

COMMISSIONE PARLAMENTARE

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

3° RESOCONTO STENOGRAFICO

DELLA

SEDUTA DI MARTEDÌ 13 NOVEMBRE 2001

Presidenza del Presidente Claudio PETRUCCIOLI

INDICE

Seguito dell'audizione del Presidente e del Direttore Generale della RAI

PRESIDENTE	Pag. 3, 7, 9, 12 e passim	
FALOMI (<i>Dem. Sin.-L'Ulivo</i>), senatore	9	CAPPON dott. Claudio, direttore generale della RAI
GIORDANO (<i>Rifondazione Comunista</i>), deputato	7	Pag. 3
GENTILONI SILVERI (<i>Margherita-DL-L'U-</i> <i>livo</i>), deputato	8	
LANDOLFI (<i>Alleanza Nazionale</i>), deputato . .	11, 12	
MONTINO (<i>Dem. Sin.-L'Ulivo</i>), senatore . .	11	

La seduta inizia alle ore 14,15.

Intervengono il Presidente della RAI, professor Roberto Zaccaria, ed il Direttore generale, dottor Claudio Cappon.

SULLA PUBBLICITÀ DEI LAVORI

PRESIDENTE. Avverto che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità della seduta sarà assicurata per mezzo della trasmissione con il sistema audiovisivo a circuito chiuso. Avverto altresì che sarà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

COMUNICAZIONI DEL PRESIDENTE

PRESIDENTE. Comunico che in data odierna il Presidente del Senato della Repubblica ha chiamato a far parte della Commissione il senatore Domenico Nania, in sostituzione del senatore Salvatore Ragno, dimissionario.

Seguito dell'audizione del Presidente e del Direttore Generale della RAI

PRESIDENTE. Mi dispiace dover iniziare la nostra seduta con circa un quarto d'ora di ritardo rispetto ai tempi previsti. Per noi ogni minuto è prezioso. Do subito la parola al dottor Cappon per integrare la parte che ritenga necessaria dopo la relazione del presidente Zaccaria.

CAPPON, direttore generale della RAI. Signor Presidente, vorrei fornire alcuni elementi di scenario più generale e più recente dell'industria dei media in cui opera la RAI e sulla situazione che si è andata creando nelle ultime settimane, nonché sulle azioni in corso da parte dell'azienda.

Innanzitutto vorrei ricordare che tutto il settore dei media ha attraversato negli ultimi anni un periodo di crescita particolarmente sostenuto, sia direttamente per quanto riguarda le televisioni e in generale il mondo audiovisivo, sia per quanto concerne le nuove tecnologie che dalla digitalizzazione prendono spunti per moltiplicare in generale le offerte al pubblico.

Questa crescita ha avuto sostanzialmente due motori: il primo può essere definito reale, ed è quello della pubblicità che negli ultimi anni è cresciuta in Italia e nel mondo a tassi molto elevati, prossimi al 10 per cento annuo. Il secondo motore può essere definito di aspettative ed è stato alimentato dai mercati finanziari, quindi dalla borsa. Le aspettative erano che

l'evoluzione tecnologica, la digitalizzazione, l'abbattimento delle barriere per l'ingresso al settore e la possibile moltiplicazione delle piattaforme dell'offerta avrebbero generato una sorta di automatismo delle nuove attività economiche e nuove prospettive di *business*. Tutto ciò ha alimentato una massa di investimenti notevoli sia in campo tecnologico, sulle piattaforme e le infrastrutture, sia nel campo dei contenuti delle proposte produttive dell'audiovisivo. Questa situazione si è andata modificando a partire dalla fine dell'anno scorso, sia per il progressivo venir meno dell'eccesso di entusiasmo rispetto al settore dei media, sia perché si sono registrate difficoltà nella completa realizzazione di aspettative di *business* fondate sulla pubblicità e in larga misura connesse alle proposte di banda stretta e all'ipotesi di banda larga, alla televisione a pagamento via satellite e via cavo che non in tutti i paesi hanno dato risultati uniformi. Una enorme massa di investimenti si è andata restringendo e molte di queste iniziative negli ultimi mesi sono precipitate. Questo è un primo elemento che ha frenato il fenomeno di crescita.

A fronte dello scenario rappresentato e del generale clima dell'economia, a partire dalla fine dell'anno scorso, prima negli Stati Uniti e poi in Europa e in Italia, è andato nettamente flettendo il *trend* della raccolta pubblicitaria dei mezzi televisivi, radiofonici e dell'editoria con una flessione che inizialmente modesta, è andata progressivamente accentuandosi nel corso dell'anno, fino agli eventi dell'11 settembre che hanno segnato un vero e proprio balzo indietro della situazione generale e specificamente del nostro settore. Questa evoluzione negativa pone dei problemi a tutti e in particolare alla RAI che negli ultimi anni aveva sviluppato una forte crescita del volume di attività. È da ritenere che questo tema non sia stato pienamente percepito in generale, perché forse si è sviluppato su aree e forme di espressione che non si vedono immediatamente sul teleschermo. Ma va ricordato che la RAI, negli ultimi tre anni, ha moltiplicato le proprie offerte, anche quelle di servizio pubblico non orientate alla raccolta commerciale, in particolare sviluppando Raisat che ha un contratto con la piattaforma di Telepiù ed è alimentata dalla stessa. La RAI ha anche avviato cinque canali tematici satellitari digitali totalmente *free*; ha rafforzato e strutturato in una società la propria presenza *web* con investimenti importanti sia tecnologici sia produttivi; ha avviato e intensificato negli ultimi anni un progetto al quale attribuiamo grande importanza, quello delle teche. Tale progetto concerne non solo il recupero e l'archiviazione del patrimonio, ma altresì la digitalizzazione e l'accesso informatico all'enorme quantità di materiale audiovisivo, radio e televisivo della RAI a partire dagli inizi dell'attività dell'azienda. La RAI inoltre ha sviluppato una serie di investimenti tecnologici a favore dell'avvio di nuove iniziative: in particolare, investimenti per liberare le frequenze UMTS che spettano alla RAI ma di cui la RAI non ha immediati ritorni. Ci sono poi il complesso e l'adeguamento delle infrastrutture tecnologiche che l'azienda ha dovuto mettere in campo per favorire questo sviluppo.

Questa grande crescita dell'offerta ha comportato investimenti importanti pari a 250-300 miliardi annui, sostanzialmente finanziati, ancorché

non orientati ad un ritorno commerciale, dalla crescita della pubblicità. La RAI ha destinato in questi anni queste risorse a nuove offerte oltre al rafforzamento del prodotto. La pubblicità incide sull'equilibrio economico della RAI quasi per il 50 per cento. Quest'anno sarà inferiore solo a causa della flessione della raccolta, ma in generale, negli ultimi anni la percentuale è andata crescendo.

Negli ultimi cinque anni la pubblicità ha rappresentato l'85 per cento delle risorse incrementali dell'azienda, a fronte di un canone che per il pubblico è cresciuto poco meno del 10 per cento, ma che per la RAI è cresciuto di meno perché è stata soppressa la raccolta per quanto riguarda l'autoradio. Lo sviluppo da parte RAI dell'offerta, e l'impegno dell'azienda negli investimenti di prodotti per assicurare la crescita del settore, è stato sostanzialmente finanziato dalla pubblicità.

È quindi evidente che la crisi generale determinatasi a partire dalla fine dell'anno scorso pone problemi a tutti, in particolare alla RAI su due aspetti contemporaneamente. Primo aspetto: se e come continuare, in che forma e con che equilibrio, gli investimenti per lo sviluppo. Si tratta di un tema aperto, connesso anche con l'evoluzione tecnologica che ci sarà (l'evoluzione è il digitale terrestre e quant'altro). Secondo aspetto più direttamente congiunturale e immediato: quello dell'efficienza e dell'equilibrio dell'azienda, un'azienda che deve mantenere i suoi conti in ordine, un'azienda che ha un vincolo in più rispetto a tutte le altre aziende, quello previsto direttamente nel contratto di servizio che le impone di lavorare secondo criteri di economicità e di efficienza. Questo duplice fronte, quello strategico dello sviluppo e quello immediato dell'equilibrio, hanno imposto una serie di interventi, che sono stati posti in campo già dall'inizio dell'anno. Infatti, già nella predisposizione dei *budget* iniziali sono stati svolti dei forti interventi di ridimensionamento rispetto alle richieste che provenivano dalle diverse aree aziendali, interventi ai quali ne sono seguiti ulteriori più importanti, man mano che si registrava un accentuarsi della crisi delle risorse.

Vorrei ora fare due notazioni sulla dimensione di questa situazione. Innanzitutto la raccolta pubblicitaria. Come è stato rilevato altre volte, noi la stimiamo in calo quest'anno, rispetto al precedente esercizio, di almeno il 12 per cento. Ovviamente mancano ancora i dati di dicembre, che difficilmente potranno migliorare, ma piuttosto peggiorare la situazione. Questo significa che nei confronti del *budget* stimato, in linea con quello che prevedevano i vari istituti classici (l'UPA, la Nielsen e anche il nostro *competitor*), vi sono stati circa 410 miliardi in meno di ricavi pubblicitari. Per chiarezza, si è verificata una flessione del 12 per cento degli introiti pubblicitari (laddove avevamo previsto un più 6 per cento), pari ad una flessione di 225 miliardi di lire rispetto all'anno precedente e a 410 rispetto alle previsioni. Tuttavia i proventi da abbonamenti denotano un andamento migliore delle previsioni, imputabile sostanzialmente alla crescita del portafoglio abbonati. Dal 1998 ad oggi, dopo 2-3 anni di progressivo calo dei nuovi abbonamenti che avevano portato alla perdita di alcune migliaia di utenti del portafoglio abbonati, l'azienda ha un'attività in crescita

e ha ripristinato un livello di abbonati superiore ai 16 milioni: dovrebbero ammontare a 16 milioni e 100.000 secondo la previsione per la fine di quest'anno, contro i 15 milioni e 8-900.000 di fine 1997. Si tratta di un elemento che ci porta un vantaggio significativo. Da ricordare poi, l'attività di proventi commerciali, connessa a rivendita diritti, vendita prodotti, stipula convenzioni, attività di ospitalità sui propri impianti (anche questa è cresciuta), elementi tutti che, complessivamente, hanno in parte attutito il calo dei proventi pubblicitari.

Dal lato dei costi, sostanzialmente, le azioni sono incentrate, come negli anni scorsi, nell'intervenire il più possibile su aree connesse al prodotto, per non sottrarre, nei limiti del possibile, risorse alle reti (che hanno necessità di programmazione), e agli investimenti produttivi, cercando di contenere il più possibile gli interventi sulle strutture centrali e le aree di servizio. Complessivamente, rispetto al *budget*, abbiamo al momento acquisito una riduzione di costi di circa 80 miliardi, prevalentemente concentrati (circa la metà) sulle citate aree. In particolare, i costi delle strutture centrali sono diminuiti di oltre 20 miliardi su un importo complessivo, se non ricordo male, di 95 dell'anno scorso, quindi di oltre il 20 per cento. Siamo intervenuti fortemente sulle iniziative di alcune partecipate, (in particolare di Rainet che, proprio alla luce delle prospettive meno brillanti di tutto il settore *web*, ha contenuto fortemente le perdite inizialmente previste), assicurando un miglioramento della gestione delle altre partecipate per alcune decine di miliardi. Inoltre, più complessivamente, vanno segnalati interventi ripartiti sulla gestione finanziaria, sugli ammortamenti, derivanti quindi da una riduzione della spesa negli investimenti tecnici. Abbiamo cominciato a ridisegnare la curva degli investimenti in *fiction* e cinema per riportarla a livelli compatibili con quelle che sono le nostre prospettive. Come è noto, si tratta di interventi che hanno un effetto differito nel tempo: pertanto, se si riducono un acquisto di diritti o un investimento in *fiction* quest'anno, i relativi effetti si registreranno nei prossimi tre, secondo il principio dell'ammortamento.

Complessivamente, l'insieme di queste azioni ci ha portato ad una conferma dell'obiettivo dell'equilibrio economico dell'anno 2001, fermo restando che ciò, ovviamente, comporterà una forte erosione della gestione, perché non c'è dubbio che in termini di redditività l'anno si presenta negativamente. Per l'anno prossimo e in prospettiva, (e questo si intreccia con il tema più strategico dello sviluppo), le prospettive appaiono più difficili. Al momento nessuno è in grado di fare previsioni sull'andamento economico e, sulla congiuntura per l'anno prossimo, ma le indicazioni principali non sono, ovviamente, di segno positivo. Avremo sicuramente un incremento dei costi (come effetto di trascinarsi degli anni precedenti) per la crescita del personale e per il normale sviluppo dell'attività. Quindi la possibilità di intervenire, di mantenere comunque l'equilibrio che abbiamo, è fondamentalmente connessa anche ad un ridisegno dell'offerta. Tale ridisegno mira da una parte, a contrastare il fenomeno di inflazione che c'è stato in questi anni nel campo dei diritti, per i compensi delle cosiddette *star*, per il costo delle *fiction*, che sono cresciute

certamente oltre i limiti di sostenibilità delle televisioni. Dall'altra parte, al proposito di modulare e programmare un'offerta efficace, ma che sia più attenta a elementi di equilibrio economico. È un impegno molto delicato, molto difficile, sicuramente più difficile di quello del 2001; i risultati ancora non li abbiamo, le attività sono ancora in corso di predisposizione.

Nel contempo mi sento di dire che, tuttavia, l'azienda non ha in alcun modo intaccato la propria capacità di offerta editoriale. Ricordo che all'inizio dell'anno la RAI stava subendo un periodo di notevole difficoltà di ascolti, iniziato nell'autunno dell'anno scorso con l'avvio di alcuni programmi, come «Il Grande Fratello», sulle reti in concorrenza. Gli ascolti, lo *share* della RAI, (misura discutibile ma quantitativa dell'ascolto della nostra *performance*), era inferiore per la prima serata di quasi 5 punti rispetto al mese di febbraio dell'anno precedente. Questo *gap* è stato ridotto, al momento, a 1,8, mentre per quanto riguarda gli ascolti sull'intera giornata la *performance* della RAI, che era inferiore di 2 punti all'inizio dell'anno scorso, è solo di mezzo punto inferiore rispetto all'anno precedente. Questo è accaduto sia perché si è potuto predisporre, pur nei limiti economici che ho descritto, un palinsesto affidabile e d'interesse pubblico, almeno nella media: sia perché il ruolo della RAI nell'informazione e la possibilità di esplicitare le sue potenzialità in questo campo in occasione dei più recenti avvenimenti internazionali, hanno ridato centralità alla nostra offerta rispetto a quelle più interessanti, magari più leggere, che ci potevano essere in alternativa, rinviando le nostre *performance*.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Cappon per gli elementi che ci ha fornito. Invito i colleghi a rivolgere le loro domande al presidente e al direttore generale della Rai.

GIORDANO (*Rif.Com*). Signor Presidente, prima di iniziare il mio intervento, vorrei porre una questione di metodo. Approfittando della presenza del presidente Zaccaria e tralasciando le rilevanti questioni sulle direttrici di sviluppo della RAI, chiedo se posso soffermarmi su un problema delicato e serio, quello del pluralismo della RAI, sul quale ho scritto una lettera al Presidente della Commissione di vigilanza.

PRESIDENTE. È possibile intervenire su qualsiasi punto. Non so se sia giusto separare questo argomento dal resto del suo intervento. Il pluralismo è una delle materie di nostra elezione.

GIORDANO (*Rif.Com*). Durante la riunione dell'Ufficio di Presidenza della Commissione di vigilanza, pur essendoci un vincolo formale, non mi sono opposto, a nome di Rifondazione Comunista, alla diretta televisiva della manifestazione di sabato scorso. Ho solo posto il problema, a mio avviso giusto e significativo, di rappresentare entrambe le manifestazioni. Tra l'altro, quella che è stata clamorosamente ignorata, poiché nei fatti ha avuto un rilievo del tutto residuale nella diretta televisiva, ha registrato una partecipazione tre volte superiore a quella che ha assor-

bito il 90 per cento della diretta. Dal punto di vista dell'informazione, si è persa un'occasione clamorosa, quella di comprendere in maniera evidente ed esplicita come si sono prodotte la diversità e la divisione nell'orientamento pubblico del nostro Paese. Questo atteggiamento è sconcertante dal punto di vista della tenuta del pluralismo. Durante la trasmissione ripetutamente è stata riportata la cifra, rivelatasi del tutto infondata, di 7.000 partecipanti alla manifestazione dei *no global*; durante la trasmissione ripetutamente si è fatto riferimento a timori per incidenti che non ci sono stati. Si è persa un'occasione clamorosa. Poniamo il problema non per spirito di parte o di partito, ma perché riteniamo che il servizio pubblico debba dare conto dell'orientamento di settori significativi, in questo caso maggioritari, della società italiana, su un evento così drammatico come la guerra.

In maniera del tutto artigianale in questi ultimi giorni di guerra abbiamo fatto un monitoraggio su RAI 3, che dovrebbe essere la rete più sensibile ai temi del movimento pacifista e *no global*. Su 27 ore di telegiornale, lo spazio dedicato a questi temi è stato di 10 minuti e 47 secondi. Possiamo immaginare le altre reti. Su un problema informativo di prima grandezza, si ignora totalmente una parte significativa della società italiana. Non possiamo andare avanti in questo modo. Chiedo come si pensa di intervenire per riequilibrare questa clamorosa mancanza del servizio informativo pubblico.

GENTILONI SILVERI (*Mar-DL-U*). Signor Presidente, prima di soffermarmi sui temi illustrati dal presidente Zaccaria la volta scorsa e dal direttore Cappon oggi, vorrei fare un rapido cenno al tema trattato dal collega Giordano, che bene ha fatto a segnalare la disparità di trattamento tra le due manifestazioni. Con il senatore Falomi, in una dichiarazione pubblica, abbiamo rivolto alcune domande ai vertici della RAI sulla giornata del 10 novembre scorso. Abbiamo chiesto, prima di tutto, se c'erano precedenti di discorsi politici trasmessi per 30-40 minuti nella rete ammiraglia della RAI; secondariamente, in che modo era stata corrisposta la preoccupazione, che il presidente Petruccioli aveva segnalato alla RAI, a proposito della coincidenza tra la giornata del 10 novembre e le elezioni regionali in Molise. Il Molise è una piccola regione e può apparire singolare, a chi venisse dalla luna, che si ponga una questione del genere; tuttavia esiste la legge sulla *par condicio* ed esiste una delibera adottata da questa Commissione che forniva alcune indicazioni in materia. In terzo luogo, abbiamo chiesto in quale maniera la RAI possa riparare a quello che è sembrato uno squilibrio. Lo dico a malincuore, nel senso che non credo che la RAI possa, in particolare nella sua rete ammiraglia, trasformarsi in una sede che trasmette grandi comizi politici. Questo non è un nostro obiettivo, ci sono altre reti nell'offerta televisiva italiana che lo fanno abbondantemente. Tuttavia, penso che sia un precedente rispetto al quale, nel contesto dei numeri generali sul pluralismo - che chiedo al presidente e al direttore generale di ricordarci, sapendo che l'offerta televisiva comprende anche altre reti, come quelle Mediaset, nelle quali lo

equilibrio tra maggioranza e opposizione è evidentissimo – mi sembra giusto aspettarsi una risposta.

La seconda questione che vorrei affrontare ci riporta a quanto ha detto nell'ultima seduta il presidente Zaccaria e oggi il Direttore generale. Vorrei capire se esiste uno specifico problema della RAI relativamente alla raccolta pubblicitaria. È del tutto evidente il concorso di tre fattori: la recessione internazionale, la crisi della pubblicità e gli eventi dell'11 settembre. Questi tre fattori non giocano certo solo in casa della RAI, ma in tutte le economie e in tutto il settore dei media e, tuttavia, c'è da chiedersi se la RAI soffra di condizioni particolari. Quanto incide ad esempio in questi i conti la *performance* particolare dell'anno scorso legata alle olimpiadi? Quanto incidono a vostro avviso gli indici di affollamento particolari che creano una disparità di mercato tra RAI e Mediaset? In terzo luogo, sul piano politico, si è verificato negli ultimi mesi, e in che misura, un fenomeno di attrazione di risorse in relazione ai risultati delle ultime elezioni politiche, in un quadro in cui la metà delle televisioni fa capo a Mediaset, azienda di proprietà del Presidente del consiglio, e l'altra metà alla RAI? Vorrei cioè capire se vi è stato un fenomeno di traslazione di risorse ed investimenti pubblicitari importante dalla RAI verso Mediaset, cioè se alcuni grandi investitori (si è parlato ad esempio di grandi aziende come Unilever e Telecom) abbiano operato questo tipo di spostamento. Credo sia molto importante conoscere questo dato perché è una materia che ha a che fare con il problema più generale del conflitto di interessi.

FALOMI (*DS-U*). Signor presidente, vorrei chiedere a lei e al presidente della RAI di poter disporre, come avveniva in passato, di tutte le informazioni fornite dall'Osservatorio di Pavia circa il pluralismo.

PRESIDENTE. Sono a disposizione della Commissione. La RAI è stata rapidissima a trasmettere questi dati e semmai è una questione che riguarda noi. Comunque, li predisporremo per domani.

FALOMI (*DS-U*). Non penso che questi dati siano totalmente rappresentativi della situazione del pluralismo, perché i dati quantitativi non rappresentano mai tutta la realtà del pluralismo, però sono senz'altro un fattore importante e ho l'impressione che il modo in cui la RAI sta facendo informazione politica, a partire dall'insediamento del governo Berlusconi, sia enormemente squilibrato rispetto a quanto avveniva in passato. Però, vorrei prima vedere questi dati che dovrebbero provenire anche dall'Autorità per le comunicazioni che dovrebbe con una certa regolarità fornire al Parlamento tutti gli elementi relativi a questo settore.

Vorrei poi domandare al Direttore generale se ci si rende conto della gravità della lesione dei diritti politici degli elettori del Molise rispetto alle trasmissioni di sabato scorso, non per il fatto che potessero andare in onda trasmissioni che dessero conto degli avvenimenti importanti di cui era teatro la capitale, ma per le modalità scelte che sono del tutto particolari, a

mia memoria del tutto anomale rispetto al passato. Non mi risulta che sia mai stata messa a disposizione la rete di maggiore ascolto, che sia stato mai utilizzata come traino una trasmissione popolare per trasmettere in sostanza un comizio politico. Vorrei fosse chiaro che, trasmettendo gli avvenimenti in questo modo, sono stati lesi i diritti dei cittadini chiamati alle urne ed è stato formalmente violato anche il nostro Regolamento.

Vorrei aggiungere qualcosa anche rispetto ai problemi sollevati per quanto riguarda la pubblicità. Il presidente della RAI nella scorsa seduta ha rilevato le difficoltà del mercato pubblicitario che hanno un impatto particolarmente forte sul servizio pubblico radiotelevisivo rispetto a quanto è avvenuto per Mediaset che, nonostante le difficoltà del mercato, continua a mantenersi in una posizione di minore difficoltà rispetto alla RAI. Vorrei chiedere alla direzione generale se possono aver influito anche questioni particolari, come il problema dell'opposizione del Governo ad autorizzare la RAI, come può fare Mediaset, alle trasmissioni di telepromozioni. Queste trasmissioni in realtà sono al di fuori del tetto pubblicitario e dunque potrebbero costituire uno degli elementi che incidono sul fatturato pubblicitario complessivo del servizio pubblico in rapporto alle televisioni private.

La seconda questione in materia pubblicitaria riguarda i cosiddetti mini spot durante le partite. Ci troviamo di fronte ad un regolamento varato dall'Autorità che presenta margini di ambiguità ma che parla di mini spot eccezionali, invece per quanto riguarda Mediaset vediamo che eccezionali non sono e che ogni volta che si interrompe qualche azione per qualsiasi ragione vengono mandati in onda, cosa che non accade alla RAI. Penso vi sia un problema di violazione delle norme di legge da parte di Mediaset, ma mi domando se anche questa particolare interpretazione del regolamento dell'Autorità per le comunicazioni non abbia inciso sull'andamento del fatturato pubblicitario e sul confronto tra RAI e Mediaset.

C'è un altro aspetto su cui vorrei delle informazioni. E' in corso una trattativa tra RAI e gruppo Kirch per i diritti televisivi dei mondiali di calcio. Questa trattativa sembrerebbe ad un punto morto per la richiesta enorme dal gruppo Kirch come corrispettivo per questi diritti televisivi. Vorrei capire a che punto è questa trattativa e se l'Italia rischia, almeno la RAI, di essere totalmente esclusa dalla possibilità di trasmettere le partite della nazionale di calcio ai mondiali del 2002 e del 2006.

Un'ultima questione. In questi giorni è stata varata una legge che riguarda la protezione civile e che prevede la gestione diretta da parte del Governo di un nuovo canale radiofonico di Stato riguardante la protezione civile. Una prima questione riguarda la reperibilità delle frequenze in FM che vanno da 88 a 108 Megahertz, una fascia molto affollata. Però il punto che mi interessa riguarda la RAI e si riferisce alle risorse tecniche e finanziarie necessarie per organizzare questo canale. Si parla della necessità che le amministrazioni e gli enti pubblici, nonché le società operanti nel settore del servizio pubblico, mettano a disposizione le risorse. Vorrei capire se la RAI è stata interessata a questo impegno in quanto servizio pubblico radiotelevisivo.

LANDOLFI (AN). Signor Presidente, le chiedo scusa se nel mio intervento farò riferimento più a dichiarazioni rese al di fuori di quest'Aula che non all'oggetto della nostra audizione. Mi riferisco in particolar modo ad una intervista che il presidente Zaccaria ha rilasciato a «la Repubblica» all'indomani della mancata ratifica dell'accordo tra la RAI e Crown Castle su Raiway.

Il presidente Zaccaria, del quale non abbiamo ascoltato le stesse parole nel corso dell'audizione, ha accusato il Governo, e segnatamente il ministro Gasparri e il Presidente Berlusconi, di voler mettere in ginocchio la Rai perché il Governo gli impedirebbe di vendere gli *asset* che essa ha deciso di mettere sul mercato e perché non vuole l'aumento del canone, e la convergenza di tutti questi atti metterebbe la RAI in ginocchio. Inoltre, tutto questo farebbe parte di un ordito da parte del Governo contro l'azienda del servizio pubblico radiotelevisivo.

Io mi chiedo se un *manager* di un'azienda pubblica possa tenere un simile comportamento; al di là dell'articolo 21 della Costituzione, che riguarda il cittadino Zaccaria, qui parliamo del presidente Zaccaria, di un *manager* di un'azienda pubblica, che ha qualche dovere in più rispetto al cittadino Zaccaria. Quindi, se ritiene che sia in atto una manovra, una congiura del Governo, credo che debba rassegnare le dimissioni e sollevare un caso politico, altrimenti non ha senso dichiarare di voler resistere, perché il presidente Zaccaria non è stato nominato per fare la resistenza contro il Governo, il presidente Zaccaria è stato chiamato per amministrare l'azienda del servizio pubblico radiotelevisivo.

Oggi il presidente Zaccaria ha di nuovo esternato contro il Ministro, che lo aveva accusato, dicendo: «Non mi sorprende che un ministro come Gasparri usi il linguaggio del suo piccolo mondo e del suo limitato retroterra».

MONTINO (DS-U) Vuole leggerci anche la dichiarazione del ministro Gasparri?

LANDOLFI (AN). Ma Gasparri ha una responsabilità politica, si presenterà davanti agli elettori. Se gli elettori intenderanno farlo, lo sanzioneranno. Il presidente Zaccaria non è politicamente responsabile, ha una responsabilità diversa, di tipo manageriale; non è un soggetto politico e non può parlare da *leader* politico o, se vuole farlo, se ne deve andare, deve rassegnare le dimissioni. Il presidente Zaccaria può agire in tutte le sedi opportune a favore della sua azienda; quello che non gli è consentito fare è atteggiarsi e parlare da *leader* politico.

Quindi, presidente Zaccaria, io le chiedo se lei intende continuare a tenere questo atteggiamento, che non è istituzionale (*Commenti in Aula*)...

MONTINO (DS-U). Signor Presidente, lei non può consentire queste provocazioni! Tutti devono essere moderati...

PRESIDENTE. I miei doveri li conosco io. L'onorevole Landolfi sta esponendo con correttezza formale e linguistica la sua opinione, e ne ha diritto. Chiunque poi potrà esporre con la stessa correttezza formale e di linguaggio le proprie convinzioni, citando tutto quello che ritiene di voler citare.

LANDOLFI (AN) Grazie, Presidente. Stavo chiedendo al presidente Zaccaria se intende, per il tempo che gli resta nella funzione di presidente della RAI, continuare a tenere un atteggiamento che è di contrasto rispetto all'aggancio istituzionale (non mi riferisco al Governo, ma al Parlamento, quindi anche a questa Commissione), o se invece non intenda, come sarebbe anche più adeguato alle dichiarazioni che egli rende al di fuori delle sedi istituzionali, rassegnare le dimissioni.

PRESIDENTE. Tenuto conto dei nostri urgenti impegni parlamentari, rinvio il seguito dell'audizione del presidente della RAI ad altra seduta.

La seduta termina alle ore 15.