischia di rendere questa situazione ancora più preoccupante. Dunque Rai Fiction, non per responsabilità della sua direttrice, che non determina il *budget*, ma per scelte di vertice, produrrà molto meno e con ogni probabilità – anzi, con certezza – sarà costretta a far slittare alcune produzioni all'anno prossimo, con una spirale viziosa che avrà effetti a catena anche a partire dal 2022. Non è dunque un'affermazione azzardata dire che la Rai sta disinvestendo sulle produzioni culturali dell'audiovisivo.

Un altro esempio sono i documentari: sulla base della legge e anche del contratto di servizio, la Rai si è finalmente dotata di un'apposita direzione per i documentari, che dovrebbe essere il volano e il punto di riferimento principale dell'industria culturale di questo mondo, che in Europa sta diventando *leader*: benissimo. Il *budget* dato a Rai Documentari quest'anno è irrisorio: 3,5 milioni di euro. Sfido chiunque conosca bene questo mondo ad intuire quali potenzialità abbia.

Pertanto, oltre a sollecitare una vera riforma della *governance* della Rai, che è di stretta pertinenza del Parlamento (ma ci siamo permessi di esprimere la nostra opinione) e nell'attesa che questo avvenga nel migliore dei modi e con la massima celerità (mi rendo conto però che non avverrà prima delle attuali nomine), è importante che il servizio pubblico individui le vere priorità. È necessario che investa su di esse con la massima potenzialità, disinvesta su attività che non sono di primaria necessità e concentri la sua attenzione sull'essere davvero il soggetto principale in Italia delle

produzioni culturali audiovisive. Risponda con importanti investimenti in questo settore; soprattutto risponda alla presenza incombente delle *over the top*, cioè le piattaforme *on streaming*, che hanno un altissimo valore, anche in termini di produzione sul loro impatto e sulla produzione nazionale. Ovviamente la Rai, se proseguirà su questa strada, vedrà l'industria nazionale soccombere, per colpa sua, allo strapotere delle multinazionali dello *streaming on demand* e il nostro Paese rischierà seriamente di essere la provincia di un impero di cui conserviamo soltanto la memoria.

Mi avvio alla conclusione: mi rendo conto che la Rai non potrà fare da sola questo importante passo. Ci auguriamo che il prossimo vertice sia più lungimirante, ma dovrà essere accompagnata da scelte, anche probabilmente del Governo, che consentono di contare su maggiori risorse per le produzioni, sia tramite il conferimento delle ulteriori trattenute dello Stato che attualmente gravano sul canone e che sono superiori a 100 milioni, sia con strumenti mirati. Un esempio meritorio per tutti è quello del Ministero della cultura, che ha investito sul settore con decisioni sul *tax credit* che dimostrano che questo Paese sa fare sistema, sebbene il MiC dovrebbe individuare insieme al Ministro dell'economia e delle finanze un nuovo sistema di accesso al *tax credit*, senza l'attuale tetto che non ne consente la piena fruizione di tutti, salvo manovre di finanziamento che potrebbero essere superate da un metodo di consuntivazione a fine anno. Questo è un altro tema, ma attiene a come anche la norma intorno alla produzione culturale possa essere migliorata.

Quindi, per concludere, secondo l'APA servono da una parte nuova *governance*, dall'altra necessari e rafforzati nuovi strumenti d'investimento sull'industria culturale dell'audiovisivo e soprattutto inversione di tendenza verso quello che oggi è un pericoloso disinvestimento in questo settore.

MOLLICONE (*FDI*). Signor Presidente, vorrei iniziare a rivolgere le domande al dottor Siddi, presidente di Confindustria radio televisioni. Abbiamo una serie di quesiti, perché condividiamo alcune cose che ha riferito, anche in termini di analisi, però vorremmo maggiori specifiche.

In particolare, sul PNRR, nell'investimento 1 della missione 1, componente 2, viene trattata la transizione 4.0 al fine di aumentare la produttività, la competitività e la sostenibilità delle imprese italiane, anche per le imprese editoriali. In che modo, se questo è avvenuto, Confindustria radio televisioni è stata audita dal Governo su tali temi? Fermo restando che il riferimento al PNRR è di qualche riga e quindi forse è già nell'impostazione di visione mortificare tutto il settore dell'editoria, radio e TV, e quella che dovrebbe essere la transizione digitale di scenario dei prossimi anni è già, secondo noi, assolutamente disdicevole.

Un'altra questione che diventa fondamentale è lo sviluppo della rete DAB+ sul territorio nazionale, utilizzata a livello universale per fruire della radio digitale, che garantisce numerosi vantaggi per gli utenti e per i produttori, su cui noi abbiamo condotto una battaglia anche insieme agli operatori. Confindustria radio televisioni, nel documento «Proposte e

progetti del settore radiotelevisivo» ha richiesto 35 milioni di euro in tre anni, affinché si potesse estendere la rete di trasmissione DAB+ su tutto il territorio nazionale; a questo si aggiunge il progetto quinquennale sulla digitalizzazione DAB+ nelle gallerie, perché c'è il problema della schermatura, per il quale sono stati richiesti da Confindustria radio televisioni 50 milioni di euro. Chiediamo al dottor Siddi se il Governo ha dato seguito a questi progetti e quali sono le modalità e i tempi di attuazione.

Inoltre, auspichiamo un recepimento della direttiva *copyright* – cui ha accennato anche il dottor Siddi – che sia aderente allo spirito con cui è stato emanato l'atto e che tenga conto degli ordini del giorno approvati in Aula, anche a firma di Fratelli d'Italia, sul meccanismo di negoziazione obbligatoria fra piattaforme digitali ed editori e l'eventualità di azione arbitrale. Su questo mi sembra che l'orientamento sia positivo, ma vorremmo un maggiore approfondimento.

Infine, come si pone in relazione al recepimento della direttiva sull'audiovisivo e sul riordino del TUSMAR (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici) a fronte anche della mozione proposta dall'opposizione e approvata oggi in Aula all'unanimità (con due soli voti contrari), con nostra grande soddisfazione e a dimostrazione che l'opposizione sa essere costruttiva e fare atti di Governo.

Vorrei ora rivolgermi al dottor Leone, il cui intervento ho molto apprezzato per quanto riguarda l'analisi del mercato audiovisivo e dell'investimento di Rai. Vorrei confermarle che alcune fonti ci riportano che Rai stia «disinvestendo» (che poi è il verbo che ha usato anche il dottor Leone) per coprire alcuni buchi contabili sul livello di investimento sulle produzioni culturali e audiovisive e che molte produzioni slitteranno al 2022, cui ha fatto cenno anche il dottor Leone. Vorrei sapere se su questo ha maggiori informazioni e quale può essere un'inversione di rotta.

Sempre sull'audiovisivo e sul fare sistema da parte della RAI, noi come Fratelli d'Italia stiamo conducendo una battaglia, direi fin qui con un certo successo (non me ne voglia il presidente Barachini), per contrastare il progetto commercialmente insensato di ItsART, che ha portato addirittura alla bocciatura di una risoluzione a favore dell'ingresso di Rai in ItsART, dovuta ai due voti contrari di Fratelli d'Italia, perché non si è raggiunto il *quorum* minimo di voti per la sua approvazione.

Noi abbiamo presentato proposte ufficiali, che si sono tradotte in due risoluzioni, una delle quali sul piano industriale; a me dispiace ricordarlo, ma l'abbiamo detto anche all'amministratore delegato Salini quando è venuto in audizione e lo ribadiamo ora al dottor Leone. Sto parlando di due risoluzioni, che sono state votate all'unanimità, sulla costituzione di un sistema di partenariato pubblico-privato che possa competere con gli OTT (*over the top*) Rai Play Plus sul modello francese o quelle inglese. È probabilmente la risposta industriale a quello che denunciava dottor Leone: la Rai, invece di fare sistema e filiera, sta disinvestendo sull'audiovisivo in maniera grave, addirittura sui documentari, e non segue né il modello inglese, che è *à forfait* come Netflix, ma tutto gratuito (solo TV di Stato integrata con le produzioni private inglesi), né il modello francese, dove

addirittura c'è una Netflix integrata tra televisione pubblica francese e produttori privati. In questa forbice di modello industriale, il Ministero della cultura, con Cassa depositi e prestiti, ha scelto di investire in un soggetto privato che era in grave difficoltà economica, Chili, che ha lanciato ItsART, sostenendo un modello *pay per view* che ormai è superato, anche in termini di *business*, e che non sta decollando. Non lo diciamo noi, anche se l'abbiamo denunciato prima, ma adesso lo dicono anche gli operatori.

In conclusione vorrei sapere la sua opinione, dottor Leone, rispetto a queste risoluzioni che sono indirizzi del Parlamento all'Azienda. Mi sembra di capire che si chiedesse alla Rai di mettere a sistema Cinecittà, Rai Cinema, Rai Fiction, Rai Play e usare quest'ultima, potenziandola come piattaforma digitale, per andare almeno in concorrenza a livello europeo, non certo con Netflix di cui conosciamo i bilanci e la potenza economica, ma almeno con il modello inglese o francese. Invece siamo andati a fare ItsART.

ROMANO (PD). Signor Presidente, vorrei anch'io ringraziare i nostri tre interlocutori, di cui ho molto apprezzato la chiarezza e anche la brillantezza delle riflessioni fatte su un tema estremamente complesso.

I miei sono due piccoli spunti: uno sul lato della *governance*, l'altro sul lato dell'audiovisivo. Sul lato della *governance* in particolare, il dottor Leone, ma anche gli altri interlocutori, hanno fatto riferimento, tra le tante cose, a uno dei modelli a cui noi guardiamo. In particolare il Partito Democratico ha fatto riferimento al progetto di legge, a prima firma della collega Fedeli, sul modello fondazione. Sappiamo anche che il famoso modello britannico negli ultimi anni ha avuto un cambiamento significativo che ha visto crescere il ruolo del controllore, quindi dell'Agcom britannico, l'Ofcom. Vorrei chiedere eventualmente una breve riflessione dei nostri interlocutori su questo punto, cioè se, a loro avviso, anche guardando al caso britannico, in una riflessione che dovrà essere fatta a livello legislativo sulla riforma della legge di *governance*, il ruolo dell'Agcom dovrebbe essere accentuato, accresciuto e incardinato come ruolo centrale, come è accaduto nel caso britannico, oppure no.

Il secondo spunto che vorrei offrire ai nostri interlocutori, guardando al tema dell'audiovisivo, è il rapporto con le piattaforme. Nello specifico, c'è un tema che è stato affrontato da tutti e tre, che è un punto imprescindibile. Mi riferisco alla tutela della proprietà intellettuale, che non è tanto – lo dico pur consapevole di essere banale – tutela del diritto d'autore, ma la tutela della proprietà intellettuale nella sua specificità, guardando soprattutto a un diverso modello di produzione intellettuale e audiovisiva quale quello delle piattaforme.

Sappiamo che le piattaforme offrono una gigantesca opportunità di commercializzazione e di produzione, possibilità del tutto sconosciute fino a pochi anni fa; quindi, nuovi spazi di produzione e di commercializzazione. Al contempo, come sappiamo e come sapete, esse tendono a imporre cessioni di lungo periodo della proprietà intellettuale su questi pro-

dotti. Una cessione di lungo periodo – e vengo alla domanda che vorrei sottoporre – che rischia di disincentivare la creatività italiana e quindi anche di indebolire il consolidarsi di nuovi protagonisti nazionali, di nuovi soggetti, avendo in mente naturalmente l'attenzione inevitabile e necessaria del legislatore allo stimolo all'emersione di nuovi protagonisti. Mi rendo conto che è un tema enormemente complesso e nuovo.

La mia domanda ai nostri interlocutori è quali siano i loro suggerimenti rispetto a questo tema, visto che il modello di produzione del servizio pubblico radiotelevisivo è tradizionalmente quello che vede accompagnare il protagonista, cioè il creatore, lungo le varie fasi di produzione dell'audiovisivo. Questo modello è del tutto diverso da quello che viene di fatto imposto dalle piattaforme, che non va demonizzato – ci mancherebbe altro – ma che pone problemi di tutela della proprietà intellettuale. Ecco, rispetto a questo dilemma, come immaginate che dovrebbe essere il ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, posto che – l'abbiamo detto in tanti, da ultimo il collega Mollicone – c'è certamente un preoccupante evidente calo degli investimenti del servizio pubblico radiotelevisivo nell'audiovisivo?

Forse, però, il tema non riguarda soltanto le risorse; c'è anche il ripensamento del ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo nel rapporto con le piattaforme e con il mondo della creatività italiana, per l'appunto, volendo tutelare maggiormente – come secondo me è indispensabile fare – la proprietà intellettuale di coloro che decidono di mettersi in gioco.

MARROCCO (FI). Signor Presidente, anzitutto ringrazio tutti gli interlocutori per l'esaustiva audizione.

La prima domanda è rivolta alla dottoressa Luciana Milazzotto. La Rai si conferma come l'azienda più efficace nel fornire un servizio pubblico tra i principali operatori europei. Ciò avviene soprattutto mentre è in atto una profonda transizione degli spettatori verso gli operatori *over the top*, come abbiamo già ampiamente detto. Sono stati connotati alcuni aspetti specifici, tra cui fatturati più alti degli editori tradizionali, riflessi importanti sul mercato pubblicitario, grande incidenza sulla remunerazione della filiera creativa e – ultimo ma non ultimo – un'incidenza sul controllo della veridicità e riferibilità delle fonti di una notizia (il famoso tema delle *fake news*). A suo avviso, cosa può fare la Rai per attenuare quelle che sembrano apparire come forme di oligopolio distorsive del mercato da parte degli operatori globali *over the top*?

La seconda domanda invece è per il dottor Giancarlo Leone, che ringrazio soprattutto per la sua chiarezza. Nei palinsesti della Rai c'è una grande presenza significativa di *fiction*, che hanno una grande incidenza economica sugli operatori di settore, che in questo momento hanno avuto anche una forte ripercussione, a causa soprattutto della pandemia. Lei oggi ci ha parlato di una reale preoccupazione circa un arresto nell'investimento di settore per le risorse. L'intrattenimento, invece, in generale è un importante settore di offerta della Rai, un servizio previsto nel contratto di servizio. A suo avviso, quindi, come e dove suggerisce di reperire le risorse che la Rai investe per non perdere le preziose professionalità nell'ambito di

film, serie TV, documentari e animazione, e come la Rai può aiutare i produttori di programmi audiovisivi ad aumentare le esportazioni?

PRESIDENTE. Cedo la parola agli auditi per rispondere ai quesiti formulati dai nostri commissari.

MILAZZOTTO. Rispondo anzitutto in riferimento ai nuovi modelli di *business* e quindi anche alla capacità competitiva del servizio pubblico rispetto ai modelli che si stanno presentando da parte di interlocutori globali che sono comunque certamente un'opportunità. Lo sono anche rispetto alla possibilità di *benchmark* con cui si ha un prodotto possibile e funzionante.

Sicuramente il servizio pubblico rimane e dovrebbe rimanere l'interlocutore privilegiato per l'accesso al mercato e al talento, perché può rappresentare il motore portante verso un accesso democratico del talento e della capacità produttiva al finanziamento, quindi al pubblico, e nello stesso tempo può – come ha sempre fatto – essere l'interlocutore per poter lanciare un nuovo tipo di contenuto, che non è necessariamente una prerogativa degli *over the top*. Per quanto i modelli di comunicazione di *branding* siano molto forti in questa direzione, non necessariamente ciò corrisponde a una reale capacità di differenziazione sul contenuto o a un grande rischio preso sul contenuto e sul nuovo talento, che invece è tipico del servizio pubblico, che tipicamente investe in opere prime e nella nuova creatività.

Da un certo punto di vista bisognerebbe al contempo analizzare quale sia la differenza tra la comunicazione e la capacità di presentarsi in modo molto innovativo da un punto di vista del *branding* degli *over the top* e quali siano, invece, le scelte effettive in merito alla produzione sulla quale si investe. È evidente che questo difficilmente può corrispondere a una riduzione degli investimenti sul contenuto: mi riferisco a questa rinnovata capacità, alla potenziata capacità di investire e di dare spazio anche a un talento tipicamente italiano, che però abbia un *appeal* globale, come l'Italia ha dimostrato di saper fare in molte produzioni, quindi presentando il servizio pubblico come un effettivo moltiplicatore di valore. Il servizio pubblico è perfettamente in grado di essere un forte esportatore di prodotto, quindi di riportare valore verso la produzione indipendente, anche in modo democratico e meritocratico: difficilmente questo può corrispondere a una riduzione degli investimenti.

Mi permetto di rispondere dicendo che le questioni sono due: una è sicuramente fortemente di *branding*, ovvero di rivendicare il ruolo, che è una cosa che tipicamente altri *broadcaster* di servizio pubblico internazionali fanno in modo molto evidente, di interlocutore privilegiato del talento e non l'ultimo interlocutore del talento. Questo è importante perché, invece, il servizio pubblico italiano è stato spessissimo l'unico interlocutore che ha scommesso sulle opere prime, con investimenti anche molto importanti. Il fatto che ci sia una percezione totalmente opposta rischia di essere una falsa comunicazione.

La seconda questione è quella di rivendicare modelli economici che non sono quelli degli *over the top*, ma modelli economici di moltiplicatore di valore per la produzione indipendente, evidentemente per il servizio pubblico, che quindi può dimostrare di valorizzare al massimo, quali che siano le risorse e i modelli che verranno scelti, in campo internazionale; quindi, essendo un interlocutore sempre più presente nei tavoli di co-produzione e investendo su un prodotto che possa avere un potenziale globale, tipicamente di forte stampo locale, nel senso che è una questione narrativa ed editoriale, non una questione di temi.

SIDDI. Signor Presidente, in prima battuta c'è la domanda specifica sul PNRR, che credo sia una domanda conoscitiva. Abbiamo presentato, a tal proposito, un nostro contributo al Governo, in particolare al Ministro dello sviluppo economico, al Ministro per l'innovazione tecnologica e al Ministro dell'economia e delle finanze, e abbiamo avuto la fortuna e la possibilità di illustrarlo alla Commissione trasporti, poste e telecomunicazioni della Camera dei deputati e alla Commissione industria, commercio, turismo del Senato. Ahimè, complice la prima fase della crisi di Governo, non abbiamo avuto la possibilità di illustrarlo a nessun rappresentante ufficiale diretto del Governo. L'abbiamo inviato ripetutamente anche ai nuovi Ministri, abbiamo ricevuto una risposta dal ministro Colao, che a breve prevede di incontrarci, ma non abbiamo ricevuto altre risposte. Tuttavia mi fa piacere poter dire, rispetto a questo, che, con riferimento a tutto il sistema radiotelevisivo italiano, compreso quello pubblico – anzi a partire da quello pubblico – investire in maniera ragionata in relazione alle missioni specifiche, in particolare sull'innovazione tecnologica, è particolarmente interessante per il Paese.

Abbiamo calcolato che ogni euro di investimenti nell'industria culturale e creativa ne genera 1,8 di economia indotta. Al di là di questo, se andiamo a guardare lo specifico con cui questo settore può contribuire all'innovazione del Paese, credo che ci sia davvero molto di più. Abbiamo chiesto di destinare, nell'ambito delle missioni complessivamente intese, circa un miliardo di euro o poco più, da far ricadere in quest'area, per alcuni capitoli specifici, come l'occupazione giovanile, l'innovazione (per 60 milioni di euro) e l'innovazione tecnologica (per 200 milioni di euro). Qui inseriamo anche una serie di elementi di dettaglio, che non possono sfuggire, nel tempo in cui affrontiamo il passaggio alla seconda stagione del digitale, quella del DVB-T2, quali le tecnologie delle imprese, la produzione e l'immagazzinamento, il trasferimento e la conversione delle tecnologie esistenti, le tecnologie di trasmissione e distribuzione dei contenuti con i nuovo *standard* di trasmissione e di codifica (HEVC, DVB, eccetera), i sistemi *digital transformation*, gli investimenti in *software* di intelligenza artificiale e di analisi dei *big data*. C'è poi, soprattutto, la partecipazione al grande progetto europeo GAIA-X e a tal proposito tutta Confindustria, proprio domani, lancerà il progetto in maniera visibile a tutto il Paese. Questo progetto sulla sicurezza dei dati e sulla grande banca dati europea non riguarda infatti solo la rete televisiva, ma tutto il sistema

Paese. Su questo bisognerà investire tutti e stimolare ad investire le principali aziende, come Mediaset, Discovery Channel, La7 e la Rai, di cui abbiamo già parlato, e sostenere in questo il servizio pubblico, che attraverso i suoi centri di ricerca è in fase molto avanzata. Ci sono poi gli investimenti sulla *cybersecurity*, sulla produzione di contenuti originali, eccetera.

Mi ha fatto molto piacere una domanda che è stata posta, perché a mio giudizio c'è una disattenzione che dura da anni, forse da decenni, un po' a livello governativo e molto anche nel Parlamento, rispetto alla radio, che la pandemia ha dimostrato essere uno strumento attualissimo e importantissimo per la vita pubblica e sociale. Il DAB+ nelle gallerie è infatti un'infrastruttura che non serve tanto ai direttori o proprietari delle radio, ma è una infrastruttura per il Paese. Avere questa infrastruttura nelle gallerie, ad esempio, significa maggiore sicurezza per tutti gli utenti della strada e i viaggiatori. Tra l'altro servono pochi soldi e ci sembra strano che non si riescano a trovare 50 milioni di euro per realizzarlo. Speriamo che, attraverso il PNRR e i suoi passaggi attuativi, questa dimenticanza venga raccolta. Speriamo di poterlo dire in via diretta anche al Ministro dello sviluppo economico, a cui abbiamo rinnovato di recente la nostra richiesta di incontro.

Siamo quindi particolarmente colpiti dal fatto che finalmente ci sia un po' di attenzione a questi temi, anche in sede di Commissione parlamentare di vigilanza, affinché si possa stimolare ancor di più l'attenzione del servizio pubblico. Si tratta di temi a volte difficili da raccontare e spiegare, che non fanno subito *audience*, ma sono decisivi per la vita delle persone e delle comunità.

Quanto alla direttiva europea sull'audiovisivo, come noto, la condividiamo e chiaramente il Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR) dovrà essere adeguato. Pensando alla *governance* della Rai, forse non è male darvi un'occhiata, affinché alcune previsioni della direttiva sull'audiovisivo, che dovranno rientrare anche nel TUSMAR, siano incrociate anche con quella che potrà essere la struttura e l'organizzazione della Rai in un ambito di riforma. Non entro nel dettaglio adesso, perché lo faremo quando avverrà quel passaggio, ma ci sono dei punti chiari e precisi, anche rispetto agli assetti economici e di sistema, che in qualche modo derivano dalla direttiva.

Per quanto concerne il rapporto con le piattaforme e la proprietà intellettuale, onorevole Romano, su questo punto siamo molto fermi e chiari da tempo. All'inizio abbiamo condotto una battaglia solitaria e adesso finalmente cominciamo ad incrociare molti altri soggetti. Siamo lieti di essere quasi un *player* da questo punto di vista. Torneremo a parlarne in un incontro pubblico, ma nel frattempo siamo molto interessati a due aspetti (la mia risposta così tiene conto anche in parte della domanda dell'onorevole Marrocco): intanto, anche sulle piattaforme, deve essere introdotto il principio della responsabilità editoriale, perché ci deve essere un equilibrio di diritti e di doveri, per dirla in termini molto semplici e chiari. La tutela della proprietà intellettuale significa tutelare un bene, che ha un valore economico,

ma ha anche un valore morale e culturale, che appartiene alla stessa identità culturale di chi lo propone e del Paese nel quale viene proposto e registrato. Quindi, in qualche modo deve essere tracciato e riconosciuto, sulla base dell'assunzione del principio della responsabilità editoriale.

Da questo punto di vista credo che ci sia molto da fare, ciascuno per la sua parte, anche attraverso gli indirizzi normativi ed etici e le azioni delegate alle autorità di controllo, come l'Agcom, che non può essere soggetta ad intervenire sul merito di questa materia e di questo territorio così vasto, avendo le braccia, per così dire, legate. Occorre assumere misure tese a far rispettare le regole essenziali della convivenza e del diritto comune. Questo vale anche per le *fake news*: combattere le *fake news* è difficile, il confronto con tutti i *new media* è bellissimo e straordinario, ma ci pone di fronte a realtà differenti. Nel tempo si affermeranno sempre di più il carattere, la forza, la valenza anche economica di chi, attuando il principio della responsabilità editoriale e assumendosela per intero rispetto alla legge, ai cittadini e agli utenti commerciali, potrà ricavare un vantaggio rispetto a chi non corrisponde a questi obblighi. Però, nel frattempo, si rischia di perire: ecco perché è importante sostenere oggi, con norme, indirizzi e scelte di carattere economico di sostegno, coloro che su questo territorio sono impegnati ad esercitare il principio della responsabilità editoriale.

Radio e televisioni, durante la pandemia, hanno certamente dimostrato che l'informazione larga e totale andava bene, ma occorre attendere il tempo della verifica: alla fine, bene o male, il cittadino si sentiva tutelato e, in qualche modo, garantito, quando a mettere un timbro sulle informazioni erano la tv locale, con un direttore responsabile o un editore che organizzava bene l'impresa, o una radiotelevisione locale o nazionale (ancora di più quelle nazionali, notissime, perché già certificate di fronte all'opinione pubblica). Questo timbro acquisiva un valore, ma dobbiamo evitare che venga surclassato dalle eruzioni di chi senza regole opera in un mercato (non è il piccolo operatore *social*, ma sono spesso i grandi detentori di piattaforme che, offrendo ospitalità, si assumono poi anche il diritto di decidere chi a sua volta ha diritto di parola, di espressione e di confronto). Stiamo bene attenti, quindi, quando si pensa anche alla rete del servizio pubblico: a maggior ragione, questo elemento va tenuto in grandissima considerazione, perché da questo punto di vista il servizio pubblico, oltre che il *benchmark*, diventa un modello di riferimento. Può essere il motore trainante attraverso il quale tutto il sistema cresce e tiene insieme quel bene che, negli atti e nella sua ricomposizione, diventa coesione sociale. Credo che a questo dobbiamo guardare: non si tratta tanto di pensare a vincoli fini a se stessi, ma a questo obiettivo. Le mie opinioni personali sono molte e mi piacerebbe esprimerle, ma sono qui in rappresentanza di un sistema di imprese che appunto è duale (c'è il pubblico e c'è il privato) e sarebbe molto strano se vi andassi a dire come bisogna agire.

Sicuramente una *governance* del servizio pubblico, se assicura una capacità gestionale solida, in un arco di tempo dato, corrisponde al principio minimo essenziale d'impresa, quello di un'azienda che funziona in quanto tale e non quello di un'azienda che è chiamata a funzionare

oggi in un modo, domani come una piccola impresa, dopodomani come un'impresa internazionale, o ancora come un soggetto politico. Credo invece che sia importante e utile distinguere le funzioni dell'azienda. L'importante è che chi ha i poteri – i proprietari – lo eserciti conferendo stabilità e che chi è chiamato a dirigere poi sia in grado anche autorevolmente di intervenire, se non c'è risposta rispetto ai compiti affidati. Questo avviene nelle imprese e spero che possa avvenire anche nel servizio pubblico.

La questione qui è delicata, anche alla luce della mia esperienza da consigliere Rai, e debbo dire che non è facilissimo, perché spesso si confondono le cose: si ritiene che un consigliere Rai possa fare un accordo ...*(La connessione è instabile e l'audio fortemente disturbato)*, perché è stato cambiato l'indirizzo interno aziendale da quello della gestione, perché la vigilanza affidata oggi alla Commissione di vigilanza ha un suo ruolo, ma è evidente che, se un'azienda un giorno è oggetto di un intervento politico su un qualsiasi aspetto del suo operato può essere un problema, perché deve gestire tutto.

Questi aspetti sono sotto gli occhi di tutti e non c'è bisogno di una confessione di Confindustria radio televisioni: sono elementi di buon senso in più che andranno introdotti.

PRESIDENTE. Prima di lasciare la parola al dottor Leone per le risposte ai quesiti, ringrazio il dottor Siddi per l'ampia esposizione.

Dottor Leone, rinnovo anche a lei l'invito a inviarci eventualmente una memoria su quanto ha esposto, perché andrebbe ad arricchire l'indagine conoscitiva che stiamo portando avanti e sarebbe più che gradito un suo contributo.

LEONE. Signor Presidente, cercherò di essere rapido e sintetico, per il rispetto che ho verso la Commissione, consapevole dell'imminente inizio dei lavori parlamentari che sicuramente vi riguarderanno.

All'onorevole Mollicone posso confermare che siamo di fronte a una situazione di disinvestimento sulla produzione audiovisiva e dispiace, non soltanto in termini culturali ed etici, ma di sistema Paese, che a fronte di un rafforzamento delle piattaforme internazionali, vi sia un passo indietro da parte del servizio pubblico. Solo per dare un'entità e sapere di cosa stiamo parlando, rispetto ai 300 milioni d'investimento che la Rai fa su cinema, serialità, documentari e animazione, senza considerare l'intrattenimento (ho soltanto citato gli elementi che sono nel cosiddetto aggregato A del contratto di servizio; poi arriverò anche all'intrattenimento, perché è altrettanto importante), l'anno scorso la Rai, attraverso Rai Fiction, ha investito 190 milioni di euro in produzioni audiovisive e quest'anno ne investirà 160, se riuscirà a farlo; il combinato disposto, infatti, dell'esposizione del piano finanziario rispetto a quello economico potrebbe perfino mettere a rischio il raggiungimento di un obiettivo che è decisamente al di sotto dell'anno scorso. Ecco perché parlavo di un 20 per cento di decrescita, che purtroppo è un'ombra molto importante e negativa.

Non sta a me parlare di ItsART, ma per quanto riguarda quello che diceva l'onorevole Mollicone sul tema del partenariato per fare sistema, quello che stiamo notando come associazione è che in altri Paesi sono stati fatti tentativi – e in alcuni casi sono stati realizzati importanti sforzi – per mettere a fattore comune determinate necessità distributive che sono più collegate alle attuali tendenze, quindi soprattutto del video *on demand*, sia che si tratti di *subscription video on demand* (SVOD), sia che si tratti di *transactional video on demand* (TVOD), cioè l'acquisto del singolo titolo, sia che si tratti di *advertising video on demand* (VOD), quello che usa la Rai, per intenderci, con Rai Play.

Da questo punto di vista devo esprimere un giudizio positivo su Rai perché sta puntando sempre di più su Rai Play come strumento di accoglimento di queste nuove necessità di fruizione. D'altra parte, devo dire che la Rai tende a farlo senza valorizzare compiutamente quel tipo di diritto, perché quel diritto di fatto si aggiunge oggi alla televisione *free*; è un valore aggiunto che spesso non viene debitamente considerato in termini negoziali. Più in generale, probabilmente Rai Play opera da sola, perché è un servizio pubblico e fornisce un servizio gratuito rispetto a operatori che forniscono un settore a pagamento; probabilmente, tra operatori che non sono servizi pubblici e non hanno una SVOD a loro disposizione, varrebbe la pena tentare di fare sistema nel nostro Paese, creando una piattaforma collettiva nazionale che possa raggiungere certamente livelli più importanti di quelli che oggi non può raggiungere da sola Rai Play o con altre iniziative. Questo fare sistema in generale lo vedo ancora lontano: vedo un grande sforzo della Rai su Rai Play, che ritengo che non sia ancora valorizzato compiutamente.

Per quanto riguarda i temi posti dall'onorevole Romano sul ruolo che può avere eventualmente l'Agcom per quanto riguarda una nuova *governance*, credo che il suo ruolo in futuro sarà comunque determinante, ma lo sarà ancora di più se saranno molto chiare le regole con le quali vengono scritti i provvedimenti. Meglio è scritta la regola, più consentirà all'Agcom di intervenire da vero controllore. Se andate a verificare le norme che, nel caso delle produzioni televisive Rai, riguardano il ruolo che deve avere Agcom, vedrete che invece è lasciato molto a una interpretazione, talvolta difficile e complessa, da parte della stessa Autorità. Pertanto, come associazione, stiamo lavorando affinché ci siano invece norme chiare, interpretabili nel modo più contenuto possibile, ma soprattutto chiaramente identificabili. Probabilmente, anche a livello di nuova *governance* e nuova normativa sulla Rai, una semplificazione, ma soprattutto un chiarimento normativo, saranno necessari.

A questo proposito, poiché si è parlato molto del tema delle piattaforme e della tutela della proprietà intellettuale e creativa, ricordo che si tratta di un tema molto serio e molto sentito. Non dico che le nuove piattaforme non lo consiglino, ma tendono a porre l'accento sul loro potere negoziale; ecco che in questa fase, lo stress del potere negoziale incombe sui produttori, ai quali vengono spesso proposte limitazioni temporali dei diritti e limitazioni dei diritti stessi a cui possono avere accesso

estremamente sconfortanti e problematiche. Stiamo discutendo di questo proprio adesso e quindi, da questo punto di vista, credo che il Parlamento e la Commissione possano avere un ruolo importante. Proprio in questo momento c'è un tavolo aperto dal Ministero della cultura (MiC) e dal Ministero dello sviluppo economico (MiSE) con tutti i rappresentanti dei *broadcaster* e i principali rappresentanti delle associazioni e produttori, tra cui ovviamente noi, proprio sull'attuazione e la scrittura dei regolamenti dell'articolo 44 del Testo unico della radiotelevisione. Come sapete l'articolo 44 del TUSMAR (decreto legislativo n. 177 del 2005) è stato riscritto, ma non sono stati ancora scritti al Ministero i regolamenti attuativi, che sono fondamentali. Stiamo discutendo di questo proprio adesso al tavolo del Governo e noi abbiamo posto anche il tema della tutela della proprietà intellettuale e creativa, dell'accesso e delle regole d'ingaggio.

Il tema è quindi molto serio, esiste un luogo che è questo in termini normativi e ce ne potranno essere altri. Certamente ci sono condizioni distorsive del mercato per quanto riguarda la cessione dei diritti; noi speriamo di poterle risolvere in questa sede, o altrimenti auspichiamo ulteriori provvedimenti. La stessa Agcom – che, a sua volta, deve fare il regolamento per quanto riguarda le piattaforme OTT, che manca ancora e a cui deve essere poi posto il visto da parte dei due Ministeri competenti – dovrà determinare alcune regole tra cui quelle della quota obbligatoria di investimento delle stesse piattaforme, che noi auspichiamo sia la più elevata possibile sulla base degli *standard* europei, mentre oggi ci attendiamo su quote che sono del 15 per cento, ma potrebbero scendere anche al 12,5 per cento. Se andate Oltralpe, vedrete che i dati sono circa il doppio per quanto riguarda le quote d'investimento.

Infine, per quanto riguarda la domanda dell'onorevole Marrocco sui palinsesti e la presenza di *fiction*, certamente tenderà a diminuire; come diminuiranno gli investimenti, diminuiranno i prodotti. Ciò significherà una diminuzione dei contenuti *premium* per il servizio pubblico. Come voi sapete, al di là dell'informazione dei grandi contenitori, l'informazione *premium* è fatta da film, serie, animazione, grandi documentari e intrattenimento. Questi sono i contenuti *premium* di un servizio pubblico. Inserisco tra i contenuti *premium* l'intrattenimento, come correttamente l'onorevole Marrocco ricordava, sebbene sia considerato da parte dell'Agcom, in termini di separazione contabile, nell'aggregato B. Anche in tal caso è fondamentale trovare le risorse sufficienti per incrementare l'investimento di tutti questi generi, intrattenimento compreso. Si commette infatti l'errore di ritenere che il servizio pubblico debba essere finanziato solo e soltanto per i generi culturali e di servizio pubblico. Questo è certo, ma è altrettanto vero – vediamo l'intrattenimento ad esempio – che investimenti congrui consentono al servizio pubblico di differenziare la propria offerta rispetto a quella delle emittenti commerciali. Se si mette la Rai in condizione di investire compiutamente sui generi *premium* (cinema, serialità, documentari, animazione e intrattenimento), si consentirà al servizio pubblico di differenziarsi sempre di più in tutti i suoi generi e non soltanto in quelli strettamente culturali.

Non è semplice trovare le risorse, ma una strada l'ho già indicata; esiste ancora una parte molto importante del gettito del canone che viene trattenuto dallo Stato. Si tratta di capire quanto di questa quota, che ammonta ad oltre 100 milioni di euro, possa rientrare alla Rai come è avvenuto in precedenza per gli 84 milioni. C'è già quindi in teoria una fonte a cui tentare di accedere. Dall'altra parte, operazioni di *cost saving*; non fosse altro che per la mia esperienza trentennale in Rai, se fossi nel nuovo vertice aziendale, la prima cosa che farei, perché non l'ho vista fare sicuramente negli ultimi due o tre mandati, sarebbe rivedere il perimetro di offerta del servizio pubblico, perché si tende solo ad aggiungere, magari neanche tanto bene, anziché definire che cosa è necessario e cosa non lo è. La Rai deve avere quattordici, quindici, sedici canali televisivi, di cui una gran parte tematici? Io credo di no. Allora quali sono i canali necessari e quelli non necessari? Da questo punto di vista il perimetro dell'offerta del servizio pubblico può essere oggetto importante di *cost saving*, andando sull'essenziale, per poi consentire all'azienda di investire sui prodotti necessari. Sono queste le uniche due suggestioni che offro sul punto e vi ringrazio per l'attenzione.

PRESIDENTE. Ringrazio gli auditi per il prezioso contributo offerto e dichiaro conclusa l'audizione odierna.

Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva in titolo ad altra seduta.

Sui lavori della Commissione

PRESIDENTE. Onorevoli Commissari, abbiamo ricevuto risposta dal signor Fedez alla lettera inviata ieri sera. Con un certo stupore devo comunicarvi la risposta: tre *emoticon* a forma di pagliaccio. Presumo che la risposta significhi «pagliacci».

Noi abbiamo rispettato Fedez nella sua denuncia e cercato anche di tutelarla, mi pare però che non ci sia lo stesso rispetto né per questa Commissione, né per la mia persona. Sono personalmente amareggiato, ma questa è la risposta del signor Lucia.

MOLLICONE (*FDI*). Signor Presidente, ritengo assolutamente inaccettabile e irricevibile una simile risposta da qualsiasi cittadino, in particolare da un cittadino che ha tale preminenza sui *media*, con una tale influenza rispetto al Parlamento italiano.

Chiedo quindi al Presidente di procedere con una censura ufficiale nei confronti di un simile atteggiamento di mancanza di rispetto del Parlamento in quanto la Commissione è bicamerale e di fatto rappresenta il Parlamento. Presenteremo anche degli atti formali per esprimere la censura totale di Fratelli d'Italia, perché penso che questo sia veramente un oltraggio al Parlamento.

Signor Presidente, ribadendo la censura alla risposta di Fedez, forse abbiamo frainteso. Lo dico sarcasticamente: forse non era un oltraggio al Parlamento, ma era la sua firma e magari di questo dovremmo chiedere conto.

PRESIDENTE. La censura dal mio punto di vista c'è già stata. Non proseguirei oltre perché mi pare anche che il soggetto in questione stia solo cercando di essere ulteriormente al centro della nostra attenzione. Mi pare che ci siamo occupati di lui e della sua denuncia ampiamente, come avevo ribadito ieri sera.

FEDELI (PD). Signor Presidente, innanzitutto ritengo che, nella risposta che diamo a quest'inaccettabile provocazione – non so come altro definirla – da parte di Fedez, dobbiamo rendere pubblico a tutto il mondo esattamente ciò che abbiamo deciso ieri sera. Siamo stati in riunione, abbiamo discusso, valutato e deciso, per le motivazioni note che non riprendo qui, la ragione per la quale non abbiamo escluso la sua audizione, ma abbiamo chiesto di avere un testo scritto, che è esattamente uno strumento di risposta alla sua scelta.

Questo lo voglio dire perché, a maggior ragione, la mancanza di rispetto – e anche proprio di cultura del rispetto dell'istituzione della Commissione di vigilanza – dal mio punto di vista dev'essere assolutamente sottolineata. La prego quindi, signor Presidente, se è d'accordo, di fare in questo modo, ricostruendo tutto.

PRESIDENTE. Mi farò carico della comunicazione pubblica, sia della lettera di ieri sera, sia di questa risposta e della mia sintesi, che vi ho appena esposto.

Ci siamo dovuti occupare di questa vicenda, che ovviamente è stata oggetto di un'importante denuncia, perché la Commissione di vigilanza ha vari incarichi, tra i quali anche quello di tutelare il servizio pubblico su questi fronti e l'onorabilità delle istituzioni.

I lavori terminano alle ore 15,15.

