

COMMISSIONE PARLAMENTARE

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

5° RESOCONTO STENOGRAFICO

DELLA

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 21 NOVEMBRE 2001

Presidenza del Presidente Claudio PETRUCCIOLI

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

PRESIDENTE	Pag. 3, 6, 13 e <i>passim</i>	ZACCARIA prof. Roberto, <i>presidente della</i>	
BUTTI (AN), <i>deputato</i>	17, 18, 19	RAI	Pag. 7, 13, 14 e <i>passim</i>
DE CORATO (AN), <i>senatore</i>	6, 18, 22 e <i>passim</i>	CAPPON dott. Claudio, <i>direttore generale</i>	
DEL TURCO (Misto-SDI), <i>senatore</i>	25	della RAI	20, 21, 23 e <i>passim</i>
GIANNI GIUSEPPE (CCD-CDU:Biancofiore), <i>deputato</i>	14		
LAURIA (Mar-DL-U), <i>senatore</i>	21		
MONCADA (CCD-CDU:Biancofiore), <i>senatore</i> <i>senatore</i>	4, 6, 24		
PESSINA (Forza Italia), <i>senatore</i>	3		

La seduta ha inizio alle ore 14,10.

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.

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

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'audizione del Presidente e del Direttore generale della RAI.

Riprendiamo i nostri lavori. Do la parola al senatore Pessina.

PESSINA (FI). Signor Presidente, vorrei riallacciarmi alla presentazione fatta dal Presidente della RAI nella prima audizione, nella quale ha messo in risalto quanto è stato fatto dalla azienda RAI dal 1998 in poi, con risultati soddisfacenti in termini di ascolto. Quello che vorrei chiedere, soprattutto al Direttore generale, è quanto evidenziato nella pagina in cui si parla dei costi operativi e nella quale sono riportati alcuni dati, sui quali vorrei se possibile avere delle delucidazioni, che riguardano le differenze tra gli anni 1999 e 2000. In pratica, per quanto riguarda le risorse, si parla di una perdita dell'1,3 per cento, con una esplicazione di una perdita dell'1,9 per cento per il canone e di un aumento dello 0,1 per cento per la pubblicità. Quello che maggiormente interessa è che, a fronte di questa diminuzione di risorse, i costi operativi rimangono più o meno immutati, ossia passano da 5,8 a 5,5 per cento, con una riduzione assolutamente modesta. Questa è la premessa per una domanda più precisa, supportata anche dalle varie notizie apparse recentemente sugli organismi di stampa nei quali si parla molto di questo aspetto economico con titoli del tipo: «Cappon fa le pulci alle note spese». Abbiamo sentito nell'ultima audizione del Direttore generale che sono stati operati tagli per quanto riguarda certe posizioni della dirigenza, per costi di *corporate*, che calano da 90 a 70 miliardi. Di questo mi compiaccio, perché vanno nella direzione di minori introiti dovuti in particolare alla riduzione dei ricavi da pubblicità. Però, purtroppo, ci troviamo in presenza di un duopolio e il raffronto cade inevitabilmente sulla concorrente Mediaset. Qui il di-

scorso diventa più complicato, perché abbiamo delle differenze notevoli, riassunte in termini chiari dall'edizione di «Milano finanza» del 20 novembre che mette in risalto le enormi differenze esistenti nella gestione della società pubblica RAI rispetto alla società privata Mediaset. Questa non vuol essere una critica, ma semplicemente una richiesta di chiarimenti in merito a quello che si sta facendo in RAI per cercare di uniformare questi costi ad una tendenziale riduzione di risorse che deriva dalla crisi generalizzata dell'apporto pubblicitario. Tutto questo presuppone la necessità di incidere sui costi, sulla struttura e sull'organizzazione del personale. Quindi, quando si afferma che complessivamente si è ridotto il personale da circa 12 mila 600 unità a 11 mila 700, diciamo che è una riduzione che potrebbe sembrare interessante, ma sicuramente insufficiente per far fronte alle prossime probabili carenze. In conclusione vorrei sapere se esiste un *business plan* che riguarda il 2002, che ritengo sia di competenza di questo consiglio d'amministrazione, e quale tipo di azienda e con quali presupposti passerà al nuovo consiglio di amministrazione e alla nuova gestione.

MONCADA (*CCD-CDU:BF*). Signor Presidente, voglio subito chiedere scusa a lei, ai colleghi e ai nostri ospiti se ripeterò alcune domande già fatte, perché purtroppo, per impegni del Senato, non ho potuto partecipare ad una delle sedute dedicate all'audizione del Presidente e del Direttore generale della RAI. Devo intanto confessare che la mia attività professionale molto lunga mi ha sempre portato lontano dalle comunicazioni, quindi le mie domande forse non sono in linea con quelle che dovrebbero essere le domande proprie di una Commissione di alto livello come la nostra. Vorrei soprattutto pregare il Presidente e il Direttore generale della RAI di farmi capire bene alcune cose che non mi sono chiare, rispetto alle quali ci sono molte voci, si dice, si legge. Probabilmente alcune vostre risposte potrebbero fugare molti dubbi e chiarire molti punti.

Un primo aspetto che mi ha colpito è quando lei ha detto, se non ricordo male, che il vistoso calo della pubblicità (che lei ha correttamente denunciato) è in parte dovuto al fatto che la vostra pubblicità – lei ha dichiarato testualmente – è uno oggetto di lusso e l'oggetto di lusso si vende male nei momenti di crisi. Io sono un pessimo fruitore della televisione, pago il canone, ma per la mia età passo molto tempo a leggere. Però, dopo le sue affermazioni, ho guardato tutta la pubblicità della televisione e a me pare che la pubblicità che fa la RAI e quella che fa Mediaset siano identiche. Vorrei allora che mi fosse spiegato come stanno le cose da lei o da qualcuno della SIPRA, perché non mi pare una affermazione da poco.

Un altro aspetto mi ha colpito. La RAI, con encomiabile premura, ci fa avere una rassegna stampa molto dettagliata. Il giorno 10 ottobre è arrivata una rassegna con un articolo tratto dal quotidiano «Libero» e questo denota che la RAI è obiettiva, ma senza un articolo nel quale si diceva: «RAI, tutti gli sperperi dalla A alla Z, come Zaccaria». A parte l'infelicità del titolo, questo articolo mancava e allora i casi sono due: o si tratta di una dimenticanza dei suoi redattori, e allora secondo me va censurata da

parte sua; oppure si tratta di una omissione, e questo mi darebbe più preoccupazioni, perché sembrerebbe questa una reticenza nel voler mostrare quello che gli altri dicono.

Vorrei poi soffermarmi sui contratti a tempo determinato. Mi è stato spiegato che c'è stato un inserimento di anziani in un determinato bacino per almeno nove mesi l'anno per tre anni con un costo di 35 miliardi, in cambio della rinuncia alle vertenze di assunzione e questo sarebbe stato fatto per motivi economici e di ristrutturazione. L'operazione si è dimostrata conveniente? Qualcuno sostiene infatti che le vertenze, anziché diminuire sono aumentate e quindi sarebbe caduto uno degli scopi che si prefiggeva l'azienda, perché molte di queste persone, che con sigla ormai di uso anglosassone, vengono chiamate «quelli delle ATD» lavorano solo due mesi l'anno e non 9 come previsto.

Non parlerò poi del personale; so che adesso ammonta a 9.999 persone. Ricordo che Celli già nel novembre 2000 parlava di una gestione appesantita. Attualmente, qual è lo stato delle assunzioni? Quante assunzioni sono state fatte nell'ultimo anno? Quante consulenze sono state date? I costi sono lievitati per questo? Sono stati adottati i criteri precedenti o in alcuni casi questi criteri sono stati violati? Vorrei capire questi aspetti.

Non voglio poi parlare delle società collegate; la presenza di 8 più 3 società con quattro Direttori generali e 11 Presidenti potrebbe dare l'idea di un appesantimento della struttura manageriale, ma voi avete dimostrato che non è vero, che vi sono dei vantaggi per la RAI e allora la mia osservazione cade.

In questi giorni ho assistito sui giornali ad una garbata – finalmente garbata – controversia tra lei e quella che viene comunemente definita «donna Franca» che ha lamentato che la televisione è dannosa, o comunque ha usato un termine più materno. Non voglio entrare in questo argomento, però devo dire che secondo me la RAI, se vuole essere un servizio pubblico, parlo come un docente che ha fatto della formazione degli individui l'oggetto della sua vita, ha il dovere di fornire un servizio imparziale che rispetti l'opinione di tutti, ma che soprattutto faccia aumentare la coscienza critica.

Questo inseguire l'*audience* mi sembra francamente esagerato e ritengo che donna Franca abbia ragione. Avrei preferito una RAI che ammette «noi abbiamo perso questo perché abbiamo rinunciato a questo», piuttosto che l'inseguimento de «Il grande fratello» con «Il piccolo cugino». Secondo me alla RAI è mancato proprio il senso del servizio pubblico; questo si è perso in un inseguimento spasmodico dell'*audience*, anche se capisco che a questo sono legati problemi economici.

Un altro aspetto. Io sono cattolico e ho dovuto assistere al dileggio della divinità avvenuto ad opera non dei conduttori, ma di alcuni ospiti dei programmi. Per noi cattolici e in genere per i credenti si tratta di offese molto gravi che un laico vero non farebbe mai, perché il laico ha rispetto delle opinioni altrui. Mi rendo conto che un ospite può essere anche un maleducato cafone, però non si può attribuire la responsabilità all'o-

spite: la responsabilità è del conduttore che invita l'ospite. Se – per fare un nome assolutamente casuale – Santoro invita Agnoletto non si deve poi stupire se quest'ultimo invita alla diserzione. Vorrei capire se questa totale libertà, che condivido assolutamente (lei, presidente Zaccaria, nel corso della prima audizione l'ha difesa), deve essere autogestita. A mio parere bisognerebbe darsi delle regole, magari autogestite dagli stessi giornalisti. Non mi pare sufficiente dire «non ne so niente, è stato Tizio che ha fatto questa cosa». Onestamente spero che simili episodi non si ripetano più nella RAI.

PRESIDENTE. Credo di fare cosa a lei gradita, senatore Moncada, se ricordo che l'ospite a cui lei ha fatto riferimento non era ospite di Santoro, ma di un'altra casa.

MONCADA (*CCD-CDU:BF*). Vorrei che rimanesse a verbale che il mio riferimento era puramente casuale. Santoro e Agnoletto erano solo dei nomi presi a caso.

DE CORATO (*AN*). Signor Presidente, si è parlato di bilanci, di sperperi nella RAI e di altro. Vorrei fare un esempio, che è quello della redazione RAI di Milano e chiedere al Presidente e al Direttore generale qualche chiarimento.

Negli ultimi cinque anni nella redazione RAI di Milano sono entrati a tempo indeterminato dieci nuovi redattori, tutti – tranne uno – provenienti da altre sedi RAI, trasferimenti che l'azienda ha sempre giustificato con la scusa del risparmio economico. Ad un più attento esame, invece, si scopre che ad ogni trasferimento è corrisposta un'assunzione a tempo indeterminato nella sede da cui proveniva il redattore trasferito a Milano. Il costo finale per l'azienda, dunque, è stato lo stesso.

Ora, di fronte a ben cinque nuovi vuoti in organico, l'azienda ha risposto annunciando che procederà ad ulteriori trasferimenti da altre sedi, e questo è un copione che abbiamo già visto in passato. Non solo. Questa volta si prospettano addirittura tre trasferimenti da Roma e da altre sedi, preceduti da lunghi periodi di distacco di questi giornalisti a Milano, tutto ciò con l'accordo più o meno esplicito di farli poi entrare definitivamente nell'organico della sede RAI di Milano.

Questo significa che l'azienda (metto tutto ciò al condizionale perché spero che questo non accada e che il Presidente e il Direttore generale mi assicurino che quello che sto per leggere è un copione che non dovremo più vedere), in nome del risparmio, sarebbe disposta a farsi carico per i suddetti distacchi dell'indennità di trasferta e del rimborso dell'alloggio previsti dal contratto, con il risultato di dover pagare ai redattori distaccati, in nome del risparmio, cifre ben superiori al doppio dello stipendio.

Si tratta inoltre di trasferimenti di giornalisti residenti a Roma – dove evidentemente dovranno essere coperti i vuoti di organico risultanti – e che con Milano poco o nulla hanno a che vedere, con il rischio che questi, come è già successo nel passato, nel giro di pochi mesi chiedano poi di

tornare a Roma con conseguenze facili da immaginare, sia sotto il profilo degli organici sia sotto il profilo economico.

Se tutto ciò corrisponde al vero appare evidente che simili scelte aziendali nulla hanno a che fare con il tanto sbandierato risparmio economico, ma rispondono piuttosto alla logica di assumere a tempo indeterminato precari di altre sedi evidentemente più graditi all'attuale dirigenza RAI, e in particolare al sindacato interno dei giornalisti.

Mi chiedo se questo continuo balletto di trasferimenti giustificati dalla cosiddetta logica (ma sarebbe più opportuno parlare di una foglia di fico, se questa è la logica) del risparmio non sia dovuto invece al fatto - e qui attendo dal Presidente e dal Direttore generale qualche chiarimento - che a Milano esiste un bacino di 15 precari con anzianità aziendale che arriva ai sette anni e con *curricula* professionali che nulla hanno da invidiare ad altri, ma che purtroppo non sono particolarmente graditi sotto il profilo politico e al sindacato (mi riferisco al SINGRAI) e all'attuale dirigenza RAI.

Fino a quando, dunque, questi precari dovranno essere scavalcati da trasferimenti che tutto sono fuorché dettati da motivi di bilancio economico? Attendo qualche risposta.

ZACCARIA, Presidente della RAI. Le risposte alle domande rivolte, almeno nelle intenzioni, saranno esaurienti, ma non posso garantire che convincano l'interlocutore. Si tratta certamente di un altro problema.

La Commissione ha posto la sua attenzione su una pluralità di temi, anche in relazione al fatto che questo è il primo incontro che abbiamo e, quindi, è necessario conoscersi. Vi potete facilmente rendere conto che sono stati posti temi dal carattere abbastanza diverso tra loro, che noi abbiamo raggruppato e che intendiamo gestire nel seguente modo, augurandoci che la Commissione ed il suo Presidente condividano il metodo del percorso da noi intrapreso.

In sostanza abbiamo individuato 6 grandi aree di problemi, con una serie di titoli e di questioni specifiche.

La prima area è collegata al tema della programmazione, dell'informazione e del pluralismo, argomenti sui quali si sono svolti molti interventi, data la natura di questa Commissione. Naturalmente saranno fornite delle prime risposte e vi mostrerò i materiali che intendo utilizzare sul tema in esame.

La seconda area riguarda il problema degli aspetti più generali collegati ai rapporti tra il Consiglio e la Commissione, il mandato e tutte le vicende relative ai profili che chiamiamo istituzionali.

Una terza area di problemi concerne gli introiti pubblicitari e si collega al problema delle risorse, oggetto di una particolare attenzione data la situazione in cui ci si trova.

Una quarta area di problemi è relativa alla vicenda Rai Way, di cui abbiamo parlato nell'introduzione, vicenda sulla quale sono stati svolti diversi interventi.

La quinta area di problemi concerne la gestione aziendale e, quindi, argomenti quali i costi operativi, l'economia e gli sprechi. Poi vi è un'area che comprende argomenti non classificabili nelle precedenti aree citate.

In questo contesto sono state poste domande specifiche ed analitiche, soprattutto nel corso della precedente seduta. In questa occasione il senatore De Corato si è riferito ad una questione specifica alla quale risponderà il Direttore generale. Premetto, però, che non sempre abbiamo elementi per poter rispondere a braccio e in maniera specifica su determinate questioni. Probabilmente ciò che diremo non sarà convincente, almeno in termini informativi, ma potremo provvedervi in un secondo momento.

Il primo documento che voglio produrre riguarda una serie di argomenti specifici. Leggo soltanto i titoli delle questioni specifiche, perché non so se riusciremo a rispondere in maniera dettagliata, che sono i seguenti: Presenza soggetti femminili nella trasmissione «Porta a Porta» (non cito gli interlocutori); Rapporti Rai-Dallah Al Baraka (è stata citata una sigla diversa, ma in realtà su questo problema vi è una risposta); Criticità del Palinsesto, dati di sintesi; Serra creativa; Orchestra leggera; Campionato mondiale di calcio 2002; Modalità operative RAI per l'acquisizione di beni e servizi; Sport set; Collaborazione Rai Educational; Canone abbonamento Tv; Informazioni di pubblica utilità; Polemica con Beppe Grillo; Contratto Alba Parietti; Contratto Enzo Biagi.

Parlerò dettagliatamente solo di poche di tali questioni – mi auguro che nel frattempo abbiate a disposizione una copia del documento per seguire il mio discorso – cominciando ad affrontare quelle che hanno un carattere più generale e che hanno costituito oggetto di gran parte degli interventi dei componenti della Commissione.

Il primo capitolo dei sei che ho nominato riguarda l'informazione, il pluralismo e la programmazione, sul quale sono state avanzate domande da vari senatori e deputati. Al centro delle questioni vi è la diretta televisiva di sabato 10 novembre. Si tratta certamente di una delle questioni principali.

Come sapete, da un anno abbiamo inaugurato un metodo di comunicazione dei dati sull'informazione politica, sul pluralismo politico che, in qualche modo, risulta innovativo rispetto ai rapporti con questa Commissione – da un lato – e rispetto a quelli che si hanno all'esterno. Su questa materia l'Authority per le comunicazioni ha il potere principale di raccogliere i dati e di acquisire informazioni. Per quanto ci riguarda abbiamo fornito in passato a questa Commissione (e continuiamo a farlo) dei *report* settimanali. In questo caso il cui problema – a mio giudizio – è costituito da una difficile lettura. Pur se sono allegate delle piccole tabelle riguardanti i singoli partiti, alla fine ci si perde e diventa, nella pratica, difficile la comprensione. Il periodo settimanale è talmente breve che non consente, infatti, di capire se ci sono stati degli scostamenti e da quali fatti e notiziari della settimana possano essere derivati. Per esempio, quando si svolge il G8, è chiaro che il Governo va – per così dire – alle stelle e quindi la valutazione ne risente.

A noi è apparso necessario, anche, fornire questi dati pubblicamente e la migliore sede per farlo è - a nostro giudizio - questa Commissione; quindi, oggi vi fornirò dei dati complessivi di monitoraggio, raccogliendo una sollecitazione del deputato Giordano, che aveva fornito invece una compilazione personale. Da anni noi compiamo un monitoraggio attraverso due consulenti specializzati che sono, da un lato, l'Osservatorio di Pavia e, dall'altro, il Centro d'ascolto di Roma e li presentiamo trimestralmente, perché riteniamo il trimestre un periodo significativo. Abbiamo realizzato un monitoraggio sia prima che durante le elezioni e lo stiamo facendo tuttora. Un mese fa abbiamo presentato i dati relativi ai primi tre mesi. Proprio raccogliendo molte domande rivolte dai membri della Commissione, abbiamo realizzato alcuni fascicoli dei quali, non essendo facile la lettura analitica, vi parlerò in modo sintetico. Si tratta di quattro fascicoli che giudico molto importanti.

Il primo fascicolo concerne il pluralismo politico nella programmazione televisiva della RAI nell'anno 2001, più precisamente nel periodo che va dall'11 giugno al 10 novembre. In questo modo si realizza una fotografia di cinque mesi che si concludono il 10 novembre (abbiamo avuto materialmente poco tempo per la compilazione, ma ci pareva importante includere anche la diretta televisiva di sabato). Naturalmente bisogna in qualche modo dare una spiegazione a questi dati, ma questo è il modo - secondo me - migliore per poter poi esprimere un giudizio. Per quanto riguarda il consiglio della RAI, non possiamo chiamare i direttori delle singole trasmissioni e telegiornali per dire che è apparso troppo Berlusconi o al contrario Rutelli, perché essi rispondono che guardano le notizie e non i dati statistici. Tuttavia, la fotografia fatta su cinque mesi, soprattutto aggregata (maggioranza, opposizione e Governo), consente una lettura quantitativa che diventa qualitativa, perché ad un certo punto sterilizza le punte notiziarie di un certo momento e fa vedere quali sono i comportamenti.

Non posso pretendere che seguiate nel dettaglio i dati che vi consegniamo, perché sono state distribuite poche copie dei documenti cui mi riferisco ma mi pare interessante questo inquadramento di insieme. Un primo documento è relativo all'Osservatorio di Pavia e concerne i dati del pluralismo politico nella RAI. Nel documento si può rilevare quale sia la presenza politica nelle varie trasmissioni dei raggruppamenti e dei singoli esponenti politici.

Un altro documento rappresenta il confronto tra i primi 5 mesi del Governo Prodi ed i primi 5 mesi del Governo Berlusconi. A noi è parso in qualche modo giusto fare delle analisi che consentano di rilevare i comportamenti della televisione in due epoche storiche diverse, di fotografare due Governi all'inizio del loro mandato. Anche in questo modo si forniscono dei dati interessanti.

Un terzo documento riguarda il pluralismo politico nella programmazione televisiva. Si tratta di un raffronto tra il comportamento della RAI ed il comportamento di Mediaset. È un raffronto che abbiamo sempre fatto, non perché abbiamo le stesse regole, ma perché può essere utile ca-

pire quali sono le linee editoriali che seguono i diversi telegiornali. Abbiamo poi fatto un monitoraggio della manifestazione del 10 novembre. Questi documenti, a vederli sono impegnativi, ma in realtà sono molto più semplici dei dati che fornisce l'Authority. Credo che l'Authority, che dovrebbe fornire dei dati ufficiali, in realtà sia piuttosto in ritardo sulla fornitura, (nonostante usi un sistema veloce come *internet*) e troppo analitica nella descrizione, rendendo difficile la comprensione tempestiva dei macrofenomeni politici. Per quanto ci riguarda, noi facciamo anche una descrizione di sintesi, che ci pare indispensabile per far capire alla Commissione e al pubblico i dati di tendenza che sono i più significativi.

Cominciamo dal 10 novembre. Quel giorno la manifestazione è stata seguita da un programma della prima rete. In termini di tempo, questa trasmissione ha dedicato una porzione di tempo allo studio, una porzione di tempo alle manifestazioni e una porzione di tempo al discorso del Presidente del consiglio. È stato chiesto in Commissione se Berlusconi avesse parlato come *leader* di un partito o come Presidente del consiglio. Dal nostro punto di vista, cioè dal punto di vista di coloro che classificano gli interventi dei soggetti politici, il presidente Berlusconi che parla in una manifestazione di carattere eccezionale, come quella del 10 novembre, parla come Presidente del consiglio. Così lo classifichiamo noi, così mi sembra è percepito dalla gente. Naturalmente questa è una valutazione soggettiva sulla quale il dibattito tra di voi è aperto, ma la nostra valutazione è stata questa. Abbiamo scelto la strada di dare spazio alla ripresa in base alle richieste delle reti o delle strutture editoriali. In questo caso la prima rete ha fatto questa richiesta e successivamente ha fatto richiesta anche la seconda rete. C'erano due manifestazioni diverse e certamente importanti. A noi pareva che fosse un errore per la RAI affidare la ripresa a due reti diverse. Questo atteggiamento poteva dare la sensazione di una sorta di contrapposizione all'interno della televisione pubblica che secondo noi sarebbe stata inaccettabile. Se, invece (e lo dico a titolo di esempio), la seconda rete avesse proposto di riprendere la manifestazione dei «*no global*» quando c'era il concerto (alla sera), sarebbe stato diverso perché si sarebbe trattato di un momento diverso e quindi sarebbe stato possibile, ma la contemporaneità e la contrapposizione dal punto di vista editoriale ci è parsa improponibile. Le reti hanno indirizzi diversi, ma sono ugualmente reti della RAI e la prima rete ha fatto la proposta di coprire le due manifestazioni. Sostanzialmente il tempo totale dedicato alla manifestazione per gli Stati Uniti è stato di 38 minuti e 45 secondi, mentre il tempo per la manifestazione dei «*no global*» è stato di 22 minuti. In questo caso naturalmente contano meno i tempi, ma conta soprattutto quello che ciascuno ha visto. Lo studio è stato diviso in tempi proporzionali fra Schifani, Borbon, Curzi e Di Pietro, oltre Graldi che era in collegamento. Il Consiglio aveva chiesto che ad accompagnare la manifestazione vi fosse uno studio con una caratura pluralistica. Non scegliamo noi le persone che partecipano ai dibattiti. Le scelte editoriali si sono esaurite nel dare spazio alla rete che ha chiesto di coprire la manifestazione, di assicurare uno studio pluralista e di non doppiare le reti per le

manifestazioni. Noi abbiamo una linea che è quella di coprire le manifestazioni importanti. Questo non significa ovviamente trasmettere una manifestazione perché ci piace o viceversa. Abbiamo trasmesso le immagini di Genova quando ci pareva importante farlo; abbiamo trasmesso le immagini di Assisi, anche se con modalità diverse e più ridotte perché con finestre intervallate; abbiamo trasmesso le immagini di Roma e, in relazione alle richieste fatte dalle reti e dai telegiornali, trasmetteremo altre manifestazioni di analoga importanza. Questo è il criterio editoriale.

Un altro aspetto riguarda il problema della sovrapposizione con le elezioni nel Molise. Abbiamo esaminato (in rapporto anche con il Presidente della Commissione parlamentare) le normative che riguardano le elezioni in una parte del territorio nazionale. Le normative si riferiscono alle trasmissioni del luogo dove si devono svolgere le elezioni e in materia ci sono vincoli precisi derivanti dagli indirizzi della Commissione parlamentare. In questo caso si venivano a bilanciare due normative. Da un lato quella che impone il silenzio il giorno prima del voto e dall'altro quella che impone la copertura di manifestazioni di interesse nazionale. Il nostro indirizzo è stato quello di non riprendere soggetti che fossero connessi alle elezioni del Molise, di non fare carrellate riprese insistite su bandiere o simboli di parte. Certo tutto questo si poteva fare fino ad un certo punto. Inizialmente abbiamo pensato anche di staccare dal collegamento il Molise, ma questa possibilità era data solo sulla terza rete e non sulla prima rete. Abbiamo bilanciato in conclusione due normative diverse, quella che impone limitazioni per le trasmissioni regionali (e che è molto precisa) e quella generale che consente determinate riprese di eventi nazionali. Abbiamo impedito che ci fosse una strumentalizzazione diretta di una manifestazione in funzione dell'altra.

Ritornando sul discorso più generale, ripeto che ho voluto presentare un documento che abbiamo completato questa mattina e che credo fosse giusto consegnare alla Commissione. Voi valuterete questo documento, però vorrei indicare la chiave di lettura fondamentale che emerge da questo periodo. In precedenza abbiamo sempre seguito un criterio che seguono anche i francesi, quello dei tre terzi: un terzo per la maggioranza, un terzo per l'opposizione e un terzo per il Governo. I francesi, che sono molto empirici, ma hanno una ferrea logica nei loro comportamenti, affermano che il Governo è un autonomo soggetto notiziale e che, per il resto rimangono maggioranza e opposizione che si fronteggiano nel valutare gli atti del Governo e le relative iniziative politiche. Questo criterio dei tre terzi si completa con una percentuale ulteriore perché ci sono poi i soggetti istituzionali che impegnano una fetta di circa il 10 per cento. In questa ultima legislatura è successo un fatto significativo che ha modificato il criterio dei tre terzi a causa del fatto che molti dei *leader* della maggioranza sono oggi Ministri del Governo. Avviene che in pratica oggi ritroviamo più il criterio dei tre terzi, ma le percentuali sono mutate. Il Governo ha tempi tra il 45 e il 50 per cento, la maggioranza ha valori tra il 10 e il 15 per cento e l'opposizione ha circa il 30 per cento. E' una situazione che forse non sarà permanente, ma che comunque si ritrova nei

primi cinque mesi di cui stiamo parlando. Noi non possiamo certo andare dai responsabili dei telegiornali e dire, per il criterio dei tre terzi, dovete intervistare soltanto, ad esempio, Landolfi piuttosto che La Russa, cioè soltanto quelli che non sono al Governo, perché in certi casi è necessario, ad esempio, intervistare Bossi che oltre che Ministro è anche *leader* della Lega e così via.

Questo è il dato più «significativo» vicenda (ma non è un'anomalia) che riguarda questo primo periodo di osservazione. Quindi, quando esaminerete i dati di confronto fra questo periodo e quello del Governo precedente, troverete questa diversità che vogliamo segnalare. Sono rilevamenti dell'Osservatorio di Pavia e del Centro d'ascolto e noi li riportiamo a voi.

C'è poi il problema delle presenze dei politici nelle trasmissioni. Sono graduatorie che possono interessare come tutte le graduatorie di questo mondo, ma il punto fondamentale è che noi diamo i dati considerando tutti i generi di trasmissione: programmi di rete in generale, telegiornali e telegiornali del *prime time*. Queste sono le tre grandi aree di lettura. È chiaro che la parte più significativa dell'osservazione politica sono da un lato i telegiornali del *prime time*, che hanno il maggiore ascolto, e dall'altro le trasmissioni di informazione che trattano di politica. Pertanto, da questo punto di vista abbiamo inserito dati specifici per «Porta a Porta», i programmi di Santoro, quelli di Biagi, «Telecamere», che hanno ospiti istituzionali di questa natura.

Passando ai confronti tra le presenze dei soggetti, in questa documentazione troverete che il Presidente del Consiglio ha una visibilità certamente maggiore rispetto ad altri soggetti. Quindi nel totale più ampio, sul periodo di cinque mesi (ricordo che è un periodo lungo e che parliamo di tutti i generi di trasmissioni), il Presidente del Consiglio ha 644 minuti (nei quali sono compresi anche i 30 minuti della manifestazione di sabato), seguito da Rutelli con 255 minuti, Bertinotti con 215 minuti e Fini con 204 minuti.

Ci sono poi altri dati significativi, relativi ai telegiornali. Nel confronto tra Governo Prodi e Governo Berlusconi abbiamo delle situazioni che possono avere un significato prevalentemente quantitativo. Abbiamo considerato il rapporto tra la RAI e Mediaset perché è interessante verificare i diversi comportamenti delle due testate. Il confronto tra Governo Prodi e Governo Berlusconi è fatto con riferimento al Presidente del Consiglio e al *leader* dell'opposizione, tenendo altresì conto dei primi cinque soggetti perché in alcune coalizioni vi sono due o tre soggetti che hanno peso, mentre in altre magari è soltanto uno ad avere un peso prevalente. Abbiamo due dati diversi per i telegiornali in generale e per i telegiornali del *prime time* (ovviamente parlo della RAI perché il confronto con Mediaset potrete farlo direttamente voi).

Durante i primi cinque mesi del Governo Prodi, il Presidente del Consiglio ha avuto 191 minuti di presenza, mentre Berlusconi 97, con un distacco notevole. Con l'attuale Governo, Berlusconi ha 303 minuti e Rutelli 112. In questo conteggio non è considerata la manifestazione del 10 novembre: questa non fa parte dei telegiornali ma rientra nella pro-

grammazione generale. La distanza maggiore sopraindicata non si ritrova invece nel *prime time*. In questi telegiornali infatti, Prodi come Presidente del Consiglio aveva 82 minuti di presenza e singolarmente Berlusconi, nello stesso periodo, gli stessi 82 minuti: si può dire quindi che nel *prime time* c'è un trattamento omogeneo. Invece, per quanto riguarda il *leader* dell'opposizione, questi aveva 41 minuti di presenza con Berlusconi, mentre ne ha 55 con Rutelli.

Naturalmente i dati di Mediaset sono totalmente diversi, ma non voglio fare commenti. In periodo non elettorale le regole non sono uguali tra RAI e Mediaset, mentre come sappiamo in periodo elettorale vi sono comportamenti simili da tenere.

C'è un altro grafico che riguarda i primi cinque esponenti politici nel Governo Prodi e nel Governo Berlusconi, facendo sempre riferimento ai telegiornali dei primi cinque mesi. In queste trasmissioni, Prodi (Presidente del Consiglio) distanzia Berlusconi (*leader* dell'opposizione) però è interessante vedere che nel Governo Prodi in seconda posizione veniva D'Alema con 125 minuti, seguito da Scalfaro con 121 minuti, Bossi con 102 minuti e Fini con 100 minuti. Durante il Governo Berlusconi abbiamo innanzitutto il Presidente del Consiglio, seguito da Ciampi con 127 minuti, Rutelli con 112 minuti, Scajola con 78 minuti e Ruggiero con 76 minuti. Cambia la situazione nel *prime time* perché Prodi e Berlusconi sono allo stesso livello, però abbiamo D'Alema con 66 minuti, Fini con 50 minuti, Bossi con 48 minuti. Nei primi cinque mesi del Governo Berlusconi il Presidente del Consiglio è seguito da Rutelli con 55 minuti, Ciampi con 45 minuti, Ruggiero con 28 minuti e Scajola con 24 minuti. Si nota che precedentemente c'era una distribuzione maggiore tra maggioranza e opposizione, mentre adesso la situazione è diversa.

Ritengo opportuno illustrarvi un ultimo aspetto circa il pluralismo, almeno in termini generali, in quanto indica le linee editoriali dei diversi telegiornali. In questa sede io riporto i dati così come sono e mi limito a fare una fotografia.

C'è un grafico, che ritengo importante, relativo al tempo di presenza nei telegiornali della RAI in generale; il periodo di riferimento è sempre quello dei cinque mesi. Il totale vede il 12 per cento dedicato ai soggetti istituzionali, il 46 per cento dedicato al Governo (in gran parte per la ragione che ho spiegato prima, ma anche per fatti notiziali), l'11 per cento dedicato alla Casa delle Libertà, il 25 per cento dedicato all'Ulivo. I tre terzi si ritrovano anche se con percentuali diverse rispetto al passato. Devo però dire che ormai si tratta di un dato di tendenza consolidato.

PRESIDENTE. Vuol dire che il Governo consuma parte del tempo previsto nella distribuzione della maggioranza?

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Certo. Se si sommano Governo e maggioranza si ritrova il 60 per cento circa anche se questo non è del tutto corretto, perché il Governo dovrebbe essere come si è detto soggetto notiziale autonomo.

Non posso criticare maggiormente nel dettaglio, ma potete rilevare voi stessi che il risultato del 46,4 per cento della presenza del Governo nei telegiornali è frutto del 49 per cento al TG1, del 51,2 per cento al TG2 e del 36,4 per cento al TG3. Si può affermare che il TG1 ed il TG2 hanno un atteggiamento simile per quanto riguarda la quantità di tempo concessa, mentre il TG3 concede meno spazio al Governo rispetto a quello che concede invece all'Ulivo. Vi sono poi da ricomprendere i cosiddetti altri, che rappresentano il 3,2 per cento, e i soggetti istituzionali – mi riferisco ai presidenti Ciampi, Casini, Pera e Prodi – che rappresentano l'11,9 per cento.

I dati di sintesi relativi al tempo di presenza dei partiti e delle istituzioni nei telegiornali del *prime time* sono i seguenti: il 41,4 per cento va al Governo, il 29,7 per cento all'Ulivo ed il 10,2 per cento alla Casa delle libertà.

GIANNI (*CCD-CDU*). Mi scusi, signor Presidente, ma l'illustrazione di questi dati mi sembra una inutile perdita di tempo.

PRESIDENTE. Mi scusi, onorevole Gianni, ma si tratta di dati che sono stati elaborati questa mattina, come ha già spiegato il presidente Zaccaria.

GIANNI (*CCD-CDU*). È inutile che il presidente Zaccaria li enunci alla Commissione. Sarebbe più opportuno venire a conoscenza di dati più generali, come – per esempio – che cosa farà il presidente Zaccaria da oggi al mese di dicembre, dal momento che va in giro per l'Italia, va a Milano a vendere sedi della RAI.

PRESIDENTE. Mi scusi, onorevole Gianni, ma deve avere pazienza. I lavori di questa Commissione sono stati ordinati in un certo modo. Abbiamo ascoltato, nel corso di una seduta, il Presidente ed il Direttore generale. Successivamente, nel corso di ben 3 sedute, ogni membro della Commissione è intervenuto. Adesso il presidente Zaccaria deve replicare e successivamente interverrà sempre per la replica il Direttore generale.

Onorevole Gianni, lei ed il senatore Minardo non eravate presenti e non ho potuto sospendere la seduta della Commissione. Le chiedo scusa per questo, ma ripeto che non potevo proprio interrompere la seduta.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Signor Presidente, posso anche concludere ora il mio intervento.

PRESIDENTE. Presidente Zaccaria, deve replicare liberamente sulla base di ciò che ritiene opportuno affermare ed anche sulla base delle domande che le sono state rivolte, anche al fine di documentare pienamente il giudizio che ogni commissario riterrà di trarre.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Mi rendo conto che la comprensione di questi dati è certamente più difficile per i commissari che non hanno a disposizione i fascicoli relativi. Credo che la loro illustrazione rappresenti una forma di rispetto nei confronti della Commissione, avendo sentito più di un suo membro parlare di meccanismi di controllo e di monitoraggio. Mi ha – per esempio – colpito un senatore che ha affermato che, su un certo numero di ore, solo pochi minuti sono stati dedicati a certi temi di suo interesse. Ritengo quindi utile questa documentazione per fornire un riscontro oggettivo. È bene su un altro piano ricordare che in RAI, il Consiglio di amministrazione non realizza direttamente né i servizi né condiziona i Direttori dei telegiornali. Noi, invece, nominiamo solo questi Direttori e indichiamo loro gli indirizzi editoriali generali. È molto, ma non è tutto. Qualcuno all'esterno commette l'errore di considerare la RAI come una entità monolitica ed anche di identificarla con il suo vertice. La Rai – grazie al cielo – è una realtà molto più complessa, più articolata, più viva e forse anche più brillante rispetto a quello che il vertice del momento può rappresentare. Quindi, la semplificazione che qualcuno fa in ordine alla RAI procura del male non a me, ma alla RAI stessa.

I dati che vi segnalo rappresentano per me uno dei modi per dialogare con i Direttori e per farmi spiegare la ragione di una certa tendenza. Vi invito a prendere atto di quanto sia utile, per il lavoro di questa Commissione, enunciare pubblicamente i dati e giudicarli criticamente. Proprio per questo motivo invito i futuri vertici a mantenere questa tradizione. È utile per il lavoro di un Consiglio di amministrazione, perché altrimenti si sta sopra il problema e non al suo interno.

Non mi dilungo troppo su questo punto, avendo raccolto l'esortazione di non impiegare troppo tempo. In ogni caso, ho voluto darvi una sorta di guida per la lettura, perché può essere utile a futura memoria.

Il secondo argomento che vorrei trattare concerne il problema, da qualcuno evidenziato, del «risarcimento». Qualcuno ha parlato, usando espressioni anche più forti, di infortunio. Ribadisco che dobbiamo seguire una linea editoriale di apertura. Prima il senatore Moncada ha parlato della programmazione e ha ricordato la polemica nata per l'invito nel programma di Bruno Vespa e in quello di Santoro di un ospite. Credo che dobbiamo esprimere una certa vitalità. È certo che, nell'invitare alcune persone, si può correre a volte qualche rischio. Non bisogna, però, dimenticare che nel Paese ci sono espressioni di vario tipo e che è importante la presenza di tutte le voci che lo rappresentano, anche se non si può immaginare che vi siano tutte contemporaneamente, perché potrebbe scaturire una situazione difficile da gestire. L'importante è che in un filone di programmazione sia documentato il pluralismo e che il risultato editoriale sia frutto di una corralità di opinioni.

Quando Bruno Vespa ci ha chiesto di passare da 3 a 4 serate, non gli abbiamo risposto negativamente perché ci sembrava una opportunità. Abbiamo detto che anche altri potevano realizzare una analoga programmazione. Certamente, la seconda serata è fondamentale per la televisione di

oggi, perché molti di noi guardano i programmi televisivi più nella seconda serata che nella prima, per ragioni molto comprensibili. Abbiamo discusso a lungo sulla possibilità di fare sul canale Rai 2 una seconda serata, che sarebbe dovuta partire inizialmente con Chiambretti e poi con Santoro, ma si sono presentati problemi collegati alla possibile sovrapposizione di vari generi.

Al momento attuale nella RAI sono presenti voci molto diverse, certamente non tutte quelle che qualcuno può immaginare ma certo diverse. Pensiamo, comunque, alla quantità di informazioni e di voci presenti alla RAI come Vespa, Santoro, Biagi; pensiamo ai programmi come Primo Piano, TV7, Frontiere e a tutti quelli di informazione. Non è un caso che quando ci sono eventi drammatici e importanti la gente guarda la RAI. Se la RAI non avesse credibilità, la gente non la guarderebbe. Mediaset è autorevolissima, però in certi momenti la gente guarda soprattutto la RAI. Lo stesso discorso vale per la radio. Radio1, Radio2 e Radio3, nell'ultima rilevazione, hanno avuto una esplosione di ascolti rispetto alle radio private. Questo per noi è un fatto non casuale, ma un segno di credibilità.

Per quanto riguarda gli aspetti istituzionali, in molti interventi sono state chieste le mie dimissioni. Naturalmente avevo già sentito questa tesi in altre occasioni e credo che questo faccia parte di un giudizio politico che io rispetto profondamente. Però, voglio comunque dire qualcosa. Io ho studiato la televisione da sempre e tutti sappiamo perché è stata istituita la Commissione di vigilanza. Questa Commissione non riguarda il sistema televisivo ma i servizi radiotelevisivi, cioè, detto in maniera sintetica, la RAI. Questa Commissione è stata pensata e costituita proprio per garantire il sistema RAI. C'è stato in passato un dibattito nato in seno alla Corte costituzionale sul problema dell'indipendenza della RAI rispetto all'Esecutivo; c'è stata poi una celebre sentenza della stessa Corte costituzionale, che ha ispirato anche la riforma del 1975, che ha confermato che la RAI non doveva dipendere dal potere esecutivo. Sto parlando di una giurisprudenza costituzionale quindi di Costituzione. Successivamente una legge del Parlamento ha stabilito che il Consiglio d'amministrazione doveva durare in carica due anni. La legge del 1993, contrariamente ad una legge precedente in cui era scritto che il Consiglio durava in carica cinque anni o comunque fino alla fine della legislatura e quindi faceva una connessione tra legislatura e durata del Consiglio di amministrazione, ha sancito che il Consiglio d'amministrazione dura in carica due anni. Farei torto a questa Commissione se mi misurassi in un giudizio interpretativo (che come professore posso dare ai Presidenti delle due Camere e che in realtà in altre epoche ho dato) sul significato dei due anni, se cioè voglia dire due esercizi oppure voglia fare riferimento al mese di dicembre o a quello di febbraio o a quello di giugno. Se volete sapere la mia opinione, è talmente semplice che si riassume in un fatto: i comportamenti fanno giurisprudenza, fanno precedente. Se i presidenti Violante e Mancino hanno nominato il Consiglio di amministrazione nel febbraio 1998 e dopo due anni hanno pensato di rinnovare quel Consiglio,

mi pare proprio intorno alla metà di febbraio del 2000, devo pensare che l'interpretazione che hanno accettato i Presidenti delle Camere sia che il Consiglio di amministrazione dura due anni precisi, da mese a mese. Quindi dovrei essere pazzo per pensare di dare una interpretazione diversa, visto che i Presidenti delle Camere che, fino a prova contraria, anche quando cambiano, fanno precedente, hanno detto che un Consiglio dura in carica due anni. Penso quindi che il nostro mandato scadrà alla fine dei due anni esatti dall'ultima nomina. Però, siamo nel Parlamento, di fronte a persone che possono legiferare e che possono interpretare le leggi, quindi questo è solo il mio modestissimo parere. Però, non possiamo fare l'errore di grammatica di confondere la durata di un Consiglio di amministrazione con la durata di una legislatura, se nella legge non c'è scritto e se la Costituzione, attraverso la Corte costituzionale, afferma che la RAI e suoi organi non devono dipendere direttamente dall'Esecutivo. Questo è un principio costituzionale. Quando decidiamo di restare in carica, compiamo un atto che non è solo un diritto, ma anche un dovere. Posso anche pensare che un singolo parlamentare chieda le dimissioni, ma, siccome il singolo parlamentare sa che le dimissioni possono essere chieste ma devono essere votate dalla Commissione con una maggioranza qualificata, noi siamo rispettosi della sovranità della Commissione, ma la parola di un singolo commissario non conta nulla, conta il voto della Commissione e conta il fatto che questa Commissione è stata creata per difendere l'indipendenza della RAI nei confronti di qualsiasi potere esterno, anche nei confronti del Governo. Quindi, mi sorprendo quando dai banchi di questa Commissione sento mettere in dubbio questo principio. Qualcuno ha detto, molto malamente, che siamo stati nominati dal centrosinistra. Noi siamo stati nominati dai Presidenti delle Camere, come ha già detto anche il Presidente di questa Commissione. Quando verrà nominato il nuovo Consiglio, quello che decideranno i Presidenti del Parlamento farà stato, quel Consiglio potrà fare bene o male come noi, però credo che, finché voi non avete il potere di metterlo in crisi votando con i due terzi la sfiducia al Consiglio e quindi decidete sulla rimozione, quel Consiglio deve essere protetto, perché questo significa garantire un valore costituzionale. Devo dire quindi con grande tranquillità queste cose e devo dire che da questo punto di vista le dimissioni non le darò, perché credo che non dare le dimissioni sia rispettoso delle regole che abbiamo in campo.

PRESIDENTE. A tutela della correttezza degli interventi, soprattutto per quanto riguarda l'aspetto costituzionale, devo dire che nessuno ha chiesto le dimissioni in nome della legge, ma sono state sollecitazioni di carattere politico che sono state avanzate.

BUTTI (AN). Sono opinioni come quelle dei suoi consiglieri di amministrazione che spesso parlano in modo trasandato.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Con grande franchezza parlerò allora di un altro argomento sul quale voglio richiamare la vostra attenzione. In relazione all'affare Rai Way, del quale ho già parlato e di cui parlerà anche il Direttore generale nella sua replica, siamo stati oggetto di una intimidazione senza precedenti. Voglio citare una dichiarazione che credo sia bene ripetere in questa Commissione. Il presidente Storace ad un giornale e ad una agenzia stampa ha dichiarato: «Il Presidente della RAI, anziché fare o pensare ad azioni legali, dovrebbe andare da un notaio per fare testamento, perché è un morto vivente». Ho visto questo articolo due giorni dopo la sua uscita, perché mi è stato segnalato da amici inorriditi da questa frase. Naturalmente ho subito comunicato che avrei fatto una azione legale a mia tutela di fronte ad un atto di intimidazione senza precedenti. Per quanto riguarda l'azione legale, voglio ricordare che siamo in uno Stato di diritto in cui se uno è convinto di tutelare certi interessi dell'azienda RAI, diversa dal soggetto Governo, ha non solo il diritto ma il dovere di farlo, perché è un diritto costituzionale. Come la mettete voi con una intimidazione di tipo mafioso?

BUTTI (AN). Questa è una digressione che non accettiamo. Il Presidente della RAI deve rispondere solo rispetto ai termini del dibattito che si è svolto in quest'Aula. Se vuol fare altre comunicazioni può farlo in altre sedi ma non qui. Abbiamo assistito al linciaggio di un Ministro, non vogliamo assistere adesso al linciaggio del Presidente della regione Lazio.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Lei rilegga quella dichiarazione.

BUTTI (AN). Il suo atteggiamento è inaccettabile.

PRESIDENTE. Presidente Zaccaria, nei confronti di una dichiarazione in qualunque modo lesiva o minacciosa nei confronti del Presidente o del Consiglio di amministrazione della RAI, non posso che esprimere il mio personale rammarico. Tuttavia i compiti di questa Commissione sono stati da lei ben definiti precedentemente e a quei compiti dobbiamo attenerci. Non possiamo né considerare, né censurare opinioni che siano al di fuori del nostro ambito di competenza. Detto questo, credo sia giusto che in questa sede di replica ci riferiamo al dibattito che qui si è svolto. Naturalmente ciò non toglie che ognuno possa esprimere le proprie opinioni.

DE CORATO (AN). Storace non è membro di questa Commissione. Si possono fare dichiarazioni alla stampa.

PRESIDENTE. Consentitemi di considerare questa mia dichiarazione conclusiva dell'incidente verbale e di ridare la parola al presidente Zaccaria.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Siccome ritengo che questa Commissione abbia la funzione istituzionale di difendere l'indipendenza della

televisione pubblica, vi prego di considerare che un attacco di questa natura e di questo tenore, non smentito né rettificato, al Presidente della televisione pubblica costituisce un attentato alla sua indipendenza.

BUTTI (AN). Abbiamo letto di peggio da parte dei suoi consiglieri di amministrazione nei confronti del Parlamento!

PRESIDENTE. Presidente Zaccaria, prendo atto di questa sua dichiarazione. Sottoporro eventuali decisioni da prendere sulla base della sua interpretazione all'Ufficio di Presidenza nella prossima riunione, alla quale anche lei, onorevole Butti, potrà partecipare. Lei, presidente Zaccaria, suggerisce un'interpretazione dei compiti di questa Commissione che non sono soltanto di sorveglianza e di indirizzo, ma in una certa misura anche di tutela nei confronti del servizio pubblico. L'argomento tocca i compiti di questa Commissione e pertanto ne discuteremo noi.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Il CSM difende i magistrati. Credo che questa Commissione parlamentare debba difendere il Presidente della RAI.

PRESIDENTE. Questa è una sua interpretazione, che noi naturalmente discuteremo nelle sedi proprie.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Da ultimo vorrei fare riferimento alla pubblicità. Conseguo l'ultima pubblicazione concernente la situazione del mercato pubblicitario. Risponderemo nel dettaglio alle singole questioni, però al momento vorrei richiamare la vostra attenzione su un dato che riguarda gli andamenti dei mercati pubblicitari altrove.

In una tabella si esamina la situazione di altre televisioni. Comincio dall'osservazione che è stata fatta in questa sede: come mai la RAI perde il 12 per cento di pubblicità e Mediaset è sostanzialmente vicina allo zero. Questo è il quesito che molti commissari hanno posto e al quale ho parzialmente risposto nell'introduzione. Vorrei ora fornire dei dati molto recenti, riportati in un congresso svoltosi a Bruxelles che ha coinvolto i maggiori organismi pubblicitari in Europa, riuniti in un'associazione denominata EGTA. I dati sono i seguenti: ITV, la televisione privata inglese, perde il 10 per cento; France 2 e France 3 perdono il 20 per cento; TF1 perde il 10 per cento; ARD (che ha poca pubblicità) e ZDF perdono il 10 per cento; Antena 3 perde il 16 per cento; TVE (la rete spagnola a noi corrispondente) perde il 12 per cento circa; mi pare che la situazione migliore sia quella di ORF che perde l'8 per cento. Ritengo che tali dati facciano capire che quello della crisi pubblicitaria è un fenomeno europeo. La RAI-SIPRA si colloca esattamente nella media europea.

Il senatore Moncada ha riferito una mia battuta relativa alla pubblicità come genere di lusso. Vorrei spiegarvi meglio. Poiché la RAI ha un palinsesto pubblicitario di 1 rispetto a 4 di Mediaset in relazione ai diversi indici di affollamento, esiste una sorta di *premium price* in corri-

spondenza del fatto che la pubblicità RAI ha un volume minore. Lei, senatore, ha guardato il contenuto della pubblicità e in questo senso ha ragione: non c'è una grande differenza perché chi fa gli *spot* li fa uguali per una parte e per l'altra. Ma poiché noi offriamo spazi di pubblicità minori, la nostra, a parità di ascolto, dovrebbe essere più preziosa. Questo risulta chiaramente per un aspetto di mercato che tutti i pubblicitari conoscono molto bene: normalmente la RAI ha il «vantaggio» di passare una minore quantità di pubblicità e pertanto questa ha un maggiore *appeal*. Poi, naturalmente, vanno presi in considerazione dati più analitici che riguardano sia gli ascolti che i *target*. Infatti il pubblico più prezioso dal punto di vista pubblicitario è quello compreso tra i 25 e i 44 anni (quelli che spendono di più), seguito dai giovani, mentre il pubblico più anziano è un *target* meno appetibile. La RAI ha un pubblico mediamente più anziano. Non contano automaticamente i dati degli ascolti, ma sono certamente più decisivi i dati di ascolto dei *break* pubblicitari.

Per quanto concerne Mediaset, mi pare che in Commissione abbiamo già raggiunto toni piuttosto riscaldati e quindi non credo sia il caso che io prosegua su questo timbro. Tuttavia, quando il senatore Petruccioli presiedeva un'altra Commissione, portai alcuni dati, forniti da associazioni di rilevazione, nei quali risultavano degli sforamenti pubblicitari abbastanza sistematici da parte di Mediaset. Riportai poi pubblicamente quei dati, riprendendo anche le osservazioni del Consiglio degli utenti che aveva fatto le stesse considerazioni. Mi pare che ci fu una querela. In questi giorni ho visto che l'Autorità per le comunicazioni – che nel nostro territorio viaggia lentamente e che invece dovrebbe viaggiare in tempo reale – ha intimato a Mediaset di rispettare dei limiti che dalle indagini fatte risulta non rispettati.

PRESIDENTE. Non vorrei che seguissero altre querele.

ZACCARIA, *Presidente della RAI*. Intanto, ritengo che per lo stesso oggetto non ci sia reato continuato. Ribadisco inoltre che recentemente l'Autorità per le comunicazioni – è un fatto storico – ha detto a Mediaset che in alcuni casi sta sfiorando i limiti pubblicitari. Può darsi che ci sia una interpretazione dei limiti un po' più «aggressiva»; si tratta di un operatore commerciale. Certo, a noi crea qualche problema perché più pubblicità fanno loro meno ne facciamo noi: siamo dei vasi comunicanti.

Lascio ora le risposte più analitiche al Direttore generale.

CAPPON, *Direttore generale della RAI*. Signor Presidente, vorrei soffermarmi su alcuni temi sollevati da vari commissari relativi ai dati gestionali (efficienza, inefficienza, risultati).

Vorrei cominciare con qualche annotazione ulteriore sulla pubblicità, perché sono state rivolte alcune domande specifiche e sono state fatte alcune considerazioni sulle nostre strutture di raccolta pubblicitaria. Mi sembra che sia stato già detto dal Presidente che siamo – i dati a tal riguardo

sono oggettivi – in presenza di una crisi di mercato che non può non coinvolgere in parte anche la RAI.

Inoltre vanno sottolineati alcuni fatti, in qualche modo oggettivi e strutturali, che hanno un impatto sull'azienda. L'anno scorso alcuni eventi sportivi, come le Olimpiadi ed i Campionati europei di calcio, hanno determinato dei particolari picchi di raccolta e ciò spiega la differenza di circa il 12 per cento. Abbiamo una struttura di portafoglio ovviamente più ridotta rispetto a quella del nostro concorrente, che però è anche più focalizzata su grandi clienti. A causa dei minori spazi di cui la RAI dispone, certamente si opera una maggiore selezione sul numero dei clienti e, quindi, su una clientela di tipo particolare, che è stata quella maggiormente colpita dalla crisi pubblicitaria. In particolare, la RAI ha e aveva una quota maggiore di clienti del settore delle telecomunicazioni (la cosiddetta *New Economy* in generale) che ha registrato quest'anno un vero e proprio crollo. Ciò spiega di per sé, in media, almeno un altro 2 per cento della riduzione. Come dato anedddotico, da rilevare che solo il Gruppo Telecom ha ridotto la pubblicità sulle reti RAI di oltre 100 miliardi e questo spiega quasi la metà del nostro calo pubblicitario.

LAURIA (*Mar-DL-U*). Si è verificato uno spostamento verso il concorrente?

CAPPON, *Direttore generale della RAI*. È certo che anche Mediaset ha subito dei cali, ma non so se in misura proporzionale. Da noi solo la riduzione degli investimenti della Telecom rappresenta – come ho detto – quasi la metà del calo pubblicitario che abbiamo registrato.

Non c'è dubbio – è una considerazione di carattere non tecnico – che l'offerta della RAI e la sua natura editoriale, nonostante le critiche che sono state mosse, non sono del tutto funzionali alla raccolta pubblicitaria. Sono a conoscenza che a tal riguardo spesso si fanno delle polemiche, ma in realtà la RAI non ha una struttura di programmazione unicamente finalizzata – lo sottolineo – a massimizzare la raccolta commerciale. Ricordo che, nei giorni tragici seguenti all'11 settembre, la RAI – anche Mediaset ha realizzato alcuni interventi di autocontenimento, ma noi certamente maggiori per il tipo di offerta informativa e per le modalità dei nostri programmi – ha perso 10 miliardi di pubblicità. Questo avviene solo per una nostra forma di autoregolamentazione dell'offerta. Sicuramente significa che si paga un prezzo ed anche una tipologia avente caratterizzazione editoriale, che è diversa da quella unicamente commerciale.

Sul tema del bene di lusso – si tratta di un dato reale – non è il contenuto della nostra pubblicità ad essere uguale, ma è il suo costo, che è più elevato di quello della pubblicità di Mediaset. È più alto perché i nostri spazi sono razionati e ciò determina una scarsità di risorse per l'investitore. Negli ultimi anni, particolarmente in questo, la RAI ha registrato un calo degli ascolti editoriali specificamente di quelli pubblicitari. Abbiamo, pertanto, mantenuto delle quote del mercato della pubblicità in presenza di un calo di quote di contatti, cioè del numero dei secondi di pubblicità. Il

differenziale di prezzo, il maggiore costo della pubblicità della RAI è aumentato rispetto a quello di Mediaset. In un momento di difficoltà del mercato, non c'è dubbio che un fatto del genere ci renda molto più rigidi nelle possibilità di reagire e renda tutto più difficile. Credo - non è misurabile - che sia una delle componenti delle difficoltà che abbiamo incontrato nel corso di questo anno.

Ritengo queste motivazioni adeguate a spiegare: sufficientemente ciò che è avvenuto e sta avvenendo in termini di struttura dell'offerta e della raccolta; sebbene, viceversa, non sufficientemente, sulla base di considerazioni inerenti le capacità gestionali della nostra struttura di raccolta commerciale, che è la SIPRA. Essa, nei limiti strutturali che ho indicato, ha reagito significativamente di fronte alla crisi, acquisendo un grande numero di nuovi clienti e di nuova potenzialità.

Per quanto riguarda la questione economica in generale, naturalmente ci sono state rivolte molte domande, in particolare sui cosiddetti tagli e risparmi. Innanzitutto, vorrei ricordare che nel 2001 - come ritengo di aver affermato nell'illustrazione - si è in sostanza intervenuti in aree in cui la spesa è più contenibile, più discrezionale e più facile da ridurre, soprattutto con il fine - sempre mantenuto negli ultimi anni e che abbiamo cercato di mantenere anche nel 2001 - di non ridurre l'afflusso di risorse al prodotto, ossia agli investimenti nella *fiction*, nel cinema e nello sport. A fronte della imponente riduzione dei ricavi pubblicitari, occorre tuttavia considerare che, sul fronte dei proventi - come già rivelato - abbiamo avuto un miglioramento nel campo degli abbonamenti: quest'anno si registra, infatti, il *record* dei nuovi abbonamenti, forse supereremo i 400.000 nuovi abbonati. Abbiamo ridotto le spese generali di circa una quarantina di miliardi, che rappresenta quasi l'8 per cento delle spese generali aziendali, con una particolare concentrazione sulla cosiddetta *corporate*; mi riferisco alle strutture centrali che hanno subito la riduzione del 20 per cento in termini di spesa.

Per quanto riguarda i costi della programmazione, che ammontano ad oltre 2.500 miliardi (nei quali sono compresi i diritti, i contratti ma non il personale), i *budget* diretti sono aumentati nel corso dell'anno. Sono stati, infatti, messi in programma dei prodotti più costosi ed abbiamo contenuto questo *trend*, pur non riducendo l'intervento sul prodotto. Abbiamo però avviato - come ho accennato - delle azioni, in particolare sugli investimenti nella *fiction*, per ottenere benefici negli anni prossimi e per contenere il *trend* di esplosione dei costi, che non possiamo più sopportare, (come ritengo che nessuna televisione lo possa, in prospettiva).

Altri interventi sono stati compiuti sul personale, che porteranno ad una riduzione di circa 30 miliardi, pari al 3 per cento rispetto al costo complessivo. È evidente che il costo del personale è rigido e soltanto in parte gestibile. Abbiamo attuato una politica di sostanziale blocco delle assunzioni. Dico sostanziale perché la RAI ha un flusso di assunzioni che proviene da vertenze relative al vasto mondo del precariato che ruota intorno alla azienda e da alcuni accordi sindacali pregressi a cui si doveva dare attuazione. Nel complesso l'organico, a fine anno, sarà inferiore di

circa 250 unità rispetto alle previsioni iniziali e ciò mi sembra di non poca rilevanza rispetto a quanto si può concretamente fare. Probabilmente esso rappresenterà il livello più basso della storia dell'azienda.

ZACCARIA, Presidente della RAI. È difficile fare un confronto tra RAI e Mediaset, perché le due aziende non realizzano le stesse cose.

CAPPON, Direttore generale della RAI. Posso affermare che sicuramente in RAI esistono sacche di inefficienza e di improduttività, perché si tratta di una azienda dalle grandi dimensioni, dalla rilevante articolazione e dalla variabilità di vicende. Non c'è dubbio che ve ne sono e cerchiamo di intervenire ma con gli strumenti dati, non disponendo di quelli che hanno altre aziende industriali. Non si tratta di un fatto semplice. Bisogna però considerare che alcuni interventi di modifica derivano dall'assetto strutturale e dalla stessa identità dell'azienda. Pensiamo alla articolazione regionale, che non ha, ovviamente, il nostro concorrente: articolazione che anche in questa Commissione è stata considerata più volte come una cosa fondante del servizio pubblico. Anzi, mi sembra che venga richiesto di potenziare l'offerta locale e non di ridurla. Ciò significa avere redazioni in ogni regione, talvolta in più di una provincia; significa avere strutture fisse che non sono utilizzate sempre pienamente, perché non sempre le produzioni locali possono riempire il palinsesto di notizie; e ciò vuol dire subire un costo di servizio pubblico. Cito sempre «provocatoriamente», nelle riunioni del Consiglio d'amministrazione che annovera musicofili, l'orchestra sinfonica di Torino: una struttura di grande qualità che comporta, però, un costo al servizio pubblico.

La RAI ha mantenuto l'organico in questi anni aumentando fortemente la propria offerta sui canali digitali, satellitari totalmente *free*, che si è ricavata all'interno delle risorse disponibili. Per realizzare di più bisogna fare un confronto tra strutture, obiettivi e missioni – se posso usare questo termine – coerenti.

La televisione commerciale ha la metà dell'organico RAI, la BBC ha altri obiettivi ed ha quasi 30 mila persone, il triplo dell'organico RAI. All'interno di questa interpretazione del servizio pubblico si può lavorare sull'efficienza, ma non si può prescindere da questo profilo.

Non ho tutti gli elementi per quanto riguarda la sede di Milano.

DE CORATO (AN). Aspetto una risposta scritta.

CAPPON, Direttore generale della RAI. Uno degli elementi su cui si tenta di far fronte a questa situazione è la mobilità, estremamente difficile e che ha dei costi.

DE CORATO (AN). A Milano ci sono le risorse.

CAPPON, *Direttore generale della RAI*. Mi riservo di rispondere, ma la RAI è un'azienda molto sindacalizzata con varie sigle sindacali e la gestione di questi temi non è semplice.

Abbiamo ricevuto, poche settimane fa, un invito del nostro azionista (IRI, RAI *holding*) ad un intervento importante sul piano strutturale, in vista, non tanto del 2001 che ormai è quasi finito, ma del 2002. Certamente stiamo lavorando in questa direzione. È stato richiesto se stiamo lavorando ad un *business plan*. Preciso che stiamo lavorando sul cosiddetto *budget*. Al momento stiamo lavorando per mantenere questi obiettivi economici all'interno di un assetto complessivamente dato, di una missione della RAI quale è la RAI di oggi, con tutte le sue strutture e articolazioni. È chiaro che riducendo le strutture e compattando le articolazioni, si riduce anche l'organico, ma questo potrebbe andare a scapito dell'identità dell'azienda o a scapito di come noi la interpretiamo in questo momento.

Sempre a proposito del nuovo anno, lo sforzo che è stato fatto nel 2001, di non intervenire sull'alimentazione del prodotto, non può essere mantenuto nel 2002 alla luce della situazione che possiamo vedere oggi, perché nel 2002 avremo i riflessi inevitabili di alcune crescite di costi semiautomatici: per il personale a causa di nuovi contratti; per effetto di investimenti del passato; per effetto di contratti pluriennali a maturazione. Abbiamo quindi chiesto alle varie aree editoriali, ma anche informative, di ritagliare la propria offerta e faremo proposte al Consiglio, tenendo conto che non potranno contare sull'alimentazione di risorse degli ultimi cinque o sei anni, risorse che andranno ridimensionate. Questo vuol dire lavorare sui contratti, sulle pretese dei fornitori, ma anche fare uno sforzo di concezione editoriale diverso. Questo significa che le reti dovranno coordinare meglio la propria attività con la produzione, utilizzare meglio le strutture aziendali esistenti, pianificare meglio l'uso di risorse, perché molti «sprechi», (tra virgolette) citati, derivano anche dalla estemporaneità di alcune decisioni, dal fatto che alcune volte – e questo in televisione è anche normale – si debba far fronte a necessità improvvise di sostituire alcuni programmi: situazioni per affrontare le quali non sempre si hanno tutti i mezzi a disposizione. Questa maggiore attenzione potrebbe portare a superare il *gap* nel 2002 (che è comunque importante) e che comunque lascia irrisolto, al momento, il tema dell'acquisizione da parte della RAI dei mondiali di calcio del 2002, per i quali, al momento, non c'è spazio nella gestione economica 2002, salvo – si tratta di un tema che credo si discuterà in Consiglio – scelte editoriali di alternative molto significative che potrebbero interrompere una tradizione di programmazione dello sport consolidata da decenni.

MONCADA (*CCD-CDU:BF*). Mi ha colpito molto nella replica del Presidente fino ad ora la mancanza di una sola parola di autocritica.

PRESIDENTE. Senatore Moncada, questa sua osservazione fa parte di tutto ciò che dovremo discutere successivamente.

MONCADA (*CCD-CDU:BF*). La mia era una osservazione ingenua.

PRESIDENTE. È meno ingenua di quello che sembra, anzi è molto maliziosa.

DEL TURCO (*Misto-SDI*). Non parlate di autocritica al presidente Petruccioli.

CAPPON, *Direttore generale della RAI*. Le autocritiche me le faccio tutti i giorni, potrei farle anche: sono sicuro che sono stati commessi errori nel corso della gestione. Ritenevo che oggi fosse importante fornire elementi informativi.

Vorrei fare una notazione su alcune domande rivolte a me specificamente in merito alla vicenda Rai Way, su cui sono state dette molte cose. Innanzitutto, per comprendere meglio questa vicenda, credo sia indispensabile conoscere come è nata. Essa è nata all'interno di un preciso indirizzo strategico di natura industriale che credo l'attuale Consiglio avesse varato fin dall'inizio per questi piani: quello di aprire progressivamente l'azienda a *partnership*, a *joint venture*, ad accordi con il mondo privato e di mantenere all'interno di questa possibilità un controllo totalitario del *core business*, cioè dell'attività della televisione generalista e della radio; quello di ricercare, attraverso una valorizzazione degli *asset* interni, cioè dei beni patrimoniali di cui già si dispone, risorse aggiuntive rispetto a quelle pubbliche, notoriamente stazionarie, e a quelle commerciali, fluttuanti a seconda della congiuntura, per investire in nuovi settori e per trasformare l'azienda da televisiva in multimediale. Va ricordato anche il particolare momento che viveva il mercato. Rammento i dibattiti sulla piattaforma unica, sull'ingresso nella televisione a pagamento, sull'UMTS con aspettative di reddito in questi settori elevatissime. In questo contesto, una delle operazioni decise fu quella di valorizzare la rete infrastrutturale e della diffusione di trasmissioni includendo una società e ponendo una quota di minoranza di questa società sul mercato. La quota di minoranza fu decisa sulla base di una autorizzazione ministeriale e di una interpretazione costante dei nostri uffici legali e dei nostri consulenti legali esterni che, ai fini del rispetto della convenzione, fosse necessario e bastasse il controllo della società e la tutela, con formule contrattuali opportune, delle obbligazioni di natura pubblicistica che sulla società incombevano. Questo lo schema di riferimento all'interno del quale si è operato. All'epoca avevo altre responsabilità, ma ho seguito professionalmente la vicenda. Si operava su alcuni macro filoni. Il primo è quello procedurale, attraverso l'utilizzazione di una procedura il più possibile tutelante delle caratteristiche di pubblicità e trasparenza. Per questo si è deciso di utilizzare le prassi regolamentari del mondo IRI che aveva da anni effettuato operazioni del genere e che tra l'altro, a partire dall'estate 2000, ha affiancato in questa vicenda direttamente la RAI dal punto di vista procedurale, attraverso i propri *advisor*, Lazard e Roche. Il secondo è quello economico, con un confronto competitivo più lungo possibile nel corso degli anni in

cui è durata la vicenda tra i diversi soggetti raggiungendo alla fine una offerta che è stata di 905 milioni di euro, superiore alle aspettative iniziali, nonché superiore o conforme ai parametri di valutazione acquisiti da valutatori indipendenti all'epoca. Si è, inoltre deciso di costruire uno schema contrattuale che corrispondesse all'obiettivo e ai condizionamenti descritti inizialmente.

In merito ai patti parasociali, le linee guida sono state elaborate nel presupposto che ho detto e sottoposte al Consiglio di amministrazione, che le ha approvate sin dal settembre 2000. Tali linee rispondevano ai seguenti requisiti: controllo delle azioni, maggioranza del Consiglio d'amministrazione, designazione del capo azienda (o amministratore delegato che sia), indipendenza completa della RAI nei rapporti attinenti alla fornitura e alla distribuzione del segnale. Su tutto il resto era chiaro sin dall'inizio che c'era una presenza incisiva del *partner* straniero nella gestione, in una serie di accordi strategici attraverso maggioranze qualificate, poteri di veto e altri strumenti. Questo era lo schema di riferimento e ad esso ci siamo sempre attenuti.

Nel momento in cui ci sono state due offerte, si è passati attraverso uno specifico vaglio di rispondenza delle offerte ai criteri su citati, vaglio effettuato, tra l'altro, su suggerimento del nostro azionista, dai nostri legali esterni. A questo vaglio nessuna delle due offerte è passata, né quella di Crown Castle, né quella di TDEF, per cui è stato chiesto a entrambe le società di modificare alcune loro proposte per renderle conformi agli indirizzi generali approvati dal Consiglio e tali da renderle comparabili. Ciò ha dato luogo a una dialettica notevole durata diverse settimane. Entrambi i proponenti hanno poi accettato le proposte che i nostri consulenti legali avevano fatto e, alla luce delle variazioni delle proposte (intervenute tra novembre 2000 e febbraio 2001), i nostri consulenti legali hanno giudicato che le due proposte fossero sostanzialmente comparabili e che quindi si potesse procedere, come ci è stato richiesto dal nostro azionista, a giudicare l'offerta sulla base del solo elemento del prezzo.

Questo è lo schema che è stato seguito e queste sono le vicende che hanno riguardato i patti parasociali. Mi è stato chiesto – mi pare dall'onorevole Giulietti – se sono stati distribuiti tutti oppure no. Posso assicurare che da parte nostra è stata fornita integralmente la documentazione.

PRESIDENTE. Onorevoli colleghi, abbiamo terminato questa lunga audizione (durata complessivamente più di 5 ore) del Presidente e del Direttore generale della RAI, che hanno sulle loro spalle una lunga esperienza di gestione dell'azienda e che quindi hanno potuto portarci riflessioni molto misurate sulla base di dati di fatto. Su questa base credo che possiamo iniziare davvero a svolgere l'attività della Commissione, riflettendo, pensando ai nostri compiti e predisponendo un programma di lavoro. Non dico nulla al riguardo perché, come fanno i colleghi, cominceremo a fissare i termini dei nostri lavori nell'Ufficio di Presidenza di martedì prossimo.

Prima di ringraziare tutti voi, termino rivolgendomi al senatore Del Turco che ha avuto la simpatica attenzione di fare riferimento alle autocritiche: l'esperienza del passato mi ha insegnato che molto più importante delle autocritiche, che spesso non cambiano nulla, è ascoltare le critiche e riflettere bene tra sé se per caso non contengano qualcosa di vero.

Ciò detto, ringrazio tutti voi e in particolare il presidente Zaccaria e il direttore generale Cappon.

Dichiaro chiusa la seduta.

La seduta termina alle ore 15,50.

