



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XIX LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 30

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

AUDIZIONE DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA RAI  
E DEL DIRETTORE GENERALE *CORPORATE* DELLA RAI

38<sup>a</sup> seduta: mercoledì 20 dicembre 2023

Presidenza del Presidente FLORIDIA Barbara

## INDICE

## Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE:

- FLORIDIA Barbara (M5S), senatrice . . . Pag. 3

## Audizione dell'Amministratore delegato della Rai e del Direttore generale corporate della Rai

PRESIDENTE:

- FLORIDIA Barbara (M5S), senatrice . . . Pag. 3,  
10, 16 e passim

BERGESIO (LSP-PSd'Az), senatore . . . . . 25

BEVILACQUA (M5S), senatrice . . . . . 23

BONELLI (AVS), deputato . . . . . 21, 34

BOSCHI (IV-C-RE), deputata . . . . . 17, 29

CAROTENUTO (M5S), deputato . . . . . 24

DALLA CHIESA (FI-PPE), deputata . . . . . 18

FILINI (FDI), deputato . . . . . 16, 32

GASPARRI (FI-BP-PPE), senatore . . . . . 17, 18

GELMINI (Misto-Az-RE), senatrice . . . . . 28

GRAZIANO (PD-IDP), deputato . . . . . 16, 27

LISEI (FdI), senatore . . . . . 20

LUPI (NM(N-C-U-I)-M), deputato . . . . . 19

MUSOLINO (IV-C-RE), senatrice . . . . . 31

ROSSI, Direttore generale corporate della

Rai . . . . . Pag. 10, 34

SERGIO, Amministratore delegato della Rai . . . 4, 32,

36

*N.B. Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Civici d'Italia-Noi Moderati (UDC-Coraggio Italia-Noi con l'Italia-Italia al Centro)-MAIE: Cd'I-NM (UDC-CI-NcI-IaC)-MAIE; Forza Italia-Berlusconi Presidente-PPE: FI-BP-PPE; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva-Il Centro-Renew Europe: IV-C-RE; Lega Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: LSP-PSd'Az; MoVimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico-Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Per le Autonomie (SVP-PATT, Campobase): Aut (SVP-PATT, Cb); Misto: Misto; Misto-ALLEANZA VERDI E SINISTRA: Misto-AVS; Misto-Azione-Renew Europe: Misto-Az-RE.*

*Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Fratelli d'Italia: FDI; Partito Democratico - Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega - Salvini Premier: LEGA; MoVimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Berlusconi Presidente - PPE: FI-PPE; Azione - Popolari europeisti riformatori - Renew Europe: AZ-PER-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con l'Italia, Coraggio Italia, UDC, Italia al Centro)-MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Italia Viva-Il Centro-Renew Europe: IV-C-RE; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-MIN.LING.; Misto-+Europa: Misto-+EUROPA.*

*Intervengono l'amministratore delegato della Rai, dottor Roberto Sergio, e il direttore generale corporate della Rai, dottor Giampaolo Rossi, accompagnati dalla dottoressa Paola Marchesini, direttrice dello staff dell'Amministratore delegato, dal dottor Davide Di Gregorio, direttore dello staff del Direttore generale corporate, dalla dottoressa Bianca Maria Sacchetti e dalla dottoressa Elisabetta Barozzi dello staff del Direttore generale corporate, e dalla dottoressa Angela Mariella, direttrice delle Relazioni istituzionali.*

### **Presidenza del presidente FLORIDIA Barbara**

*I lavori hanno inizio alle ore 8.*

*(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 e la trasmissione in diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

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

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

#### **Audizione dell'Amministratore delegato della Rai e del Direttore generale *corporate* della Rai**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dell'Amministratore delegato e del Direttore generale *corporate* della Rai.

Saluto a nome della Commissione il dottor Sergio e il dottor Rossi, che sono accompagnati dalla dottoressa Paola Marchesini, direttrice dello *staff* dell'Amministratore delegato, dal dottor Davide Di Gregorio, direttore dello *staff* del Direttore generale *corporate*, dalla dottoressa Bianca Maria Sacchetti e dalla dottoressa Elisabetta Barozzi, dello *staff* del Direttore generale *corporate*, e dalla dottoressa Angela Mariella, direttrice delle Relazioni istituzionali.

Considerata la ristrettezza dei tempi a nostra disposizione, se siete d'accordo potremmo organizzarci nel modo seguente: cederei subito la

parola ai nostri ospiti, dando loro mezz'ora circa per la loro esposizione, dopodiché potremmo fare un intervento per Gruppo e quindi dare spazio alle loro risposte, che potranno completare anche in forma scritta, considerati i tempi limitati.

Non essendoci osservazioni, do pertanto la parola all'amministratore delegato della Rai, dottor Roberto Sergio.

*SERGIO.* Onorevole Presidente, onorevoli Commissari, sono trascorsi 220 giorni dalla data di insediamento di questo vertice a Viale Mazzini. Sono state giornate di lavoro intenso, che ci hanno permesso di riavviare la macchina aziendale su molti fronti.

Siamo consapevoli che i tempi sono prematuri per trarre dei bilanci e che molto di quello che stiamo costruendo oggi produrrà i suoi effetti nei prossimi anni. Siamo anche fermamente convinti che la Rai abbia la prioritaria necessità di riprendere ad immaginare l'Azienda di domani, di riuscire a proiettare l'orizzonte oltre le quotidiane contingenze.

Sicuramente è quello che abbiamo fatto con la seduta del Consiglio di amministrazione dello scorso 23 novembre, dove, come sapete, abbiamo aggiunto un importante *step* alla strategia complessiva alla base della trasformazione della Rai in una *digital media company*. Ci riferiamo al piano immobiliare e all'accordo quadro per la nuova sede di Milano, alla dismissione delle sedi non più funzionali e allo sviluppo di Roma e delle sedi regionali.

Sei sono gli obiettivi principali: sviluppo sostenibile e riduzione del *footprint* immobiliare; efficientamento; digitalizzazione; rifunzionalizzazione; benessere dei lavoratori; riduzione del fabbisogno finanziario.

L'accordo con Fondazione Fiera Milano – che, ricordo, è un ente senza scopo di lucro – risolve finalmente la nota e annosa questione dell'inadeguatezza degli insediamenti presenti nella città di Milano, consentendo di accentrare in un unico polo produttivo tutte le attività attualmente distribuite su diversi cespiti, con positivi impatti sulla mobilità e sulla conciliazione vita-lavoro dei dipendenti.

Il Piano immobiliare è un progetto complessivo che coinvolge e trasforma Rai in tutti i territori, a partire da Roma, dalla sede di Viale Mazzini e dal centro di produzione « Biagio Agnes » che saranno oggetto di un articolato piano di recupero e ristrutturazione, con una riqualificazione progettuale con criteri ecosostenibili e con due nuovi studi a Saxa Rubra. Piano di riqualificazione che coinvolgerà anche il centro di produzione di Napoli.

Abbiamo anche riflettuto su una specializzazione produttiva territoriale, che vede Napoli con un proprio *know how* sulla lunga serialità e sull'intrattenimento, mentre a Torino sono già iniziati i lavori per farne un *hub* di digitalizzazione del materiale storico delle teche Rai dal 1954 agli anni Ottanta: un progetto importante, che avrà un centro di documentazione specializzato con lo sviluppo di una metadatabase a supporto della documentazione anche attraverso sistemi di intelligenza artificiale

che esploreremo e salette di lavoro ultramoderne per valorizzare anche le professionalità interne.

Per le sedi regionali, abbiamo previsto nel piano industriale una serie importante di investimenti in tecnologia. Le sedi saranno totalmente digitalizzate.

Una visione del futuro quanto mai necessaria in un mondo in rapida evoluzione e ancor più significativa in questa fase di rinnovo del contratto di servizio. Oggi costruiamo la Rai di domani: una Rai che dovrà essere all'altezza dei nuovi tempi, con l'obiettivo di renderla contemporanea, rimanendo centrale.

La concentrazione logistica in poli produttivi e di lavoro moderni rende dunque più efficiente e meno costosa la quotidianità, concilia al meglio vita e lavoro, recupera tempo e risorse per gli spostamenti in un'ottica di sostenibilità. Sono tutte azioni che ci sono state chieste: recupero dei costi; efficienza; un'Azienda che sia una *media company*.

Su questi pilastri stiamo costruendo anche il piano industriale, punto cardine del processo di trasformazione, già presentato al Consiglio di amministrazione lo scorso 13 dicembre e ieri, 19 dicembre, mentre da domani ci saranno gli incontri con i sindacati, in modo da andare in approvazione il 18 gennaio, dopo due ulteriori sedute del Consiglio di amministrazione per altri approfondimenti.

Il piano – in linea con le risorse, con il contratto di servizio in via di formalizzazione e con il piano di sostenibilità, del quale sono state già approvate le linee guida – ha come principio centrale ispiratore la consapevolezza di essere servizio pubblico. Un'identità unica, di cui, come abbiamo già detto anche in quest'Aula, siamo orgogliosi.

Sono quattro, in sintesi, i punti del servizio pubblico. Rilevanza: il ruolo centrale del servizio pubblico si manifesta anche attraverso l'aiuto fornito alle persone nell'acquisizione di informazioni e competenze per una partecipazione più attiva nella società. Attraverso una vasta gamma di contenuti audiovisivi il servizio pubblico non solo informa e intrattiene, ma sostiene e favorisce la crescita sociale.

Il valore della Rai, dunque, si estende ben oltre la semplice erogazione di contenuti, con un impegno attivo nell'economia del nostro Paese. Il suo contributo quantitativo e qualitativo alla crescita del mercato audiovisivo italiano (*fiction*, documentari, serie, cartoni e cinema) è evidente. Ma gli impatti degli investimenti della Rai riguardano anche il mercato musicale, una realtà importante con altrettanta creatività: il Festival di Sanremo, i concerti che trasmettiamo, gli eventi estivi che costruiamo, la musica classica in tv e in radio sono solo alcuni esempi.

Inclusività: il servizio pubblico multimediale che sa essere inclusivo agisce da strumento di coesione sociale. È un ponte che unisce le diverse voci e prospettive, trasformando le eventuali differenze in un punto di forza, nutrendo la comprensione reciproca e promuovendo una società più aperta, equa e rispettosa. Come lo facciamo concretamente? Citiamo, ad esempio, lo speciale in prima serata su Rai 3 nella giornata per la disabilità, Rai 2 che sarà il canale – qui vi do una notizia – delle Paralim-

piadi grazie alla condivisione con Luca Pancalli, presidente del Comitato italiano paralimpico. Quindi, subito dopo il termine delle Olimpiadi l'intera Rai 2 sarà dedicata a tutte le manifestazioni sportive delle Paralimpiadi.

Si tratta di un impegno profondo e necessario, che mira a riflettere la molteplicità delle voci, delle prospettive e delle esperienze che compongono il tessuto sociale. Un'inclusività che, tra l'altro, si manifesta anche attraverso la varietà e l'accessibilità dei contenuti offerti. Si tratta di un approccio che non solo abbraccia la diversità anagrafica, ma si impegna a dare visibilità alle storie e alle sfide di tutta la società, comprese le minoranze linguistiche.

La parità di genere è un altro pilastro fondamentale nell'ambito dell'inclusività. Dando voce alle donne e affrontando il *gender gap*, i *media* pubblici si ergono come un faro di equità, sfidando gli stereotipi e aprendo le porte ad una rappresentazione rispettosa di tutte le identità.

Qui non possiamo non riferirci a quanto facciamo e faremo contro la violenza sulle donne, un impegno per noi primario, dalla campagna andata in onda su tutti i nostri mezzi nella giornata del 25 novembre, che continua con i concerti dedicati che trasmettiamo in radio e in tv, il prossimo a maggio in prima serata su Rai 2 dall'Arena di Verona, con una raccolta fondi per il sostegno dei centri antiviolenza. Un impegno quotidiano che si concretizza in programmi come « Amore criminale » e « Sopravvissute »: storie di vita, testimonianze, che obbligano tutti a riflettere e soprattutto a sapere e conoscere.

Permetteteci anche di evidenziare che questo vertice, come anticipato in questa sede nella precedente audizione, rispetto alla convinzione della parità di genere ha valorizzato le professionalità femminili costruendo percorsi che hanno portato la percentuale delle donne vice direttori, sia in testata sia in *corporate*, da una percentuale del 34 per cento *ante* 25 maggio 2023 al 46 per cento attuale. Così come, in merito al progetto « 50:50 The Equality Project », si è passati da 22 programmi a circa 60.

L'accessibilità è altrettanto cruciale. Questo significa rendere i contenuti fruibili per tutti, compresi coloro con disabilità visive, uditive o di altro tipo.

L'inclusività si estende oltre i confini nazionali, abbracciando e valorizzando la presenza delle comunità straniere all'interno della società, fornendo loro una piattaforma per condividere storie, sfide e contributi.

Sostenibilità, perché il servizio pubblico multimediale ha l'obbligo di assicurare il proprio contributo al benessere dell'individuo e della società supportando lo sviluppo della cultura digitale e del mondo dei *media*, promuovendo il patrimonio culturale e territoriale e l'identità che ad esso è legata, offrendo contenuti per la conoscenza e l'istruzione. Perché deve rimanere il sostenitore principe del mercato audiovisivo nazionale, con un *focus* particolare sulla creatività; perché ha l'obbligo di contribuire alla sostenibilità ambientale nei contenuti editoriali e nella filiera produttiva aziendale (cito per tutti la campagna « M'illumino di meno »).

Infine, il servizio pubblico multimediale deve essere economicamente e finanziariamente sostenibile, con uno specifico piano di cui abbiamo approvato le linee guida.

Credibilità: il servizio pubblico multimediale deve essere punto di riferimento e meritevole di fiducia, in primo luogo nel campo dell'informazione, con la qualità e la distintività della sua offerta in ogni genere di contenuti. Su questo punto avete già avuto modo di audire la direttrice Monica Maggioni che ha presentato il lavoro che farà e i nuovi obiettivi della sua direzione. A questo proposito, lasciatemi ringraziare ancora una volta Monica e il suo *team* per la straordinaria pagina di servizio pubblico con la puntata di « In mezz'ora » della scorsa domenica in diretta da Gerusalemme.

Sono tutti principi orientativi imprescindibili del piano industriale, impostato proprio combinando un profondo percorso di trasformazione con iniziative di ottimizzazione del *business* attuale e di valorizzazione di *asset*.

Obiettivo del piano industriale è quello di investire in tecnologie che possano portare ad efficientamenti, a nuove modalità di lavoro, alla valorizzazione delle professionalità interne, confermandone quindi il perimetro occupazionale, e allo sviluppo di prodotti transmediali per affermarsi nel mercato audiovisivo e culturale.

In sostanza, il percorso verso la sostenibilità aziendale che descrive in sintesi lo scopo del piano è declinato nei seguenti punti fondamentali: l'avvio di un processo che, attraverso un programma di investimenti tecnologici, costituisca il fattore abilitante per la trasformazione dell'Azienda in *digital media company*; l'ottimizzazione del *business* corrente attraverso l'ottimizzazione dell'offerta e la gestione delle dinamiche dei costi aziendali; la valorizzazione degli *asset* aziendali con l'ottimizzazione del perimetro immobiliare e la revisione delle partecipazioni.

Vogliamo ribadire in ogni caso, quali che siano le effettive risorse di cui Rai disporrà nel prossimo triennio, che si tratterà di un vero e proprio piano di trasformazione – ovviamente in proporzione alle risorse – il cui obiettivo finale è l'equilibrio strutturale dell'andamento economico-finanziario e la centralità e rilevanza sul pubblico nel nuovo contesto multiplatforma.

Un piano che dovrà avere al centro la trasformazione tecnologica, i modelli operativi, il rinnovo del contratto quadri, impiegati e operai, la focalizzazione dell'offerta in chiave *user-centric* e digitale e che si baserà sull'introduzione di competenze mirate a supporto dell'intero processo trasformativo. In particolare, prevediamo, con un arco temporale pluriennale, investimenti in tecnologie di produzione, per lo sviluppo dei sistemi e delle infrastrutture a supporto della trasformazione in *data driven company*, per reti e piattaforme e per il potenziamento del DAB dalla copertura attuale fino al 75-80 per cento della popolazione e di diverse tratte in galleria.

Ora, però, i risultati già raggiunti ad oggi.



L'andamento della gestione 2023 è positivo, con un risultato netto consolidato in pareggio. Alla data di maggio, quando ci siamo insediati, l'indebitamento finanziario netto del Gruppo era previsto a fine anno in 650 milioni di euro; chiuderemo invece il 2023 a 560 milioni di euro, risultato raggiunto grazie ad interventi gestionali e alla crescita, alla crescita e ripeto alla crescita – sottolineo, la crescita – dei ricavi pubblicitari. Si tratta di 90 milioni di debito in meno rispetto alle previsioni, ottenuto tramite una razionalizzazione dei costi. Nonostante gli impatti dell'ulteriore riduzione dei limiti di affollamento pubblicitario previsti per il 2023 dal 7 al 6 per cento nella fascia 6-18 e 18-24, la raccolta pubblicitaria registra un +7 per cento rispetto agli obiettivi di *budget*.

Come dicevamo, dunque, il piano industriale muoverà i suoi passi da questi risultati e dalla consapevolezza che il prossimo futuro dei servizi pubblici sarà segnato dalla migrazione della diffusione audio-video dalle piattaforme tradizionali *broadcast* a quella IP.

I dati di consumo, come vi è noto, mostrano una lenta ma costante contrazione della platea televisiva tradizionale, specialmente nel *prime time*, a favore di forme di fruizione alternative. Dovremo quindi lavorare ad una strategia di distribuzione che guidi la *customer journey* dell'utente dal momento del risveglio fino al termine della giornata, articolandola in modo da assecondare gli stili di vita e le preferenze dei singoli.

Per rendere efficace questa strategia occorrono principalmente due condizioni: una presenza capillare dei servizi Rai, tripartiti in RaiPlay, RaiPlay Sound e RaiNews.it, sulla piattaforma, in posizioni di prossimità e *prominence* rispetto ai *competitor*, supportati da un'adeguata infrastruttura, capace di lavorare su volumi crescenti e su picchi estemporanei, e una riflessione sulla possibilità di *embedding* dal *player* Rai in siti gestiti da terzi. Sul tema nel piano industriale sono previsti significativi investimenti, pari a più di 14 milioni di euro.

Le nuove abitudini di consumo, unitamente a fattori demografici, costringono gli operatori storici quali Rai ad accentuare il complesso processo di transizione avviato fino ad ora, ricercando un bilanciamento tra l'offerta lineare e digitale.

Servono competenze ed un approccio *data-driven*, su cui dovremo investire, anche in formazione. Parlare oggi di *media journey* significa parlare anche di giovani. Cercare di essere *appealing*, seguendo le loro specifiche modalità di consumo, è un obiettivo, sulla scia di quanto fatto, ad esempio, per « Mare fuori »: un successo straordinario, figlio di un'efficace strategia *crossmediale* di valorizzazione del prodotto, che ha consentito di avere il meglio da ciascun canale distributivo lineare e *on demand*, fino a fare della serie il caso dalla stagione. Un caso, ma non l'unico.

La dieta mediatica dei giovani include, ovviamente, anche la componente informativa e per qualunque contenuto le abitudini di consumo sono molto diverse rispetto al passato.

Rivista la centralità della tv tradizionale, anche per la pluralità dei dispositivi, arriviamo al tema dei *social media*.



Per un servizio pubblico multimediale che aspira a rimanere rilevante e universale, essere sui *social* è pertanto, non solo per questo motivo, una priorità strategica.

Acquisire traffico sui *social* attraverso prodotti di generi diversi – dalla *fiction* al Festival di Sanremo e a « Viva Rai 2 », uno strepitoso successo multiplatforma – potrà aiutarci ad impostare operazioni di coinvolgimento del *target* giovani.

Sempre per essere concreti, vi anticipo un progetto a cui sta lavorando la Direzione contenuti digitali e transmediali con Valerio Lundini, nuovo nel contenuto e nella forma realizzativa, che nasce, nella durata e nel racconto, per una fruizione di un *target* nativo digitale per un consumo multiplatforma.

Prima di concludere, consentitemi di fare definitiva e pubblica chiarezza sui dati di ascolto.

In queste settimane sono circolate delle vere e proprie *fake news*. Però fatemi anche aggiungere una cosa, una premessa: lo *share* non può e non deve essere l'unico elemento, pure importante, per valutare le *performance* del servizio pubblico, che non può non essere un *mix* qualitativo.

Parliamo delle *fake news*, che oltre a creare un danno ad un patrimonio comune a tutti gli italiani non rendono merito – ripeto, non rendono merito – al lavoro straordinario dei tanti professionisti della Rai.

Rispetto a quanto letto di frequente anche nelle ultime settimane circa i dati di ascolto, vogliamo ribadire con forza anche in questa sede che, fonte Auditel, i canali generalisti Rai mantengono salda la *leadership* di ascolto sia da inizio anno che in questa stagione televisiva. Rai 1, Rai 2, Rai 3, che si posizionano nelle prime quattro posizioni – Rai 1 la prima, Rai 3 la terza e Rai 2 la quarta –, nel periodo autunnale (1° ottobre - 16 dicembre) stanno totalizzando uno *share* complessivo pari a oltre tre punti in più rispetto ai comparabili tre canali generalisti dei *competitor* (Rai al 30 per cento, il principale *competitor* al 26,7 per cento). La *leadership* aumenta ulteriormente nella prima serata: infatti, a fronte di uno *share* del 30,8 per cento di Rai il *gap* sale a quasi cinque punti, primato che si conferma sia per l'intera giornata che per la prima serata anche sull'anno (nel periodo 1° gennaio - 16 dicembre le generaliste RAI sono al 30,4 per cento e il principale *competitor* al 26,3 per cento).

Complessivamente, dunque, non possiamo che essere soddisfatti di questi risultati, ben consapevoli del pochissimo tempo in cui sono stati varati i palinsesti autunnali e il numero di nuove proposte che sono state offerte al pubblico, anche a causa di numerose uscite spontanee di *talent*.

Ovviamente, come in molti altri ambiti e a maggior ragione in quello radiotelevisivo, il processo di affinamento avviene gradualmente e con costanti interventi che richiedono tempo e lavoro. In alcuni casi (pochi), poi, i risultati non hanno corrisposto alle attese: capita. Ma noi non possiamo non sperimentare nuovi formati, fermo restando che tutte le strutture aziendali sono continuamente impegnate per offrire al pubblico un'offerta di qualità e all'altezza della missione di servizio pubblico.

Il giornalismo di inchiesta – genere tanto dibattuto – è un pilastro nell’ambito dell’informazione e della nostra responsabilità, con un’offerta ampia e articolata che abbraccia trasversalmente i palinsesti e le fasce orarie. Su « Report » molto è stato detto e quindi, in questa occasione, è utile citare le altre trasmissioni che contribuiscono a rendere la Rai un importante attore nel panorama dell’approfondimento, dell’inchiesta e del valore del racconto. « Presa diretta », « Mi manda Rai 3 », il lavoro incessante di « Chi l’ha visto », le inchieste di Rai News, « Indovina chi viene a cena », i nuovi programmi come « Gocce di Petrolio », « Cose nostre » e « Far West »: sono molte le trasmissioni da citare. Ma vogliamo anche ringraziare pubblicamente ed evidenziare il lavoro di tutti i colleghi delle testate giornalistiche Rai, nazionali e regionali, che ogni giorno sono impegnati direttamente sul campo per raccontare quello che accade e tutti i programmi di approfondimento.

Purtroppo il tempo stringe; avrei voluto parlare dell’area documentari – ma lascerò la relazione – quindi di documentari, citando « Meraviglie » e « Ulisse », « Geo » e « Kilimangiaro », la diretta dalla Scala, i prossimi eventi dell’Orchestra Sinfonica Nazionale. Avrei voluto parlare anche di tutto il tema riferito alle *fiction*, al valore delle *fiction*; dei premi che noi vinciamo con i nostri prodotti; però posso dire che sul genere *fiction* e documentari abbiamo investito più di 200 milioni di euro nel 2023, a cui si sono aggiunti 24 milioni di euro per cartoni animati e serie « kids ». Avrei detto tante altre cose sul prodotto per i giovani, per i bambini. Lo sport, altra *fake*: oltre 2.000 ore prodotte nel 2023, un investimento di oltre 200 milioni di euro nel 2024. È inutile parlare di Olimpiadi, Paralimpiadi, campionati di calcio, ATP, Coppa Davis, eccetera. La cultura: per quanto attiene la cultura non faccio le citazioni di tutto quello che stiamo facendo, ma una cosa la devo dire: non c’è stato alcun taglio, siamo in linea con il *budget* dell’anno precedente.

Accessibilità. Su questo stiamo facendo molte attività: 17.500 ore sottotitolate *on air* (il 90 per cento della programmazione); 250 ore in lingua inglese; 3.000 ore su RaiPlay; 3.500 ore su *web* e *social*; 1.650 ore di audiodescrizione sui canali generalisti e 3.000 sui canali specializzati; LIS.

Il resto, lo leggerete. Vi ringrazio. Naturalmente lascerò anche tutti questi dati, che sono poi sintetizzati in una serie di tabelle.

**PRESIDENTE.** La ringrazio; mi dispiace, ma il tempo purtroppo è contingentato. Do quindi immediatamente la parola al dottor Rossi, sperando sia un po’ più breve nell’esposizione, che poi nelle risposte avrete anche modo di completare.

**ROSSI.** Grazie, Presidente. Avevo preparato delle *slide*, ma immagino che con la loro visione si allungherebbe di molto il tempo. Lascio quindi le *slide* ed espongo semplicemente la relazione.

Prima di avviare il mio intervento vorrei ricordare con grande affetto, sento il dovere di farlo, Riccardo Laganà, che è stato il nostro con-

sigliere d'amministrazione, perché questa è la prima audizione che abbiamo in Commissione di vigilanza in assenza di Riccardo (*Applausi*), caro amico, ma soprattutto perché tutto il percorso che siamo facendo in questi mesi e che in realtà nasce dai tre anni passati in cui abbiamo, io e lui, condiviso anche il Consiglio di amministrazione della Rai, è un percorso che porta i suoi frutti anche per l'immenso lavoro che Riccardo ha fatto; la sua scomparsa, improvvisa e prematura, oltre a lasciare un grande dolore, lascia anche un grande vuoto all'interno dell'Azienda.

Inizio il mio intervento partendo da un dato ormai noto, quello dell'attuale contesto mediale, che è sempre più vorticoso e competitivo, in cui si generano di continuo nuovi *target* e nuove esigenze, dando vita a nuove modalità fruibili. In tal senso il modello organizzativo per generi, adottato dal precedente Consiglio di amministrazione e applicato poi da quello successivo, che è un modello organizzativo *content*-centrico e multiplatforma, che è in fase di rodaggio, vede impegnata la Rai in un'azione indirizzata a comprendere ogni potenzialità del settore e disporre di una visione completa sullo scenario *media* a livello globale. Centrali sono, allora, la definizione e il posizionamento della Rai, anche attraverso una chiara identificazione dei fattori che incidono sulla reputazione aziendale, nonché mediante la capacità di non smarrire mai l'utente nell'affollato panorama mediatico, che non è mai stato così competitivo come oggi, e quindi di predisporre un'offerta editoriale che punti all'universalità e che sia capace di rispondere in ogni momento ai gusti e agli interessi dei telespettatori. Questa è una riflessione che sta attraversando tutti i servizi pubblici europei: come ricollocare, rifocalizzare, l'attività del servizio pubblico nel nuovo contesto mediale.

Nel contratto di servizio che è in via di approvazione uno dei primi obiettivi è proprio il completamento del processo di trasformazione della Rai da *broadcaster* tradizionale a *digital media company*, anche grazie al miglioramento delle piattaforme digitali, e una strategia di digitalizzazione complessiva che soddisfi i più alti criteri di qualità dell'informazione – l'articolo 4 – e incontri le cosiddette semantiche legate ai nuovi fornitori, soprattutto ai giovani.

Nel raggiungere tali propositi, Rai non deve mai distrarsi dalla sua missione narrativa, informativa, formativa, le cui direttrici poggiano su pluralismo, contrasto alle *fake news*, contrasto alla disinformazione e ad ogni forma discriminatoria. Proprio in questa logica, propongo una visione comparativa con gli altri *broadcaster* europei secondo diversi parametri. Il primo, ovviamente, è quello dell'utilizzo delle nuove piattaforme – quindi necessariamente si parte da RaiPlay – per cercare di capire il lavoro e lo sforzo enorme che Rai sta facendo in questi anni proprio per soddisfare le nuove utenze e ricollocarsi all'interno dell'universo mediale, così complesso, coerentemente con la transizione digitale in atto.

Come rammentavo anche nella scorsa audizione, l'attività di RaiPlay si vede oggi rafforzata e rinnovata come una vera e propria OTT pubblica ed è una roccaforte tecnologica – da implementare, per carità, con ulteriori investimenti – di distribuzione non lineare con modelli di con-

sumo nuovi e con un'offerta attrattiva e distintiva. L'offerta di RaiPlay è oggi tra le più ricche del panorama europeo ed è in costante crescita. Il catalogo *on demand*, capace di distinguersi nel panorama digitale grazie alla qualità e alla varietà dell'offerta editoriale, è composto da circa 6.000 titoli in grado di intercettare i gusti e consumi dei *target* dell'*audience* tradizionale e digitale.

Un dato che voglio sottoporvi è questo: il catalogo di RaiPlay ha quasi il doppio dei titoli del catalogo della BBC, dei *player* della BBC. Sono circa 6.000 titoli contro i 3.300 circa della BBC: oltre 1.500 film, più di 500 serie italiane, 900 documentari, quasi un centinaio di serie internazionali, titoli musicali, opere teatrali, ricordando anche che all'interno di questo catalogo viene valorizzato enormemente l'*asset* strategico dell'offerta dedicata ai ragazzi, presidiato con la sezione bambini, *teen* e *learn*. La sezione bambini conta quasi 200 titoli, si rivolge ad un *target* allargato che comprende bambini e famiglie e spazia tra diversi generi di intrattenimento. C'è una sezione *teen* con oltre 180 titoli, una sezione *learn*, e completano il quadro l'offerta sportiva di 100 titoli e il catalogo teche che è composto da oltre 600 contenuti e 1.300 provenienti dalla programmazione lineare. È un'offerta quindi ampia, che è continuamente in crescita, è una delle più ampie a livello europeo e racchiude programmi originali prodotti o acquistati con l'obiettivo di intercettare le istanze della contemporaneità. Ovviamente questo comporta una serie di processi di trasformazione dettati da RaiPlay che ha portato, negli ultimi tre anni in modo particolare, ad una crescita esponenziale della piattaforma che sta espandendosi secondo tutte le metriche possibili e immaginabili, compresa l'evoluzione degli utenti iscritti. Nel 2023 RaiPlay registra 19 milioni di visitatori con 24 milioni di utenti registrati e 135 milioni di visualizzazioni: sono tutti dati che avevamo raccolto nelle *slide* e che poi lasciamo per chi le vuole consultare, ma con aumenti esponenziali in percentuale negli ultimi due anni che ovviamente danno ragione agli investimenti che sono stati fatti in questi anni sulla piattaforma di RaiPlay e danno soprattutto l'idea di una Rai che è oggettivamente orientata sulle nuove piattaforme con una grande capacità di attrazione a livello europeo.

Alcuni dati delle presenze su RaiPlay meritano considerazione: quasi tre quarti degli iscritti alla piattaforma sono *under 50*; metà degli iscritti hanno un'età inferiore ai 35 anni; e un utente registrato su cinque ha tra i 18 e i 34 anni. Questa è la dimostrazione di come lo spostamento del modello di fruizione della televisione lineare – che è una televisione ovviamente sempre più invecchiata – ai nuovi modelli di fruizione video *on demand* riesce ad intercettare il pubblico più giovane, ed è questa ovviamente la strada che noi andiamo a considerare anche quando poi facciamo le riflessioni, per esempio, sui temi degli ascolti. Perché quando ragioniamo sul tema degli ascolti e dello *share* dimentichiamo che c'è una quantità enorme di fruizione di contenuti che non è lineare e quindi non è contata dallo *share* classico che noi calcoliamo, non viene conteggiata, e che si trova invece a visionare gli stessi contenuti del lineare:

pensiamo all'utilizzo della *fiction* sulla piattaforma in modalità *on demand*. E questo somma ovviamente quello che tecnicamente si chiama *total audience* con delle metriche anche di ingaggio sui contenuti, ma anche sull'offerta per esempio *commercial* pubblicitaria, completamente innovative.

La Rai ha inoltre costruito una *leadership* nella classifica Auditel sugli eventi *live* più fruiti su piattaforme *digital*. Ovviamente gli eventi che la fanno da padrone in modo particolare sono alcuni eventi di intrattenimento e di spettacolo, come il Festival di Sanremo, e soprattutto lo sport. Lo ricordava prima l'amministratore delegato, *record* assoluto raggiunto in occasione della finale del Campionato del mondo di calcio Argentina-Francia lo scorso anno, con circa 600.000 dispositivi connessi nel minuto medio. Lo sport ovviamente ha una funzione attrattiva notevole, come ha dimostrato nel mese di novembre il consumo lineare del tennis, con i grandi successi di Sinner. Anche qui avevamo preparato una *slide* che elencava i numeri, impressionanti, degli eventi più seguiti dal 1° al 26 novembre 2023.

Perché sono partito dal tema RaiPlay? Perché la riflessione che volevo provare a condividere con voi riguardava una questione più complessiva a livello europeo. I servizi pubblici ovviamente vivono di finanziamento pubblico; indipendentemente dalla natura di questo finanziamento, che sia canone o finanziamento diretto, i servizi pubblici esistono perché l'investimento che lo Stato fa sul servizio pubblico è dato fondamentalmente dalle risorse che è in grado di dare e che sono in grado di essere ovviamente valorizzate. In tutta Europa si è aperto un grandissimo dibattito, oggi è tuttora molto vivo, sulle modalità con cui il finanziamento pubblico nei servizi pubblici deve essere fatto. Molti Paesi hanno mantenuto il meccanismo del canone; noi abbiamo oggi optato per una scelta diversa, in cui una parte del canone viene diminuito per attingere alla fiscalità generale; altri Paesi hanno abolito il canone attingendo le risorse pubbliche direttamente alle forme di fiscalità generale. Però quello che vorrei condividere con voi è il tema della quantità delle risorse pubbliche, indipendentemente dalla modalità con cui vengono garantite, perché quello che risulta in tutti i parametri in cui misuriamo la Rai rispetto ai grandi servizi pubblici europei (BBC, France Télévision, ZDF e la televisione pubblica spagnola) è quella di una carenza oggettiva delle risorse a disposizione. I principali indicatori economici confermano il tradizionale divario tra tutti gli operatori cosiddetti *big five*: il finanziamento totale per il servizio pubblico differisce in modo importante nei cinque Paesi, con l'Italia che è un fanalino di coda – i dati sono relativi ancora oggi dai dati EBU al 2021 – con 1,8 miliardi circa per l'Italia, 2 miliardi per la Spagna, 3,2 miliardi per la Francia, 4,8 miliardi per la Gran Bretagna, 8,6 miliardi per la Germania.

Come evidenziato in audizione anche dalla presidente Soldi, al di là dei volumi complessivi l'operatore italiano è quello che risulta essere sotto ogni profilo maggiormente penalizzato. Anche qui avevamo preparato una *slide*, che vi lascio, perché minore è il costo del finanziamento



pubblico per abitante: l'Italia ha 31 euro di finanziamento pubblico rispetto ai 43 della Spagna, ai 49 della Francia, ai 71 della Gran Bretagna e ai 104 della Germania. Minor finanziamento pubblico per centesimi di PIL, minore incidenza di finanziamento pubblico sui ricavi totali, minor finanziamento pubblico per ogni punto di *share* prodotto.

Se dovessimo valutare i risultati Rai su parametri di produttività e *performance* economiche, potremmo dire che Rai è uno dei servizi pubblici posizionati meglio nell'ambito del proprio mercato di riferimento. Se analizziamo il rapporto tra investimenti per la programmazione e finanziamento pubblico, il valore registrato della Rai è 97 per cento: il più alto tra i servizi pubblici in Europa. Questo significa che il finanziamento erogato riesce appena a coprire il totale degli investimenti necessari per veicolare l'intera programmazione Rai. Da qui la necessità della raccolta pubblicitaria. In altre parole, negli altri servizi pubblici il finanziamento pubblico consente non solo di coprire la promozione dei contenuti, ma anche di coprire i costi aziendali. Per la Rai il finanziamento a disposizione copre interamente il prodotto editoriale. Da qui, appunto, il lavoro enorme che fa Rai Pubblicità.

Nonostante questo, la Rai riesce a proporre una tra le offerte più ricche del panorama europeo, con il maggior numero di canali tv nazionali – noi ne abbiamo 13, la BBC 7, France Télévision 6 –, una ricca offerta informativa regionale e internazionale che è uno dei capisaldi, soprattutto quella regionale, della Rai; 12 canali radiofonici; e l'offerta *digital* di cui abbiamo parlato adesso – RaiPlay, ma c'è anche RaiPlay Sound da ricordare – e le altre piattaforme.

Perché il ragionamento sul finanziamento pubblico è importante? Perché è diciamo ormai molto chiaro che esiste una correlazione tra il finanziamento pubblico al servizio pubblico radiotelevisivo in ogni mercato e la dimensione del mercato televisivo e audiovisivo di quella Nazione. La relazione tra finanziamento pubblico e le dimensioni del mercato radiotelevisivo di riferimento è ormai una correlazione evidentissima: non è un caso che le ridotte risorse pubbliche destinate alla Rai producano un sottodimensionamento dell'intero mercato dell'audiovisivo italiano. Noi siamo anche la Nazione che investe di meno con soldi pubblici nel mercato del cinema, della *fiction*, dell'intrattenimento, cioè della grande industria dell'immaginario. Nel 2021 il valore *pro capite* dell'audiovisivo italiano è stato pari a 174 euro, inferiore addirittura a quello spagnolo che è di 186 euro, a quello francese, pari a 258, mentre i valori di Germania e Regno Unito sono rispettivamente 307 e 402, tre-quattro volte superiori a quello italiano. Questa disparità è dovuta anche, ovviamente, ad una minore spesa dello Stato sul mondo dell'audiovisivo (canone, sostegno e altri investimenti pubblici) nell'intero sistema. In Italia si attesta intorno ai 3 miliardi di euro di cui il canone Rai costituisce la parte più importante; in altri termini, senza gli investimenti che la Rai fa nel mercato dell'audiovisivo l'intera industria nazionale dell'audiovisivo crollerebbe. Consideriamo che nel Regno Unito si superano i 5 miliardi, in Germania i 9 miliardi.

Alla luce di tutti questi dati, il ragionamento deve essere ovviamente non tanto focalizzato sulla Rai, quanto sul sistema che noi vogliamo garantire nel nostro Paese, interrogandoci su quanto si voglia in generale sostenere interamente l'intero comparto dell'audiovisivo; ed è un tema che coinvolge non solo ora la Rai ma l'intera filiera.

Un dato che mi preme poi sottolineare è come il potere di acquisto dei colossi americani come Amazon e Netflix sia oggi inarrivabile. Questo comporta il rischio di un mercato sempre più polarizzato, con una possibile dispersione di risorse e di professionalità, ma anche un ulteriore affetto da tenere sotto osservazione: quello di avere dei prodotti editoriali – e quindi un immaginario – potenzialmente omologati da un punto di vista del racconto (nella direzione, per esempio, delle *soap* o dell'*action*), ma anche una forma stereotipata della nostra identità raccontata. L'Italia non può essere raccontata dai colossi stranieri, ma è la tutela della visione nazionale a raccontare l'immaginario e l'identità di una Nazione, e questo vale per ogni Nazione europea raccontata da uno sguardo globale. Se la Rai da una parte porta avanti la narrazione dell'identità e la promozione dei nostri valori culturali e sociali, dall'altra è un vero proprio *hub* industriale, il principale motore del sistema audiovisivo nazionale, nonché punto di equilibrio di un comparto cresciuto molto di più e complesso rispetto al passato.

Ultimi dati e poi concludo, Presidente: Rai Cinema ha investito 325 milioni nel quadriennio 2020-2023 per la realizzazione di 280 film e 120 documentari, collaborando con 190 società di produzione. Rai Fiction ha investito nel 2023 185 milioni nella produzione di *fiction* televisiva; nel 2020 erano 190 nel 2021 erano 160. Sappiamo quanto la *fiction* Rai sia un elemento trainante di crescita e di valorizzazione di tante professionalità, nonché attore di successo nei mercati internazionali, e tra l'altro uno dei generi di maggiore innovazione perché coniuga le modalità più tradizionali di consumo, quelle proprie del palinsesto lineare, con quelle nuove come lo *streaming*. Rai Documentari nel 2023 ha incrementato la sua produzione di 68 titoli ed è la struttura che sostiene la documentaristica italiana. Infine, Rai è di gran lunga il primo, se non l'unico, committente su scala nazionale di programmi e opere di animazione per bambini e ragazzi, con una produzione interna capace di dare vita a prodotti innovativi e di qualità realizzati da Rai Kids in collaborazione con la Direzione Produzione.

Tutto questo per spiegare come oggi la Rai è la struttura che sostiene l'intera industria dell'audiovisivo; e quindi l'appello che in qualche modo si fa, che noi ci sentiamo di fare al Parlamento, ovviamente nell'ottica dell'Azienda di servizio pubblico, è che la Rai sta svolgendo in pieno il suo ruolo di tutela dell'industria dell'audiovisivo ma c'è bisogno, a nostro avviso, di una maggiore consapevolezza dell'importanza strategica, non solo economica ma anche culturale, di questa industria di cui la Rai, ovviamente, è l'elemento portante.

Vi ringrazio per l'attenzione.



PRESIDENTE. Grazie a lei. Sicuramente c'era ancora molto altro da dire, ma ci sarà ancora qualche altra occasione. Davvero i nostri ospiti sono arrivati carichi di informazioni ed era corretto dargli lo spazio possibile per potersi rivolgere a tutta la Commissione; devo per correttezza lasciare uno spazio per i commissari, ma spero che avremo modo di rivederci, in modo che ci sia spazio per completare le vostre audizioni e ancora più spazio per i commissari per completare le loro richieste.

Ha chiesto di intervenire, sull'ordine dei lavori, l'onorevole Graziano.

GRAZIANO (*PD-IDP*). Grazie, Presidente, ringrazio anzitutto l'amministratore delegato Sergio e il direttore generale Rossi. Ho chiesto di intervenire sull'ordine dei lavori perché io penso che non possiamo procedere così. È evidente che abbiamo poco tempo per fare le domande ed ottenere le risposte. E allora faccio una proposta, che spero venga accolta, che è quella di porre le domande che riteniamo di formulare oggi, ma di stabilire una nuova data dove magari ci vediamo la sera e abbiamo il tempo materiale per discutere. A nostro avviso, infatti, quella della Rai è una vicenda abbastanza complessa sulla quale c'è bisogno di un'attenzione forte e soprattutto, prendendo spunto dalle cose che hanno detto l'amministratore delegato e il direttore generale, di avere maggiore consapevolezza rispetto a quello che è il Parlamento. Quindi, è giusto che si faccia una discussione più forte, più ampia e anche più articolata; non la possiamo ridurre, diciamo, in quaranta minuti. Ognuno di noi che interviene ovviamente ha delle domande da porre e sarebbe difficile poi fare una cosa del genere.

PRESIDENTE. Sì, era una delle questioni che infatti ci eravamo posti proprio perché sapevamo di avere poco tempo, ma avevamo allo stesso tempo piacere di incontrarli per riuscire ad ascoltarli.

L'onorevole Graziano ha fatto una proposta: ditemi se preferite che a questo punto facciamo completare con calma la relazione al direttore generale e poi poniamo le domande, o se cominciamo con le domande. Ditemi voi, perché insieme sapevamo esattamente come sarebbe andata.

Se volete, io comincerei comunque con le domande e poi certamente chiedo la disponibilità per l'anno nuovo, con calma, per una nuova audizione; devo dire che c'è sempre stata la disponibilità sia dell'amministratore delegato che del direttore a venire anche in questi contesti, come dire, un po' contingentati.

FILINI (*FDI*). Presidente, anch'io sull'ordine dei lavori: mi sento di condividere quanto ha detto l'onorevole Graziano. Purtroppo, sapevamo che convocare una Commissione a dicembre, nel bel mezzo della legge di bilancio, non ci avrebbe consentito di affrontare tutte le tematiche con la tempistica e tutto il rispetto che si deve al tema che affrontiamo. Quindi, per me va bene iniziare con le domande, però, come le ho già detto anche in separata sede, probabilmente sarebbe stato meglio orga-

nizzare questa Commissione magari dopo le Feste, a gennaio, con tutto il tempo a disposizione e senza essere così compressi sia nelle domande sia nell'esposizione. A me è dispiaciuto, ad esempio, non vedere le *slide* che avevano preparato i vertici e avrei voluto sentire anche la conclusione dell'amministratore delegato. Quindi, andiamo avanti così, però per la prossima volta cerchiamo di organizzare meglio la Commissione. La ringrazio.

PRESIDENTE. Certamente. La sua richiesta era stata l'unica, per cui abbiamo proceduto come avevamo condiviso, nel senso comunque di audire i nostri ospiti, anche per correttezza rispetto ai lavori che ci eravamo dati in Ufficio di Presidenza. Concordo pienamente, in questo periodo è un po' difficile; intanto abbiamo sicuramente sentito buona parte delle loro relazioni.

GASPARRI (*FI-BP-PPE*). Concordiamo anche noi, Presidente: si può usare questo tempo di circa 40 minuti per fare delle domande che forse nemmeno si esauriranno e poi di prevedere per le altre domande e le eventuali risposte un'altra seduta fissandola già da ora, immagino dall'8-9 gennaio, perché dubito che si faccia il 27 o 28 dicembre, anche perché il direttore ha l'*appealing*; complimenti, l'*appealing* non l'avevo ancora sentito.

BOSCHI (*IV-C-RE*). Presidente, la ringrazio per aver confermato l'audizione di oggi perché era comunque un obiettivo che ci eravamo dati quello di poter sentire prima di Natale il direttore generale e l'amministratore delegato, pur consapevoli della ristrettezza dei tempi. Io in realtà avrei una proposta parzialmente diversa, nel senso che sono d'accordo ovviamente nel fissare una nuova audizione con la disponibilità del direttore generale e dell'amministratore delegato per l'inizio di gennaio, tenuto conto che mi pare l'amministratore delegato ci abbia dato l'indicazione del 18 gennaio per la presentazione e l'approvazione del piano e quindi è utile che l'audizione avvenga prima per avere qualche spunto di riflessione comune in questa sede, al di là del lavoro che abbiamo già svolto ovviamente in Commissione sul tema, invece, del contratto di servizio. Però io non rinvierei tutte le risposte alla prossima seduta; forse potremmo, Presidente, col suo aiuto organizzare i lavori per avere un primo giro di domande e avere poi almeno una ventina di minuti per le risposte che possono fornirci già oggi, prima dell'inizio dei lavori dell'Aula che comunque per noi è alle 9,30, ma in realtà, con i venti minuti del preavviso, sarà alle 9,50. Altrimenti, fare tutte le domande oggi e non avere nessuna risposta in questa sede sinceramente a mio avviso ha poca utilità, perché ci deve essere uno scambio in sede di audizione. Poi proseguiremo in un'altra seduta quello che non riusciamo a completare.

PRESIDENTE. Allora, io comincerei con il giro di domande; chiaramente grazie alla capacità riassuntiva dei colleghi si potrà avere il

tempo di possibili risposte. Se riusciamo ad essere efficaci e sintetici, possiamo probabilmente cominciare ad avere qualche *feedback* e poi ri-aggiorniamo la Commissione per il dibattito, in modo tale che si possa fare tutto in maniera costruttiva e completa. Nel frattempo, prenderemo visione delle relazioni, così potremo anche fare domande puntuali sulle ricche e complete relazioni che entrambi hanno presentato e che è stato un peccato dover sintetizzare. Di questo mi scuso, chiaramente, perché ho dovuto fare premura agli auditi.

Procediamo quindi con le domande dei commissari.

DALLA CHIESA (*FI-PPE*). Buongiorno e grazie agli intervenuti per quello che ci hanno dato. Ci dispiace non avere visto le *slide* e tutto il resto, però ci ritroveremo per poterle vedere e per poterne parlare. Io volevo chiedere, invece, una cosa diversa. Nelle ultime settimane la Rai è stata al centro di violente polemiche; non tanto la Rai, ma personaggi che sono all'interno, che lavorano all'interno della Rai, e non ho visto da parte della Rai, che invece secondo me dovrebbe farlo, una difesa su questi personaggi. Mi riferisco per esempio a Michele Guardì. Michele Guardì è un personaggio che ha creato quarant'anni di spettacoli televisivi, quarant'anni di ascolto, quarant'anni di personaggi. Certo, da quello che abbiamo sentito, i fuori onda che ha tirato fuori la trasmissione « Le Iene », non è un linguaggio molto consono, è abbastanza colorito il suo linguaggio. Io ci ho lavorato, abbiamo lavorato in tanti con lui, però nessuno si è mai sentito offeso da quello che ha detto. Mi è dispiaciuto, anche perché lui è un uomo che per certi versi è unico, e questo mi sento di dirlo. Quando nel 1992 fu ucciso Borsellino c'era « Scommettiamo che » che stava andando in onda e dai vertici della Rai dissero che sarebbe dovuto andare in onda lo stesso e per forza; Michele e Frizzi invece, ed io che non c'entravo niente ma ero lì comunque, ci opponemmo dicendo che la Rai non poteva in quel momento fare una figura di quel genere, doveva invece rappresentare il Paese che in quel momento era un Paese che stava piangendo, era un Paese che aveva delle grosse difficoltà a vedere uno spettacolo quella sera. E Guardì si è battuto con tutte le sue forze. Quindi Michele sì, è vero, è quello della parolaccia, ma che non arriva mai comunque ai conduttori che sono in onda. Le posso assicurare che in quarant'anni di televisione di fuori onda ne ho sentiti tanti e anche peggiori di quelli che ho sentito adesso. E allora, mi sarebbe piaciuto che la Rai in qualche modo avesse creato intorno a lui, così come ad altri personaggi di cui abbiamo parlato anche qui in Vigilanza, una sorta di protezione, perché comunque lavorano per la Rai e non hanno mai tradito, sono sempre rimasti lì, non hanno fatto passaggi strani, ecco. Questo volevo chiedervi.

GASPARRI (*FI-BP-PPE*).Presidente, io perdo pochissimo tempo, do il buon esempio, e chiedo una cosa specifica al dottor Sergio e al dottor Rossi: c'è il problema dei diritti musicali. La mia richiesta è specifica: siccome non è affrontato il tema dei diritti musicali e ci sono ancora al-

cune questioni aperte che abbiamo discusso anche qui in Vigilanza, chiedo al vertice RAI se può incontrare – lo dico trasparentemente – l’AFI, Associazione fonografici italiani, che ci comunica spesso disagi. C’è stata la sentenza Vessicchio recentemente che ha comportato dei costi; affrontare prima la questione non è meglio per evitare poi soluzioni giudiziarie onerose per la Rai? La mia richiesta, quindi, è di parlare voi con l’Associazione fonografici italiani di questo tema del pagamento dei diritti musicali.

LUPI (*NM(N-C-U-I)-M*). Presidente, mi scuso fin d’ora, ma alle 9 abbiamo la Conferenza dei Capigruppo per programmare al Senato i lavori del prossimo *week-end* e quindi si potrebbe immaginare di fare l’audizione dei vertici il 27, il 28 o il 29 per proseguire il nostro lavoro. Al di là di questa battuta, ringrazio il direttore generale e l’amministratore delegato e credo che sia stato utile fare oggi questo primo passaggio. Faccio una considerazione e di conseguenza faccio le domande: forse il lavoro della Commissione nei confronti con i vertici Rai dovrebbe liberarsi da alcuni pregiudizi e guardare veramente sul presente per proiettarsi nel futuro. I dati che ci sono stati dati – mia mamma mi insegnava che carta canta e che la realtà è più testarda delle mie opinioni – possono aiutarci la prossima volta magari a mettere da parte le legittime domande di ognuno di noi e invece a concentrarci, visto anche il piano industriale, sulle questioni di fondo che voi avete affrontato. Non è che l’*audience* non sia una legittima questione, ma se i dati sono oggettivi forse è meglio capire e confrontarci, per esempio, chiedendoci se un servizio pubblico ha il dovere di lanciare nuovi programmi e se l’*audience* – con la collega Boschi so che c’è stata grande discussione durante l’esame del contratto di servizio – è l’unica misura con cui verificare la bontà dei nuovi prodotti che si lanciano; se il fattore tempo, per esempio, è un elemento di cui il servizio pubblico deve tenere conto. Un’impresa privata forse il fattore tempo non lo può reggere; un servizio pubblico sì. Ricordo che una delle più grandi trasmissioni di successo, a proposito di giornalismo di inchiesta o di *talk show*, che oggi è migrata da un’altra parte – Floris – nel primo anno di trasmissione – purtroppo io e Gasparri siamo giovani – faceva degli ascolti assurdi; eravamo sul livello del 2 per cento di *share*. Investire su quel giovane, o su quei giovani, ha portato ad avere un patrimonio complessivo per tutti. Allora, vi faccio i complimenti e concludo nelle mie domande solo con i titoli, perché il lavoro che avete fatto in otto mesi, con un treno in corsa, oggettivamente (siccome in questo periodo natalizio sappiamo che i miracoli li faceva solo uno, trasformava l’acqua in vino), ci può aiutare a capire, a concentrarci sugli sforzi diversi. Prima domanda: sostenibilità economica. Con coraggio avete affrontato le questioni, avete fornito un dato che secondo me è interessante, che è quello della riduzione del debito, perché un’azienda che ha un debito pubblico enorme o va dallo Stato oppure non sa dove sbattere la testa. Dunque, un dato che vede una riduzione: bene. Ma

questa riduzione è solo momentanea oppure è previsto che negli anni successivi questo debito diminuisca?

In secondo luogo, il rapporto con il Ministero dell'economia – ne avete discusso al Senato, ne abbiamo discusso in Parlamento – rispetto a modalità diverse di finanziamento – mi rivolgo in particolare al dottor Rossi – con il parametro anche degli altri Paesi. Sta avvenendo nell'elaborazione del piano industriale? Cioè, state facendo un piano industriale che tiene conto di questa modalità, esiste nei fatti o no?

Avete fatto bene a parlare della Maggioni, io credo che dobbiamo ringraziarla. Mi sembra che alcune trasmissioni che sono state fatte, penso al coraggio da un giorno all'altro di fare la trasmissione sulla mafia nel giorno della mafia, che ha avuto una bassissima *audience*, è stata un disastro dal punto di vista dell'*audience*, ma io credo che fosse doveroso in quel momento dare quel segnale.

Mi piacerebbe che discuteste anche nel piano industriale, l'ho detto anche alla Presidente, della differenza tra giornalismo di inchiesta e giornalismo a tesi; io sono per tutelare il giornalismo di inchiesta, ma la Rai può aprire finalmente un dibattito, un confronto culturale, con i protagonisti e dire che il giornalismo d'inchiesta è diverso dal giornalismo a tesi e che il giornalismo a tesi non appartiene al servizio pubblico?

Infine, il tema dei giovani, perché mi piacerebbe avere un indicatore che non sento: l'età media dei dipendenti e dei giornalisti di questo servizio pubblico qual è? Ci sono degli strumenti che vi impediscono di poter fare entrare dei giovani? Perché il futuro di un'azienda lo si misura nell'investimento in tecnologie, ma lo si misura anche nell'investimento in capitale umano. Non credo, per quello che vedo io, che si stia bilanciando questa possibilità nella pubblica amministrazione ma anche in Rai, e quindi vorrei capire se ci date la prossima volta questo dato. E poi, dottor Rossi, attenti agli algoritmi, ne parleremo insieme, perché non è solo l'algoritmo che può misurare – lo so, non lo dico polemicamente – la qualità del prodotto con l'algoritmo; il film della Cortellesi non avrebbe mai avuto successo, eppure... Quindi, c'è nel servizio pubblico anche una funzione di guida, non solo di andare verso la domanda, ma di guidare la domanda?

Ho concluso, chiedo scusa se mi sono dilungato, ma questi erano i quesiti che volevo porre.

LISEI (*Fdi*). Grazie, Presidente, grazie ai vertici della Rai per la disponibilità, ci dispiace se abbiamo dovuto un po' comprimere la presentazione. Vi chiedo: siamo un po' alle porte dello *switch off*. È un tema tecnico che però è strategico credo per l'Azienda e non soltanto per l'Azienda e per gli italiani. Quindi, siamo alle porte del passaggio al digitale di seconda generazione, che è stato una scelta credo di lungo corso nel senso che è nata nel 2020-2021 anche per fare spazio al 5G liberando appunto spazio alle frequenze dei 700 *megahertz* e quindi per trasmettere la stessa qualità di contenuti occupando meno spazio, liberando appunto frequenze. Il Ministro delle imprese e del *made in Italy* ha riassegnato

varie frequenze a vari operatori di rete, diciamo che tutti si dovranno uniformare a questo passaggio e devono mettere in atto il *refarming*, che è un processo comunque complesso ed evidentemente non tutti hanno inteso di percorrerlo immediatamente. Il periodo transitorio era fino a giugno 2022, però mi sembra che sia stato un pochettino più lungo. La Rai, mi sembra di capire dalle ultime disposizioni, il 10 gennaio dovrà fare lo *switch* definitivo. Ora, al netto del fatto che molte famiglie non sanno neanche che cos'è il digitale terrestre di seconda generazione, il DVB, T1, T2, T3, non lo sanno; al netto del fatto che i numeri, e su questo magari vorrei un chiarimento, ci dicono che molte famiglie – non si sa bene il numero preciso, non so, se voi lo sapete potete dare un dato, perché sono usciti dati diversificati ma parliamo comunque di milioni di famiglie – ancora non sono passate al digitale di seconda generazione, e quindi ovviamente credo che questa sia anche una delle ragioni per le quali molte emittenti si sono tirate indietro a fare lo *switch-off* definitivo. In questo senso noi appunto il 10 gennaio dovremo fare, si dovrà fare, lo *switch-off* definitivo; volevo chiedere quali sono i rischi che corre la Rai, perché chiaramente l'Azienda pubblica fa lo *switch-off* e di fatto perde la possibilità di raggiungere non si sa per quanto tempo milioni di utenti mentre le altre emittenti potranno comunque raggiungerli e quindi chiaramente pagherà un *gap* in questo senso. Vi chiedo, insomma, che cosa intendete fare, quali sono i rischi ed eventualmente come affronterete questo passaggio.

BONELLI (AVS). Grazie, Presidente, buongiorno all'amministratore delegato, buongiorno al direttore, quattro domande molto veloci; in parte il direttore Rossi, devo dire, ha anche sostanzialmente risposto alla domanda che sto per fare, ma la riformulo. Il canone Rai, con una decisione che sta in legge di bilancio e che siamo per trasformare in legge, cioè questa riduzione da 90 a 70 euro, con un venir meno di circa 420 milioni di euro, ripresi poi con un contributo straordinario che sarà nel bilancio ma che non è strutturale e che quindi pone l'Azienda nella necessità, con questa spada di Damocle, di avere questa entrata nella fiscalità generale per i prossimi anni, essendo una norma strutturale. Quindi, da questo punto di vista, anche alla luce dei dati che il direttore poc'anzi ha dato, mi pare evidente che la scelta del Governo sia una scelta che penalizza l'Azienda in prospettiva; quindi, chiedo che cosa accadrà, quali sono gli effetti di questa norma dal punto della pianificazione, perché noi abbiamo la copertura di un anno, ma nei prossimi anni qual è l'effetto nella pianificazione, perché è evidente che voi avete un problema di risorse che vengono meno.

Seconda questione: il contratto di servizio. Ci ha detto che è prossimo, ma vorremmo capire, vorrei capire, com'è la situazione rispetto al contratto di servizio.

Anticipo un tema rispetto ad altri due che mi sono molto cari, non che gli altri lo siano di meno: in queste settimane abbiamo assistito ad una cosa che francamente trovo indecorosa da parte di chi l'ha fatto, ov-



vero di esponenti di Governo che diffidano giornalisti dell'Azienda Rai. Mi riferisco alla diffida del ministro Sangiuliano alla trasmissione « Un giorno da pecora » perché, insomma, satirica, è capitato anche a me di essere abbondantemente preso in giro, e di dire « non potete più parlare di me »; oppure la diffida del sottosegretario Sgarbi alla trasmissione « Report ». Io penso che sia necessario che l'Azienda da questo punto di vista difenda i giornalisti, difenda queste trasmissioni, da un'invasione intollerabile da parte della politica e in questo caso da parte del Governo.

Terza questione: in queste settimane c'è stata la conferenza sul clima a Dubai. Se andiamo a vedere i dati dell'Agcom a partire dai mesi precedenti vediamo che dal punto di vista del servizio informativo le percentuali di informazione su queste questioni sono risibili. Ma non solo sono risibili, ma c'è un problema di pluralismo, e lo dico all'amministratore delegato e al direttore. Per noi si tratta di una questione veramente dirimente. C'è un problema di pluralismo. Perché non è che su queste questioni può parlare solo il Governo, può parlare solo il Ministro dell'ambiente, può parlare solo la Vice Ministra, può parlare solamente la *Premier* e dare una visione di chi parla di ambientalismo pragmatico *versus*, contro, l'ambientalismo ideologico. Perché ad esempio, a partire dal sottoscritto, io a Dubai ci sono stato, ho fatto anche una bella conferenza stampa, ho parlato con la BBC, ho parlato con France 2, non ho parlato con la Rai. È un problema. La Rai non ha ritenuto che un *leader* di un partito che stava a Dubai e che è rappresentato da un Gruppo parlamentare potesse avere voce, a differenza della presenza di esponenti di Governo che massicciamente avevano, legittimamente per carità, la loro posizione. E vengo al dunque. Io vorrei sapere, a nome del Gruppo parlamentare Alleanza Verdi e Sinistra, i criteri che sottintendono, ferma restando l'autonomia delle redazioni, le seguenti questioni: quando, come e perché. Fermi restando i pesi che la democrazia assegna ad ogni Gruppo parlamentare, perché se i cittadini hanno dato al mio Gruppo un mandato che io rappresento non posso pensare di poter rappresentare chi invece ha avuto cinque volte più di me; ma stando sempre con le dovute proporzioni, qual è il criterio che ad esempio porta alcuni *leader* al pari di me o al pari di altri ad avere un trattamento diverso, ad essere intervistati in maniera solitaria, ad essere invitati in maniera solitaria nelle trasmissioni di approfondimento? Questo non può accadere, assolutamente. È una questione su cui ci deve essere una modalità. Anche quando ci sono interviste fuori dal cosiddetto « panino », per carità, va bene – si chiama così, ho imparato che si chiama così, insomma, è un po' brutta come cosa, anche perché abbiamo a che fare con l'informazione e l'informazione non può essere chiamata « panino » – ma detto questo, tanto per intenderci, qual è la modalità attraverso la quale c'è chi invece è fuori dal « panino » e chi invece sta nel « panino »? Questo è un tema, guardate, una cosa che ribadiremo costantemente sino a quando non sapremo quali sono i criteri.

Ultimo punto e concludo: anch'io potrei essere un opinionista. Ho una storia, conosco bene le questioni di cui parlo; se a « Domenica In »



avessero parlato di cambiamento climatico sarei andato felicemente a fare l'opinionista; ma so che non posso essere un opinionista perché ho un'esposizione politica. Ebbene, quello che è accaduto – non è nulla di personale, infatti non cito i nomi per rispetto, perché tra l'altro sono anche persone che stimo – è che, insomma, vedere « Domenica in » e avere la vostra risposta che le persone che sono state invitate a parlare di violenza di genere sulle donne sono due opinioniste quando sono due esponenti politiche, una delle quali stimo in maniera particolare, ecco, francamente io lo trovo un problema; quindi c'è un problema di pluralismo nella modalità con cui io l'ho esposta.

Mi fermo qui; attendiamo, diciamo, non solo una risposta, ma dei fatti che ci dicano che tutto questo venga quanto meno corretto.

BEVILACQUA (M5S). Grazie, Presidente, saluto l'amministratore delegato e il direttore Rossi. Io vorrei partire dalle parole dell'amministratore delegato, che ha parlato di un piano di trasformazione che punta ad un equilibrio alla luce del taglio del canone, che mi è sembrato preoccupare molto di più invece il direttore Rossi, che ha parlato senza mezzi termini di un rischio per esempio per l'industria dell'audiovisivo. A proposito di questo taglio, « piano di trasformazione » suona forse più rassicurante, ma in realtà io ricordo benissimo le sue parole, amministratore, quando ha parlato di un piano di ristrutturazione anziché di investimenti, quindi volevo capire in che termini. Anche perché mi fa piacere che la raccolta pubblicitaria al momento sia in crescita, ma per sua natura la raccolta è sicuramente un elemento variabile e un piano industriale, la programmazione degli investimenti della Rai, a mio avviso non possono, penso legittimamente, essere legati ad una variabile imponderabile.

Dal punto di vista invece dell'etica e della deontologia professionale a cui dovrebbe tendere il servizio pubblico in maniera esemplare, visto che si tratta di servizio pubblico, e quindi non parlo di pluralismo ma proprio di etica del servizio pubblico, vorrei chiedere se possibile un passaggio non solo sulla vicenda ben nota delle dichiarazioni dal palco di Atreju di Corsini, ma – lo ha chiamato lei in causa, lo ha citato lei – sul programma « Far West », nel quale quel binomio che lei ha detto essere fondamentale di parametro di valutazione quali-quantitativo sembra essere veramente messo a dura prova, per esempio, con riferimento alla vicenda di Natoli, che è stato oggetto di più puntate della trasmissione « Far West » senza che, a detta dell'interessato, gli sia stata data la possibilità di intervenire in trasmissione. Non sapeva nemmeno del fatto sarebbe stato citato in trasmissione; quando lo ha saputo, alla sua richiesta di intervento e di rettifica sembra che non sia stata data adeguata possibilità e spazio all'interno del servizio pubblico, che in questa situazione in particolare trattava di tematiche legate ovviamente a pagine non solo dolorose ma anche determinanti della storia del nostro Paese: mi riferisco alle stragi di mafia del 1992. Quando si maneggiano materie così parti-

colari e rilevanti il servizio pubblico dovrebbe fare uno sforzo in più per dare un'informazione adeguata e completa.

Un altro passaggio: il contratto di servizio, « Chi l'ha visto », si potrebbe fare una trasmissione, forse una puntata, su questo.

Infine, vorrei un passaggio anche sull'intelligenza artificiale di cui lei recentemente ha parlato come di una risorsa da utilizzare a sostegno di alcuni processi. Vorrei capire, dal punto di vista sia dell'investimento sui giovani che magari potrebbero dare un apporto in materia, sia su come la Rai pensa di affrontare nella divulgazione attraverso il servizio pubblico, attraverso programmi di servizio pubblico, il tema appunto dell'intelligenza artificiale.

CAROTENUTO (M5S). Presidente, sarò brevissimo. Innanzitutto mi accodo al collega Bonelli sui temi ambientali, perché sono effettivamente scomparsi dai TG. Abbiamo dei dati allarmanti da questo punto di vista: abbiamo visto mi pare a settembre il 2 per cento all'interno dei regionali, a ottobre addirittura intorno all'1 per cento, un lieve miglioramento poi a novembre, comunque siamo sul 2 per cento. Sono percentuali francamente risibili, a maggior ragione visto che c'era una Cop 28, anche perché poi i temi ambientali sono quelli che interessano molto i giovani. Poi diciamo che i giovani si allontanano dalla tv pubblica e preferiscono magari informarsi sui *social*: probabilmente perché vedono rappresentata una realtà che non vede i loro interessi al centro di questa rappresentazione. Per non parlare di una narrazione sulla quale ci siamo già espressi tante volte, che ci sembra, anche quella, francamente un po' troppo parziale e prona a interessi politici, e anche quello secondo me fa male all'Azienda, perché è chiaro che chi ha la possibilità di informarsi sui *social* si trova davanti un'informazione che è centrata sui suoi interessi e tende chiaramente a preferire quelli. E allora, secondo il nostro punto di vista, o la Rai riacquista una credibilità maggiore e quindi indipendenza dalla politica o rischia veramente di veder sparire sempre di più il pubblico. Un pubblico che invece apprezza programmi come « Report », ad esempio, che la realtà sembrano rappresentarla bene, anche perché attaccano un po' tutti i partiti politici indistintamente. Infatti, a questo proposito, volevo chiedere se nel caso sia di « Report » che di « Un giorno da pecora », come giustamente diceva il collega Bonelli, non vorreste esprimere solidarietà rispetto agli attacchi, alle intimidazioni che hanno subito da parte della politica.

Infine, mi accodo ai *dubia* della collega Bevilacqua: anch'io mi domando come si faccia a fare un piano industriale senza conoscere gli introiti di cui si possa disporre, se il canone resta o non resta, in che quantità. Io veramente non vorrei essere nei vostri panni, però vorrei delle parole più chiare, sia nel rispetto di questa Assemblea sia nei confronti dei dipendenti della Rai, a cui voi dite certamente che volete confermare questi contratti, aggiornarli, e però non si capisce come pensate di farlo.

Un'ultima cosa: abbiamo audito la presidente Soldi e lei ci ha scandito uno slogan molto importante dal nostro punto di vista: *no woman no*

*panel*. In realtà, però, proprio nei due giorni successivi alla sua audizione abbiamo visto che invece sono stati realizzati due incontri dalla Rai e non erano presenti donne nel *panel* e quindi, insomma, è stata un po' una stonatura che dal nostro punto di vista ci premeva sottolineare.

BERGESIO (*LSP-PSd'Az*). Grazie, Presidente, grazie naturalmente all'amministratore delegato e al direttore generale per l'interlocuzione di questa mattina che a mio avviso è molto importante. Il dato strategico, intanto, è che in questi 220 giorni avete già messo a fuoco una situazione particolarmente delicata soprattutto per quanto riguarda gli obiettivi principali che vi siete dati: lo sviluppo sostenibile, la riduzione del *footprint* immobiliare, l'efficientamento, la sostenibilità, la digitalizzazione, la rifunzionalizzazione; e poi anche il benessere dei lavoratori e la riduzione del fabbisogno finanziario. Io partirei da quest'ultimo tema, perché lo ritengo molto importante. L'abbattimento del debito di 90 milioni di euro è sicuramente un dato strategico; era previsto un indebitamento netto finanziario di 650 milioni, l'avete ridotto, è merito questo sicuramente di una gestione oculata, ma anche dell'aumento dell'introito, diciamo, della parte rispetto a quello che è tutto il discorso pubblicitario, tutta la vostra quota pubblicitaria. Il tema della riduzione del canone: voi sapete che è molto caro al nostro movimento, l'abbiamo portato avanti con molta determinazione in questi anni, la riduzione di 20 euro, questo. Ma in un contesto – lo dico ai parlamentari: noi dobbiamo anche capire, è vero che il confronto ci aiuta, perché ci aiuta molto di più magari riuscire a spiegare agli altri quanto siamo bravi – dove abbiamo anche un debito pubblico che è dopo la Grecia in rapporto al prodotto interno lordo, la Grecia ha il 168 per cento e noi il 143 per cento. Avete giustamente citato la Germania, ma la Germania ha un prodotto interno lordo di 3.876 miliardi e un debito pubblico di 2.360 miliardi. Allora, se abbiamo una responsabilità di Paese, abbiamo anche una responsabilità di non gravare esageratamente sulle tasche dei cittadini, anche relativamente a un percorso che ci diamo.

Condivido: condivido la capacità di Rai di fare sintesi. Li abbiamo auditi, abbiamo udito sia la parte relativa a Rai Cinema tutta la parte relativa alle *commission*, la parte relativa ai documentari, c'è un grande lavoro che viene fatto. Condivido quello che diceva prima il direttore generale su RaiPlay, perché penso che strategicamente sia una piattaforma eccezionale e straordinaria. Però su questa riduzione del canone che normalmente è frutto di un dibattito parlamentare ed è anche frutto di un'azione che volutamente è stata fatta per sensibilizzare, penso alla trasformazione digitale, alla razionalizzazione di reti; noi pensiamo anche che la Rai si debba dare veramente un obiettivo – probabilmente ve lo siete già dato, e questo vi volevo chiedere – sul discorso del recupero magari di sacche di spesa, con una razionalizzazione delle spese che può essere importante. Penso ad esempio al fondo rischi per controversie legali, che ammonta a 57 milioni di euro, di cui 30 milioni per controversie in sede civile, penale, amministrativa; 22 milioni per spese giuslavoristiche. Se

nell'ottica di tutta l'operazione che è stata fatta del canone con la ripresa dalla fiscalità generale alla fine la Rai quest'anno perdesse circa 27 o 30 milioni di euro, magari proprio da questi interventi specifici... io ho citato un esempio, poi magari voi ne avete mille di esempi da portarci. Voi avete anche un piano di razionalizzazione delle spese che porti a contenere questo differenziale così importante?

Lei poi come amministratore delegato ci aveva informato del rinnovato impulso riattivando nella scorsa audizione, dopo sette anni, quello che è il comitato editoriale, che diventa importante. Anche noi lo riteniamo strategico; volevamo chiederle a che punto è e quali sono le risultanze da questo punto di vista.

Abbiamo dei quesiti anche in merito alle gare d'appalto dei fornitori esterni della Rai; in particolare abbiamo chiesto, relativamente al TG1, sulle *troupe* televisive, ci sarebbe stata un'aggiudicazione in parte da una società il cui titolare è unito civilmente a uno dei vice direttori del TG1. Abbiamo presentato il quesito il 28 novembre, la Rai ci ha risposto il 15 dicembre 2023, però in questa risposta non si dice se sia stato aperto un *audit* interno oppure no.

In merito agli *audit*, si è parlato prima anche della questione Guardì, che non è da sottovalutare. Volevo capire se avete degli *audit* aperti, come sta funzionando, visto che questa è anche vostra responsabilità.

Per quanto riguarda il ridurre i costi e favorire le produzioni interne, fa piacere il lavoro che state facendo sui centri di produzione, è strategico: avete citato Milano, il potenziamento degli altri centri di produzione; con la collega Maccanti siamo molto legate al centro di produzione di Torino, col collega Rosso, sul quale più volte ci siamo concentrati nel tempo; magari anche questo, valorizzare le produzioni interne a scapito del resto, diventa importante. La razionalizzazione delle sedi estere è un tema molto caro anche a noi, che va sempre in combinazione di recupero di risorse per favorire quelli che sono poi l'investimento o il mantenimento di servizi importanti, perché noi non ci lamentiamo assolutamente della capacità di fare pluralismo, di portare avanti i temi importanti, ma soprattutto sulla capacità che deve avere la Rai di gestire al meglio le risorse.

La ricezione, la qualità dell'immagine. Mi concentro su questo solo perché lei ha caratterizzato il suo mandato alla radio con una forte spinta all'innovazione; ricorderà certamente la realizzazione di nuovi canali digitali in DAB, eccetera. Le chiedo se ha già in mente qualche iniziativa analoga anche per la televisione: mi riferisco ad esempio ai contenuti in 4K. Abbiamo potuto vedere quale sia stata la grande qualità dell'immagine in occasione della prima della Scala, e mi complimento davvero, abbiamo ricevuto anche noi molti attestati positivi. Voi non ritenete che a tal fine potrebbe essere opportuno usare la piattaforma satellitare, che a differenza del digitale terrestre ha molta più banda a disposizione e risulta preferibile per la diffusione di contenuti pesanti come quelli in 4K? Aggiungo peraltro che il satellite può arrivare – qui arrivo ad un altro tema importante – alla diffusione del segnale; il satellite può arrivare in

molte parti d'Italia e quindi rappresenta un sistema efficace per far arrivare la televisione soprattutto nelle aree in cui la ricezione del segnale attraverso il digitale terrestre è molto critica. Per esempio ci sono aree del Paese, come da noi in Piemonte, che per un terzo è montano, dove il segnale fatica ad arrivare, perciò anche questa potrebbe essere un'attività importante che sopperisce alle difficoltà della ricezione del segnale attraverso il digitale terrestre.

GRAZIANO (*PD-IDP*). Grazie, Presidente. Molte domande sono state fatte, però ci tengo a fare un ragionamento sul motivo per cui ho chiesto l'aggiornamento dei lavori. Io penso che la Rai sia in un punto nodale della vicenda. La vicenda del canone, la vicenda dello *share*, il tema dei palinsesti nel suo complesso, il tema della pubblicità che non è una condizione strutturale, come l'amministratore delegato sa meglio di me, e di conseguenza l'indebitamento sono fattori che sostanzialmente creano un problema molto serio sul sistema Rai. E io penso che c'è un momento in cui c'è la difficoltà di dover scegliere se c'è una condizione di finanziamento, perché se si dice che vogliamo trasformare in *digital media company*, io aggiungo del servizio pubblico, e in contratto di servizio mi avete bocciato l'emendamento che diceva «del servizio pubblico»; se vogliamo fare queste trasformazioni, c'è un tema oggettivo di risorse. In più, io chiedo: ma quel contratto di servizio che abbiamo fatto solo un mese e mezzo fa, ancora si ha notizia della pubblicazione, con le risorse date è ancora attuabile? Perché a mio avviso rischia di non esserlo più. Perché attenzione, ridurre il canone, come tutti sanno, di 20 euro, battaglia cara alla Lega, partito di maggioranza, pone oggettivamente la Rai davanti al problema che ha una risorsa di 420 milioni solo per un anno, come abbiamo oggi in finanziaria, quindi tecnicamente nel 2025, nonostante la riduzione dell'indebitamento, l'aumento di quest'anno della pubblicità, 560 più 440, in realtà ci troveremo a un 1,1 miliardi di indebitamento se non viene sostanzialmente confermato un ulteriore finanziamento che per ora non c'è; perché questo è il punto a mio avviso. Allora la mia domanda è: come facciamo a fare un piano industriale se non abbiamo chiarezza delle risorse? Lo dico non in una logica polemica, ma perché mi preoccupo dell'Azienda. La mia preoccupazione è quella di dire: ma scusate, rischiamo, siamo davanti a un baratro e in realtà pensiamo che tutto questo non stia accadendo. Io penso che ci voglia un forte e serrato confronto col Governo, perché oggi la legge carica in capo al Governo molto da questo punto di vista sulla Rai e io penso che ci voglia un confronto molto serrato, perché il rischio che in realtà l'Azienda vada incontro ad enormi difficoltà è molto alto. Lo dico perché io penso che la prossima audizione, Presidente, l'ho detto prima e lo voglio ribadire adesso, deve essere fatta prima del piano industriale. Io penso che ci vogliano certezze e da qui alla finanziaria l'avremo, perché il recinto da questo punto di vista sarà dato dalla finanziaria. Quindi, se noi avremo un anno... anche perché c'è un'anomalia come tutti sanno nel servizio pubblico, perché è questo il punto a mio avviso politico: cioè,



dobbiamo scegliere se il servizio pubblico è utile o non è utile. Se è utile, e questa è la battaglia del Partito Democratico, ovviamente vanno aggiunte le risorse per poter fare il servizio pubblico, non è che si può fare senza risorse. In più, è chiaro che davanti a questa domanda deve essere fatta l'audizione prima del 18 gennaio perché noi prima di capire il piano industriale dobbiamo capire che cosa in realtà sta succedendo, cioè dobbiamo avere la certezza delle risorse, perché altrimenti davanti a quel contratto di servizio noi abbiamo una distonia tra quello che diciamo e quello che in realtà possiamo realmente fare, o meglio quello che la Rai può realmente fare, perché rischia di non avere una strutturale posizione per la trasformazione in *digital media company*, perché ci vogliono degli investimenti, che sono molto consistenti e molto forti.

In questo fine settimana abbiamo visto sulla vicenda del pluralismo il comportamento di Rai News e abbiamo chiesto di audire il direttore di Rai News. Vorrei capire qual è la posizione del vertice rispetto a questa cosa. E poi, mi unisco a considerazioni precedenti, se noi facciamo delle interrogazioni che riguardano in particolare alcune cose come per esempio, lo ha detto prima il collega Bonelli, la vicenda di «Domenica in», e un parlamentare della Repubblica è la funzione più alta dello Stato perché serve lo Stato, non potete raccontare in una risposta che è un opinionista, perché io lo ritengo uno scempio il fatto che un parlamentare della Repubblica si faccia definire opinionista. Allora, vi chiedo la cortesia, se in queste cose possiamo evitare di prenderci in giro ve ne sarei grato, perché è un'offesa per la Rai rispondere così ed è un'offesa per il parlamentare. Siccome sono anch'io un parlamentare la ritengo un'offesa ed è impensabile dal punto di vista di una trasmissione di quel tipo immaginare che ci sia una doppia posizione del centrodestra. Quindi, vi chiedo come pensate di garantire quello che è il quali-quantitativo della posizione nelle trasmissioni, in particolare le trasmissioni molto sentite.

Altra cosa a mio avviso importante: come si può immaginare rispetto a tutto questo di attrarre i giovani; come pensate di poter, come dire, attrarre i giovani, ma soprattutto come pensate di poter far sì che i giovani vengano a lavorare alla Rai e diano un contributo da questo punto di vista.

GELMINI (*Misto-Az-RE*). Torno anch'io sul punto che è stato toccato dal collega Graziano, ma anche prima dal collega Bonelli; lo faccio magari con meno enfasi, meno entusiasmo, però io credo che sia una questione che oggettivamente va posta, nel senso che ciclicamente la Rai, come dire, ha qualche scivolamento rispetto alle forze di maggioranza in quel momento e rispetto al Governo, però ci avviciniamo ad una stagione anche molto delicata perché immediatamente dopo le vacanze di Natale saremo immersi in una campagna elettorale per le elezioni europee e per le elezioni amministrative e quindi io invito caldamente i vertici Rai a recuperare un senso di equilibrio tra le forze di maggioranza e le forze di opposizione perché proprio è stato perso. Al tempo stesso, come sottolineava il collega Bonelli, credo che sia un fatto democratico ritrovare, ri-

cercare, un equilibrio basato su dei criteri ovviamente quantitativi, di consenso, e lo sappiamo bene, ma di rappresentanza di tutte le forze di opposizione. Lo dico perché onestamente ho visto anch'io alcuni scivoloni e quello di « Domenica in » è molto grave perché erano presenti colleghe assolutamente stimate e anche, come dire, amiche, ma il fatto che non ci fossero rappresentanti dell'opposizione è stato un errore abbastanza forte, anche perché al Senato tutte le opposizioni hanno consentito che proprio sulla violenza di genere, sul femminicidio, si recuperassero 40 milioni di euro e quindi a maggior ragione credo che almeno un rappresentante estratto a sorte dell'opposizione in quel contesto ci dovesse essere.

Oltre a questo torno sulla questione delle risorse, del piano industriale, del taglio che inevitabilmente ci sarà, per dire che se c'è un aspetto positivo e forse l'unico di questa razionalizzazione delle risorse è che questo dovrebbe portare i dirigenti Rai ad una valorizzazione ancora più forte e anche necessitata delle risorse interne. Questo è un tema che c'è all'interno del contratto di servizio; ma come si declina, cosa si fa affinché, oltre al richiamo giustamente della figura di Laganà, ci sia anche un richiamo alla battaglia che Laganà ha fatto perché la valorizzazione delle risorse interne non sia uno *slogan* ma sia un qualcosa di concreto?

Terza e ultima questione: i giovani. Avete giustamente rivendicato il grande successo di « Mare fuori », il fatto che questo è stato uno strumento attraverso il quale avvicinare i giovani, però, ancora una volta, nel contratto di servizio c'è questo obiettivo e quindi io mi domando come viene come venga declinato l'obiettivo di una presenza, di un protagonismo del pubblico giovane all'interno della Rai e soprattutto chiedo, Presidente, perché questa penso che sia la funzione fondamentale della Commissione di vigilanza Rai, che forse dovremmo dedicare una seduta, un confronto, al tema del servizio pubblico. Perché penso che ci siano tutti i margini per riconoscere alla Rai il ruolo di servizio pubblico, è scontato, ne siamo tutti convinti e abbiamo anche gratitudine per ciò che all'interno della Rai viene svolto come servizio pubblico; però io penso che potremmo tutti insieme anche fare uno sforzo ulteriore e capire quali sono i tre obiettivi aggiuntivi, rafforzativi, del servizio pubblico inteso come Rai. Su questo forse anche una valutazione *ad hoc* all'interno di questa Commissione con i vertici potrebbe essere auspicabile.

BOSCHI (*IV-C-RE*) Grazie, Presidente, sarò rapidissima per provare ad avere qualche risposta oggi, nel tempo che abbiamo a disposizione. Riprendo i temi dei colleghi di opposizione, anche se con sfumature diverse: uno è il tema del canone. Ringrazio il direttore generale perché ci ha dato dei dati molto puntuali e anche trasparenti rispetto al tema delle risorse. Io non sono tanto preoccupata della riduzione del canone: il tema è più che altro la prevedibilità delle risorse nei prossimi anni, altrimenti come potete immaginare un piano industriale se non sapete dal Governo quali possono essere le risorse su cui potrete contare nei prossimi anni e



anche le modalità con cui effettivamente verrà riscosso il canone? Perché il ministro Giorgetti ci ha detto di varie ipotesi di modifica anche per quanto riguarda il metodo di riscossione, che sappiamo può comportare o addirittura un maggiore contrasto all'evasione o il rischio, invece, che si dilatino nuovamente gli importi che vengono perduti con l'evasione, come avveniva prima dell'inserimento in bolletta, quindi questo mi pare un tema centrale.

Il contratto di servizio: è stato già chiesto quali possano essere i tempi di un aggiornamento, anche perché sottolineo che questa Commissione di vigilanza ha avuto la bozza del contratto di servizio a fine luglio e veramente abbiamo fatto di tutto, lavorando fino al 10 agosto e poi nei primissimi giorni di settembre, per riuscire a dare un parere in tempi *record*. Quindi, che poi si sia persa completamente traccia del lavoro successivo onestamente un po' ci dispiace.

Mi unisco alla richiesta sul tema opinionisti: questo non ha nulla a che vedere con il caso specifico che è soltanto diciamo il presupposto per cui fare con voi una riflessione. Se il presupposto è che chi è parlamentare in carica possa essere invitato alle trasmissioni televisive, peraltro con grandi ascolti e anche con una predisposizione del pubblico meno attenta, tra virgolette, perché in quel momento il messaggio viene veicolato non in un dibattito politico, non con l'occhio critico che magari il pubblico ha quando sente parlare un politico, ma da un opinionista che quindi parla diciamo in una veste diversa, allora ci chiediamo quali sia il criterio per essere considerati opinionisti in modo tale che anche noi possiamo usufruire di questo criterio: essere già stati invitati in altre trasmissioni televisive? Aver scritto un libro? Aver fatto un *tot* di interviste pubbliche? Perché se lo sappiamo ci adeguiamo; altrimenti, non ci può essere detto che chi è un parlamentare in carica viene invitato come opinionista perché dubito che questo risponda a un criterio che sia mai stato considerato in passato, comunque noi lo mettiamo in discussione.

Altro punto rilevante, lo ha accennato anche il collega Bonelli, non è solo il rapporto tra maggioranza e opposizione, perché ci verrà ridetto che Zaccaria ha introdotto un terzo un terzo un terzo, e va bene, ma almeno come vengono computati i tempi all'interno delle opposizioni. È evidente a tutti che ci possano essere delle differenze basate sulla consistenza parlamentare, per carità; però, allora, devono essere anche questi dei criteri che in qualche modo abbiano un'oggettività. Noi vogliamo sapere quali sono i criteri di riparto all'interno delle opposizioni e soprattutto le condizioni, perché non è solo una questione di tempistica; perché se io partecipo con gli stessi tempi di un collega ma in un dibattito magari con un'interlocuzione con colleghi di altre forze politiche è un conto; se io ho la possibilità di parlare senza contraddittorio, è un altro conto, a parità di tempi a disposizione oggettivi. Quindi anche su questo io chiedo quali sono i criteri che vengono adottati all'interno delle opposizioni, perché penso che almeno diciamo la presenza in Parlamento, i Gruppi parlamentari, i voti, in qualche modo debbano avere un rilievo ma soprattutto si debba tenere conto di questo pluralismo che noi abbiamo

rafforzato anche nel parere che abbiamo dato al contratto di servizio, cercando di riprendere anche quello che era lo spirito dei contratti di servizio precedenti.

Ultimo tema, voglio essere un po' più netta in questa sede rispetto agli altri colleghi: c'è un tema Corsini. Noi sappiamo che è stata aperta una procedura disciplinare a seguito delle dichiarazioni che il direttore Corsini ha reso durante la manifestazione di Atreju. Io credo che ci siano dei casi in cui persone per dei fuori onda, prudenzialmente, siano stati messi dall'Azienda a disposizione per altri incarichi. Qui non si tratta nemmeno di un fuori onda: qui c'è una persona che dal palco ha detto, consapevolmente e responsabilmente, perché ci si prepara quando si va in quelle sedi a fare un intervento dal palco, che lui rivendica una militanza politica. Tutto bene; però questo non può non comportare delle conseguenze quando sei Direttore dell'approfondimento, perché io posso permettermi di dubitare, allora, che nell'esercizio del tuo ruolo tu possa svolgerlo in modo terzo e imparziale, tu non metta in campo quella che è la tua esplicita adesione ad una forza politica. Allora, forse più che un procedimento disciplinare si deve immaginare intanto degli strumenti in via cautelativa e prudenziale per evitare che *medio tempore*, fintanto che farete le vostre valutazioni finali, ci possa essere questo sospetto su una persona che ha scelto consapevolmente di indicare una sua adesione politica. Ci sono giornalisti, professionisti, che in Rai lavorano da tanti anni, che votano, che avranno come tutti noi le proprie preferenze politiche, magari opinioni di vicinanza o meno a un altro partito, ma che per anni non si sono mai permessi di dire pubblicamente per chi votano, tanto meno di dire che quella è una adesione ad un partito politico in una manifestazione pubblica. Su questo io non penso che si possa fare finta di nulla, soprattutto visto che voi avete rivendicato, giustamente, che siete un servizio pubblico. Siccome la valutazione sull'*audience*, ci avete detto, non può essere l'unico criterio perché siete un servizio pubblico, e condividiamo, questo però deve avere una coerenza. Ciò vuol dire che siete servizio pubblico anche nell'attenzione al pluralismo; altrimenti si fanno delle valutazioni diverse, che però attengono a reti private che hanno obiettivamente un mandato diverso dal vostro.

MUSOLINO (IV-C-RE). Presidente, grazie, sarò brevissima. Nell'associarmi e fare miei tutti i quesiti e le questioni che ha posto già la mia collega onorevole Boschi io pongo un tema specifico, relativo ad una questione che avevo già posto alla Presidente Soldi. Riguarda il tema della *fiction* e nello specifico la *fiction* che è stata girata sull'isola di Stromboli e i danni che si sono verificati a seguito di un incendio devastante e di una conseguente alluvione. Come ho detto nella precedente audizione, dopo quello che è successo sull'isola di Stromboli il sindaco di Lipari – l'isola di Stromboli fa parte del territorio del Comune di Lipari – non ha avuto da parte di Rai Fiction nessuna interlocuzione, o meglio, ha avuto un'interlocuzione soltanto formale che non lo ha in alcun modo rassicurato su quelle che sono le posizioni che la Rai intende

prendere al riguardo. C'è un'isola che è stata devastata, perché c'è stato un incendio che ha bruciato tutta la sua vegetazione e poi una pioggia che ha comportato un'alluvione e quindi ci sono delle risposte da dare, anche e soprattutto perché se la Rai investe sulle *fiction* e dalle *fiction* trova sicuramente riscontro in termini di *audience* e di ascolto, di gradimento del pubblico, non si può non dare una risposta ai siciliani, agli abitanti di Stromboli e in generale a tutti gli italiani che guardano le *fiction* Rai.

FILINI (*FDI*). Davvero dieci secondi: in merito al piano immobiliare, volevo chiedere quali sono stati i principi che hanno ispirato il piano immobiliare e quali ricadute si attendono in termini di digitalizzazione, di modalità e qualità del lavoro.

Visto che è stata sollevata più volte la questione Corsini, la polemica sollevata dall'opposizione, vorrei dire che sì, è vero, non era un fuori onda, ma non era nemmeno in onda, nel senso che non è che stava parlando dal servizio pubblico. Quindi chiedo: ai giornalisti Rai, o comunque a dipendenti Rai, è vietato esprimere opinioni politiche nei contesti esterni alla Rai, è vietato fare critiche alla politica in generale? Perché questa sarebbe a mio avviso un'enorme novità, perché abbiamo visto dipendenti Rai che più volte hanno espresso nel corso del tempo non solo opinioni politiche e anche attacchi contro esponenti politici, molto spesso dal servizio pubblico, e poi magari si sono candidati, sono stati eletti, poi non sono stati rieletti e sono ritornati in Rai, insomma, è tutto abbastanza divertente quando la si mette su questo piano; quindi, volevo delle delucidazioni.

PRESIDENTE. Grazie. Lasciamo ora spazio alle risposte, finché possiamo, e poi ci riaggiorniamo.

SERGIO. Grazie, Presidente. Le domande sono tante, alcune sono complesse e necessitano degli approfondimenti che faremo nella prossima occasione, altre possono avere delle risposte immediate. Su un tema specifico, poi, mi sento di dover dire qualcosa. Parliamo di Stromboli, cominciamo subito con Stromboli: essendoci un'inchiesta in corso, voglio solo chiarire che al momento non è prevista la messa in onda delle sei puntate della serie tv sulla Protezione civile e che Rai, ricordando che quanto accaduto risale al maggio 2022, non è in alcun modo intervenuta nelle fasi di produzione esecutiva delle riprese, che si sono svolte a totale ed esclusivo carico e responsabilità dalla società produttrice. Non vi è stato alcun coinvolgimento di personale o di mezzi tecnici di Rai, né la Rai è intervenuta in alcuna delle fasi autorizzative. La Rai è stata vicina alla cittadinanza, vuole proseguire il percorso di conoscenza e valorizzazione dei luoghi e si rende disponibile a valutare ogni forma di collaborazione con il sindaco e gli abitanti di Stromboli. Credo che questa sia una risposta puntuale.

C'è un tema che è stato in qualche modo riproposto da molti, e cioè il tema del canone, il tema della sostenibilità, il tema del piano indu-

striale. Permettetemi allora di rivendicare che dopo quarant'anni di storia manageriale io non mi sognerei mai di presentare un piano industriale che deve essere di trasformazione e che deve consentire alla Rai di uscire da quella che è una fase inerziale, che è quella che ci siamo trovati davanti quando ci siamo insediati nel maggio scorso, che avrebbe portato in tre anni il debito finanziario netto a oltre un miliardo di euro; non mi sognerei mai di presentare ad un consiglio di amministrazione, anche per la responsabilità che comporta per me, consigliere d'amministrazione nella qualità di amministratore delegato, un piano industriale che sia tra virgolette superficiale, perché le domande che mi vengono fatte sembrano far intendere che non siano state prese in considerazione tutte le varie opzioni che devono sostenere questo piano.

Canone. Ricordo che il canone nella storia ha avuto varie evoluzioni: passa da 113 a 100 nel 2015, nel 2017 da 100 passa a 90, viene messo in bolletta, avrebbe dovuto dare un valore più alto rispetto a quello che discutevamo con la tanta evasione che c'era, ma si è deciso anche poi di tagliarlo, quel canone – parliamo del canone da 100 – e di metterlo a disposizione di altri soggetti, in fondi di solidarietà, in fondi per l'editoria. Quindi, questa straordinaria certezza laddove c'è un Governo e dove c'è un Parlamento che poi vota una finanziaria non l'ho vista negli anni precedenti. Quest'anno ho una certezza, ma ho anche un'altra certezza: non è stata abrogata la norma, è stato deciso quest'anno che il canone scende da 90 a 70, più 430. L'anno prossimo, dovrà riessere riconfermata, modificata, oppure rientra in vigore quella precedente che non è stata abrogata e che sono sempre 90 euro. Alla fine di tutto questo, io dico che la valutazione che noi abbiamo fatto è che sul triennio, aspettando di vedere anche come si conclude l'iter parlamentare perché magari scopriamo che poi si modifica in termini triennali, non lo so, che nel triennio sostanzialmente avremo i valori che sono stati messi in campo quest'anno. Cosa accade però in aggiunta: che c'è un piano immobiliare. Un piano immobiliare che comporta una serie di efficienze, perché vengono dismesse delle sedi che sono oggi un costo enorme e che non consentono alcun tipo di evoluzione in modernità e vengono messe in campo una serie di azioni che porteranno Roma, Napoli, Milano e le sedi regionali ad avere un'efficienza che ridurrà i costi. L'efficienza, la digitalizzazione, consente di ridurre i costi, consente di ridurre le produzioni esterne, è uno dei temi fondanti di questo piano industriale. Ovviamente nel piano industriale vengono inserite altre valorizzazioni: io non devo dubitare, e le previsioni del 2024 di Rai Pubblicità vanno in questa direzione, che l'offerta generalista della Rai e di tutto quello che evolverà in termini di digitalizzazione per quanto attiene a RaiPlay, RaiPlay Sound, RaiNews.it, porterà ad ulteriori aumenti del valore complessivo della pubblicità. Il tendenziale è in crescita nonostante di applicazioni del tetto che vi sono notte. Questo cosa comporta: comporta che mettere insieme somme che derivano dall'immobiliare, somme che derivano dall'efficienza e dalla riduzione di sprechi e di costi, io, insieme a Giampaolo, i 90 milioni di riduzione ovviamente sono pubblicità ma sono anche en-

trare nel merito di una serie di costi non editoriali ma diciamo gestionali che sono stati ridotti in questo periodo e che hanno favorito il miglior risultato di cui abbiamo parlato. L'incentivazione all'esodo cosa comporterà: comporterà sì che ci saranno minori risorse di personale che in parte saranno sostituiti da giovani magari digitali o magari funzionali agli obiettivi di *digital media company*, ma questo comporterà ulteriori risparmi. L'insieme di un piano è fatto da tanti parametri e da tante azioni che tutte insieme devono portare a quello che secondo me è l'obiettivo più importante, e cioè la riduzione forte dell'indebitamento e la maggiore possibilità di investimento in prodotto editoriale, che è il compito della Rai. Dopodiché, è chiaro che se vorremo potremo fare ulteriori approfondimenti, ma lanciare dei messaggi che sono oggettivamente poi un rischio per l'Azienda, per i colleghi dipendenti... perché io vorrei precisare anche che sono un collega. Io ho attenzione nei confronti di dipendenti perché io sono, a differenza del passato, un dipendente dell'Azienda, e questo credo che sia non poco rilevante. Tra l'altro, prima di essere nominato, ero anche in una rappresentanza sindacale, quindi so benissimo di che cosa parliamo, so benissimo dove si può intervenire e so benissimo quanto sia importante la forza lavoro di un'Azienda che tra l'altro, mi sentirei di dire, ha uno straordinario valore perché chi conosce la televisione, chi ha modo di verificare il lavoro quotidiano sulle 14 reti, sulla radio, sulla piattaforma, sa che c'è un lavoro immenso e delle competenze straordinarie che consentono alla Rai di poter dare l'offerta che dà.

Con il permesso della Presidente, lascerei ora spazio di risposta a Giampaolo Rossi. (*L'onorevole Bonelli chiede di intervenire*).

BONELLI (AVS). Presidente, mi scusi, non per scortesia o maleducazione né per sollecitare; mi sto semplicemente congedando; mi sto scusando.

PRESIDENTE. Avremo modo di riorganizzare; però noi possiamo restare qualche altro minuto, noi senatori, e ascoltiamo.

ROSSI. Saluto allora i deputati, i parlamentari che si stanno allontanando.

Sul tema delle risorse ha già risposto l'amministratore delegato ma mi premeva sottolineare questo aspetto: quello che è avvenuto in realtà è figlio di un percorso che dura da diversi anni e da tanti Governi. La riduzione delle risorse pubbliche sulla Rai non è un tema di oggi, nasce da lontano, e nasce, come dire, all'interno di un'alterazione degli equilibri che poi hanno avuto un impatto anche sul mercato in cui la Rai si è sempre vista, soprattutto negli ultimi dieci anni, un po' penalizzata in tema di risorse pubbliche ma anche in tema di accesso al mercato pubblicitario. Perché ovviamente oggi noi abbiamo un mercato televisivo che si è molto modificato rispetto a qualche anno fa, quando era incentrato sul duopolio televisivo Rai-Mediaset. Oggi abbiamo un mercato televisivo



più aperto, con più *competitor*, ed è evidente che anche l'arrivo delle piattaforme digitali, degli OTT e dei grandi *player* globali ha alterato notevolmente la dimensione di questo mercato ed anche la frammentazione del mercato pubblicitario. Questo spiega il motivo per cui da una parte il Parlamento ha votato negli anni passati dei vincoli normativi per la Rai per l'accesso alle quote di raccolta pubblicitaria e dall'altra la riduzione, ovviamente, delle risorse pubbliche ha creato un tema complessivo di difficoltà di tenuta del mercato, però nella sua interezza. Quello che a me preme cioè sottolineare è il fatto che comunque la riduzione delle risorse pubbliche alla Rai tende ad ampliarsi anche ad una riduzione complessiva per tutto il sistema radiotelevisivo, che oggi è in realtà un'industria portante, non solo perché è l'industria della costruzione dell'immaginario, ma perché è un'industria che dà lavoro e produce reddito, essendo uno degli indotti industriali più importanti del nostro Paese.

Vorrei poi rispondere, velocemente, ad alcune delle domande che sono state fatte.

Sul tema dello *switch-off*, secondo la normativa noi dovremmo partire sul T2 per il 10 gennaio; tecnologicamente e produttivamente la Rai è pronta a farlo; stiamo ovviamente interloquendo con il Ministero circa la possibilità di spostare anche per noi questa scadenza, se non altro per una questione proprio di difesa del servizio pubblico. Nel 2024 ci saranno le Olimpiadi, ci saranno gli Europei di calcio; lo spostamento dello *switch-off* in T2 rischia di penalizzare un numero per ora non chiaramente quantificabile di famiglie che non hanno ancora l'accesso alla nuova tecnologia attraverso le *smart tv* e quindi, per evitare questi rischi, stiamo chiedendo di poter spostare più in là anche per la Rai, che potrebbe comunque partire il 10 gennaio, perché il rischio è che alcuni blocchi sociali non possano accedere ai grandi eventi sportivi che sono a tutti gli effetti servizio pubblico.

Sul tema dei diritti musicali, che aveva sollevato il senatore Gasparri, assolutamente sì, massima disponibilità; tra l'altro la Rai si è dotata da ottobre di un *provider* esterno proprio per determinare la quantificazione del rapporto economico con la fruizione dei contenuti musicali. Diciamo che le difficoltà c'erano fino al periodo precedente più che altro per motivi diciamo di conteggio tecnologico che oggi sembrano essere superati, quindi massima disponibilità a proporre questo schema.

Sulle valorizzazioni interne, in linea con quello che ha detto l'amministratore delegato, terrei a sottolineare che oggi i centri di produzione Rai sono iperattivi nelle produzioni e questo significa che – in realtà non abbiamo ancora i dati quantitativi – il numero di produzioni interne è aumentato rispetto alla gestione precedente e questo è l'indirizzo verso cui noi andiamo. È ovvio che tutto questo processo può avvenire man mano che i processi di digitalizzazione e di ottimizzazione dei modelli produttivi vengono implementati con il nuovo piano industriale.

PRESIDENTE. Sono le dieci e tecnicamente non essendoci più i deputati non possiamo proseguire l'audizione.

*SERGIO.* Volevo solo dire al senatore Bergesio che in 4K sarà Sanremo, saranno le Olimpiadi, le Paralimpiadi, gli Europei di calcio e quindi gli investimenti lì saranno sempre maggiori e che tutte le aree scoperte sono nel piano industriale, con investimenti per andare a ricoprirle o con il digitale terrestre o con il satellite.

*PRESIDENTE.* Mi scuso ancora, per correttezza, con i nostri auditi per la brevità dell'audizione. A nome della Commissione chiedo gentilmente al dottor Rossi e al dottor Sergio di mandarci le risposte, anche quelle che hanno velocemente dato, in modo tale da poterne avere contezza e loro stessi poter esplicitare la propria risposta con la dovizia di particolari che li contraddistinguono. Noi invece come Commissione proveremo a fare un Ufficio di Presidenza non appena tornati per definire come muoverci diversamente. Prendiamo atto in questa audizione, permettetemi, della vostra disponibilità ad esserci e della ricchezza delle vostre risposte, che sono state amputate dal tempo, non certo dalla vostra disponibilità anche documentale, anche grazie ai documenti che avete portato e che lasciate agli atti. Formulo infine gli auguri di buon Natale a voi, che avete avuto sicuramente mesi complessi, e ovviamente anche a tutti i nostri commissari.

Ringrazio nuovamente gli auditi per la loro disponibilità e dichiaro conclusa l'audizione.

*I lavori terminano alle ore 10.*